



Akçakoca Köylü Pazarı: Bir Kadın Kamusal Alanı ve Pazarıcı Kadınlar ¹

Hanife Aliefendioğlu ²

Özet

Bu çalışma kadınların ücretsiz emeğinin kayıt dışı olduğu modern kapitalist sistemde pazarcılık geleneğini sürdürerek güçlenmelerini irdelemektedir. Türkiye'nin Batı Karadeniz bölgesi ilçelerinden Düzce-Akçakoca'da kadınların bahçecilik üretiminin fazlasını yerel pazara getirip satarak kendilerine ekonomik bir özerklik yaratan pazarıcı kadınların pazarcılık deneyiminin dinamiklerini incelemektedir. Doktora tezi için 1998-1999 yılları arasında yapılan alan çalışması sırasında 82 pazarıcı kadınla yapılan görüşmeler ve yedi kadınla yapılan derinlemesine görüşmelerin analizine dayanmaktadır. Çalışma, kadın antropolojisi, ekonomik antropoloji, feminist antropoloji yaklaşımlarıyla pazarıcı kadınların pazara başlama nedenlerini, pazarı onlar için çekici kılan unsurları, pazarcılığın kadınların hayatındaki güçlendirici sosyal ve ekonomik değerini irdeleyen, modern ekonominin içinde yaşayan pazarcılık geleneği dönüştürerek sürmesinin bugünden bir yeniden okumasıdır. Pazarıcı kadınlar için ev işlerinin devamı gibi olan tarımsal üretimin pazara ulaştırması en kolay gelir getirici faaliyetti. Pazarda satış yapmak kadınlar için ağır tarla ve hayvancılık işlerinden kurtulmak demektir. Pazarıcı kadınlar bir rekabet- dayanışma ağı içinde ekonomik özerklik kazanarak kamusal alana erişmekte ve bir kadın kamusal alanı yaratmaktadırlar.

Anahtar Kelimeler: Akçakoca Köylü Pazarı, Pazarıcı Kadınlar, Küçük Üreticilik, Kamusal Alan, Kadın Antropolojisi.

Akçakoca Villager Market: A Women-only Public Sphere and Marketwomen

Abstract

This study analyzes the empowerment of women in the context of traditional village market in the modern capitalist system under which their unpaid labor is rarely registered. The study is informed by data gathered in Düzce-Akçakoca, one of the districts of the Western Black Sea region in Turkey, in which particular attention was paid to the dynamics of the marketing experience of the market women who carved economic autonomy for themselves by growing and selling their horticultural produce to the local market. The study involved interviews with 82 market women and additional in-depth interviews with seven participants to illuminate the study's goals.

This century long traditional line in the modern economy is living with a great transformation. The study is a re-reading from today of a fieldwork that examines the reasons for market women to start the market, the factors that make the market attractive for them, and the social and economic value of marketing in women's lives with the approaches of women's anthropology, economic anthropology and feminist anthropology.

¹ Alıntılar için: Aliefendioğlu, H. 2023 "Akçakoca Köylü Pazarı: Bir Kadın Kamusal Alanı ve Pazarıcı Kadınlar", Antropoloji ve Kültürel Bakış, Sayı 2, ss. 17- 34

² Prof. Dr., Doğu Akdeniz Üniversitesi- ORCID: 0000-0000-0003-2357-2012

It was the easiest income generating activity for women to bring horticultural production to the local marketplace which was like the continuation of housework. Women selling in the market get rid of heavy agricultural and livestock work. By gaining economic autonomy within the competition-solidarity network in the marketplace, marketwomen access the public space and create a women-only public space.

Keywords: Akçakoca Village Market, Marketwomen, Small-Scale Horticultural Production, Public Sphere, Anthropology of Women.

Giriş

Endüstride olduğu gibi tarımda, hayvancılıkta ve ev işlerinde kadınlar tarafından yapılan bütün işlerin değersiz bulunması kadınları birçok bakımdan sessiz ve çaresiz bırakıyor. Batı Karadeniz bölgesinde köylerde yaşayan küçük üretici kadınların yerel pazara getirdikleri tarımsal üretimin fazlası bir ekonomik özerklik sağlıyor ve kamusal alanlar yaratıyor. 1998-1999 arasında gerçekleşen alan çalışması, kadınların emeğinin karşılıksız bırakılması veya değersiz bulunması olgusuna bir karşı çıkış olarak kadınların gelir getirici faaliyetlerine yakından bakmayı amaçlamıştı.

Dünya nüfusundaki kontrolsüz kentleşme kırsala olan ilgiyi azalttı. Homojen bir kırsal kadın nüfusundan söz edilemeyecek olsa da kadınların tarımdaki konumu hakkında şu tespitler yapılabilir. Kırsal kesim kadınları erkeklerden daha uzun saat çalışırlar. Çoğu ücretsiz aile işçisidir ve güvensiz çalışırlar. Emekleriyle gelire katkıda bulunurken kararlara katılamaz, gelirden pay alamazlar (Bullock, 1985, s.43). Öte yandan erkekler, sadece tarımsal ürünü pazara getirmekle kalmaz neo-liberal ekonomilerin hüküm sürdüğü bir çok coğrafyada kararlara alma gücünü ve geliri ellerinde toplarlar.

Benim çalışmamın konusu da, tarımda ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadınlardır. Türkiye'nin kimi yörelerinde olduğu gibi Latin Amerika, Asya, Afrika ve Orta Doğu ülkelerinde tarımda ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadınların yerel pazarlarda satıcılık yaptığı çok örnek var. Türkiye'nin birçok yöresinde halen yaşayan haftalık pazarlarda satış yapan kadınlar geleneklerin izin verdiği en eski kamusal alan etkinliğini sürdürmektedir. Çalışmamın konusu olan Akçakoca Pazar Yeri'nin köylü pazarı olarak bilinen bölümünde satış yapan kadınlar çoğunlukla fındık üreticisi ailelerin üyeleridir.

2010-2020 dönem ortalaması endeks değerlerine göre Türkiye toplumsal cinsiyet eşitliği performansı bakımından 36 ülke arasında 56,5 endeks değeriyle 35. sırada yer almaktadır (CEİD, 2022, s.92). Türkiye'de tarımda çalışan kadın oranı azalmaya, kadınların ve erkeklerin ekonomiye katkı oranı arasındaki fark kadınlar aleyhine giderek açılmaya devam ediyor. 1950'lerde %72.1 olan kadınların işgücüne katılım oranları, 1988'de %33.2'ye, 1994'te %34'e, 1996'da % 30.1'e, 1998'de 26.4'e düşmüştür (KSSGM 1998:29; DİE 1996). Türkiye'de tarımda çalışan kadınların oranı, 1990'da %78.9, 1996'da %74.7'dir. Hane halkı işgücü araştırması sonuçlarına göre 2021 yılında kadınların işgücüne katılma oranı yüzde 32,8, erkeklerde ise yüzde 70,3 oldu. (FAO 2016). 2015'te yüzde 31.4 olan kadınların işgücüne katılım oranı 2021 yılında yüzde 22.1'e düşmüştür



(TÜİK Toplumsal Cinsiyet İstatistikleri). CEİD (2018, s.91)'in raporunda küçük ölçekli çiftçi hanelerinde, kadınlar, yoğunlukla ücretsiz aile işçisi statüsünde çalışmaktadır. Özellikle tarımda kadınların kayıt dışı çalışmasının halen yaygın olduğu 2016 oranı kadınlar için yüzde 44.6'dır (CEİD, 2018, s.128). TÜİK işgücü istatistiklerine göre kadınların tarımda kayıt dışı çalışması yüzde 90'ların üzerindedir. (CEİD, 2018 s.176-184). 2016'da yüzde 94.2 olan tarımda kadınların kayıt dışı çalışması 2021 yılında yüzde 94.2'e gerilemiştir.

Akademik literatüre hakim olan tarafsız, objektif ve ampirik gelenek erkek egemendir ve kadınların bilgi ve deneyimini dikkate almamış, kadınlara bu alanda çalışmanın kapılarını açmamıştır. Ardener'in belirttiği gibi (1972) genel "dünya görüşü" erkekler tarafından yaratılır, kadınlar ise suskun gruptur (muted group). Antropoloji yönünü toplumsal cinsiyet çalışmaları ve feminizme kaydıran ilk disiplinlerdendir (Shapiro, 1981, s.461-63). Bu bakımdan antropoloji anti pozitivist feminist eleştirisi ve kadın bakış açısının gelişmesinde önemli bir alan olmuştur. Gergen antropolojide kadınların katkısının iki yönlü olduğunu belirtir: Bazı antropologlar, cinsiyet eşitliğinin bulunduğu veya kadının egemen olduğu kültürlerle ilişkin bilgileri derler ve yayınlarken bazıları ataerkilliğin ve erkek egemenliğin evrensel olduğunu belirttiler (Gergen, 1988, s.50-51). 1970'lerde başlayan feminist çalışmalar, antropolojiye yeni bir eleştirel bir bakış getirmiş, antropolojik bir araştırmanın aynı toplumun üyesi de olsa kadın ve erkek gözüyle nasıl farklılaştığını göstermiş, kadınların kültür üzerindeki etki ve paylarını ortaya çıkarmıştır (Shapiro, 1981, s.459).

Çalışmamın kuramsal çerçevesini ise kadın antropolojisi ve feminist antropolojinin farklılıklarını tartışarak, modernizm, tarımda makineleşme ve tarımsal üretimde kapitalistleşmeyi irdeleyerek çizdim. Kavramsal ve kuramsal çerçeveyi ele alırken kadınları güçsüzleştiren (ücretsiz aile işçisi olmak) ve güçlendiren taraflarıyla irdelemeye çalıştım. Örneğin kamusal alanı, kadının erkeğin statüsünü ve mekansal ve ilişkisel olarak belirleyen bir analitik kavram olarak ele almaya çalıştım ve kadınların yarattığı kamusal alanlardan örnekler verdim (s.36-37). Bora (1997, 85) klasik liberal söylem kamusal/özel alan ikilemi kavramını sosyal bilimlere sunduğundan bu yana, bu kavramın bir analitik araç olmak yerine gerçeklikle birebir örtüştüğü gibi bir varsayıma neden olduğunu, kadının özel alandaki durumunu doğallaştırdığını belirtir. Antropolojide kadınların zaman zaman erkeklere ait kamusal alanları onlarla paylaşırken zaman zaman da kendi kamusal alanlarını oluşturduklarını gösteren çalışmalar vardır (Bora, 1997, s.85). Ancak kadınların ve erkeklerin kamusal alanları, kaynaklara ulaşma veya karar verme bakımından eşit değerde değildir (Reiter, 1974; Marcus 1992, s.118-119). Kadınların özel alanda kendi durumlarını güçlendirecek odaklar oluşturabildiklerini (Bora, 1997, s.92), kadını doğa erkeği kültürle özdeşleştiren özel olan ile kamusal arasında keskin hatlar bulunmadığını unutmamak gerekir (Rosaldo, 1980; Stathern, 1987).

Kadın antropolojisi ve feminist antropoloji ile arasında farklar vardır. Kadın antropolojisi politik bir dönüşümü hedeflemeksizin kadınların hayatlarını tanımlayıcı bir duruş sergiler. Feminist antropoloji ise kadınların (ve erkeklerin) hayatında olumlu bir değişimi de öngörür (Gergen, 1988 s.64-65). Feminist antropoloji toplumsal cinsiyetimizin bakış açımızı/perspektifimizi nasıl etkilediğini inceleme olanağı sağlayan batılı ataerkilliği sona erdirmeye yönelik politik çalışmalardır. Benim çalışmam pazarcı kadınlar açısından bir güçlenmeyi tespit etse de onlar için dönüştürücü

bir pratik içermemiştir.

Bilimsel olduğu iddia edilen dünya görüşü erkektir/erildir (Fox-Keller, 2007). Kadın emeği sorunlarına yönelik en kapsayıcı feminist tartışma, Marksist feministlerden gelmiştir. Buna göre kadınlar, erkekler karşısında bir sosyal sınıf durumundadırlar, ezilmelerinin nedeni yeniden üretimdeki konumlanışlarıdır (Üşür, 1997, s.24). Öte yandan Harding'e (1995) göre, araştırmacının inanç ve davranışlarının baskılanmayarak açığa vurulması, araştırmacıyı da analizin bir parçası haline getirir. Kadın bakış açısı, bilginin araştırmanın konusu olan kadının kendisinden alınmasına dayanır.

Kavramsal ve Kuramsal Çerçeve

Çalışmamın kavramlarını toplumsal cinsiyet, kadınlara ve erkeğe atfedilen işler ve bu işlere atfedilen önem bakımından hiyerarşik olan cinsiyete dayalı işbölümü ve ataerkillik kavramlarını tanımlayıp tartıştım. Bunları küçük üreticilik, üretim ve yeniden üretim tartışmalarının yanı sıra özel ve kamusal alan tartışmaları ile ele aldım. Soru kağıdımı bu çerçeveye göre oluşturdum.

Radikal feministlerin önerdiği ve kadınlar üzerindeki her türlü erkek egemenliğini ifade eden ataerkillik, kadın üzerindeki baskıyı görmezden gelen sosyal düzenleme ve yapılanmayı, kadınlar üzerinde erkekler tarafından kurulan her türlü egemenliği anlatır. Ataerkilliğin maddi temeli, erkeklerin kadınların emeklerini denetleyerek, ona bağlı olarak cinselliklerini kısıtlayarak kaynaklara ulaşmalarını engellemelerine dayanır ve erkekler arası hiyerarşik ilişkileri ve dayanışmayı içerir (Hartman, 1992, s.142).

Kandiyoti (1997, s.13) farklı biçimlerde ve içeriklerde yaşanan ayrımcılığın ataerkillik kavramıyla tanımlanmasını yetersiz bularak kadınların iktidarla kurduğu ilişkinin dönüşen, bozulabilen ve yeniden kurulan bir biçimi (Bora, 1997, s.89) olduğundan hareket ederek, kadınların toplumsal uyum ve direniş stratejilerini ifade eden "ataerkil pazarlık" kavramını önerir. Ataerkil pazarlık, yaygın erkek egemenliğinin aldığı farklı biçimleri içeren bir terimdir. Erkek egemen sistemin kadınları baskı altına aldığı kadar koruyan yönleri de vardır ve kadınlar sisteme, bu nedenlerle erkekler kadar bağlı olabilirler. Karşılıklı beklentilerin kadın ve erkeğin birbirlerinin dokunmadığı bazı alanlar geliştirmesi ataerkil pazarlık olarak tanımlanmaktadır (Kandiyoti, 1997, s.13).

Birçok toplum kadının ve erkeğin yapacağı işleri bazı kurallara göre ayırır. Modern toplumlarda cinsiyete dayalı işbölümü bir hiyerarşi ve güç ilişkisini içerdiğinden, aile içinde işlerin paylaşılmasından başlayarak toplumun tamamını örgütleyen bir sisteme dönüşür; bu işbölümünün sonucu olarak kadına verilen ikincil değer, özel alanda erkeklerin baskısı kadar devletin sosyal ve ekonomik politikalarına da yansır (Harris, 1982). Başka bir deyişle, kadının aleyhine olan cinsiyete dayalı işbölümü, toplumsal değişmeden en az etkilenen bir unsur olarak kalmıştır. Cinsiyete dayalı işbölümünün özellikle kadın çalışmaları literatüründeki önemi bu değişmeyen yönünde yatmaktadır. Buna göre pazar değeri büyük olanlar erkekler tarafından, yeniden üretim ise kadınlar tarafından kontrol edilir. Bir pazarcı kadının ev için harcamaların nasıl planlandığı sorusuna yanıtında olduğu gibi "İvir zıvırı biz alırız, unu, yağı kocalar alır " (Aliefendioğlu, 2000, s.149).



Radikal feminizm kadın işgücünün ucuz, değersiz ve kötüye kullanıma açık olduğunu söyler. Kadının ev içi ücretsiz emeği, sermayeye avantaj sağlamakta, sermaye bu ücretsiz emekle kendini büyütmektedir. Özel alan kadını dışlayarak, kamusal alan ise kadına karşı ayrımcılık yaparak kadın emeğini kontrol etmektedir (Walby, 1992). Kapitalizmin cinsiyete dayalı işbölümünü keskinleştirdiğini söyleyen Marksist feministlere, radikal feministler bu tür bir işbölümünün ve bugünkü biçimiyle olmasa da kadının baskı altında tutulmasının kapitalizmden önce de var olduğu iddiasıyla karşı çıktılar (Donovan, 1997, s.156). Ancak kapitalizmin emeğin üzerindeki kontrol gücü bakımından işinin kolaylaştığını söylemek mümkündür. Örneğin kapitalizmden önce yeniden üretim ve üretim alanlarının bu kadar ayrılmamış oldukları bir gerçektir.

Beneria'ya (1979) göre ev içi işler yeniden üretim faaliyetidir, yeniden üretim ve üretim hane içinde çatışma içinde olan süreçlerdir. Bu kavram, cinsellikle ve üremeyle ilişkisi nedeniyle aynı zamanda ataerkilliğin doğasını da anlamamıza yardımcı olacaktır (Mackintosh, 1981, s.10-11). Beneria'ya (1982, s.139) göre, aile içindeki biyolojik ve sosyal yeniden üretimi de kapsayacak ve değişim değeri olan tüm üretimi içerecek şekilde aktif işgücü tanımı yeniden yapılmalıdır. Çünkü kadının yeniden üretimi ailenin rutin ihtiyaçlarına yöneliktir. Erkekler pazar için değişim değeri üretirler. Yeniden üretimin bir süreç olarak anlamı, kadının diğer rollerinin biyolojik yeniden üretimden ayrılmasıdır. Çalışmamda Babb (1986, s.54) ve Ecevit (1985, s.72)'in belirttiği biçimiyle yeniden üretim kavramını, biyolojik yeniden üretim, emeğin yeniden üretimi/kullanımı ve sosyal yeniden üretimi içerecek biçimde kullandım.

Delphy'e göre ise kadınların yaptıkları işlerin değer alanından dışlanmasına neden olan üretim ilişkisinin kendisidir. Ev içindeki üretim ilişkileri, kadının ev işleri ve çocuk bakımı hizmetlerinin yanı sıra piyasaya yönelik hane içinde üretimlerini de kapsamaktadır. Kadınların sadece ev içinde harcadıkları emek değil piyasa için yaptıkları üretim de karşılığı ödenmeyen emek kategorisine girer. Bu durum tarımda ve küçük esnafılıkta geçerlidir (Delphy, 1992, s.75, akt. Aliefendioğlu, 2000, s.26).

Kadının kazancı çoğunlukla hane halkının yararına devredilirken, parayı ve malı elde eden koca/baba bu parayı her zaman ve tamamıyla aile üyeleri için harcamayabilmektedir (Lewenhak, 1988, s.160). Sadece kadınların gelir getirici bir iş yaptığı kırsal topluluklarda, parayı denetleyen, ürünü pazara götüren ve kendileri için harcayan genellikle erkeklerdir (Kandiyoti, 1996, s.62; Özbay, 1991).

Kadınların tarımda çalışmalarının parasal değeri üç şekilde hesaplanabilir: Birincisi kadınların aileye ait toprakta çalışmalarının karşılığının hesaplanmasıdır. İkincisi, kişilerin aile gelirine bireysel katkılarının tahmini miktarının saptanmasıdır. Sonuncusu ise girdi (tohum, bitki, gübre) fiyatlarıyla ürünün pazar fiyatı arasındaki farkın hesaplanmasıdır. Burada girdiye kadınların emeklerinin karşılığı katılmaz ve kadın emeği bu biçimiyle de görmezden gelinir (Lewenhak, 1988, s.106). Görüştüğüm kadınlar girdi ihtiyaçlarından söz etmediler.

ILO'nun dördümlü kategorisi (işveren, kendi hesabına çalışan, çalışan, ücretsiz aile işçisi) her zaman bu kadar kesin değildir. Tarımla uğraşan bir aile, sezonda işçi olarak başkalarını "çalıştırabilir",

artık ürününü yerel pazara götürüp satabilir ve “kendi hesabına çalışan” olabilirler, sezon sonunda başkasının tarlasında para karşılığı çalışabilir, “çalışan olabilirler”. Böylece bir yıl boyunca bu kategorilerden üçünde yer almış olurlar (Lewenhak, 1988, s.89). Bu durum benim çalışmamın katılımcıları olan pazarcı kadınlar için de geçerlidir.

Alışverişin Cinsiyeti: Bir Kadın Etkinliği Olarak Pazarcılık

Ekonomik anlamda pazar, bir grup müşteri ve satıcının karşılaştığı ve fiyatların arz ve talebin zorlamasıyla belirlendiği özel/belirli bir yerdir (Karanja, 1980, s.43). Tarımsal ve ticari ürünlerin kadınlar tarafından pazarlarda satışa sunulması, dünyanın birçok ülkesinde/kültüründe yaygın bir gelenektir. Kadınların pazara katılımı kültürel kodlara bağlıdır. Pazarlar hala büyük kentlerde bile ucuz alışveriş yapılan yerler olarak varlıklarını korumaktadır. Araştırmamızın konusunu oluşturan pazarcı kadınlar, tarımda ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadınlardır. Kadınların ticaret uğraşının boyutları çok küçük ölçekli, başka etkinliklerle bölündüğü için süresizdir.

Modernleşme ile birlikte gelen tarımda makineleşme, kadınlara boş zaman yaratmış, evde üretilen mal ve hizmetlerin dışarıdan parayla satın alınmasını sağlamış (Kandiyoti, 1997, s.9) ve kadınları fiziksel olarak birçok ağır işten kurtarmıştır. Öte yandan kadınların pazar satışından çok az gelir elde ettikleri doğrudur. Ancak bu iş sırasında çok az yoruldukları için bu işi tarımsal faaliyete tercih edebilmektedirler (Boserup, 1970, s.93).

Illich (1996, s.123-125) alışverişin toplumsal cinsiyetli olduğunu belirtir. Malezya’da Batı Sahed’de, Karaibler’de erkekler evle ilgilenirken, satış için uzak köylere giden kadınlardır. Erkek, karısının sattığı malları kimsenin kendisinden satın almayacağını bilir. Java, Endonezya, Guatemala, Güney Afrika Cumhuriyeti, Kenya, Bangladeş, Ekvador, Peru, Meksika, Kolombiya, Bolivya ham veya tüketime hazır gıda pazarlamaktadırlar. 1980’lerde Batı Afrika, Karayib ve Güney Asya’da tarımsal ürün ve balığın %70-90 arasında değişen oranı kadınlar tarafından satışa sunulmuş ve satın alınmıştır (Lewenhak, 1988, s.160). Ticari faaliyetlerin Gana’da %88’i, Haiti’de %91’i, Tayland’da %54’ü kadınlar tarafından yapılmıştır. Togolu viski ve sigara ihracatçısı okuma yazma bilmeyen kadınlar, kazançlarını gayrimenkule ve pahalı arabalara yatırmaktadırlar (Lewenhak, 1988, s.164). Latin Amerika, Karaib, Orta Doğu ve Asya’nın kimi ülkelerinde kadınların satış yaptığı pazar yerleri olduğu bilinmektedir. Örneğin Kenya (Robertson 1995), Zimbabwe (Horn 1994), Peru (Babb 1986), Nijerya (Karanja 1980) ve Gana’da (Robertson 1995) koloni döneminden beri süren kadınların satıcılık yaptığı pazarlar üzerine yapılmış çeşitli araştırmalar bulunmaktadır (Aliefendioğlu, 2000, s.44-45).

Araştırmamda, Türkiye’de kadınların tarımsal ve hayvansal ürünleri satışa sundukları pazar yerlerinde birbirleri ile, pazar yeri ile, müşterilerle, yerel yönetimle ve kendi haneleriyle ilişkilerine bakarak pazarcılık dinamiklerini anlamaya çalıştım.

Tarımda Modernleşme ve Kadınların Konumu

Modernleşme ve bağlı olarak tarımda mekanizasyon ve kapitalistleşmenin kadınlar için olumlu



sonuç vermediği saptaması 1970'li yıllarda yapılmıştır. Modernleşme ve tarımda kapitalistleşme ile toplumsal refaktan yararlanma konusundaki kadın-erkek arasındaki uçurum artmış, kadınlar kimi güç ve ayrıcalıkları yitirmişlerdir (Kandiyoti, 1997, s. 7; Phillips, 1990, s.90).

Kadın çalışmaları ve daha özeldir Marksist ve sosyalist feministler, modernizmle birlikte kadının emeğinin ve üretiminin değersizleştirilmesi ve bağlı olarak ailede ve toplumdaki ikincil konuma düşmelerini gösteren öncü çalışmalar yapmışlardır. Kırsal dönüşümle birlikte kadınlar, hem en çok istihdam edildikleri tarımsal üretim alanından uzaklaşmakta hem de tarım ve tarım dışı sektörlerde ücretsiz, düşük ücretli ve sigortasız çalıştırılmaktadırlar. Üretimde söz sahibi olma, tarımda yeni yöntemlerden yararlanma, toprak mülkiyeti, pazarlama ve kredi olanaklarına ulaşma; tarım dışı sektörlerde istihdam olanaklarından yararlanma (Ecevit, 1993, 119) şansı kadınlar için hala çok sınırlıdır (Özbay, 1991; Özbay, 1993, s.130; Ecevit, 1985). Bullock'a (1985, s.52) göre geleneksel tarıma ilişkin kadınlar tarafından üretilmiş ve bilinen çok değerli bilgiler yeni tarım teknolojileri için dikkate değer bulunmadığından yok olmak üzeredir.

Öte yandan kırsal kesimde modernleşme, dış dünyaya açılma olanağı sunmuştur (Ertürk, 1989, s.2). Türkiye'de kırsal dönüşüm tarımda kapitalistleşmenin yoğun olduğu bölgelerde başlamıştır. Kırsal alanda alt yapı olanakları gelişmiş (eğitim, sağlık, su, yol, elektrik), modern tarım araç ve gereçleri (kimyasal gübre, ıslah edilmiş tohum, makineleşme, sulama) köylü ailelerin pazar ekonomisiyle daha yakın ilişkiler kurmasını sağlayarak gelirlerini artırmış ve yaşam biçimlerini değiştirmiştir.

Kapitalistleşme süreci, küçük üreticiliği tamamen ortadan kaldıramamış, varlığını yapısal dönüşümlere uğrayarak sürdürmüştür (Özbay, 1991, s.41-43; Sirman, 1990, s.97). Tarımda modernleşme Türkiye'de yukarıda değinilenler doğrultusunda öngörülerin tam olarak gerçekleşmediği, onun yerine direnme ve yeniden yapılanma mekanizmalarının kurulduğu bir süreç olarak yaşanmıştır. Türkiye'de tarımsal yapının kapitalizmle bütünleşme süreci mülksüzleşmeye yol açmamış, hala büyük çoğunlukta olan küçük üreticiler piyasa ekonomisine direnebilmişlerdir (Kandiyoti, 1997, s.9).

Kadınlar ücretsiz aile işçisi olarak üretime katılmanın yanı sıra, topluluk içinde çeşitli sosyal ağlar oluşturarak bilgi dolaşımını da sağlamaktadır (Ertürk, 1992, s.54). Özbay'ın (1991, s.51) belirttiği gibi kadınlar haneler arasındaki sosyal mesafeyi, değiş-tokuş sistemini kurmakta ve evlilik bağının düzenlenmesi gibi bir çok alanda sosyal yeniden üretimi sürdürmektedir. Kadınlar, tarımda emek takası yaparak bir anlamda sermayeye ve kapitalizme karşı küçük üreticiliği koruyarak da kendi ikincil konumlarını yeniden üretirler.

Bunlara karşın modernleşme, ataerkillikle barışık bir şekilde kadınların hayatını olumlu anlamda değiştirmiş, erkeklere tanınan ayrıcalıklar biçim değiştirse bile ataerkillik varlığını ve kadın üzerindeki egemenliğini korumuştur (Kandiyoti, 1997, s.9). Modernleşme, tarımda çalışan kadınlarda bir rol çatışmasına neden olmuştur. Pazara ulaşma, kadının emeğinin pazar üretiminde de kullanılmasını gerektirmiş ev içinde ve tarlada yaptığı işin niteliğini değiştirmiş bazen da iş yükünü artırmıştır. Kadının üretim üzerindeki denetimini azaltmış (karar vermeye katılım vb.), kadın ve erkeğin çalışma alanları birbirinden ayrılmış (Ecevit, 1985, s.72), bu da kamusal ve özel

alan ayrımını keskinleştirerek kadını özel alanla daha fazla sınırlamıştır (Ertürk, 1989, s.5; Ertürk, 1992, s.55). Kadına sadece, özel alan ve biyolojik yeniden üretim rollerini bırakan modernleşme, erkeklerin eşlerini üretmeyen bağımlılar/asalaklar olarak görme eğilimini pekiştirmektedir.

Tarımda modernleşme, gelişmekte olan ülkelerde kırsal kalkınma projeleriyle yaşama geçirmeye başlanmıştır. Boserup'a (1970, s.23) göre modernleşme, erkek ve kadın arasında tarım toplumunda görülmeyen bir hiyerarşi yaratmıştır. Sömürgeci devletler ve kalkınma projelerini hazırlayan uluslararası kuruluşlar kadınların ekonomiye katkılarını görmezden gelmiş, batılı ve erkek bakış açısıyla, kadınları dışarda tutup tarımsal yenilikleri erkeklere açmışlardır.

Yöntem ve Teknikler

Araştırmamın niteliksel yanı ağır basan betimleyici ve keşfedici bir çalışma olmasını istemiş ve planlamıştım. Literatür çalışmasının ardından, gözlem, yaşam öyküleri, etnografik mülakat ve derinlemesine görüşme tekniklerini kullandım. Soru kağıdım bir dizi kapalı ve açık uçlu soru içeriyordu.

Bakış açısı teorisinin kurucularından Reinharz'a (1993) göre feminist çalışma bir metot değil bir perspektif /bakış açısıdır. Var olan metotlara uygulanır (Harding, 1995). Feminist çalışmalar her zaman bir sosyal değişimi öngörmüş, cinsiyet ilişkilerinde bir dönüşümü hedeflemiştir. Ben de çalışmamda antropolojide ve kadın çalışmalarında kullanılan yöntem ve teknikleri kullanarak yol aldım.

"Feminist araştırmacılara göre, kadınların toplumsal bilginin sadece nesnelere değil aynı zamanda öznesi olduğu yerlerde, özne-nesne, bilen-bilinen arasındaki ayrım son bulur. Araştırmacı araştırmaya kişi olarak da katılır; kendi yaşam deneyimlerini araştırmaya katar, araştırmanın hem içinde hem dışındadır (Reinharz, 1993). Araştırmacının araştırılanla aynı düzlemde yer alması, araştırmacının kendi öznel kültürel, sınıfsal konumunun, inanç ve davranışlarının analize katılmasını gerektirir. Böylece araştırmacı, kendi koşulları olan somut istek ve arzuları olan bir birey olur. Benim alan çalışmamda bunu ne kadar başardığımı bilmiyorum. Katılımcıların bana çok fazla soru sorduğunu ve hepsini yanıtlamaya çalıştığımı hatırlıyorum.

Alan Çalışması: "Bizi Yazan Kız"

Temmuz 1997'de yılında tez önerimin kabul edilmesiyle kadın antropolojisi, feminist antropoloji, kadın emeği ile ilgili akademik tartışmalar, diğer ülke ve bölgelerdeki kadın pazarcılığı ile ilgili okumalarla yani literatür taraması ile başladım. Kuramsal ve kavramsal çerçevemi bu okumalar üzerine oturttum. Ağustos 1998 - Eylül 1999 tarihleri arasında ortalama iki haftada bir Akçakoca'nın haftalık pazarlarının kurulduğu Salı günü pazarı kadınları ziyaret ettim ve toplam 93 pazarca kadınla yüz yüze görüştüm.

Alan çalışmamı başladığımda Bolu iline bağlı bir ilçe olan Akçakoca, 1999 Gölcük depreminin ardından Düzce'nin il olmasıyla bu ile bağlandı. Akçakoca, çok çeşitli bölgelerden çeşitli zamanlarda göçler aldığı için etnik bir zenginliğe sahiptir. Yerli halk olarak bilinen Türkler



çoğunlukla Manav Türkleri olup Dadalı, Koçar, Arabacı, Kınık, Kepenç, Çayağzı köylerinde yerleşiklerdir. 1877-78 Osmanlı Rus Savaşı (93 Harbi) yıllarında Akçakoca, Bursa, İzmit ve Düzce göçmenlerin yerleşeceği yerler olarak tespit edilmiştir. Savaş yıllarında Doğu Karadeniz'den göç etmek zorunda kalan Lazların Akçakoca'da yerleştiği ilk yerler Ayazlı, Döngelli, Tahirli, Edilli, Uğurlu köyleri Osmaniye Mahallesidir. Akçakocaya yerleşen en kalabalık grup olan Lazlar, önce yerleşik köylerin yanında mahalleler kurmuşlar, daha sonra bu yerleşim yerleri köye dönüşmüştür. Gürcüler, Şipir (Çiçekpınar), Doğancılar köyelerine, Abazalar ise Davutağa ve Dilaver köyelerine yerleşmişlerdir (Okan, 1996, s.23-24). (Ayazlı Köyü 1961 yılında mahalle olmuştur.) 1951 yılında ise Akçakoca'daki göçmenlere Bulgaristan'dan gelen göçmen grupları eklenmiştir. (Aliefendioğlu, 2000, s.83-84). Alan çalışmam sırasında ziyaretlerde, Akçakoca pazarındaki satıcı kadınların Türk kökenli, yerli köylerinden gelmiş olduğunu göz(lem)miştım. Buna karşılık Kafkas kökenli Laz, Gürcü, Abaza, Çerkez ve Hemşinli kadınlara rastlamamıştım.

20. yüzyılın ilk çeyreğinde başlayan fındık üretimi giderek gelişmiş, ormanlar yakılarak açma denilen fındık bahçelerine dönüştürülmüştür. Uluslararası pazara yönelik yeni ve ticari değeri çok yüksek fındık türleri ekilmiş, fındık, ilçenin uluslararası pazara yönelik tek tarımsal üretimi ve geçim kaynağı haline gelmiştir. Akçakoca'da tarımda makinalaşma, fındık üretiminde geleneksel bakım ve hasat biçimleri terkedilerek kimyasal gübre, makineyle ayıklama gibi modern yöntemler kullanılmaya başlanmasına neden olmuştur.

Deneyimlerinin üniversite açısından önemli görülmesi bir çoğunun takdirini kazanmıştı. Kendimi doktora öğrencisi olarak tanıtsam da pazarıcı kadınlar beni ödevini yapan bir öğrenci olarak değerlendirmişti. Zamanla adım bizi yazan kız olarak anılmaya başlanmıştı. Fotoğraf çekirtmek konusunda çok hassas olan pazarıcı kadınlar fotoğrafların bir yayın organında yayınlanması, eşleri ve aile büyüklerini bu fotoğrafları görmesi gibi gerekçelerle çekince göstermişlerdi. Bu konuda acele etmemiş, ilk fotoğrafları çekmeye yedi ay sonra başlayabilmişim. Ürünlerin fotoğraflarının çekilmesi konusunda bir çekinceleri olmamıştı.

Akçakoca Pazar Yeri: "Alıcısı ve satıcısıyla bir kadınlar dünyası"

Özbay (1993, s.138), Karadeniz Ereğli'de, 1982 yılında yaptığı araştırmasında, bu pazarları alıcısı ve satıcısıyla bir kadınlar dünyası olarak tanımlar. 1915 tarihli Bolu ili Salnamesinde, perşembe günleri kadınlar için bir, cuma günleri erkekler için iki olmak üzere üç ayrı pazar kurulduğu geçer (Okan 1996:59).

Roma döneminde adı Diapolis ve Ardından Akçaşehir (1923'te) olan Akçakoca (1933'te), Klodropolis (Bolu)'un, Prusias (Üskibi) ile birlikte önemli kentlerindendi. Nüfusu 40.000 civarındadır. Bugünkü Akçakoca'nın pazar yeri 1993 yılından bu yana hizmet veren ve Salı günleri kurulan Köylü Pazarı'nda, kadınlar kendi ürettikleri sebze ve meyve, süt ve süt ürünlerini satışa sunmaktadır. Zamanla hamur işleri, ekmek, yufka, gözleme, kurutulmuş unlu gıdalar, reçel, tohum, fide ve çiçek gibi yeni ürünler de görünmeye başladı. Ayrıca her cuma günü kentin Çuhalı Çarşısı olarak bilinen mahallesinde de bir otopark alanına pazar kurulmaktadır. Akçakoca Yukarı Mahalle'de ise hafta sonları ve özel günlerde ağırlıklı el ürünlerinin yer aldığı bir pazar açılmaktadır.

Soru kağıdı ile görüşmelere başladıktan kısa bir süre sonra görüşmecilerim beni tanıdık ve arkadaşlarına yönlendirdiler. Böylece ilk çekirdek grubu görüşmeye ikna ettikten sonra katılımcılarım kartopu yöntemiyle çoğalmış oldu.

Bulgular ve Yorum

Katılarak gözlem yapılan pazar yerinde soru kağıdı yoluyla görüşme gerçekleştirilen 93 pazarcı kadınla yaptığım görüşmeleri kullandım. Pazarcı kadınların 82'si köylü pazarında satış yapan kadınlardan oluşurken 11 katılımcı küçük esnaf diye tanımladığım bakkaliye, iç giyim, çocuk giyimi satan kadınlardı. Ayrıca yedi pazarcı kadın ile evlerinde ve bahçelerinde yaşam öyküsü çalışması ve derinlemesine görüşme yaptım.

Nkuhlu & Syoluve'un (1993, s.24) belirttiği gibi ekonomik olarak istikrarı olmayan ülkelerde kadınlar için en uygun gelir getirici faaliyetler pazarcılıktır. Benim çalışmamda da kadınları pazara çeken ve pazarda kalmalarını sağlayan şeylerin başında ekonomik özerklik geliyordu. Kadınlar haftalık yerel pazara gelerek kullanım değerini değişim değerine dönüştürmekte, hem ticari ve hem de sosyal bir etkinlik olan pazarcılığa katılarak bir kamusalığın parçası olmayı ve onu yeniden üretmeyi deneyimlemekteydiler. Pazar yerini bir mekansal ve ilişkiel kamusalık olarak değerlendirdim. Bir pazarcı kadının dediği gibi "gelişim ihtiyaçtan değil, görüşüm artıyor. Arkadaşlarımı görüyorum, gramları bile tartmayı öğrendim" (Aliefendioğlu, 2000, s.139).

Kadınların, pazara 3-4 veya 15-20 yıl arasında değişen sürelerde geldiklerini gördüm. Kendilerinden önce bu işi annelerinin veya kayınvalidelerinin de yapmış olduğunu belirttiler. Yaşları 22-77 arasında değişen pazarcı kadınların en kalabalık olduğu yaş grubu 40-60 yaşları arasındaydı. Katılımcıların 77'si evliydi ve evlenme yaşı 16-17'diydi. Çoğu 50 yaş üstü olan 31 kadın okur yazar değilken 51'i okur yazar veya ilkökul mezunuydu. Aralarında ortaokul ve üzeri eğitim almış olan yoktu. Kadınların altısının sosyal güvencesi vardı ve sadece yedisinin eşi bir sosyal güvenceye sahipti. Hepsinin çocuklarının eğitim düzeyleri kendilerinden daha iyiydi. Daha sonraki ziyaretlerimde kimileri torunlarının üniversite eğitimi aldıklarını söylediler (Aliefendioğlu, 2000, s.89-95).

Kadınlar gelir getirici bir iş yaptıkları durumda da çalışmaları kayıt dışıdır. Delphy (1992, s.89) yeniden üretimi kadınların maruz kaldıkları cinsiyete dayalı sömürünün nedeni ve aracı olarak değerlendirir. Küçük üreticilik, enformel ekonomi içinde kadınların tek ve kırılabilir bir gelir kaynağıdır (Aliefendioğlu, 2000, s.43-44). Kümbetoğlu (1993) Ekonomik değeri olan ancak hesaplanmasız güç olan düzensiz ve düşük gelir getiren etkinlikleri enformel sektör içinde tanımlanmaktadır (s.563-64 akt. Aliefendioğlu, 2000, s.99, ILO). Alan çalışmamda kendi hanelerinde ücretsiz aile işçisi konumunda olan pazarcı kadınlar, başkalarına ait tarım işlerinde ara kazma ve fındık toplama gibi işlerde yevmiye ile çalışarak ek gelir elde ettiklerini belirtmiştir (Aliefendioğlu, 2000, s.96-100).

14 yaşından beri pazarcılık yapan, bu işe annesi ile biber fidesi ekip satarak başladığını belirten 72 yaşındaki katılımcı, pazar için üretimini "her zaman kendisi için gerekenden biraz fazlasını eklediğini" söyleyerek tanımlamıştı. Bu hemen hemen bütün pazarcı kadınların üretim miktarı hakkında fikir veriyordu. Yine aynı katılımcı kentli kadınların bahçelerine sadece kendilerine yetecek kadar eklediğini belirtiyordu (Aliefendioğlu, 2000, s.101).



Pazarıcı kadınların pazarcılık yapmadaki en önemli motivasyonları, görece ekonomik özerklikleri, eşlerinden cep harçlığı istememeleri, kritik durumlarda hane halkının yararı için biriktirdiklerini verebilmeleridir (Aliefendioğlu, 2000, s.101). Karanja'nın (1980, s.43-44, 180) belirttiği gibi, pazarcı kadınlar, ticaretin sosyal boyutuna, dış bir destek olmaksızın bu işe başlayabilmeye ve zamanı, miktarı vs. planlamaya dikkat çekerler. Pazarcılık, sermaye ve girdiye ihtiyaç duymadan yapılsa da ön hazırlık gerekir. İyi tohum, gübre, toprağı hazırlamak para veya emek gerektirebilir (Aliefendioğlu, 2000, s.102).

Pazar yerinde tezgah sorunu ciddi bir sorundu. 1993 yılında kayıt olan kadınlar sonradan sayı arttıkça kayıtlı olmayan kadınlarla tezgahlarını paylaşmaya başlamıştı. Bu durum pazarcı kadınlar arasında bir eşitsizlik yaratmaktaydı (Aliefendioğlu 2000: 112). Bugün daha da artmış olması olasılığı büyüktür. 2000'li yıllarda pazara çok getirilmeyen reçel, pekmez, salamura, turşu gibi işlenmiş ürünlerin artık var olduğu gözlemlenebilir. Pazarcı kadınlar, bir zaman ve bütçe yönetimi geliştirmekte, planlama ve gelecek stratejisi yapmaktadırlar. Süreklilik tezgahı korumak ve müşteri sadakati yaratmak açısından önemliken her mevsim ürün getirememek ve aynı miktarda getirememek pazarcı kadınların dile getirdikleri en önemli engellerdir. Yerlerini ve pazarda sürekliliklerini korumak için katılımcıların kendileri için yetiştirdikleri ve ürettikleri ürünlerden de pazara getirdiklerini gözlemlemiştik.

Pazara ilk geliş akrabalık bağıyla oluyordu. Zamanla bu bir tezgah paylaşma ve arkadaş dayanışmasıyla pazarda yer edinmeye dönüşüyordu (Aliefendioğlu, 2000, s.111-112). Yeni gelenlere ortak kullanılan tartıyı öğretmek (eksik tartmak ile suçlanmak pazarcı kadınların en istemediği şeydi ve bu konuda benden de hiç yardım istemediler, tartmayı mutlaka kendileri yaptılar), sorunlu müşteriler konusunda uyararak, toptan ve ucuza mal almaya çalışan bazı pazarcı kadınları tanımak deneyimli pazarcıların mentörlüğü diyebileceğimiz (Aliefendioğlu, 2000, s.112) konulardı. Zamanla rekabetin yerini dayanışma alıyordu. Bu yardımı ve desteği veren kadınlara iyi pazarcı deniyordu. İyi pazarcı kadınların fiyat önerileri dikkate alınıyordu. Pazar yerinde başka satıcılardan ürün alıp pazarda satmak en çok tepki duyulan şeydi (Aliefendioğlu, 2000, s.118). Yazılı olmayan kurallardan biri de arkadaşının veya yan tezgahın sürekli müşterisine ürün satmamaktı (Aliefendioğlu, 2000, s.128).

Sirman'a (1990, s.29) göre, geniş aileden çekirdek aileye geçilmesiyle kadın, aile büyüklerinin baskısından kurtulurken, evin içinde tarlada yalnız kalmış, sosyal ve fiziksel mekanı daralmış, arkadaşlık, eğlence, haberleşme kaynağı olan kadın dayanışmasından yoksun kalmıştır. Benim çalışmamda katılımcıların çoğunluğu geniş aileden gelmekteydi (44 kadın). Geniş aile, genç pazarcı kadınlar tarafından 'ayrı ev açılarak' sonlandırılacak bir yapı olarak görülüyordu.

Pazar yerinde de katılımcıların çokça yaptığı gibi her işe başlarken besmele çekmenin iyi geldiğine inanç vardı. Buna ek olarak içindeki ürünlerin satılıp erken saatte sepetin boşalması bir uğur sayılıyordu ve komşu tezgahlardan pazarcı kadınlar özellikle yavaş satılan ürünlerini koymak için sepeti isteyebiliyordu. Genellikle büyük fındık toplama sepetleri içinde gelen ürünler müşteriler tarafından görülsün diye sepet hafifçe eğiliyor, bunun için örneğin bir parça bal kabağı kullanılıyordu. Çilek tabaklarının üzerini eğrelti otlarıyla örtülüyordu (Aliefendioğlu, 2000, s.119).

Pazarıcı kadınlar, evlerine yakın bahçe ve arazilerde ürettiklerinin fazlasını pazara getirmekteydi. Bu üretim kadınların zaten yapageldikleri ve para kazanmak için yapabilecekleri en iyi işti. Çalışmamda pazarıcı kadının hem evinden hem de köyünden ayrılarak pazar yerine gelmeleriyle birlikte diğer kadınlarla bir etkileşim ve iletişime girdiğini (Aliefendioğlu, 2000, s.89) söylüyorum. Bu iletişim, tanıdıkları akraba, arkadaş ve komşularını bir başka ortamda yeniden tanıma ve yeni bir ilişki denge kurmayı gerektiriyordu.

Kadınların bu pazarlara gelmesini mümkün kılan faktörlerin başında yaş geliyordu. Buna göre kadınlar 30'lu yaşlardan itibaren, çocukları büyük kardeşlere veya aile büyüklerine emanet edilerek pazara gelebiliyordu. Aynı zamanda kayınvalidenin bu işi yapıyor olması gelinin el alma'sını gerektirebiliyordu. Aynı ya da yakın haneler olduklarından gelinlere el vermeleri önemliydi. Bir diğer unsur kocanın veya geniş aileden geliniyorsa kayınpederin izin vermesiydi. Yaşlı pazarıcı kadınlar gelinlerin bu işi yapmak konusundaki isteksizliğini belirtmişlerdi. Genç kadınların pazarcılık yapmak istemediği aktarıldığı gibi kocalardan çok oğulların pazarıcı kadınların bu işi bırakmasında etkili olduğunu görmüştüm. Örneğin 39 pazarıcı kadın bana gelinlerini bu işi sürdürmek isteseler de sürdüremeyeceklerini belirtmişti. Gelinlerinin pazarcılığı sürdürmesini isteyen kadınların oranı yüzde 48 iken kızlarının sürdürmesini isteyenlerin oranı yüzde 9'du. Ellerindeki ürünün fazlasını getirdiklerini belirten kadınların bu gelenek sürmezse bahçeciliğin de biteceğini düşünmekteydi (Aliefendioğlu, 2000, s.119-121).

Ataerkil baskının ve ataerkil pazarlığın pazar yerindeki göstergelerinden biri giyim kuşama ilişkin düzenlemeydi. Pazara gelirken yeni ve temiz elbiselerini giymeye çalışan kadınlar turuncu ve kırmızı gibi renkler giymekten kaçındıklarını belirtmişlerdi. Bu durum yine aynı. Yaşlı kadınlar daha çok şalvar ve örtmeden oluşan geleneksel giysilerini giymeye devam ediyorlar. Bu gün de pazarıcı kadınlar uzun kollu giyiyor ve mutlaka başlarında bir tülbent veya örtü oluyor.

Çoğunlukla fındık üreticisi ailelerden gelen kadınlar eğer topraklar paylaşılmamışsa baba oğulun fındık gelirini paylaştığını, yani elde edilen gelirin baba ve oğulların haneleri arasında paylaşıldığını belirtmektedirler. Kendi ailelerinden şu anda mal almadıklarını ama gelecekte almayı umduklarını belirtmişlerdi (Aliefendioğlu, 2000, s.95-98). 22 yıl sonra bu kadınlara bu soruyu yeniden yöneltmek isterim.

Pazarcılıktan elde edilen gelirle kadınların kendilerine ekonomik özgürlük değilse de ekonomik özerk bir alan yarattıklarını görmüştüm. "Ufak tefek şeyler için kocaya hesap vermemek" pazarıcı kadınların en önemli motivasyonuydu. Pazarıcı kadınların kazançlarını biriktirip öncelikle aldıkları şey küçük elektrikli ev ve mutfak aletleriydi. Bunları satın alarak hem ev işlerini hem de pazara getirecekleri ürünleri bu aletlerle hazırlayıp zamanı kısaltmakta veya miktarı ve kaliteyi artırabil -mekteydiler. Öte yandan Karanja (1980) ve Horn (1996) benzer saptamaları yaptıkları gibi pazar yeri sadece alışveriş değil bir sosyal ağ mekanı, otoriteyle bir ölçüde ilişki kurma mekanıydı (Aliefendioğlu, 2000, s.101). Horn (1994, s.44) ve Babb (1986, s.56) pazar yerinde ve pazar hazırlıkları için yapılan işlerin ev işlerine benzerliğine dikkat çekerler.

Altyapı, ürünleri pazar hazırlama ve hijyen açısından bir değerlendirme yapmak gerekirse 1993



yılında hizmete açılan üstü kapalı, sabit banklar ve tezgahları olan pazar yeri, pazarcı kadınların çok değerli bulduğu bir değişiklikti. Ürünün taze olması, yeni hazırlanmış veya toplanmış olması da önemli bir satış stratejisiydi. Pazarcı kadınlar getirdikleri ürünleri bir akşam önce veya sabah hazırlamaya çalışıyordu. Güvenilirlikle ilgili bir satış stratejisi ise “kendileri için yaptıkları şeyleri pazara getiriyor” olmaktı. Pazar deneyimi köylü kadınlar için haftanın bir günü ile sınırlı bir deneyimdi. Görüştüğüm 82 kadından 70’i sadece Akçakoca pazarına gelmekteydi. Birkaç kadın artan ürünlerden tazeliğini koruyanları ertesi gün Köprübaşı denen yerde satışa sunmaktaydı (Aliefendioğlu, 2000, s.107-108). Pazarcı kadınlar müşteriyi çekmek için çığırkanlık yapmıyor, müşteri yanlarına geldiğinde konuşuyorlardı. En önemli unsur tazelikti: “Biberleri bu sabah topladım” gibi.

Sebze ve meyve ürünleri mevsime göre değiştiği gibi süt ve süt ürünleri konusunda pazarcı kadınlar her mevsim aynı ürünü aynı miktarda sunmamaktaydı. Ürünler için bir paketlenme sistemi yoktu. 1990’ların sonlarında bir çok müşteri köylü kadınlara temiz torbalar, plastik çantalar getiriyordu. Kimi müşterinin alışveriş arabasının içinde kendi torba ve kapları olabiliyordu. Bir tür geri dönüşüm olan bu uygulama artık bitmiş görünüyor (Aliefendioğlu, 2000, s.110-127). Pazarcı kadınlar yoğurt gibi ürünleri tabaklarıyla müşterinin getirdiği kaplara boşaltır veya temiz torbalara koyarken dikkatli davrandıklarını söylemişlerdi. Bu dikkat yeni gelenlere öğretilen meziyetlerden biriydi.

Katılımcılara pazara gelme dışındaki etkinliklerini de sormuştum. Birçoğu güne gittiklerini söylemişti. Daha genç kuşaktan pazarcı kadınlar akraba ve kentte yaşayan tanıdıklarla altın, döviz gününe katılıyorlardı. Beller-Hann’ın (1996, s.126) belirttiği gibi döviz (Dolar ve Mark) ve altın günleri imecenin yerine geçen ve bir ihtiyacı karşılamaya yönelik yeni dayanışma biçimleriydi (115). Ev sahibinin ikram edeceği yiyecekler, altın günü için beş altı çeşit pasta veya meze, dantel ve eliş günü için kuru yemiş olarak belirlenmişti (Aliefendioğlu, 2000, s.114-115).

Ürün çeşitliliği, satış, fiyat belirleme, kar maksimizasyonu, indirim ve pazarlık bakımından bulgulara baktığımda ‘sürekli müşteri’nin bir kalıcılık simgesi olduğunu bulmuştum. 69 pazarcı kadın sürekli müşterilerinin olduğunu belirtmişti. Öte yandan pazarcı kadınlar tarımsal ürünlerin satışını üretiminden daha kolay görmekte, bahçe işleri ve hayvan bakımına göre pazarcılığı hafif ve dindendirici bulmaktadır. Boserup 1970; Karanja 1980; Bunster, Chaney ve Young 1985; Horn 1994 gibi yazarlar da kadınların yaptıkları bahçecilik, tarım ve hayvan bakımı işleri arasında en az yorucu olanın pazar yerlerindeki satış olduğunu belirtmişlerdir (Aliefendioğlu, 2000, s.46, 121, 139).

Kazançları için “cep harçlığı”, “birkaç kuruş” gibi ifadeler kullanan kadınlar, bu miktarın ne kadarının, ne için harcanacağı konusunda bir özerklik alanı yaratmışlardır. Bu onlar için adeta bir gurur kaynağıdır. Bir kadının dediği gibi “ben kazanıyorum, ben harcıyorum kim ne karıştır” (Aliefendioğlu, 2000, s.101). Parayı hemen harcamaları gerekmiyorsa pazarcı kadınların en çok yaptıkları altın almaktı. Horn (1994, s.48) pazarcılıkta işin hacmi ve kazancı arttıkça erkeklerin müdahalesinin arttığını da belirtir (akt. Aliefendioğlu, 2000, s.143). Pazara gelmenin kendi hayatında nasıl bir farkındalık ve dönüşüme yol açtığını bir katılımcı şöyle ifade ediyordu: “Yirmi yıl baba evinde, dokuz yıl koca evinde karın tokluğuna çalıştım. Hiç itibar etmediler. İnsan yerine komadılar. Kendi evimizi yapınca pazara gelmeye başladım. Maddi sıkıntı çekmiyorum, baskıdan kurtuluyorum”

(Aliefendioğlu, 2000, s.140).

Pazarcı kadınlardan ürünlerin üzerine fiyat yazmaları beklenmiyordu. O dönem Zabıta Amirliği, 1984-86 yılları arası 80 sayılı Hal Yasası gereği satıcının alış fiyatının üzerine %30 kar ekleyerek satmasına izin verdiğini belirtmişti. Kısa süre sonra fiyatlar Bolu Esnafılar Birliği (TESK) tarafından belirlenmeye başlamış ve 4077 sayılı Tüketiciyi Koruma Yasası devreye girmişti. Bu denetimler profesyonel pazarcılar için geçerliydi.

Sonuç ve Tartışma

Antropolojinin küçük ölçekli para piyasa ekonomisinin dışında “ilkel” topluluklar üzerinde çalıştığı anlayışı hızla değişti. Bir yandan küreselleşen toplumlar bir yandan periferide kalan topluluklar, alt-kültürler ve geleneksel örüntülerin yaşayan uzantıları, sömürgeci günahlarını affettirerek antropolojiye yeni bir görünürlük kazandırdı. Feminist düşünürler ise ev içi ve pazar, özel ve kamusal gibi ayrımları sorunlu bularak bunların arasında ve ötesinde bir analiz geliştirdiler (Ferber ve Nelson, 2003 akt. Stivens, 2005, s.323). Çünkü bu ikili zıtlıklar hane içi sömürü ve güç ilişkilerini görünmez kılabiliyordu.

Mikro çalışmalar Bakhtin’in bahsettiği gibi gündelik olanın, sokakta, pazarda, sözlü kültürün içindeki sıradanlıkta dönüştürücü potansiyelin (akt. Gardiner, 2016, s.100) kapılarını açar. Aynı zamanda içinde yaşadığımız, geç modern ekonominin, karmaşık piyasa ilişkilerinin içinde para-piyasa ekonomisinin çok öncesinde başlayan ve hiç kopmadan süren bir hattın izlerini de taşır. Onlar yine Mandel’in sözleriyle, “iktisat tarihinin birbirini izleyen evreleri değil, aynı zamanda eşzamanlı ekonomik süreçler’dir (1972, s.46 akt. Applbaum, s.2005: 275).

Her araştırma kişisel, akademik, ideolojik ve sosyal dinamiklerin etkisini yansıtır. Tezde yazmadığım bu özdeşünümsellikten burada bahsetmem gerek. Tezimde motivasyon olarak yazmadığım şeylerden biri pazar yerlerini büyüleyici bulmamdır. Binlerce renk, koku ve sesin birbirine karıştığı bu ortamlar alıcı ve satıcıyı olduğu kadar, doğayı ve kültürü, kadını ve erkeği, eski ve yeniyi, gelenekseli ve moderniyi, evi ve dışarisini, son olarak da köyü ve kenti buluşturur. Bu bakımdan antropoloji literatürü, öteki’ni anlayarak kendini anlamının da bir yolunu açması bakımından bana yol gösterdi. İdeolojik olarak bilginin tarihsel ve inşa edilmiş olduğundan beslenen bir bakış açısı ile pazarcılık yaparak kadınların güçlenmesini anlamak ve aktarmak benim de kendimi anlamamı ve güçlenmemi sağladı. Bana kaç para kazandığım, neden bekar olduğum, bu ödevi yapınca ne kazanacağım, kimlerden olduğum gibi çokça soru sorulmuştu. Dolayısı ile feminist bir sosyolog ve antropolog olarak bu değerlerin benim araştırma öncesinde, sırasında ve sonrasında belirleyici olduğunu belirtmeliyim.

Yerel yönetim büyük kentlerdeki pazar yerlerinde olduğu gibi merkezi bir tavır almış görünmüyor. Bunun Akçakoca’nın yazın nüfusu çok artan metropolde yaşayan ve hafta sonu için gelenler nedeniyle bu lokal ve sınırlı üretimin yerel pazara çıkmasına destek verdiği ve genç kadınları pazara çekerek geleneği sürdürmeye teşvik ettiği söylenebilir. 2000’li yılların başından farklı olarak artan yurt içi kargo taşımacılığı ile bazı ürünlerin dört mevsim başka kentlere ulaştırılması ve müşteri havuzunun büyümesi mümkün. Giderek artan küçük ölçekli, lokal, sağlıklı ürünlere olan ilgi



pazarcılık geleneğinin sürmesini sağlamıştır. Aynı zamanda ülkede kalıcı hale gelen yoksulluk ve ek gelir ihtiyacı bu kapıyı açık tutmaya devam etmektedir. Giderek daha çok yerel yönetim var olan köylü kadın pazarlarını korumaya çalışırken, kadın üretici pazarları el emeği pazarları gibi sürekli veya belirli zamanlarda satış yapan yeni alanlar geliştirmişlerdir. Bu ürünlerin organik olduğuna dair bir belge olmamasına karşın kadınlar tarafından atalık tohumların ekilmesiyle yetiştirilmiş olma olasılığı da çok yüksektir. İşte bu kesin olmayan saptamalar 25 yıl sonra bu çalışmanın yeniden yapılması için çok önemli nedenler olarak beni yeniden alana çağırıyor.

Kaynaklar

Aliiefendioğlu, H. (2000). *Bir kadın kamusal alanı olarak akçakoca köylü pazarı ve pazarcı kadınlar*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi.) Hacettepe Üniversitesi.

Applbaum, K. (2005). *The anthropology of markets*. J. G. Carrier (ed). (275-28). Cheltenham: Edward Elgar.

Babb, F. (1986). *Producers and Reproducers: Andean Marketwomen in the Economy*. Nash, J. H. Safe (eds). (123-132) *Women and change in latin america*. Bergin and Garwey Inc.

Beller-Hann, I. (1996). *Informal Associations Among Women in North. East Turkey*. G. Rasuly-Paleczec (ed) *Turkish family in transition*. (114-138). Frankfurt am Main.

Beneria, L. (1982). *Women and development. The sexual division of labour in rural societies*. (120-137) New York: Praeger.

Berik, G. (1993). *Türkiye’de Kırsal Kesimde Halı Dokumacılığı ve Kadının Ezilmişliği. Karşılaştırmalı bir Ş.* Tekeli (ed). 1980’ler Türkiye’de kadın bakış açısından kadınlar. İstanbul: İletişim Yayınları.

Bora, A. (1997). *Kamusal Alan/Özel Alan: Mahrumiyet ve Özgürleşme Ötesi. Toplum ve Bilim*. 75: 85-97.

Boserup, E. (1970). *Women’s role in the economic development*. Allen and Unwin.

Bunster, B. X; E. M Chaney ve K. Young. *Seller and servants*. New York: Praeger.

CEİD (2018). *Türkiye’de katılımcı demokrasinin güçlendirilmesi: toplumsal cinsiyet eşitliğinin izlenmesi projesi istihdamda toplumsal cinsiyet eşitliği haritalama ve izleme çalışması*. Ankara: CEİD.

CEİD (2022). *Türkiye’de toplumsal cinsiyet eşitliğini izleme raporu 2021-2022*. Ankara CEİD.

Delphy, C.(1992). *Baş Düşman*. G. Savran, N. Tura (eds). *Kadının görünmeyen emeği*. maddeci bir feminizm üzerine. (71-91). İstanbul: Kardelen Yayınları.

DİE (1996). *İstatistiklerde kadın*. Ankara DİE Yayınları.

Donovan (1997). *Feminist teori*. (Çev.: A. Bora, M. Ağduk-Gevrek, F. Sayılan) Ankara: İletişim Yayınları.

Ecevit, Y. (1985). Üretim. Yeniden Üretim Sürecinde Ücretli Kadın Emeği. (72-93) Yapıt. *Toplumsal Araştırmalar Dergisi*, Sayı 9

Ecevit, Y. (1998). “Türkiye’de ücretli kadın emeğinin toplumsal cinsiyet temelinde analizi” 75. yılda kadınlar ve erkekler. (267-284). İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Ertürk, Y. (1989). *Women development in Turkey issues pattern and constrains*. İstanbul: İFAD.

Ertürk, Y. (1996). “Alternatif Kalkınma Stratejileri. Toplumsal Cinsiyet, Kadın ve Eşitlik”. *ODTÜ Gelişme Dergisi*. 23 (3): 341-356.

FAO (2016). *Tarımsal ve kırsal geçimin ulusal cinsiyet profili*. Türkiye. Ankara: FAO

Fox-Keller, E. (2007). *Toplumsal cinsiyet ve bilim üzerine düşünceler*. (Çev.: Aydar, F. B.) İstanbul: Metis Yayınları.

Gardiner, M. (2016). *Gündelik hayat eleştirileri*. (Çev.: B. Taşdemir, D. Özçetin). Ankara: Heretik Yayınları.

Gergen, M. (1988). *Feminist thought and structure of knowledge*. NY: New York University Press.

Harding, S. (1995). *Feminist yöntem diye bir şey var mı?* (çev. Z. Ayman.) S. Çakır N. Akgökçe Çeşitli Feminizmler açısından kadın çalışmalarında yöntem. (34-47).İstanbul: Sel Yayınları.

Harris, O. (1984). *Households as natural units. of marriage and the market* (eds) K. Young, C. Wolkowitz and R. McCullagh. London: Routledge & Kegan Paul.

Harris, O. and K. Young (1981). *Engendered structures: some problems in the analysis of reproduction*. the anthropology of pre-capitalist societies. London: Macmillan.

Hartman, H. (1992). *Markiszmlle feminizmin mutsuz evliliği*. G. Savran. N. Tura (eds). kadının görünmeyen emeği. maddeci bir feminizm üzerine. İstanbul: Kardelen Yayınları.

Horn, N. O.(1996). *Cultivating customers*. London: Lynne riener ILO Informal Economy Informal Economy (Decent work for sustainable development (DW4SD) Resource Platform) (ilo.org)



- KSSGM (1998). *Türkiye’de kadın*. Ankara: KSSGM Yayınları.
- Kramarae C; P.A. Treichler (1985). *Feminist dictionary*. Boston: Pandora Press.
- Kandiyoti, D. (1985). *Women in rural production systems: problems and policies*. Paris: UNESCO.
- Kandiyoti, D. (1995). *Çağdaş feminist çalışmalar ve ortadoğu çalışmaları*. S. Çakır, N. Akgökçe (eds). *Çeşitli feminizmler açısından kadın çalışmalarında yöntem*. (123-140). İstanbul: Sel Yayınları.
- Kandiyoti, D. (1997). *Kadınlar ve hane içi üretim. Türkiye’de kırsal dönüşümün etkileri*. (Çev.: A. Bora, H. Tapınç, F. Sayılan, Ş. Tekeli) *Cariyeler, Bacılar, Yurttaşlar*. (49-62). İstanbul: İmge Yayınları.
- Karanja-Diejomaoh (1980). *Perceptions of marrigae, family and work in Nigeria. A study of lagos market women*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Oxford University.
- Lewenhak, S. (1988). *The revolution of women’s work*. London: Earthscan Publication.
- Mackintosh, M. (1981). *Feminism, marxism method and state. An agenda for theory*. Signs.
- Marcus, J. (1992). *A world of difference: islam and gender hierarchy in Turkey*. London: Zed Books.
- Nkuhlu-Syolube, W. (1993). *Makweba women*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Oxford University.
- Moore, H. (1988). *Feminism and anthropology*. Cambridge: Polity Press.
- Okan, K. (1996). *Akçakoca: Dünü ve bugünü*. Akçakoca: Akçakoca Kültür Derneği.
- Özbay, F. (1991). Türkiye’de Kadın ve Çocuk Emeği. *Toplum ve Bilim*. 53: 41-54.
- Özbay, F. (1993). *Kadınların eviçi ve ev dışı uğraşlarındaki değişme*. Ş. Tekeli (ed). 1980’ler Türkiye-sinde kadın bakış açısından kadınlar. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özkök, M. (1955). *Akçakoca: karadeniz kıyısında şirin bir plaj ve sayfiye kasabası*. İstanbul: Akçakoca Kültür Derneği.
- Reinharz, S. (1993). *Feminist methods in social research*. Oxford: Oxford University Press.
- Reiter, R. (1974). *Toward anthropology of women*. New York: Montly Review Press.
- Rosaldo, M.Z. (1980). *The Use and Abuse of Anthropology: Reflections On Feminism and Cross-Cultural Understanding*. Signs 6: 389–417
- Sirman, N. (1990). Köy Ünitesinin Tanımlanması. *Toplum ve Bilim*. 48-49: 95-102.

Sirman, N. (1991). *Köy kadının ailede ve evlilikte güçlenme mücadelesi*.

Sirman, N. (1994). *Gelişme süresinde kırsal kesim kadını: yaklaşımlar ve sorunlar*. (ILO-TKV Toplantı Raporu): Ankara TKV.

Stivens, M. (2005). *Gender. economic anthropology*. J. G. Carrier (ed). (323-339). Cheltenham: Edward Elgar.

Strathern, M. 1987. *An Awkward Relationship: The Case of Feminism and Anthropology*. Signs 12 (2): 276–93.

TÜİK (2022). *Toplumsal cinsiyet istatistikleri (Gender Statistics)*. Ankara: TÜİK Yayınları.

Shapiro, H. (1981). *Anthropology and the Study of Gender*. Soundings. LVIV, 4:446-465