

# TARIM TOPLUMUNDAN SANAYİ TOPLUMUNA GEÇİŞTE PANAYIR-SERĞİ-FUAR-FESTİVALİN DURUMU VE TÜRKİYE ÖRNEĞİ

**The Situation of Fairs, Exhibitions, and Festivals in the Transition from  
Agricultural to Industrial Society and the Case of Turkey**

**Les foires, expositions et festivals pendant la transformation de la  
société agricole en société industrielle et l'exemple de la Turquie**

**Dr. R. Bahar AKARPINAR\***

## ÖZET

Henüz, Cumhuriyet yönetimi ilân edilmeden, 23 Temmuz 1923'de, İzmir'de toplanan Türkiye İktisat Kongresi'nde Atatürk, ulusal egemenliğin, ekonomik egemenlik ile pekiştirilmesi gerektiğini ifade etmiştir. Kongre, Türk Sanayi Devrimi'nin ilk adımıdır. Cumhuriyet'in ilk yıllarında hedef, "geleneksel tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş"tir. Bu hedef, yıllarca sürececek bir toplumsal değişimi veya ekonomik, sosyal, kültürel yeniden yapılanma sürecini başlatır.

Çalışmanın ilk amacı, bu süreç içinde, ekonomik kalkınmanın göstergeleri olarak kabul edilen panayır, sergi ve fuarların gelişimini ve işlevlerini görmektir. Bu nedenle kronolojik bir plân uygulanmıştır. İkinci amaç ise, 1970'lerde başlayan ve 1980'lerde yaygınlaşan festivallerin, ekonomik gelişim çizgisindeki yerlerinin belirlenmesidir.

## Anahtar Kelimeler

Toplumsal Değişim, Tarım Toplumu, Sanayi Toplumu, Fuar, Festival.

## RÉSUMÉ

Juste avant la déclaration de la république, au Congrès d'Économie Turc, ayant lieu à Izmir, le 23 Juin, la déclaration de la république, Atatürk avait souligné la nécessité de renforcer la souveraineté nationale par la souveraineté économique lors du Congrès d'économie turc, le 23 juillet 1923 à Izmir. Le Congrès allait être le début de la révolution industrielle turque. La transformation de la société agricole traditionnelle en société industrielle était le but recherché pendant les premières années de la République. Ce but allait être allé à l'origine du processus de transformation sociale ou de réformes économiques, sociales et culturelles qui allaient durer des années.

Le premier but de cet article est d'étudier le développement et la fonction des foires, expositions et festivals qui sont considérés comme des indicateurs du développement économique. Pour ce faire, l'étude est chronologique. Le deuxième but est de déterminer la place, dans le développement économique, des festivals, qui ont commencé après 1970 et se sont répandus après 1980.

## Mots-clés

Transformation sociale, société industrielle, société agricole, foire, festival.

## Giriş

"Kalkınma, ekonomik kalkınma, refah" sözcüklerinin belleklerde çağrıştırdığı ilk düşünce, fakirlikten kurtulup zengin olmaktır. Maddî zenginlik, çoğu zaman saygınlıkla; fakirlik, güçsüzlük ve önemsizlikle eş değerde tutulmuştur.

Bu anlayış, ata sözlerimize de yansımış, zengin ve fakir, kimi zaman mizahî bir yaklaşımla karşı karşıya getirilmiştir:

Akça ile bohça, adamı eder yüce.  
Devlet, adama ayağıyla gelmez.  
Devletli yanını kaşışa, fakara para verecek sanır.  
Zengin malı, züğürdün çenesini yorar.

\* H.Ü. Edebiyat Fakültesi Türk Halkbilimi Anabilim Dalı Öğretim Görevlisi.

Zügürt olup düşünmektense, uyuz olup kaşınmak yeğdir.

İşi olmayanın aşu olmaz.

Gençlikte para kazan, kocalıkta kur kazan.

Devlet oğul, mal tahlil, mülk değirmen.

Üretim-pazarlama-tüketim zincirini izleyen toplumsal ekonomik kalkınma, bir toplumun, bir ulusun, değişen dünya koşullarının gerisinde kalmamak; toplumsal ve ulusal refah düzeyini artırmak; ulusal ve uluslar arası ilişkilerde söz, piyasalarda pay sahibi olabilmek için tüm kurumlarıyla katıldığı zorlu bir süreçtir. Kalkınmış bir toplum özgür, sağlıklı, eğitilmiş, kültürel kimliğine güvenen ve onur duyan, sosyal haklara sahip, zengin, mutlu üyelerden oluşur. Üretim-pazarlama-tüketim halkalarının düzenli, dengeli ve tüm altyapısıyla işlerliği sağlanabilen politikalar aracılığıyla birbirine eklenmesi, ekonomik kalkınmada katedilecek mesafe, harcanacak güç, para ve zamanı azaltır.

Toplumun ekonomik gelenek ve madde imkânlarına göre hayvancılık, tarım, zanaat, sanat, bilim, küçük-hafif-ağır ölçekli sanayi, yüksek teknoloji vb. ile yapılan üretim, doğal enerji kaynaklarının yanı sıra, insanoğlunun keşif ve geliştirme becerisiyle ortaya çıkardığı yüksek teknolojik enerjinin kullanımıyla sağlanır. Çağdaş üretimde amaç, sadece ulaşılan veya üretilen hammaddeyi elde etmek değil, hammaddeyi "yüksek kaliteli işlenmiş ürün" haline getirebilmektir. Bu anlayışta, sanayinin önemi ortaya çıkar. Çünkü, sanayinin (endüstri); insanoğlunun her türlü istek ve ihtiyacını karşılamak için hammaddeyi işlenerek değer kazandırılması faaliyetlerinin tamamıdır.

Avrupa'da, XV.-XVI. yüzyıllar Rönesans ve Reformasyon, XVII. yüzyıl keşifler çağı, XVIII. yüzyıl Aydınlanma hareketleri ve siyasî devrimleri izleyen Büyük Sanayi Devrimi, özellikle XV. yüzyıldan sonra kıtalar arası ulaşım araçlarının ve ticaret yollarının artıp güçlenmesi sonucu, XVIII.

yüzyılın ikinci yarısında, Batı Avrupa'da, İngiltere'nin liderliğinde başlamış ve XIX. yüzyılda yaygınlaşmıştır. Sermayenin plânlı kullanımı, makine gücünden yararlanma, insan kaynaklı işgücünün değerlendirilmesi, böylece, gizli işsizliğin önemli ölçüde engellenmesi ve daha fazla üretim yapabilmek için yeni yöntem ve yolların aranıp uygulanması, Batı Avrupa ülkelerinin toplumsal ve ekonomik alanda kısa sürede kalkınmalarında etkili olmuştur. Sanayinin yeni yatırımlarla geliştirilmesi, yeni pazar imkânlarının aranmasını zorunlu kılmıştır.

#### **Eski ve yeni Ticaret Merkezleri ve Festivaller**

**Pazar;** Ticaret, "kişilerin belirli ihtiyaçlarını karşılamak zorunluluğundan ortaya çıkmış, kazanç sağlamak amacıyla yapılan karşılıklı mal ve hizmet alış-verişi"dir şeklinde tanımlanabilir. Neolitik devirde(İ.Ö. 6500-5500), göçebe çoban ve yerleşik çiftçi topluluklarının barışçı ilişkileri arasında görülen alış-veriş (Şenel 1985: 181-186), ilkel topluluklardan, bilişim çağı toplumlarına değin çeşitli yöntemlerle geliştirilmiştir. Kişisel teşebbüsle başladığı ve gezgin tüccarlar aracılığıyla yaygınlaştığı kabul edilen ticaret, ilk şekli olan gezici durumdan kurtulup satma ve satın alma işlemleri düzenli bir hâl kazanınca, "pazar" kavramı ortaya çıkmış ve faaliyetin sürdürüldüğü çeşitli pazar ortamları gelişmiştir. Mal alıp satmak isteyenlerin belirli zamanlarda, belirli bir yerde buluşmasını sağlayan, açık ve kapalı alanlar da "pazar" adıyla anılmıştır. Geniş anlamda pazar, "arz ve talebin karşı karşıya geldiği, yaygın ticaret sahalarıdır". Ulaşım araçlarının, yolların ve barınma imkânlarının artışı, pazarların çoğalması ve gelişmesi sonucunu doğurmuştur. İnsanlığın ilk çağlarında yerleşik düzene geçişle başlayan kentleşme süreci, haftalık ve günlük pazarları ortaya çıkarmıştır. Bu tür pazarlar, kent ekonomisinin vazgeçilmez kaynaklarından biridir. Bir

bölgenin ekonomik faaliyetlerini bir araya toplayarak yalnız o bölge tüketicisine sunmanın, maddî beklentileri karşılayamadığı görülünce, topluluklar arası, ulusal ve uluslar arası pazarlar aranmış, böylece panayır, büyük panayır, sergiler ve fuarlar meydana gelmiştir.

**Panayır**; Yunanca, “kutsal gün, ayın, bayram” anlamlarındaki “panegyris” sözünden türeyen panayır, uzak ülkelerden gelen tüccarların buluştuğu büyük pazarlardır. İ.Ö., Mezopotamya vadisi, Suriye, Filistin ve Arabistan’da dinî bayramlarda, panayır niteliğinde pazarların kurulduğu, bu panayırlara ticarî ilişkileri Batı Akdeniz’e kadar uzanan Finikelilerin de katıldığı bilinmektedir. Ancak panayır, Ortaçağ Avrupası’nda, özellikle halkın bir arada bulunduğu dinî günlerde, kiliseler çevresinde asıl karakterini kazanmıştır. Avrupa’da kuzey-güney, doğu-batı eksenli yolların kavşak noktalarında ve ırmaklar boyunca panayır sayısı artmıştır. Örneğin XII. XIII. yüzyıllarda Fransa’da kurulan Champagne Panayır’ı tüm Avrupa tüccarlarının rağbet ettiği, canlı ve bol kazançlı bir panayırdır. Daha sonra İtalya, Almanya, Belçika ve İngiltere’de panayır düzenlenmiştir. Günümüze kadar gelebilen ve artık “fuar” adıyla anılan bu tip panayır, kendi dönemlerinde dünya ekonomisini yönlendirmişlerdir.

**Sergi**; Sergiler, tarım ve sanayi ürünleri ile güzel sanatlara ait eserlerin ve el işi örneklerinin tanıtım amacıyla, belirli bir düzende ilgilenele gösterilmesidir. Sergilerde satış genellikle arka plânda kalmıştır, ancak, ürün tanıtılırken alış-veriş imkânları hazırlanır, ürünün piyasa değerini bulması ve bu değer üzerinden el değiştirilmesi yolunda iletişim kurulur. Sergiler, sanayi kalkınmanın bir göstergesidir. Ticarî anlamda sergiler, özellikle sanayileşme sürecinin başında önem kazanmış ve malın hammaddesinin, üretim tekniğinin, kullanım koşullarının öğrenilmesi, malın üretimini ve piyasaya arzını kolaylaştırmıştır. İlk sanayi sergisi 1789’da Fransa’da açıl-

mış ve 1840’dan sonra sanayide ilerleyen Batı Avrupa devletlerinde yaygınlaşmıştır. Zaman içinde sergiler işlevlerini fuarlara devretmiş ve sayıları azalmıştır.

**Fuar**; Latince, “bayram, alay, dinî tören” anlamındaki “feria” sözünden türeyen fuar; Büyük Sanayi Devrimi’nin ardından, ekonomik boyutuyla önem kazanmıştır. Ulusal veya uluslar arası nitelikli fuarlar, gıda, tekstil, makine, maden gibi belirli bir sanayi dalında veya genel çerçevede pek çok malın yer aldığı çok büyük ölçekli panayır ve sergilerdir. Fuarlar, ürünü tanıtmak, katılımcı işletmelerin gerekli bağlantıları kurup piyasada yer almalarını ve bilgi akışını sağlamak amacıyla düzenlenirler. Fuarlar, perakende satıştan ziyade, mallarını tanıtmaya ihtiyacı olan üretici veya toptancı tüccarlar için önemlidir. Katılımcı memleket ve milletlerin ürünlerini ve kültürlerini sergileme imkânı buldukları fuarlar, aynı zamanda işletmeler arasında dostluk ve işbirliğini desteklemesi, ticaret ve sanayiye canlandırması bakımından son derece önemli ekonomik etkinliklerdir. Bilgi, iletişim ve bilişim çağında, kitap, bilgisayar, bilişim fuarları ile evcil hayvanlar(pet fair), eğlence sektörü, füzyon mutfağ kültürü, bahçe ve çiçek vb. pek çok farklı alanda düzenlenenler, fuar anlayışının daima çağın gereklerine uygun şekilde gelişip yenilediğinin bir göstergesidir.

Yukarıdaki bilgilerden de anlaşılacağı gibi sanayi, önce pazar ve panayır gibi geleneksel ticaret faaliyetlerinden yararlanmış, hemen ardından daha fazla ve çeşitli ürünün yer alabildiği modern sergi ve fuarların kurulmasını da sağlamıştır. Pazar, panayır, büyük panayır, sergi ve fuarlar, ekonomik canlanmaya yol açmakla beraber, yoğun bir sosyal ve kültürel hareketliliğin de gözlemlendiği ortamlardır. Panayır ve fuar sözcüklerinin, kutsal gün, ayın, bayram, dinî tören anlamlarına gelen “panegyris” ve “feria”dan türedikleri dikkate alınırsa “pazar” anlayışının öncelikle tapınak merkezli dinî bayram veya ayınlar çevresinde oluştuğu farkedilir. İnançlarının ge-

reklerini yerine getiren insanların, kutsal günlerde bir araya toplanmaları, satıcıların ilgisini çekmiş olmalıdır. Nitekim, çok tanrılı inancın yerleşik bulunduğu Eski Yunan sahasında, tanrılara adanan ve ayinlerin yapıldığı bayram günlerinde, bölgeye gelen tüccarların mallarını sergileyip sattıkları; köle, canlı hayvan, giysi, gümüş ve altın alış-verişi yapıldığı bilinir. Romalılar, işgal ettikleri şehirlerde ticareti geliştirmek ve siyasî-dinî propaganda yapabilmek için panayırlar kurmuşlardır. Orta Asya'da İ.S IV.-V. yüzyıllarda, tüccarların Buda dini manastırlarını banka, borsa ve depo olarak kullandıkları, böylece "Pazar-manastırlar"ın meydana geldiği; Çin'de Tang hanedanı zamanında (İ.S. 668-906) tapınaklar önünde halkın coşkuyla katıldığı panayırların yapıldığı, kültür tarihi incelemelerinde belirtilmiştir (Ögel 1985:243). Cahiliye devri Arap kültüründe, kabileler arası ateşkesin ilân edildiği ve "huzur ayları" olarak adlandırılan haram aylarda, Kâ'be ziyaretleri sırasında Mekke'de kurulan Ukaz panayırı bir diğer örnektir. İslâm dünyasında Hz. Muhammed'in doğum yıldönümünde yapılan mevlid kutlamaları da çeşitli panayırların kurulmasına imkân sağlamıştır.

Pazar ve panayırlar, sadece tüccarların faaliyet gösterdikleri ortamlar değil; şair, müzisyen ve sanatkarların da yeteneklerini sergiledikleri yerlerdir. Çeşitli icraların ve ödüllü yarışmaların yapıldığı görülür. Örneğin, Mekke'de, Ukaz panayırında güzel konuşma ve şiir yarışmalarının düzenlendiği, kazanan şiirlerin(kasidelelerin) altınla yazılıp Kâ'be duvarına asıldığı (el-Fârûkî 1999: 381); Avrupa panayırlarında "jongleur" ve "ministrel" gibi saz şairleri ve sanatçıların gösteriler yaptığı, dramatik oyunların sahnelendiği bilinmektedir. Bu örneklerden de anlaşılacağı gibi, panayırlar aynı zamanda halkın topluca eğlenmesine fırsat veren ortamlardır. Panayırın fuara dönüşümünde bu özellik korunmuş, yerli ve yabancı konukların, bölgenin, kentin, ülkenin tarihi ve kültürel

zenginliklerini tanımları; hoş zaman geçirmeleri için çağın eğlence anlayışıyla şekillenen, her kesime, her yaşa uygun canlı ve renkli eğlence ortamları hazırlanmıştır.

**Festival:** "Şenlik, şölen, bayram, eğlence" anlamlarını içeren festival, bin yıllardan beri tarım toplumlarında, güz ve bahar aylarında tekrarlanan, devrine göre "mutantan" bereket ritüellerinin devamı niteliğindedir. Hristiyan Avrupa'da yerel aziz günlerini (Spicer 1958) tanımlayan festival, ritüel kaynaktan beslenerek gelişen, kapsamlı sanat etkinliklerine de adanmış, zamanla anlam genişlemesine uğrayarak yerel-bölgesel kutlamalar için de kullanılmıştır.<sup>1</sup> Diğer bir ifadeyle, festivallerdeki ritüel kalıt(miras), din dışı alana kaydırılarak/sivilleştirilerek yeniden anlamlandırılmış ve bu anlamla yeniden gelenekleştirilmiştir. Festivaller, sanayileşme veya ekonomik kalkınmayla doğrudan ilişkili pazar ortamları olmasalar da, festival dönemlerinde yörenin ekonomik yaşamının canlandığı ve sıcak para akışının hız kazandığı da bir gerçektir.

#### **Türk Ekonomisi'nde Pazar-Panayır-Sergi-Fuar-Festival**

**XX. Yüzyıl Öncesi;** Konar-göçer/yarı yerleşik bir düzende yaşadıkları bilinen Hunlar ve Göktürkler'de sürekli bir ekicilik görülmesi de, kışlaklarda herkesin kendine ait bir toprağı vardı ve tarım ile uğraşılırdı. Orta Asya'da kışlaklar, İ.S. IV.-V. yüzyıllarda zengin ticaret ve kültür merkezlerine dönüşmüştür. Araştırmalar, Hun ve Göktürkler'in, Çin'e at ve koyun, işlenmiş deri ve deri ürünleri, maden ve işlenmiş maden, taş ve işlenmiş taş, kurutulmuş et ve bazı hayvansal gıdalar, tarım ürünleri, yün ve yünlü dokuma, keçe, kürk sattıkları; Çin'den ipek ve ipekli dokumalar, süs eşyaları, giysi, bazı tarım ürünleri vb. aldıkları konusunda bilgiler vermektedir (Sümer 1967); (Ögel 1985); (Barthold 1990). Kervanlar aracılığıyla yapılan ticaret, Uygurlar döneminde daha da gelişmiş ve Turfan, bir ticaret bölgesi olarak önem

kazanmıştır. İpek Yolu boyunca, kervan konakları, en canlı pazarlardır.

Karahanlılar ve Büyük Selçuklular döneminde, Arap, Fars, Bizans kervanlarının güzergâhları boyunca bu pazarlar gelişmiş ve sayıları artmıştır. VIII.-IX. yüzyıldan beri müslüman kavimlerle kurulan ticaret bağları güçlenmiş, Harezm'de Cür-caniye ve Barategin; Mâveraünnehr'de Sabran şehirlerinde büyük hayvan pazarları oluşmuştur.

Küçük Asya-Anadolu, bin yıllardan beri uygarlıkların yaşadığı, coğrafi konumu ve iklimi gereği tarımın ve hem yerel hem geçiş (transit) ticaretinin gelişmesine uygun bir sahadır. İ.Ö. VII.-V. bin yıllarda gelişen Çatalhöyük, bir tarım ve ticaret şehriydi. Hitit, Geç Hitit, Urartu, Yunan, Frig, Lidya, Helen, Roma ve Bizans dönemlerinde Anadolu'nun bu özelliği korunarak geliştirilmiştir. Anadolu Selçukluları, bir anlamda devraldıkları geleneği kozmopolit Anadolu topraklarında kendi anlayışlarına uygun pazarlar oluşturmuşlardır. Selçuklular döneminde, Kayseri'nin yüz kilometre doğusunda, bugün "Pazar Ören" adıyla anılan bölgede XIII. yüzyılda her yılın bahar mevsiminde açılan ve kırk gün süren "Yabanlu Pazarı" (Sümer 1985: 16) önemli bir örnektir. Kıbrıs yoluyla gelen batılı, Kıbrım'dan Sinop'a ulaşan ve kervanlarla Sivas yolundan gelen kuzeyli, deniz ve kara yolunu kullanan Bizans, Gürcü, Azeri, Mısır, İran, Irak ve Suriyeli tüccarlar pazara katılırlardı (Sümer 1985:23-24). "Türk ve Rum köleler, at ve katır, atlas ve ipekli kumaşlardan yapılmış elbiseler, kunduz ve deniz köpeği kürkleri ve diğer cinsteki mal" (Sümer 1985: 14-15)ın satıldığı; devrinin uluslar arası fuarı niteliğindeki pazar, "Moğol hakimiyeti sırasında XIII. yüzyılın sonu veya XIV. yüzyılın ilk çeyreğinde sona ermiştir" (Şen 1996: 8).

Osmanlı ticaret hayatının ve devlet ekonomisinin can damarları olan panayırlar XVIII.-XIX. yüzyıllarda serbest ticaretin ve yapıcı bir devlet müdahalesinin gö-

rüldüğü ticaret alanlarıdır (Şen 1996:9). Yılda bir veya birkaç kez, bir haftadan bir buçuk aya kadar sürelerle açık duran, yerli ve yabancı tüccarların malını pazarladığı panayırlar, bugünün küçük ve büyük ölçekli fuarları gibi kabul edilmelidir. Bu yüzyıllar öncesinde Osmanlı panayırları yoğunlukla Rumeli'de, gayrimüslim toplulukların yaşadığı bölgelerde kurulmuş, Bizans döneminden beri faal olan bu alanların yeniden canlandırılarak sürdürülmesi için çeşitli girişimlerde bulunulmuştur (Güçer 1987: 44); (Şen 1996:10). Hersek'te Milşova manastırı, Taşlıca'da Prez yaylası, Ustrumca, Çatalca, Hrupişta, Petriç, Yenişehir, Sıdrakapsa, İstorga, Karaferye, Katerina, Çitroz, Moşkolor, Berkofçe'de kurulan ulusal panayırların yanı sıra özellikle Tor ve Alasonya panayırları uluslar arası nitelikleriyle Avrupalı ve Osmanlı tüccarların buluşma yerleridir. Yeniden canlandırmak ve önceden kurulanların zararına olmamak koşuluyla yeni pazar ve panayırlar açmak, hem ticaret hacmini hem de vergi gelirlerini yükseltmiştir.

Osmanlı döneminde, bugün T.C. sınırları içinde kalan Trakya Bölgesi'nde Silivri ve Tekirdağ'da; Anadolu'da Balıkesir, Gonen, Çan, Ankara-Yapraklı, Tokat, Zile, Amasya, İzmir-Buca'da panayırlar düzenlenmiştir. Bu ticarî yönü ağır basan panayırların yanı sıra, Osmanlı topraklarında yaşayan cemaatler tarafından, Beyoğlu-Tatavla (Kurtuluş), Balıklı, Kozlu, Yuhud Burgazı (Burgaz Adası), Alemdağı, Kuzguncuk, Arnavutköy, Tarabya, Tekirdağ-Tefâver'de vd. dinî törenlerin veya eğlence düşüncesinin ön plânda olduğu, sosyal yönü ağır basan panayırlar da görülmektedir (Şen 1996:11). Panayırlarda, tüccardan vergi almak için panayır gümrükleri kurulmuş ve getirilen malın sahibi, cinsi ve adedi "vâridat defterleri"/panayır defterlerine işlenmiştir. Çeşitli nedenlerle yapılan Osmanlı şenlikleri de ekonomik hayatı canlandıran ve pazar ortamının oluşumunu sağlayan etkinliklerdir.<sup>2</sup>

Tarihi seyri içinde Türk kültürünün

Asya, Türkistan, Anadolu ve Rumeli saharlarında görülen pazar ve panayır gibi ekonomik faaliyetlerin, sosyo-kültürel hareketliliği ve etkileşimi beraberinde getirdiği ifade edilmelidir. İnsanların belirli bir süre bir arada bulunmalarını kolaylaştıran ulaşım, yeme, içme ve barınma imkânlarının sağlanması, doğal eğlence ortamlarının oluşumuna yol açmıştır. Bu sosyo-kültürel ortamlarla ilgili İbn-i Fadlan, Ebu Dülef, İbn-i Battûta ve Evliya Çelebi seyahatnamelerinde önemli bilgiler bulunmaktadır. Osmanlı dönemi panayır vergi defterleri dolaylı da olsa konuyla ilgili bilgi barındırır. Örneğin, panayıra gelen rakkas, sâzen ve çalgıcı takımlarından alınan vergilerin varlığı (Şen 1996: 11) eğlence ortamı hakkında ip uçları vermektedir.

**Türkiye Cumhuriyeti Devleti Dönemi;** Büyük Sanayi Devrimi'ne uzak duran ve Batı Avrupa devletlerinin gücüne ulaşamayan Osmanlı İmparatorluğu, XIX. yüzyılda ekonomik darboğazlarla tanışır. II. Meşrutiyet Dönemi(1908-1918)indeki sanayileşme çabaları yetersiz kalır; tarım, sanayi, ulaştırma, dış ticaret, bankacılık sektörlerinde baş gösteren çözümsüz sorunlar ve ödenemeyen dış borçlar, hem ekonominin çöküşü, hem de devletin Batılılar tarafından işgali ve paylaşımıyla sonuçlanır. Yüzyıllardır sürdürülen siyasal-sosyal-kültürel-ekonomik gelenekler üzerine kurulan Türkiye Cumhuriyeti, toplumun tüm kurumlarıyla yeniden yapılandırılarak kalkınması ve çağdaşlaşması temeline dayandırılmıştır. Bu bağlamda, ilk önce siyaset ve ekonomi alanlarında alınan önlemler uygulamaya geçirilmiştir.

Henüz cumhuriyet yönetimi ilân edilmeden, 23 Temmuz 1923'te İzmir'de toplanan Türkiye İktisat Kongresi'nde Atatürk, ulusal egemenliğin, ekonomik egemenlik ile pekiştirilmesi gerektiğini ifade etmiş ve yoksulluktan kurtulmanın ancak altyapının tamamlanması, tarım sektöründe modernleşmeye öncelik verilmesi, sanayileşme, ekonomik sektörlerin bütünleşmesi ve ulusal düzeyde kalkınma plânının hazır-

lanması ile gerçekleştirilebileceğini vurgulamıştır (Tokgöz 2001: 39-42, 60-63). Sanayici, tüccar, çiftçi ve işçi grubu temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilen Kongre'de "iktisâdî misâk" ile ilgili ve katılımcıların istek ve önerileri doğrultusunda kararlar alınmıştır. Bunlar özetle, tarım, hayvancılık, ormancılık, madencilik, dış ticaret ve yerli üretimin teşvik edilmesi; lüks ithalattan kaçınılması; girişim ve çalışma özgürlüğünün sağlanması; tekelciliğe izin verilmemesi; ekonomik gelişmeye katkısı olmak koşuluyla yabancı sermayenin kabul edilmesidir (Şahin 2000: 31-34).

Bu kararlar, Türkiye Cumhuriyeti'nin ekonomik bağımsızlığını kazanmak için, yoğun ölçüde devlet eliyle başlatılan ve yürütülen "Türk Sanayi Devrimi"nin ilkeleridir. Çok ağır koşullara rağmen 1923-1930 yılları arasında önemli bir mesafe katedilmiştir. 1924-1937 yılları arasında kurulan bankalarla<sup>3</sup> sektörler desteklenmiş, krediler sağlanmış ve devlet bütçesi denetim altında tutulmuştur. Kara, demir ve deniz yolları işletmeleri kurulmuştur. "Birinci Beş Yıllık Sınâî Kalkınma Plânı" dahilinde, Osmanlı döneminden kalan fabrikalar<sup>4</sup> yeniden yapılandırılmış ve kimya, kâğıtselüloz, madencilik, mensucat(tekstil), seramik, demir-çelik ve diğer sanayi kollarında yeni fabrikalar<sup>5</sup> açılmıştır.

"Modern Türk Devleti Projesi" (Tokgöz 2001: 48)nin uygulanması, tarım, hayvancılık ve sanayide devlet-halk el ele topyekûn bir atılım yaşanmasını sağlamıştır. İzlenen kararlı kalkınma politikaları kısa sürede ekonomiyi canlandırmış, alınan alt yapı önlemleriyle iç ve dış pazarlar açılmıştır. Atılan her yeni adım, açılan her yeni fabrika siyasi çevrelerde ve halk arasında bayram havasının yaşanmasına neden olmuştur. Halkın bilinçlendirilmesi, gelişmelerin duyurulması, faaliyetlerin halk ile paylaşılması, girişimcilerin özendirilmesi, müstahsilin malını tanıtmaları, böylece hem halk desteğinin hem de kalkınma ruhunun sürdürülmesi için sanayi sergileri açılmıştır. 31 Nisan 1930'da açılan "Milli Sanayii



Numune Sergisi” daha sonra açılacak sergilere örnek olmuştur. 1929’da ilk kez “Tasarruf ve Yerli Mallar Haftası(12-18 Aralık) kutlanmış, yerli mal tüketimi önerilmiştir.

Öncelikle fabrikaların kurulduğu kentlerde iç ve dış ticaretin gelişmesi için pazar ve panayır tesis edilmiştir. Bu arada Osmanlı İmparatorluğu’nun son döneminde görülen ekonomik çöküş nedeniyle, pek çoğu kapanan veya aslı işlev ve önemini yitirerek “fakir yerel pazar”lara dönüşen az sayıda ticaret merkezi canlandırılmıştır. XVI. yüzyılda kurulan Kütahya, Aydın, Menteşe büyük haftalık pazarları ile Ankara, Tokat, Balıkesir, Gönen ve Çan panayırları bu gruba örnek gösterilebilir. Elde sağlıklı ve yeterli veriler bulunmamakla birlikte<sup>6</sup>, Balıkesir-Dursunbeyli, Bigadiç, Manyas; Bursa-Karacabey, Mustafa Kemal Paşa, İznik, Orhaneli, Harmançık; Kütahya-Simav; Sakarya-Geyve panayırları, en azından başlangıç tarihleri bilinenler arasında 1930-1945 yıllarında kurulan panayırlardır.

Cumhuriyet’in ilk on beş yılında sanayileşme merkezli kalkınma atılımlarının ana amacı, ekonomisi geleneksel yöntemlerle sürdürülen tarım, hayvancılık ve zanaata dayanan, “tarım toplumu”nun, “sanayi toplumu”na geçişini sağlamaktır. Ne var ki, izleyen yıllarda, devlet ekonomisinde yaşanan darboğazlar ve dönem dönem görülen büyük dalgalanmalar, sanayileşme sürecinin hızını kesmiştir. Buna rağmen 1980’den sonra kalkınma ve sanayileşmede belirgin bir ilerleme görülmektedir. Özellikle sanayi ve turizm bölgelerinde refah düzeyi görece de olsa yükselmiştir.

Yukarıda, Cumhuriyet’in ilk yıllarında, kalkınmanın bir göstergesi olarak açılan sergi ve panayırlardan bahsedilmişti. Sergiler kısa bir süre sonra uygulamadan kaldırılmış, ancak, “panayır” anlayışı 1970’lere kadar sürmüştür. 1946-1970 yılları arasında tamamına yakını “Emtia ve Hayvan Panayırı” adıyla anılan altmış iki(62) panayır belirlenmiştir. Panayırların

Balıkesir, Çanakkale, Edirne, Kütahya ve Sinop ve çevresinde yoğunlaşmaları, Osmanlı dönemi panayırlarının devam ettirildiği fikrini uyandırmaktadır. Zorlu koşullarda, zaten mevcut olan, çevre halkının bildiği, halk ekonomisinin merkezi durumundaki ticaret alanlarının geleneği sürdürülmüş olmalıdır. Günümüzde bu panayırların bir kaç devam ediyor olsa dahi, genel anlamda, 1960’lı yıllarda panayırlar işlevlerini fuarlara devretmeye başlamışlardır.

1963’den sonra Ticaret Bakanlığı bölgesel fuarların çoğalması ve denize uzak iç bölgelerin pazarı haline gelmesi için çaba göstermiştir. 1932’de İzmir Panayırı’nın, İzmir Enternasyonal Fuarı’na dönüştürülmesi örnek alınarak, Samsun, Bursa, Kayseri, Trabzon, Balıkesir, Erzurum, Bitlis-Tatvan’da uluslar arası fuarlar açılmıştır. Bölgesel kalkınma politikaları yeni gelişmeleri de beraberinde getirmiş ve Gaziantep, Çorum, Kütahya, Van, Kocaeli, Burdur, Karabük vd. fuarlar hizmet vermeye başlamıştır, zamanla ihtisas fuarları kurulmuştur. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2001 yılı envanterine göre, Bursa’da bir yıl içinde on dört(14), İzmir’de yirmi altı(26) ayrı fuarın açılmakta olduğu dikkate alınırsa, Türkiye’nin üretim hacmi en geniş bölgeleri ve ticaret hacmi en geniş illeri ortaya çıkar. Kitap, mobilya ve dekorasyon, çiçek, otomobil ve yan sanayii, giyim ve tekstil, gıda ve tarım, ayakkabı ve deri, mermer, bilgisayar, ambalaj ve catering(konuk ağırlama ve hizmet sektörü?), asansör, yapı, su ürünleri, tıbbî malzeme, makine ve otomasyon, hediyelik eşya vb. fuarlar belirli bir alanda tüketicinin her türlü ihtiyacına cevap verebilecek şekilde hazırlanmış birer ihtisas fuarıdır.

1970 ve 1980’li yıllarda, geleneksel tarım ürünlerinin ihracatından elde edilen döviz girdisinin yetersiz kalması ve hedeflenen ekonomik yapısal değişimin, finansman ihtiyacını karşılayamaması, turizm sektöründen beklentileri artırmıştır<sup>7</sup> Bu dönemde turizm, sadece, daha çok yabancı

turistlerin rağbet ettiği, bilinen belli başlı turizm bölgelerinde değil, yurt sathında destek görür hâle gelmiştir. Böylece, yerel ürünlerin, kültürel değer ve zenginliklerin, doğal coğrafi güzelliklerin “pazarlanması” yoluyla gelir elde etme süreci başlamıştır. Bu dönemde şenlik ve festivallerin, fuarların yanında yer aldığı görülür. Ödeneklerle desteklenen yerel yönetimler tarafından, tarım, hayvancılık ve sanayi ürünleri ile kültür, turizm ve sanat dalları çevresinde şenlik ve festivaller düzenlenir.

Türkiye’de festivalleri 1960’ların sonundan itibaren izlemek mümkündür, ancak, yukarıda ifade edildiği gibi yurt sathında “yaygınlaştırılmaları” 1980 sonrasında gerçekleşmiştir. Yerel, ulusal, uluslar arası nitelikli festivaller arasında tarım ve gıda ağırlıklı olanlar, genellikle yöreyle özdeşleşmiş sebze, meyve, tahıl ve işlenmiş gıdanın adıyla anılmakta; “kültür, kültür-sanat, kültür-turizm, kültür ve sanayi, sanayi ve ticaret” vb. ifadelerle içerik genişletilmektedir: Isparta-Sütçüler Dut Pekmezi ve Turizm, Rize Çay ve Turizm, Sakarya-Karasu Fındık Turizm ve Kültür, Tosya Uluslar Arası Kültür Sanat ve Pirinç, Burdur Tarım Havuç ve Kültür, Kahramanmaraş Kırmızıbiber Dondurma Tarhana Tekstil Şöleni, Karabük Üzüm Festivali ve Saffranbolu Mimari Değerler ve Folklor Haftası, Erzincan-Sultan Melik Tarım Kültür ve Spor Festivalleri vb.

Hayvancılığın ve hayvan ürünlerinin ön plâna alındığı şenlik ve festivaller de belirlenmiştir: Çankırı-Çerkeş Kültür ve Hayvancılık, İzmir-Bayındır Hayvan Güzellik Yarışması, İzmir Sakız Koyun ve Koçları Şenliği, Rize Anzer Balı, Sakarya-Söğütlü Tarım Hayvancılık ve Süt, Sakarya Akyazı Tarım ve Hayvancılık, Tokat Reşadiye Altın Koç, Ardahan Hayvan ve Hayvan Ürünleri, Karabük-Eflâni Hindi, Afyon Kaymak ve Kültür, Artvin Boğa Güreşleri, İstanbul-Çatalca Yoğurt, Erzincan-İliç Tulum Peyniri Festivalleri vb.

Eğitim düzeyi ve kentlilik bilinci yüksek, sanat ve güzel sanatlara ilgi gösteren,

çok kültürlü entelektüel çevreler ile geleneksel kültürel değerlere bağlılıklarını ısrarla sürdüren muhafazakâr çevrelerin yoğunluk kazandığı illerde, birbirinden hayli farklı amaçlarla düzenlenen şenlik ve festivaller de dikkat çekmektedir. Bu etkinlikler, geleneksel kültürel kimliğin sürdürülmesi ve “dünyalı/dünya vatandaşı olma/küreselleşme” yolunda yeni kültürel kimlik arayışları bağlamlarında incelenmesi gereken ortamlardır: Ankara Film, Tiyatro, Müzik, Caz; Antalya Altın Portakal Film, Aspendos Opera ve Bale, Akdeniz Folkdans ve Folkmüzik; Balıkesir Film; İstanbul Film, Tiyatro, Müzik, Caz; İzmir Selçuk Efes Müzik Festivalleri vb, Antalya Noel Baba Anma Törenleri, Balıkesir Miss Glob Güzellik Yarışması vb. ile Ağrı Aşıklar Bayramı, Halk Oyunları Gösterisi, Boğa ve Karakucak Güreşleri, Aşık Efkârî Şenlikleri; Kars Mahalli Aşıklar Şenliği, Korkut Ata Kültür Şenliği; Bayburt Dede Korkut Kültür Sanat Şöleni; Bilecik Ertuğrul Gazi Şenlikleri; Bolu-Mengen Aşçılık ve Turizm, Köroğlu Kültür Sanat ve Turizm Festivalleri vb. ve Çankırı Hacı Murad Veli’yi Anma ve Kiraz Şenliği; Kırşehir Ahilik Kültür Haftası ve Esnaf Bayramı vb.

#### **Değerlendirme**

Çalışmanın bu aşamasına kadar; pazar, panayır, sergi ve fuarların, oluşum, gelişim ve dönüşümleri ile ekonomik ve kültürel boyutları ele alınmış; Türk kültüründe XX. yüzyıl öncesi uygulamalara değinilmiş ve Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin ilk yıllarında “tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş”in hedeflendiği “toplumsal değişim süreci”ne eşzamanlı olarak, ortamlar hakkında kronolojik bilgiler verilmiştir.

Tarım toplumlarına özgü bereket ritüellerinin devamı niteliğinde olan ve ritüel kalıtı din dışı alana kaydırılarak yeniden anlamlandırılıp gelenekleştirilen festivaller ise, ekonomik işlev ve boyutları ön plânda görülen, özellikle Büyük Sanayi Devriminden sonra yaygınlaşan, panayır, sergi ve fuarlardan bir bakıma ayrılmaktadır.

Festival, ekonomik, siyasal, kültürel



ve sosyal işlevlere sahip olsa da öncelikle “eğlence” veya tekdüze geçen yaşamda, günlerin canlandığı, hareketlendiği, renklendiği kısa bir “nefes” dönemi gibi algılanmaktadır. Türkçe’de “festival”, Batı’dan ödünç alınan ad ile zaten var olan şölen, bayram, şenlik geleneğinin sanayileşme ve kentleşme sürecini takiben, küresel kültürel sözcüklüğü(terminoloji) ve değerlerle uyumlu hale getirilmesidir. Türk kültüründe bin yıllardan beri görülen şölen, şenlik, bayram kutlamaları XX. yüzyıl festivallerine örnek oluşturmuştur.

Halk kültürü ve özellikle halkbilimi kadrosunda yer alan “halk eğlenceleri” başlığı altında değerlendirilen festivaller; aynı zamanda bir ulusun ekonomik düzen ve faaliyetleri ile bir devletin kültür ve ekonomi politikalarıyla da yakından ilgili sözlü kültür ortamlarıdır. Bu nedenle festivaller, ortak amaç/işlev ve benzer yapılar<sup>8</sup> izlenerek sürdürülen yoğun katılımlı gösterimler olduğu kadar; çağın gerekleri göz önünde bulundurularak öngörülen ekonomi politikaları doğrultusunda uygulanan ekonomik kalkınma programlarının, halk kültürüne (dikkatli kullanmak koşulu ile kitle kültürüne) yansımaları olarak da ele alınabilir. Bu bakış açısı, geleneksel uygulamaların dinamik yapısını sergileyeceği gibi; çağdaş devlet ve ulus yaşamında vazgeçilemez öğeler olarak kabul edilen, “teknolojik ve ideolojik değişimi izleyen ekonomik kalkınma”, “toplumsal değişim” ve yine dikkatle kullanmak koşulu ile “küreselleşme” sürecinde, “gelenek” kavramının kazandığı yeni boyutları ve “geleneksel uygulamalar”ın süreklilik ilkeleri konusunda da önemli verilere ulaşılmasına imkân sağlayacaktır.

Bu noktada, büyük ölçekli etkinlikleri ve süreklilikleri bakımından fuar ve festivaller, öncelik farklılıkları unutulmadan, ekonomik boyutlarıyla pratik anlamda yeniden birleştirilebilirler. Konuya, Türkiye Cumhuriyeti Devleti ve ulusu açısından yaklaşıldığında, şöyle bir değerlendirme yapılabilir:

Türkiye Cumhuriyeti Devleti’nin ilk yıllarında, ekonomik kalkınma düşüncesinin “geleneksel tarım toplumundan, sanayi toplumuna geçiş”i ifade ettiği bilinmektedir. Siyasî rejim değişikliğinin ardından, kalkınmak, çağdaş/modern devletlerin gelişmişlik düzeyine ulaşmak amacıyla gerekli görülen toplumsal değişim, bir diğer ifade ile sosyal ve ekonomik yeniden yapılanma süreci, başta ekonomik olmak üzere, sosyal ve kültürel faaliyetleri de bünyesinde barındıran pazar ve panayırın, kısa sürede, sanayi sektörlerinden elde edilen ürünün sergilendiği, ulusal ve uluslar arası fuarlarla desteklenmesini gündeme getirir. Kısa sürede, pazar ve panayırlar dönemin gereklerin uygun şekilde fuar ve festivallere dönüşmüştür. Fuar ve festivaller, yükselmekte olan ekonomik refah düzeyinin bir göstergesi olarak, devlet eliyle yaygınlaştırılmışlardır.

Ülkenin ve bölgenin kalkınmışlık düzeyinin sergilendiği; ulusal ve uluslar arası ticaret hacminin değerlendirildiği; ekonomik olduğu kadar sosyal, kültürel, eğitimsel işlevleriyle de önem kazanan fuarlar, çağdaşlaşmayı simgeleyen “sanayileşme ve kentleşme-kentlileşme” (Güvenç 2002: 21-24) bilincinin göstergeleridir.

Türkiye’de, başlangıç tarihleri 1981-2000 yılları arasında olan ve yılda bir kez düzenlenen yaklaşık beşyüzyirmibeş (525) şenlik-şölen-festival belirlenmiş, fakat uygulama şekilleri, ödenek koşulları ve süreklilikleri konusunda yeterli bilgi elde edilememiştir. Elbette festivaller, toplumsal yapı değişikliklerinin tek belirleyicisi ve tanımlayıcısı değildir. Ancak; bu etkinlikler, toplumun küçük ölçekli bir örneği olarak; her üyesinin festival sürecine herhangi bir şekilde katıldığı, festival heyecanının hissedildiği topluluğun, maddî-manevî/iç-dış tüm karakteristik özelliklerinin, sosyal değer yargılarının açıkça izlenebildiği ortamlardır. Dolayısıyla, toplum düzeyinde yaşanan bir yapı değişikliğinin, festivaller gibi sözlü kültür ortamlarına yansımaları gayet doğaldır. Gerek bu bakış

açısı, gerekse belirlenen rakamın hayret verici yüksekliği, festival adları ve festivallerin yapıldığı yerler dikkate alındığında, Türk halkının yaşamakta olduğu değişim ve dönüşüm süreci şu şekilde açıklanabilir:

Karma ekonomiye dayanan kalkınma plânları sonucu, “tarım toplumu”ndan “sanayi toplumu”na geçişten ziyade;

\* Gelişmiş BAĞ VE BAHÇECİLİK;

\* Coğrafya koşullarına göre yetersiz kalmış TAHİL TARIMI;

\* Geliştirilmeye çalışılan HAYVANCILIK;

\* Batı’ya açılım düşüncesiyle; ulaşım imkânlarının elverişliliği, gelişmişlik düzeyinin yüksekliği, temsil gücü vb. nedenlerle, Marmara, Ege, Batı Karadeniz ve Orta Anadolu bölgeleriyle sınırlı kalmış gibi görülen küçük, hafif ve nispeten ağır SANAYİ;

\* Tüm imkânların seferber edildiği; tarihî kültürel mirası ve doğal coğrafi zenginlikleri tanıtım(reklam) amacıyla kullanan, kimi zaman “yerelin geliştirilmesinden çok genelin yerelleştirildiği”(Oğuz 2001) bir küreselleşme anlayışı uğruna bilinçsizce harcayan TURİZM;

\* “Üretim satmak” ile “ithâl edip satmak” arasında denge kurma yollarının arandığı TİCARET;

\* “Üretim vermektен” çok “alıp kullanmaya” dayanan, eğlence merkezli TÜKETİM

toplumuna dönüşülmektedir/dönüşülmüştür.

Festivalleri, iki açıdan ele almak uygun olacaktır. İlki, şenlik veya festivalin yerel-bölgesel ekonomik, kültürel değerleri ve gelişmişliği sergilemesi; diğeri, evrensel değerlerin kazanılmasını sağlamasıdır. Bu bakımdan köy, ilçe, belde ve illerde sosyal, kültürel, ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre yapılandırılan festivaller; bilim, kültür, sanat, spor vb. etkinlikleriyle hem kitle, hem de seçkin(elit) kültürün izlenebildiği halk bayramlarıdır.

Yüksek refah düzeyinin hedeflendiği bir toplumsal yapı değişikliği, sadece tarım

toplumundan sanayi toplumuna geçişin değil; “kalkınma”, olgusunun ana değişmezidir. Toplumsal kalkınma, siyaset, ekonomi, kültür, bilim, eğitim, sağlık, sanat, spor gibi toplumun yapısını belirleyen ana öğelerin tamamında uygulanan çağdaşlaşma girişimleriyle anlam kazanır. İnsanoğlu var oldukça, kalkınma gerekliliği var olacaktır. Kalkınma, toplumların, milletlerin daima değişen dünya düzenini algılama yolları, yaşam koşulları ve seçimlerine göre, farklı bir seyir ve hızda sürdürülmektedir.

Atatürk’ün, 1923 İzmir İktisat Kongresi’nde söyledikleri, Türkiye Cumhuriyeti’nin “kalkınma sürecini” belirleyen ve başlatan ifadelerdir. Ulusal egemenlik ile ekonomik egemenliğin yan yana getirildiği bu ifadeye göre çizilen yol, tarımın modernleştirilmesi, sanayileşme ve ekonomik sektörlerin bütünleştirilmesidir. Bu hedeflerin, köklü toplumsal yapı değişikliklerini de gerektireceği elbette biliniyordu. Ekonomik kalkınmadan beklenen de bu idi. “Köylü milletin velinimetidir” sözüyle onurlandırılan tarım toplumunun kalkındırılması ve sanayileşme çabaları toplumsal değişim sürecinin ilk adımlarıydı.

Geleneksel tarım toplumunda toprak “vatan”dır. Toprağa bağımlılık, değer yargılarına, örf, âdet ve göreneklere sınıksız bağlanmayı da beraberinde getirir. Ekonomi, atadan kalan yöntemlerle sürdürülen tarım ve hayvancılığa dayanır. Tarım mevsimi dışında kalan boş zaman, yan uğraşlar olarak tanımlanabilecek zanaatın gelişmesine uygun zemin hazırlamıştır. Tarım ve hayvancılıktan elde edilen hammadde nin basit yöntemlerle işlenmesi, üretim-tüketim zincirinde, toplumun kendi kendini doyurabilmesini sağlamıştır. Çetin doğa koşullarına karşı güç birliği ihtiyacı, yardımlaşma ve işbölümünü zorunlu kılar. Aile içi ve aileler arası işbölümü ve yardımlaşma, ağır koşulların üstesinden gelmeyi sağlar. Bu ihtiyaç, doğum oranı çok yüksek düzeylerde seyreden, kalabalık ve geniş aileler kurma yoluyla karşılanmıştır. Aile kavramı kutsala yakın bir değer taşır. Kan

bağı veya soy bağı anlayışıyla açıklanabilecek bu değer, aile kurumunun korunması ve yakın akraba evlilikleriyle güçlendirilir. Bu çoğalma yöntemi, elbette mal birliği veya ana geçim kaynağı olan arazinin bölünmesi endişesiyle de yakından ilgilidir. Kimi zaman, töre ile çözümlenen hukukî sorunlar yaşansa da, sıkı bir sosyal ilişki gözlenir. Ölüm merasimlerinden, eğlenceye kadar, kadın ve erkek örgütlenmeleriyle sürdürülen bu ilişkide, inanç sisteminin de önemli payı vardır. “Devlet oğul, mal tahlil, mülk değirmen” felsefesiyle yaşayan geleneksel tarım toplumunun ana özellikleri, son derece ağır bir devinimle sürer. Değişim ve gelişim, ancak, yüzyılları kapsayan bir “üst bakış” ile fark edilebilir.

Geleneksel tarımın, modern yöntemler ve makine gücüyle desteklenmesi, toprağın verimini artırır. Tarım bölgelerinde kurulan fabrikalar, ürünün daha az kayıpla, kısa sürede işlenmesini ve pazarlanmasını sağlar. Fabrikaların ihtiyaç duyduğu iş gücü, öncelikle göç ile karşılanmıştır. Toplumsal yapıda görülen bu kırılma, sanayi toplumunun oluşumunu ve kentleşme sürecinin başlamasına yol açmıştır.

Sanayi toplumunda vatan “doğulan yer değil, doyulan yerdir”. Sanayileşme ve kentleşme, yeni geleneklerin oluşmasına ve sosyal normların kısmen değişmesine neden olmuştur. Teknolojiyle desteklenen fabrika üretimi, vardiyalı sistemlerle sürdürülmüş; çalışanlar işten arta kalan boş zamanlarını, dinlenmek ve eğlenmek için kullanmışlardır. Üretim aşamasında işbirliği ve yardımlaşma, yerini, ücreti karşılığında hizmet vermeye bırakmıştır. Tarım toplumunda görülen sıkı sosyal ilişki gevşemiş, önce “gecekondu” sonra “orta direk mahalleleri”nde ve lojmanlarda “memleketlilik/köylülük/komşuluk” çevresinde, asgarî ortak paydalarda sürdürülmüştür. Hukukî sorunlar genellikle yasal yollarla çözülür. Köy, artık “havasına, suyuna ekmeğine özlem duyulan; maddî koşullar uygun ise “izin süresinde” ziyaret edilen ata

toprağıdır. Küçülen ailenin ihtiyaçları, köyden gelen pay ve iş gücü karşılığında kazanılan para ile giderilir. Kültürel kimlik bilinci, genellikle dernekler aracılığıyla canlı tutulur. Sanayi toplumunda, değişim ve gelişim hızı yükselmiştir.

Bu tablo da, kentleşme/kentlileşme sürecinin ileri aşamalarında değişime uğrar.

Fransız toplumbilimci A. Tourain, *La Société Post-Industrielle* (1969), “Sanayi Ötesi Toplum” adlı çalışmasında “sanayi ötesi toplumun, anlamlı özelliklerinden birinin serbest zaman, katılma, yenileşme olgularında görüldüğünü” (Özkök 1985: 141) belirtir ve işin mekanikleşmesinin serbest zamanın da mekanikleşmesine yol açtığını ifade eder. O’na göre, sanayi ötesi toplumda, kültürle toplumsal yapı arasında belirli bir kopma yaşanır ve köy şölenleri örneğinde olduğu gibi yaşanmış deneyimle ilgili kültürel etkinlikler, sanayi uygarlıklarında kaybolmaktadır.

Kalkınmakta olan bir toplum, eski ve yeni düzen arasında bocaladığı “geçiş” döneminde kimlik, dirlik, birlik, sabır, cesaret ve umuda ihtiyaç duyar. Devlet ve halk ekonomisinin destekleyicileri olarak panayır, fuar ve festivaller; ekonomik, siyasal, sosyal-psikolojik ve kültürel işlevleriyle, toplumsal yapı değişikliği sürecinde, topluma kimliğini hatırlatan, dirlik getiren, birlik ve beraberlik duygusunu pekiştirip “yabancılaşmayı” engelleyen, zorlu yaşam koşullarına sabırla direnme cesaretini artıran ve geleceğe yönelik umutları tazeleyen etkinliklerdir. Tourain’in sözlerinden yola çıkılarak, bu faaliyetlerin kültür ve toplumsal yapı arasındaki kopmaların etkisini hafiflettiği veya tamir ettiği de ifade edilebilir.

#### NOTLAR

<sup>1</sup> Bu konuda geniş bilgi için (And 1962); (And 1982); (Burke 1996)ya bakılabilir.

<sup>2</sup> Bu konuda geniş bilgi için (And 1982)ye bakılabilir.

<sup>3</sup> 1924 T. İş Bankası, 1925 Türkiye Sınai ve Maadin Bankası, 1930 T.C. Merkez Bankası, 1933 Sümerbank ve Halk Bankası, 1935 Etibank, 1937 Denizbank.

<sup>4</sup> İstanbul-Beykoz deri-kundura, Bakırköy pamuklu dokuma, Feshane yünlü dokuma, Hereke ipekli yünlü dokuma fabrikaları.

<sup>5</sup> Kayseri, Malatya, Ereğli, Nazilli pamuklu dokuma, Bursa-Merinos yünlü dokuma, Kayseri bez, Taşköprü kendir, Karabük demir ve sülfirik asit, Sivas çimento, Filyos ateş tuğla, Gemlik suni ipek, İzmit klor, Zonguldak sömük, İstanbul-Paşabahçe şişe ve cam, Eskişehir, Turhal, Uşak, Alpullu şeker, Isparta gül yağı, Kütahya kiremit, İzmir İplik Dokuma ve Basma Kombinası, Denizli ve Erzincan iplik, Ereğli dikiş ipliği, Bursa Merinos iplik, Gemlik suni yün ve şeffaf kâğıt, 1., 2., 3. kâğıt ve selüloz fabrikaları, Rize Çay Araştırma Enstitüsü.

<sup>6</sup> T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Folklor Araştırma Dairesi'nin yayımladığı 1973 tarihli "Türkiye Belirli Günler Takvimi", 1993 tarihli "Toplumsal Dayanışma ve Kaynaşma Açısından Anlamli Günler Almanagi", 2001 tarihli "Özel Günler Albümü" ve konuyla ilgili küçük çaplı broşürler, elbette büyük bir özveriyle hazırlanmış değerli çalışmalarıdır; ancak, önemli bilgi yetersizlikleri de bulunmaktadır.

<sup>7</sup> 1980 sonrası "tarım yatırımları" için (Şahin 2000:258-264)e bakılabilir.

<sup>8</sup> Kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması sonucu, endüstri haline gelen popüler kültürün, "benzer, çok az farklı" ürünlerin ortaya çıkmasına neden olduğu konusunda (Modleski 1998)e bakılabilir.

#### KAYNAKLAR

Akarpınar, R. Bahar (2000) "Anadolu'da Çok Tanrılı Dinler Döneminde Görülen Bereket Törenleri" *Türkbilgi Türkoloji Araştırmaları* 2000/1: 178-174.

Anadolu Uygurulukları (1982) Görsel Anadolu Tarihi Ansiklopedisi, İstanbul: Görsel Yayınlar Ansiklopedik Neşriyat.

And, Metin (1962) Dionisos ve Anadolu Köylüsü, İstanbul

And, Metin (1982) Osmanlı Şenliklerinde Türk Sanatları, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Barthold, V.V. (1990) Moğol İstilâsına Kadar Türkistan, (Hazl.H.D. Yıldız), Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.

Burke, Peter (1996) Yeniçağ Başında Avrupa Halk Kültürü, Ankara: İmge Kitabevi.

El-Farûkî, İ.R., L.L. el-Farûkî (1999), İslâm Kültür Atlası, (Çev. M.O. Kibaroglu, Z. Kibaroglu), İstanbul: İnkılâb Yayınları.

Gökçe, Birsen (1996) Türkiye'nin Toplumsal Yapısı ve Toplumsal Kurumlar, Ankara: Savaş Kitap ve Yayınevi.

Güçer, Lütfi (1987), "16.-18. Asırlarda Osmanlı İmparatorluğu'nun Ticaret Politikası", *Türk İktisat Tarihi Yıllığı*, 1: 1-128

Güvenç, Bozkurt (2002), "Çağdaşlık: Kent ve Endüstri" *Kültürün ABC'si*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 21-24.

Kongar, Emre (1995), *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

Kuruç, Bilsay (1987) Mustafa Kemal Döneminde Ekonomi, Ankara: Bilgi Yayınevi.

Modleski, Tania (1998), *Eğlence İncelemeleri*, (Çeviren: Nurdan Gürbilek), İstanbul: Metis Yayınları.

Oğuz, M. Öcal (2001) "Küreselleşme ve Ulusal Kalıt Kavramları Arasında Türk Halkbilimi" *Milli Folklor* c.7, y.13, s.50: 5-8.

Ögel, Bahaeddin (1985) *Türk Kültür Tarihine Giriş I*, Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Özel Günler Albümü (2001) Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

Özkök, Ertuğrul (1985), *İletişim Kuramları Açısından Kitlelerin Çözülüşü*, Ankara: TAN Kitap Yayın ve Ticaret Ltd. Şti.

Spicer, D. Gladys (1958) *Festivals of Western Europe*, New York: H. W. Wilson Company.

Sümer, Faruk (1967) *Oğuzlar*, Ankara: Ankara Üniversitesi Basımevi.

Sümer, Faruk (1985) *Yabanlu Fuarı-Selçuklular Döneminde Milletlerarası Büyük Bir Fuar*, İstanbul.

Şen, Ömer (1996), *Osmanlı Panayırıları* (18.-19. yüzyıl), İstanbul: Eren Yayıncılık.

Şenel, Alâeddin (1985), *İlkel Topluluktan Uygur Topluma*, Ankara: Birey ve Toplum Yayınları.

Tokgöz, Erdinç (2001), *Türkiye'nin İktisadi Gelişme Tarihi (1914-2001)*, Ankara: İmaj Yayınevi.

*Toplumsal Dayanışma ve Kaynaşma Açısından Anlamli Günler Almanagi* (1993), Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.

*Türkiye Belirli Günler Takvimi* (1973), Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları.