

Mekân ve Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Konya Kadınlar Pazarının Dönüşümü

Transformation of Konya Kadınlar Pazarı in The Context of Space and Gender

Merve Atmaca Çetinkaya* Özlem Tekdemir Dökeroğlu**

Öne Çıkanlar

- Mekânsal dönüşüm ve toplumsal cinsiyet bağlamında Konya Kadınlar Pazarının geçmiş ve bugünü karşılaştırılmıştır.
- Literatür taraması, saha araştırması ve gözlem yöntemleri kullanılmıştır.
- Kadın satıcılar fiziksel olarak kamusal alanda var olsalar da görünürlükleri yok denecek kadar azdır.

Öz: Yerel yaşam ve ticaret kültürün önemli bir parçası olan Konya Kadınlar Pazarı üzerine güncel bir bakış açısı oluşturabilme amacıyla yola çıkan bu araştırma, belirli bir alanda varlığından haberdar olunan, kentin sosyokültürel yapısıyla birlikte farklılaşan bu yapının, mekân ve toplumsal cinsiyet bağlamındaki dönüşüm ve değişimini odağına alır. Araştırma ayrıca 120 yıla yakın süredir yaşayan bir çarşı geleneğinin toplumsal cinsiyet açısından, kadın esnaf olgusu odağında nasıl değiştiğini ve çarşının yer aldığı mekânın çevresel dönüşümünü incelemeye odaklanır. Araştırmanın konusu olan Kadınlar Pazarı, Konya gibi medeniyet geçmişi zengin bir şehir için mekân olarak eski sayılmasa da simgesel özellikler taşıyan bir yapı olması, çarşı yapılanması için bir merkez oluşturması ve toplumsal cinsiyet kavramı üzerine bir örneklem sunabilmesi açısından önemlidir. Bu bağlamda araştırma, bu konuda farklı disiplinlerde yapılmış araştırmalardan da referanslar alarak konuyu yeniden gündeme taşıma ve mekânın bugünkü durumu ile ilgili bir farkındalık oluşturabilmeyi de amaç olarak benimser. Çalışmanın yöntemini, literatür taraması, saha araştırması ve gözlem oluşturmaktadır.

Anahtar kelimeler: Çarşı, Konya Kadınlar Pazarı, Toplumsal Cinsiyet, Mekân.

Highlights:

- In the context of spatial transformation and gender, the past and present of Konya Kadınlar Pazarı were compared.
- Literature review, field research and observation methods were used.
- Although women vendors are physically present in public space, their visibility is almost non-existent.

* Öğr. Gör., KTO Karatay Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, merveatmacaa@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1226-9835.

** Doç. Dr., KTO Karatay Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, oztekdemir@gmail.com, ORCID: 0000-0002-2602-1059.

Abstract: This research, which sets out to create an up-to-date perspective on Konya Women's Bazaar, an important part of local life and commercial culture, focuses on the transformation and change of this structure, which is known to exist in a certain area and differentiates with the sociocultural structure of its city, in the context of space and gender. The research also focuses on how a bazaar tradition that has been living for more than 120 years has changed in terms of gender, with a focus on the phenomenon of women shopkeepers, and the environmental transformation of the space where the bazaar is located. The Women's Market, which is the subject of the research, is important for a city like Konya with a rich history of civilization, even though it is not considered old in terms of location, as it is a building with symbolic features, constitutes a center for the bazaar structuring and can provide a sample on the concept of gender. In this context, the research adopts as another aim to bring the issue back to the agenda and to raise awareness about the current state of the space by taking references from research conducted in different disciplines on this subject. The method of the study consists of literature review, field research and observation.

Keywords: Bazaar, Konya Kadınlar Pazarı, Gender, Space.

Summary

The Konya Women's Market, serving as a significant trading hub in Konya, which once served as the capital of the ancient Seljuk civilization, stands as one of the oldest examples of an open-air market or bazaar in Anatolia. Examined from various disciplines, this space holds a pivotal socio-cultural significance in the context of gender transformation. While striding through the traditions of the Ahi community and leaving imprints on the local culture regarding trade ethics, the Women's Market, despite deviating significantly from its authentic past structure, maintains a distinctive entrepreneurial tradition socio-economically and embodies the traditional dynamics of a social community, warranting examination. Situated adjacent to the historic Bedesten in central Konya, the Women's Market, though not as ancient as the Bedesten, thrives as a lively trading venue with a history that stretches from the past to the present. Initially established in 1940 on a cemetery site, it became a market where women sold various agricultural products they produced with their own labor, as noted by Uysal (2010: 156). Until 1990, this market lacked a roof structure. However, in the 1990s, it was demolished, making way for a structure that significantly deviated from the traditional architectural fabric.

Over the years, male villagers took the place of female villagers, and subsequently, merchants replaced the peasant sellers. Considered important by the people of Konya due to traces of teachings from the Ahi culture, this market is acknowledged as a part of historical social memory if not in terms of physical space. Furthermore, the narratives associated with this market hold significance in shedding light on the role of women in Anatolian culture, contributing to

recording societal memory that might have been erased. Established in the early years of the Republic as a market centered around women, its present-day context holds little resemblance to its original narrative, thereby forming the basis for investigating its cultural transformation and evolution. The research centered on the Konya Women's Market actually provides a comprehensive view of space and gender relations, rich in qualitative data. This place, preserving social memory, along with the gains related to gender, exists as a space where local narratives and academic studies help sustain its memory.

The ongoing global issues of gender inequality and discrimination highlight the continued significance of this subject as a pivotal point of debate and advocacy. "Gender inequality is more of a moral issue than a political or economic problem" (Noyan Yalman ve Özdemir, 2022: vii-viii). Beyond that, it signifies a blindness of reason. Preserving women's social representation is indispensable for every layer of society and every field of study. Ignoring or belittling the worth of women in a societal structure not only extends beyond mere interpretation but also stands as a scientific reality, condemning a society to stagnation.

Methods such as literature review, field research and observation were used in the research. The findings obtained as a result of these methods scientifically constituted the content of the research.

Giriş

“Çarşılardaki değişim insanların gündelik hayatındaki değişimi de anlatmaktadır” (Lefebvre, 2012: 31)

Konya Kadınlar Pazarı kadim Selçuklu uygarlığına başkentlik yapmış Konya'nın önemli bir ticaret mekânı olarak, Anadolu'daki açık çarşı veya pazar yeri kavramlarına verilebilecek en eski örneklerdendir. Bu yapısıyla pek çok farklı disiplin açısından incelenen mekânın toplumsal cinsiyet bağlamında yaşadığı dönüşüm önemli bir sosyokültürel veri oluşturur. Ahilik kültürü açısından bir geleneği sürdüren ve ticaret ahlakı konusunda yerel kültürde iz bırakan Kadınlar Pazarı, mekân olarak geçmişteki otantik yapısını korumaktan çok uzak olsa da sosyo-ekonomik açıdan da kendine özgü bir esnaf geleneğini sürdürmesi ve bu anlamda sosyal bir topluluğun geleneksel dinamiklerini taşıması açısından incelemeye değer bir konudur. Bu bağlamda bir fotoğraf konusu arayışı olarak başlayan araştırma, bu alanda yapılmış yayın ve içerik zenginliğinden ilham alınarak yeni ve taze bir bakış açısıyla yeniden ele alınmak istenmiştir.

Türkiye'de yüzölçümü bakımından en büyük kent ve nüfus büyüklüğü olarak da 7. sırada yer alan Konya'nın (Hatipoğlu Şahin ve Dağ Gürcan, 2021: 1914) önemli kamusal alanlarından

biri Kadınlar Pazarı'dır. Bu pazar, Konya merkezinde bedestenin yanında konumlanır. Tarihi bedesten kadar eski olmayan fakat hikayesi geçmişten bugüne yaşayan oldukça canlı bir ticaret mekânıdır. Uysal'a göre, Kadınlar Pazarı 1940 yılında mezarlık üzerine kurulmuştur. 1990 yılına kadar bir üst örtüsü olmayan bu Pazar, 1990'lı yıllarda yıkılarak, yerini geleneksel dokudan kopuk büyük bir yapıya bırakmıştır (Uysal, 2010: 156). Kadınlar Pazarı kurulduğu ilk yıllarda "kadınların kendi emekleriyle ürettiği her türden tarımsal ürünü satışa sunduğu bir Pazar" olarak Konya tarihinde önemli bir yer edinmiştir. Fakat, zaman içinde kadın köylülerin yerini erkek köylüler alırken, ilerleyen yıllarda köylü satıcıların yerini esnaflar almıştır. (Sosyal İnovasyon Ajansı, 2022: 73).

Konya halkı tarafından ahilik kültürüne ait tarihî öğretilerin izlerini barındırması nedeniyle önemli kabul edilen çarşı, mekân açısından olmasa da toplumsal hafızanın bir parçası olarak tarihî kabul edilir. Ayrıca bu pazara ait hikâyeler, Anadolu'nun gerçek kültüründe kadının yeri konusunda fikir vermesi ve bu konuda silinen toplumsal hafızaya dair kayıt oluşturması açısından önemlidir. Cumhuriyetin ilk yıllarında odağında kadının olduğu bir pazar yeri olarak kurulmuş olan bu çarşının günümüzde adı dışında böyle bir bağlamı kalmamış olması ve bu açıdan kültürel olarak yaşadığı dönüşüm ve değişimi üzerine veriler oluşturmak araştırmanın çıkış noktasını oluşturur.

Çarşı Kültürünü Anlamak

Çarşılar, toplumun gündelik hayattaki değişimlerinden etkilendiği gibi gündelik hayata da yön verir. Bu başlıkta önce çarşının kavramsal karşılığı ile tarihsel süreci incelenmiştir, daha sonra Konya Tarihi Bedesten Çarşısı merkez alınarak bu alanın antik dönemden günümüze kadar olan zaman diliminde kentteki konumlanışına odaklanılmıştır.

Anadolu'da Geleneksel Çarşının Tarihî Rolü

Çarşı kavramının dil kökeni Farsça çār (dört) ve sü (yol) kelimelerine dayanmaktadır (TDK, <https://sozluk.gov.tr>, 2023). Farsça'da dörtyol anlamına gelen çārsū, "kent merkezinde dükkânların bulunduğu alan" olarak tanımlanır (Nişanyan Sözlük, 2023). Özdeş'in 1998 yılında yayınladığı Türk Çarşıları kitabında "alışveriş yapılan, iki tarafında dükkânlar olan, üstü açık ve kapalı mekân" olarak tarif edilen çarşı, Çevrimli ve Haştemoğlu'na göre (2020: 126), "üretim veya ticaret yapmak için dükkânına gelen esnaf ile üretiminin fazlasını paraya çevirmiş veya çevirmek isteyen müşterileri ihtiyaçlarını karşılamak üzere bir araya getiren yer" olarak tanımlanmıştır. Burada çarşının hem dil kökenine hem de temel anlamlarına bakılmıştır. Çarşı ilk olarak ekonomi terimiyle ilişkilendirilse de kültürel bağlamı da gözden kaçırılmamalıdır.

Çarşı kavramının sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik bir ilişkisi olduğu bilinmektedir (Güngördü, 2020: 3). Örneğin, “çarşıya gitmek” deyimiyle bu ilişki daha iyi anlaşılabilir. Çarşıya gitmek sadece alım-satımın yapılacağı yer olarak değil, hamam ve cami gibi kişisel ve sosyal ihtiyaçların da giderildiği mekânlar olarak algılanmaktadır (Şahinalp ve Günal, 2016: 353). Çarşılar, bir yandan kültürel ve sosyal yapılar olurken bir yandan da ticaret için güvenli ve kolay alanlar olmuştur. Parin (2008)’e göre sosyo-kültürel yapısı bakımından tarihsel süreçte ekonomik ve sosyal ilişkiler bağlantılarıyla kent tarihi için önemli bir odak noktası olan çarşılar, aynı zamanda tarihsel mirasın taşıyıcı unsuru ve toplumsal ilişkilerin kurulduğu ve yaşandığı bir mekân olmuştur. Bir kültürel aktarım merkezi olarak da tanımlanan çarşılar (Cönk, Çiçek, Öztürk, ve Uyar, 2022: 64), Türk kültüründe kentin içinde yer alan ve o kentin çevresinde yaşayan insanlar tarafından sıkça kullanılan kamusal mekânlardır (Uysal, 2010: 149). Şehir içinde yaşayan insanların gündelik ekonomik gerekliliklerini sağladıkları çarşıların (Gençoğlu, 2021: 1466) ticaretle olan ilişkisi eski dönemlere dayanır. Çarşı-ticaret ilişkisi güvenli transit geçiş alanları olarak anlatılabilir. Uluslararası ticaretin ekonomik kaynaklara faydasını idrak eden devlet içindeki yöneticiler, şehir dışında menzil ve kervansaraylar oluştururken şehir içinde han, bedesten, çarşı gibi ticari merkezler oluşturmuşlardır. Şehir içindeki bu alanlardan en önemlisi çarşılar ve onu oluşturan birimlerdir (Eray ve Kutlu, 2021: 507).

Birçok kent sisteminde çarşılar, cadde ve sokak aksı boyunca dükkân, bedesten, arasta ve hanlardan oluşur (Yeşilbaş, 2018: 98). Aynı zamanda çeşitli kültürlerde farklı biçimlerde meydana gelen çarşının biçimsel durumunu (Cönk, Çiçek, Öztürk, ve Uyar, 2022: 64), şehirlerin coğrafi yapısı, ticari konumu ve ekonomik durumu gibi sebepler etkilemektedir. Geleneksel Türk çarşıları 16. yüzyıldaki mekânsal yapısı bedesten ve ulu cami etrafında şekillenirken 19. yüzyıl itibariyle bu mekânsal yapı değişime uğramıştır. 20. yüzyılın ilk yarısıyla değişim hızla devam etmiş ve 20. yüzyılın ikinci yarısıyla da bu değişim derinleşmiştir (Uysal, 2010: 149). Selçuklular döneminde başlayan ve Osmanlılarda gelişimi görülen geleneksel Türk çarşı kültürü (Çevrimli ve Haştemoğlu, 2020: 125), 1980 sonrası alışveriş merkezlerinin varlığı ile kökten değişmiştir (Uysal, 2010: 149).

Kent kapılarında yer alan “pazarlar” ile çarşı kavramının temeli atılmıştır. Pazar kavramı Farsça “bazar”dan gelir (Arslan, 2023: 46). Pazarlar, açık alanda yer alan, alım-satım yapılan ve yapısal olarak çarşıya benzeyen mekânlardır. 16. yüzyıla kadar çarşıyla aynı anlamda kullanılmıştır (Eray ve Kutlu, 2021: 507). Pazar kavramı Hz. Muhammed’e kadar götürülebilir. Onun sahabelerinden bazıları geçim derdinden dolayı pazar alanlarında alım satım ile ilişkiliyken, bazıları pazarlarda işçilikle uğraşmışlardır (Arslan, 2023: 46).

Tekrar çarşılara dönülecek olunursa tarihsel süreçte çarşıların, önemli dini yapıların çevresine konumlandığı görülmektedir. Örneğin Orta Çağ döneminde çarşılar Avrupa’da katedral etrafında konumlanırken Ortadoğu’da çarşılar ulu cami çevresinde yerini almıştır. Dolayısıyla katedraller ve ulu camiler iş merkezlerine oranla kent sisteminin gelişmesinde daha etkili rol oynamıştır (Şahinalp ve Günal, 2016: 339). Merkez-çarşı ilişkisi Selçuklu ve Osmanlı Devletlerinin kentleşme kararlarında da önemli bir yere sahiptir (Kejanlı, 2010: 288). Bu iki devletin döneminde çarşının merkezinde bedestenler yer alır. Bedestenin çevresinde dükkânlar düzenli bir sırayla konumlanmıştır. Satılan ürünün değeri yükseldikçe o ürünün satıldığı dükkân, çarşı merkezine daha yakın olur (Eray ve Kutlu, 2021: 507). Merkezde yer alan çarşuyu genelde en yakın hanlar, daha sonra sırasıyla dükkânlar, zanaat bölgeleri ve deri atölyeleri takip etmiştir (Kejanlı, 2010: 298).

Türkler Malazgirt Savaşı sonrası Anadolu’ya geldiklerinde Bizans’tan onlara bazı kilise, manastır ve ticaret merkezleri kalmıştır. Türkler bu yapıları Türk-İran-Arap-Bizans-Anadolu ile çok katmanlı hale getirmiştir (Kejanlı, 2010: 291). Anadolu’da ekonominin gelişmesinde önemli rol oynayan Türkler transit merkezleri kurmuştur. Bunlardan en önemlisi kervansaraylardır. Kervansaraylardan sonra yine İslam kent tipinde görülen hamam ve camiler inşa edilirken onu çarşı ve pazarlar takip etmiştir. Selçuklu döneminde ticari hareketin odağında bulunan çarşının mekânsal ve işlevsel düzenlemesinde üç ana konu vardır: Birincisi, dinî yapılar da aynı çarşılar gibi şehir halkının toplanma merkezleridir. Dolayısıyla çarşılar dini yapıların çevresinde konumlanmıştır. İkincisi, çarşıların kentlerin giriş-çıkışını belirleme gibi görevi olmasıdır. Böylece çarşılar, kent kapılarının çevresinde yer alır. Son olarak, alım-satım yapabilmek için mekânsal bir ihtiyaçtan doğan çarşılar kurulmuştur (Eray ve Kutlu, 2021: 507-508).

Osmanlı kent sisteminin karakteristik özelliklerinden biri kent merkezinde konumlanan çarşılardır (Şahinalp ve Günal, 2016: 335). Osmanlılardaki bu çarşı modelleri Selçuklulara göre daha belirgindir. Onların kent alanlarının %6-10 civarı çarşı mekânı için ayrılmıştır (Çevrimli ve Haştemoğlu, 2020: 127). Fakat Osmanlı çarşı kültürünün temelini Selçuklu döneminde oluşturduğunu da bilmek gerekir (Şahinalp ve Günal, 2012: 151). Osmanlı döneminde, kentteki çarşıların büyüklüğü ile kentlerin gelişmişlik seviyesi doğru orantılı olarak algılanırdı. Osmanlı kentinin merkezi olan çarşılar, ekonomik (ticaret, sanayi, ulaşım) ve sosyal fonksiyona (dini, sosyal güvenlik, kişisel hizmet, sağlık ve sosyal yardım, idari ve adli, eğitim) sahipti (Şahinalp ve Günal, 2016: 335). Çarşıların kentsel dokudaki yerini bazı dinamikler belirlemektedir. Bunlar; toplumun ekonomik, sosyo-kültürel ve dini yapısını oluşturan öğelerdir. Bu dönemde mesleğe göre çarşı düzenlemesi yapıldığı düşünülse de genelde çarşı merkezinde cami ya da bedesten yer

almaktadır. Merkezin etrafında yer alan dükkânlar sadece alım-satım için değil yeme-içme, konaklama, dinlenme gibi alanları da içinde barındırır (Kejanlı, 2010: 300).

Şehirlerin önemli unsurları olan çarşılar, kentteki tüm ticari ve sosyal alanları kendi etrafında toplayarak bir merkez görevi görür. Bu yapılanma, İslam şehirleri, Selçuklu ve Osmanlı devletleri gibi çeşitli devletlerde de benzer bir kent sistemini oluşturduğu görülür (Şahinalp ve Günal, 2016: 335). Yukarıda Cumhuriyet dönemine kadar Anadolu'daki çarşı kültürü ele alınmıştır. Sonraki başlıkta, Kadınlar Pazarı'nın mekânsal dönüşümünü ve bulunduğu konumdaki önemini daha iyi anlamak için Konya Tarihi Bedesten Çarşısı kültürü ve 2000'li yıllara kadar değişen mekânsal hareketleri incelenecektir.

Konya Tarihi Bedesten Çarşısının Antik Dönemden Günümüze Değişimi

Konya Tarihi Bedesten Çarşısı antik kentten günümüze kadar önemli bir ticaret ve kültür merkezi olmuştur. Çarşının kentsel konumu, ulaşılabilirliği ve büyüklüğü açısından şehrin ihtiyacını önemli ölçüde karşılamaktadır (Üçler, Koraş, ve Güçlü, 2016: 289). Aşağıda Konya Çarşısının antik dönemden 2000'li yıllara kadar olan dönüşüm ve gelişim süreci genel hatlarıyla anlatılacaktır.

Türkler Anadolu'ya gelmeden önce çarşı, Aladdin Tepesi ve civarında konumlanmıştır. Selçuklularla birlikte Aladdin Tepesi'nin doğusunda iki çarşı olduğu bilinmektedir. Kent kapılarına yakın olan bu çarşılar eski (Suk-i Cedid) ve yeni çarşı (Suk-i Atik) olarak isimlendirilmiştir. Fakat Alaaddin Tepesi referans alındığında birkaç yerde daha çarşı ve pazarın olduğu bilinmektedir: "At Pazarı, Attarlar Pazarı, Buğday Pazarı, Odun Pazarı, Kapan Hanı, Kasaplar, Kavafılar, Kuyumcular, Pamukçular ve Şekerciler". Osmanlı döneminde ise üç merkez bulunmaktadır. Bunlardan ilki Bedesten, İplikçi Cami ve Şerafeddin Cami'den oluşmaktadır. İbrahim Bey İmareti ve Hanı, Unkapanı ve Karatay Medresesi ise ikinci merkezi oluştururken, son merkezi Mevlâna Dergâhı, Sultan Selim Camisi ve Kiremitli Han oluşturmaktadır (Uysal, 2010: 152).

Cumhuriyet döneminin ilk yıllarında Konya Çarşısı'nın İstanbul Caddesi ile Tefikiye caddeleri arasında büyüdüğü görülmektedir. 1940 yılına gelince Konya için bir imar planı hazırlandığı bilinmektedir. Bu planda Mevlâna ile Aladdin Tepesi arasında bir yol açılarak, şehir geniş bir alanda konumlanmıştır. Yine aynı planda konut ve çarşı mekânlarının birbirinden ayrıldığı görülmektedir. 1954 yılında yapılan imar planında, çarşı alanı Aladdin Tepsine kadar yayılmıştır. Konya kent sistemindeki değişiklikler için 1964 yılında yarışmaya çıkılmıştır. Kazananın 1965 yılında uygulamaya başladığı plan, 1979 yılında tekrar elden geçirilmiştir. Bu plan 2000 yılına kadar uygulanmıştır (Uysal, 2010: 155).

Bedesten çarşısı yıllar boyunca Konya'daki ticaret hayatını etkilediği gibi komşu şehirlerin ticari hayatının da bir parçası olmuştur. Bu çarşı hem ticaret alanıyken hem de çeşitli meslek gruplarının eğitimlerinin verildiği ve birçok alanda sosyal ihtiyaçların karşılandığı mekândır. Şimdilerde ticari hayatı devam eden Bedesten, eskisi kadar dini, eğitim ve konaklama gibi alanlarda etkisini sürdürememektedir. Bunun en büyük sebeplerinden biri günümüz alış-veriş mekânlarındaki alternatiflerin artması ve tüketim biçimindeki değişikliklerdir (Yavuz & Tarhan, 2022: 979). Şehrin nüfusunun artması ve kentin birden fazla merkeze sahip olması bir diğer nedendir. Meram bölgesinde yer alan tarihi bedesten çarşısı dışında Karatay, Seçuklu bölgelerinde de çeşitli ticari ve kültürel alış-veriş alanlarının olması tek merkezli kent planını değiştirmiştir. Dolayısıyla alış-veriş alanları çoğalıp, çeşitlenmiştir.



Görsel 1.

Konya Tarihi Bedesten Çarşısı ve çevresinde yer alan önemli mekânlar (Konya Kent Rehberi, 2023)

Görsel 1'de Kadınlar Pazarı'nın yıllar içinde yaşadığı mekânsal dönüşümü ve değişen konumunu daha iyi okumak adına bir harita yer almıştır. Bu haritada Tarihi Bedesten Çarşısı ve içinde yer alan Aziziye Camii, çarşının konumunu anlayabilmek adına Konya'daki en bilinen mekânlardan Alaaddin Tepesi ve Mevlâna Müzesi, müzenin yanında yer alan ve 1940'lardan önce kadınlar pazarının onun çevresinde konumlandığı bilinen Selimiye Camii ve son olarak Kadınlar Pazarı'nın 1940'lardan beri yer aldığı alan görülmektedir.

Yukarıda Konya Kadınlar Pazarının yakın çevresi ve onunla kurduğu mekânsal ilişki haritalandırılmıştır. Aşağıda ise çarşı kültürünün tarihsel süreçteki anlamından sonra araştırmanın

konusu olan Kadınlar Pazarı'nın yıllar içindeki mekânsal değişimi ve kùltùre olan katkısı incelenmiştir.

Konya Kadınlar Pazarı'nın Sosyokültürel Yapısı ve Mekânsal Dönüşümü

Mekân ve Toplumsal Cinsiyet

İlk çağlardan beri yaşamın ayrılmaz bir parçası olan mekân, insan ile etkileşim içinde olan bir kavramdır (Noraslı ve Akçaova, 2023: 2555). Mekân, dönemlerin sosyo-kültürel yapılarını yansıtmaya açısından, farklı disiplinlerin araştırma alanlarına dahil olmuş önemli bir olgudur. İnsanın sosyal hayatta edindiği roller ve ahlaki yargılar mekânda kendini gösterir (Yalçınkaya, 2015: 639). Dolayısıyla, mekân kendisini deneyimleyen insanın yansımasıdır. Mekân, insanın sosyal alanlarını üreten ve dönüştüren bir kavramdır. Aynı zamanda kişinin mekânda edindiği öznel ve nesnel tecrübeler, sosyal alanı biçimlendirerek, mekânı anlamlı kılar. Bu kavram, insanların sosyal alanda edindikleri konumları, kamusal alanda kapladıkları yeri ve üretim ve tüketim alışkanlıklarını oluşturmada önemli bir alanı kapsamaya açıktır (Aktaş, 2017: 137-138).

Kamusal ve özel alan olarak iki farklı biçimde okunabilecek mekân olgusu: Özel alanı, mahrem alan olarak tanımlanırken kamusal alanı, daha çok insanın sosyalleştiği ortak alanlar olarak konumlandırır (Kulak, 2023). Çalışmanın konusunu oluşturan Konya Kadınlar Pazarı, kamusal bir mekândır. Bu bağlamda araştırmanın bu bölümünde “kamusal alan” kavramı açıklanmaya çalışılacaktır. TDK'ya göre kamu kavramı 3 farklı biçimde tariflenir: “1. Halk hizmeti gören devlet organlarının tümü, 2. Bir ülkedeki halkın bütünü, halk, amme, 3. Hep, bütün.” Kamusal alan ise “kamuya ait, kamu ile ilgili işlerin yapıldığı yer” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2024). Dolayısıyla kamusal alan için ‘tüm halkın ortak kullandığı mekân’ tanımını yapmak mümkündür. Kamusal alanı özel mekândan ayıran en büyük özellik; bu alanların herkesin kullanımına açık olması ve eşit kullanıma hizmet eden mekânlar olmasıdır. Ayrıca kamusal alanı kullanırken, kimseden izin alma zorunluluğu yoktur (Cumur, 2021: 34-35).

Özel ve kamusal alan ayrımı, kadın ve mekân arasındaki ilişkinin net bir şekilde somutlaştığı durumlardan biridir (Henden Şolt, 20218: 13). Kadınların yaşamlarının ev içi olan özel alanlarda geçirmesi, erkeklerin ise ev dışı olan kamusal alanlarda varlığını göstermesi, kalıplaşan toplumsal cinsiyet rollerinde bilinen davranışlardandır. Bu bağlamda mekân ve toplumsal cinsiyet arasında bir bağlantı vardır (Tosun & Hiçdurmaz, 2022: 2162). Kadınlar kamusal alana ilişkin karar alma ve verme durumunda erkeklere göre daha dezavantajlı durumdadır. Bakış açısının gelişmesiyle birlikte değişen kavramlar, toplumsal rollerin karar alma mekanizmalarında farklılıklar yaratsa da kadın, kentin olanaklarından daha az faydalanır (Kaypak, 2014: 344-345).

Çalışmanın kapsamını oluşturan Konya Kadınlar Pazarı kamusal bir mekandır. Bu çalışmayla mekan ve toplumsal cinsiyet kavramlarının birbirilerini nasıl etkilediğini anlamak araştırmanın konusu arasındadır. Fakat öncelikle, çalışmanın kapsamı olan Konya Kadınlar Pazarı'nın kültürel ve mekansal dönüşümünü anlamak gerekir.

Sosyo Kültürel ve Mekânsal Dönüşüm

Anadolu coğrafyasının ortasında yer alan konumu itibariyle Konya, yerleşik değerleri olan, kültürel kodların katı dinamiklerinin toplumsal cinsiyet rolleri üzerinde de baskın şekilde hissedildiği bir kültürel yapıya sahiptir. 11. yüzyıldan 13. yüzyıla kadar Konya merkez olacak şekilde Anadolu'da hüküm süren Selçuklu döneminde ve sonrasında 20. yüzyılın başına kadar devam eden Osmanlı döneminde, kadının sosyal konumu, İslam kültürü, geleneksel Türk görenekleri ve toplumsal yapı tarafından şekilleniyordu. Bu dönemde de dini öğretiler ve geleneğin etkisi altında kadın erkek eşitliği yerine, tamamlayıcılığa veya destekleyiciliğe dayalı geleneksel cinsiyet rolleri hakimdi. Buna rağmen bazı sosyal statüsü yüksek kadınlar, toplumsal ve kültürel etkinliklerde yer alabilmişlerdi. Bu dönemde kadınların yaşamlarının, aileleri, toplumları, inançları ve bunların sınırlandırdığı kişisel tercihleriyle şekillendiğini söylemek doğru olacaktır. Kadının toplumsal cinsiyeti özelinden gelişen bu sınırlayıcı duruma karşın, Kadınlar Pazarı, kadının ticari faaliyette bulunduğu, dolayısıyla sosyal yapı içinde geleneksel rolü dışında toplumsal hizmet sunduğu önemli bir faaliyet alanı olarak toplumsal cinsiyet rollerine dolayısıyla sosyo-kültürel yapıya bakışı geliştirmesi açısından önemlidir.

Selçuklu Döneminde hızla kentleşen şehirlerden Konya, 13.yüzyıl itibariyle kent içi ticari dokunun geliştiği bir yerleşim yeridir. Alâeddin Tepesinin doğusunda konumlanan kentsel merkezdeki ticaret, Şerefeddin Cami'den At Pazarı'na kadar uzanmıştır (Baş ve Bozkurt, 2003: 510). Selçuklu Döneminin sonlarında itibaren bu ticaret merkezlerinde çarşılar yer almıştır. Yıllar içinde çarşılar hem karakteristik olarak hem de sayıca gelişmiştir (Gedikçi Öndoğan, 2016: 9).

Konya'da yer alan çarşılar arasında zaman içinde değişen ve dönüşen mekânlardan biri de Kadınlar Pazarı'dır. Kadının hem üretici hem satıcı hem de alıcı olduğu bu alanlar Avratlar Pazarı olarak da bilinmektedir. Kadının üretime ve ekonomiye destek sağladığı Avratlar Pazarına 19.yüzyılın sonlarında ilgi artmıştır. Günümüzün semt pazarlarına benzeyen bu mekânlar, kent merkezinin etrafında yaşayan kadınların kendi yetiştirdikleri sebze ve hayvancılık ürünlerini sattıkları alanlardır. Anadolu'nun birçok yerinde görülen bu düzen, kadınların ürünlerin tazeliği korumak ve günün bereketini kaçırmamak adına pazara erken saatlerde gelip, ürünlerini satması üzerine kurulmuştur (Aktaş, Aydın ve Uçgun, 2018: 1144).

Konya’da iki kadınlar pazarı vardır. Bunlardan biri el işi ürünlerinin satıldığı yerdir. Bu yer önceleri Kapı Cami’nin altındaki dükkânların önünde yer alırken, sonraları Yılanlı Medrese’nin avlusuna taşınmıştır. Bir diğer kadınlar pazarı ise yiyecek ürünlerinin satıldığı alandır (Aktaş, Aydın ve Uçgun, 2018: 1144) ve çalışmanın odağını bu kadınlar pazarı oluşturmaktadır. Kadınlar Pazarı ilk başlarda Türbeönü’nde (Selimiye Cami) kurulurken, 1940 yılından sonra şimdi bilinen yeri Melike Hatun Çarşısının olduğu yere taşınmıştır. Türbeönü’nde açılan Kadınlar Pazarı’nın görüntüsü Görsel 2’de yer almaktadır (Aköz, 2015: 178).



Görsel 2.

Türbeönü (Selimiye Cami) Kadınlar Pazarı. Fotoğraf: O. N. Tongur (Aköz, 2015: 178)

1940 yılında altı mezarlık olarak bilinen Yeni Pazar, düzenlenerek Kadınlar Pazarı olmuştur. (Uysal, 2010: 156). Burada kadınlar yetiştirdikleri sebze ve meyveler ile hayvansal olarak elde ettikleri yoğurt ve peynir gibi ürünleri satışa sunarlardı. Ürünler pazar günü öğlene kadar satılırdı. Bu dönemde pazarın kuralı ürünleri tartmamaktı. Dolayısıyla kadınlar erken saatlerde gelerek ürünlerini birer kilogram olarak tartıp, onları gruplayarak önlerine koyarlardı. Alıcı, tercih ettiği gruplanmış ürünü satın alırdı (Aktaş, Aydın ve Uçgun, 2018: 1144). 1940’lara ait Kadınlar Pazarı fotoğrafı Görsel 3’te görülmektedir (Karpuz, Ürekli ve Doğan, 2023: 34).



Görsel 3.

1940'lara ait Kadınlar Pazarı görüntüsü. Fotoğraf: Foto Ektem (Karpuz, Ürekli ve Doğan, 2023: 34)

1990'lı yıllarda Kadınlar Pazarı yıkılmış ve yerine bu alanın dokusuna uygun olmayan Melike Hatun Çarşısı yapılmıştır (Uysal, 2010: 156). 1940'lı yıllardaki kadınlar pazarı açık bir fiziksel yapıya sahipken 1990'lardaki pazar kapalı bir mekân olarak oluşmuştur (Sosyal İnovasyon Ajansı, 2022: 74). Büyük ölçekli Melike Hatun Çarşısı Kadınlar Pazarı olarak kullanılmaya devam etmiştir (Uysal, 2010: 157). Küçük dükkânların sırt sırta vererek bir araya geldiği bu yeni yapı, çevresine göre oldukça büyük ve iki katlı olarak tasarlanmıştır (Sosyal İnovasyon Ajansı, 2022: 73). Melike Hatun Çarşısı içe ve dışa dönük olarak kurgulanmıştır. Zemin katında dükkânlar vardır. Dış cephedeki dükkânlar dışarıya, iç cephedeki dükkânlar avluya açılmaktadır. Dışarıdan avluya giren beş kapı bulunmaktadır. Bunlardan birinin ismi olmamakla birlikte diğerleri; Aziziye girişi, Selimiye girişi, Cıvıloğlu girişi ve Enfiyeci Zade girişi olarak bilinmektedir. Pazar sabahı 06.30'da ürün satılmaya başlanan bu alan, kışın 19:00'a yazın ise 22:00'ye kadar açıktır. Semt pazarlarından farklı olarak Melike Hatun Çarşısında yer alan Kadınlar Pazarı her gün açıktır (Aktaş, Aydın ve Uçgun, 2018: 1144-1145). Ağustos 2023 tarihinde yazarlar tarafından ziyaret edilen bu alanda pazarın avluda kurulduğu görülmüştür. Üst katta birçoğu boş olan ofis alanları ve ıslak hacimler yer almaktadır. Melike Hatun Çarşısında yer alan Kadınlar Pazarı'nın güncel hali Görsel 4'te görülmektedir.



Görsel 4.

Melike Hatun Çarşısı Kadınlar Pazarı'nın Ağustos 2023 görüntüsü (Yazarların arşivinden)

Kadınlar Pazarı, ülke ekonomisinin sıkıntılı olduğu, erkek iş gücünün askere alındığı bir dönemde kurulmuştur. O dönemde kadınlar, bahçede ürettikleri ve hayvancılıktan elde ettikleri ürünleri Kadınlar Pazarında satarak evin geçimini sağlamışlardır. Zamanla bahçede üretilen ürünler erkekler tarafından satılmaya başlanmıştır. En son köylülerin yerini esnaflar olarak Kadınlar Pazarı'nın çehresi tamamen değişmiştir (Sosyal İnovasyon Ajansı, 2022: 73). Artık, Kadınlar Pazarının eskiden olduğu gibi üreticisi ve satıcısı kadın değildir. Aynı zamanda kurulduğu ilk yıllarda tamamen kadınlardan oluşan alıcı kesim, artık hem kadınlardan hem de erkeklerden oluşmaktadır. Ürün satışı için gelen kadınlar, Melike Hatun Çarşısı'nda değil, çarşı çevresinde ya da Aziziye Cami etrafında yer alan kaldırımlara konumlanarak, ürünlerini satmaktadır (Aktaş, Aydın ve Uçgun, 2018: 1145).

Cumhuriyet Dönemi'yle birlikte kadınların sahip olduğu haklar artmasına rağmen dönemin ilk yıllarına oranla pazardaki kadın satıcılarda yaşanan düşüş dikkat çekmektedir. İkinci Dünya savaşında Türkiye tarafsız kalsa da o dönem Türk Ordusunun sayısı işgal ihtimaline karşı 1.300.000'e çıkarıldı (Tunçay, 1986: 37). Dolayısıyla ülke ve ev ekonomisini idare eden erkek sayısında düşüş yaşandı. 1940'lı yıllardaki savaştan dolayı üretim ve tüketimde çoğunlukla kadınlar yer almak zorundaydı. Çünkü ekonomide yer alacak erkekler askerdeydi. Aslında kadınların bu dönemde üretimde olması bir zorunluluktan kaynaklandığı düşünülmektedir. Savaşın bitmesiyle artık pazardaki satışta erkeklerin yer almaya başladığı görülmektedir.

Bu dönemlerden günümüze kadar pazarda satış yapan kadın sayısı teker teker azalmış, günümüzde iki kadın satıcıya kadar düşmüştür. Bu durumun sebepleri elbette araştırmanın başlığından da anlaşılacağı üzere kadın üzerinden okunan toplumsal cinsiyet rollerindeki sınırlayıcı değişimlerdir. Bu sınırlılıklar, yani kadının sosyal yaşama ve toplumsal hayata katılımında yaşadığı zorunlu çekiniklik hali, mahalle baskısı adı altında toplayabileceğimiz cinsiyet odaklı toplumsal atıllaştırmaya ve kadının yerinin ev olduğuna dair görüşlere dayanmaktadır. Bu görüşlerin nasıl yeniden kabul gördüğü ve süreç içinde nasıl tekrar kullanıma sokulduğu yani ‘Konya Kadınlar Pazarı’ını artık neden gerçekten Kadınlar Pazarı olmadığı, araştırmanın dördüncü bölümünde akademik verilerle ayrıntılı şekilde ortaya koyulmuştur.

Anadolu’da Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadının Sosyal Konumu

Toplumsal cinsiyet terimi 21. yüzyıla ait bir kavrammış gibi görünse de kökleri ilk insan topluluklarının olduğu çağlara kadar giden, tarihsel süreçte farklı kültürlerde ve dönemlerde değişiklikler gösteren karmaşık bir olgudur. İnsanların cinsiyet rolleri, beklentileri ve kimlikleri üzerindeki düşünceleri, toplumsal, kültürel ve tarihsel faktörlere bağlı olarak şekillenmiştir. Tarihin erken çağlarında, pek çok toplumda cinsiyet rolleri sıkı bir şekilde belirlenmişti. Bu çağlarda, genellikle erkekler savaşçı ve lider rolünde görülürken kadınlar ev işleri ve çocuk bakımı ile ilişkilendiriliyordu. Antik Yunan ve Roma gibi toplumlarda, erkeklerin siyasi ve toplumsal haklara sahip olduğu bir düzen hakimdi, kadınlarsa çoğunlukla evin içinde bir hayatla sınırlandırılan bir rolü kabul etmek durumunda kalıyordu.

Zengin kültürel mirası binlerce yıllık tarihe dayanan Anadolu coğrafyasına kadının rolü değişiklik göstermekle birlikte, çoğunlukla önemli bir yere sahiptir. Anadolu medeniyetlerinde kadınlar, çeşitli dönemlerde farklı roller üstlenirler. Bunlardan en bilinenleri Anadolu’nun en kadim uygarlıklarından Hititler dönemindeki kadın tanrılar ve hükümdarlardır.

“Anadolu’da daha M.Ö. 7 binde Çatal Höyük’te (bugünkü Konya) “Ana Tanrı” bütün öteki tanrılardan daha çok seviliyordu. Hatti Uygarlığı Çağı’nda da Tanrı Kadın Vurusemu’nun baş tanrı olduğunu ve tavanannanın, yani ana kraliçenin büyük rol oynadığını biliyoruz. Kadına saygı, erkekle kadın arasında eşit hak biçimindeki bu Hatti tutumunu İndo-Avrupalı Hititler de isteyerek ve severek sürdürmüşlerdi” (Akurgal, 2002: 100).

Hititler’de kadınlara mülkiyet hakları tanır ve ülke yönetiminde kadınları yüksek konumlara yetiştirirler. Bunlardan en bilineni M.Ö. 13. yy’da yaşamış olan ve kendisi de Kral eşi III. Hattuşili gibi hükümdar ünvanına sahip Putuhepa’dır. Puduhepa bu dönemde tanrısallaşmaya başlayan hükümdarlık unvanından da faydalanır, bütün işlerini tanrısallık güce ve desteğe bağlayarak çevresindeki gücünü artırır. Ayrıca diplomatik yazışmalarda aktif bir rol oynar ve Hitit

İmparatorluğu ile çeşitli diğer krallıklar arasında antlaşmaların müzakerelerine katkıda bulunur. Bu bağlamda Putuhepa'nın Kadeş Savaşı ile ilgili barış antlaşmasına ya da farklı siyasi antlaşmalara büyük kralla birlikte, hatta bazı belgelere tek başına imza koyması, kadının Hitit uygarlığında dolayısıyla Anadolu'da oynadığı rol bakımından olağandır. Yine Hititler döneminde Kral Muwatalli II'in kızı olan Maşuwasha, M.Ö. 13. yüzyılın sonlarında Anadolu topraklarında yaşamış kadın hükümdarlardandır. Bir süre Hitit İmparatorluğu'nun başında bulunur, Asurlar ve diğer komşu krallıklarla yapılan savaşlarda yer alır (Akurgal, 2002: 100).

Kökleri Anadolu topraklarında olan Antik Yunan döneminde kadınlar daha çok aile içindeki rolleriyle bilinirken, Helenistik döneme doğru bazı kadınlar sanatta ve bilimde önemli isimler haline gelir. M.Ö. 6. yüzyılda yaşamış olan Telesilla, Argos'un ünlü şairlerinden biridir. Ayrıca savaşçı bir kadın olarak da bilinen Telesilla, Anadolu topraklarında yaşayan, şiirleri ve savaşçı karakteriyle tanınan dönemin önemli karakterlerindedir. M.Ö. 4. yy'da bugünkü Behramkale'de (Asos) yaşamış ve orada evlenmiş olan Aristo'nun eşi Pythias, yine burada kurulmuş olan dünyanın ilk felsefe okuluna ve Aristo'nun felsefe çalışmalarına önemli katkılarda bulunmuştur. Bu bağlamda çevresindeki kadınlara felsefeyle ilgilenmeleri konusunda ilham olmuş olma ihtimali oldukça yüksektir. Yine Antik Yunan döneminde M.Ö. 3. yüzyılda önemli bir kültür ve sanat merkezi olan Afrodisyas (Aydın) kentinde yaşayan Stratonikeia'lı Apollonia, döneminin önemli matematikçilerinden ve filozoflarından biri olarak saygın bir yere sahipti. Apollonia matematik çalışmaları ve felsefeye olan katkılarıyla, bu dönemin aydınları arasında tanınır ve saygı görürdü. Özellikle geometri alanında çalışmalarıyla tanınan matematikçinin, bu dönemde temellerini attığı Apollonia Teoremi adını taşıyan bir de teoremi bulunur. Afrodisyas (Aphrodisias) kentinde yaşayan bir diğer önemli kadında Kariye'dir. Charis veya Charites adıyla da anılan sanatçı, Antik Yunan sanatının en önemli örneklerinden kabul edilen, ünlü Aphrodisias heykelinin baş heykeltraşı olarak tanınır (Lefkowitz ve Fant, 2005).

Orta Çağ döneminden itibaren, din olgusunun toplumsal yapıyı etkisi altına alması ve inanç sistemlerine dayalı kuralların etkisi nedeniyle kadınların toplumsal yapıdaki cinsiyet rolleri sınırlı hale gelir. Aydınlanma Çağı ve 19. yüzyılın sonlarına doğru, toplumsal cinsiyet eşitsizliğine karşı batıda başlayan aktivist hareketlerle yavaş yavaş bir farkındalık ve bilinçlenme başlar. 20. yüzyılın başında Atatürk önderliğinde 1919'da Anadolu'da başlayan milli kurtuluş mücadelesinde kadınlar aktif görevler üstlenir. Gerek cephe gerisinde gerek cephe hattında önemli görevler alan bu kadınlar, cephe ardında silah ve teçhizatın hazırlamasından, sağlığa, istihbarat çalışmalarından, propagandaya, cepheye silah ve teçhizat sağlamaktan, haberleşmeye kadar her türlü görevde aktif rol alarak kurtuluş mücadelesinin kazanılmasına büyük katkılarda bulunurlar. Modern Türkiye'nin kurucusu M. Kemal Atatürk'ün büyük önem verdiği kadının sosyal konumu meselesi üzerine

yapılan önemli değişikliklerden olan, 1922 Türk Medeni Kanunu'nun kabulü ve 1934 kadınlara seçme ve seçilme hakkı verilmesiyle Anadolu kadını, batıdaki pek çok hemcinsinden çok önce önemli yasal haklara kavuşur ve toplumsal cinsiyet bağlamında bu dönemde erkeklerle eşit konuma gelir.

Türkiye tarafından 1985 yılında onaylanan, 1986 yılında yürürlüğe giren Birleşmiş Milletler Kadınlara Karşı hertürlü Ayrımcılığın Önlenmesi Sözleşmesi başta olmak üzere, kadının statüsü ile ilgili uluslararası sözleşmelerin çoğunda onaylayan taraf olmuştur. 1986'da onaylanan sözleşmenin en önemli özelliği, kadının hem yasa önündeki hem özel hem de kamusal alanda eşitliğine vurgu yapması ve bu alanlarda varolan ayrımcılığı inceleme altına almasıdır (Noyan Yalman ve Özdemir, 2022: iv).

20. yüzyıl kadın hakları hareketleri, için önemli bir dönemdir. Bu dönemde dünyanın pek çok yerinde kadınların oy hakkı, eğitim ve iş dünyasına daha fazla katılımı için önemli adımlar atılması, sözleşme ve antlaşmaların yapılması yine aktivist hareketlerin yardımıyla olur. Katı toplumsal normlarla belirlenmiş cinsiyet rollerinin değişmesi yüz yıllar alır. Günümüzde toplumsal cinsiyet, birçok farklı perspektiften ele alınmaktadır. Toplumlar, cinsiyet eşitliğini teşvik etmek ve toplumsal cinsiyetin çok daha fazla anlaşılmasını sağlamak için çeşitli politika ve inisiyatifler geliştirmektedir. Yaşadığımız çağda hala coğrafyadan coğrafyaya, kültürden kültüre oldukça büyük farklılıklar gösteren toplumsal cinsiyet meselesi konusunda kat edilmesi gereken epey yol olduğu bir gerçektir.

Dünya genelinde yaşanan gelişme ve ilerlemeler sonucunda ortaya çıkan yeni toplum düzeni toplumsal cinsiyet ayrımcılığının azalmadığını hatta zaman zaman, değiştirerek arttığını göstermektedir. BM'nin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Araçları içindeki 17 hedeften biri de Toplumsal Cinsiyet Eşitliği amacıdır. Ülkelerin ekonomik kalkınmalarının sağlanabilmesi ve sürdürülebilmesi, kaynak sağlama ve kaynakların kullanımı konusunda cinsiyet ayrımı yapılmamasına bağlıdır. Toplumların refah seviyeleri ile toplumsal cinsiyet ayrımcılığı arasında ters yönlü bir ilişki vardır (Noyan Yalman ve Özdemir, 2022: vii-viii).

Toplumsal Cinsiyet Rollerinin Değişimi Açısından Konya Kadınlar Pazarı

Toplum tarafından kadın ve erkeğin toplum içindeki yerinin ve rolünün belirlenmesi olarak tanımlayabileceğimiz “toplumsal cinsiyet”, toplumların sosyal ve ekonomik kalkınmışlıklarında temel belirleyicilerden biridir. Bugün gelişmiş, gelişmekte olan ya da geri kalmış ülkelerin toplumsal yapıları incelendiğinde toplumsal cinsiyet eşitliği seviyesinin gelişmişlikte ne kadar etkin olduğu görülebilmektedir. Toplumsal kalkınma, insanların hayatlarında devamlı bir iyileşme ve fırsat yaratmayla ilgili olduğu için, kadının toplum hayatındaki konumunun güçlendirilmesi

doğrudan bir kalkınma problemi olarak değerlendirilmelidir. Dünya genelinde, ülke yönetimleri aldıkları kararlar ve uyguladıkları politikalarla toplum refahının artırılmasını temel hedef olarak kabul edilir. Bu nedenle, geliştirilen politikaların toplumsal cinsiyet ayrımcılığını azaltmaya yönelik olması beklenmektedir (Noyan Yalman ve Özdemir, 2022: vii-viii).

Konya Kadınlar Pazarı Artık Neden Kadınlar Pazarı Değil?

Konya Kadınlar Pazarı, adını kadının toplum içindeki ekonomik faaliyetlerinden alan önemli bir değer olarak var olmuştur. Geçmişteki kadın odaklı yapısına dair günümüzde ne yazık ki herhangi bir gösterge taşımamaktadır. Konya Çarşıları kitabı için yapılan röportajda çarşı esnafı şöyle demiştir: “Eski yani annelerimiz yaşlılarımız büyükler bunlar bağda bahçede yetiştirdiklerini buraya getirirlerdi burada satarlardır. Bir nevi müstahsil pazarıydı yani burası... Yumurtasını, sütünü kendi yaptığı meyveleri, sebzeleri alır gelirmiş, 40-50 kadın satarmış. Kadınlar pazarı zaten oradan kalma” (Sosyal İnovasyon Ajansı, 2022: 74). Burada kadınların pazarda aktif satıcılar olduğu görülmüştür. Ancak kadın köylülerden sonra erkek köylülerin, daha sonra da esnafın pazarda satıcı olarak yer alması kadın satıcıların sayısını epey azalttığı gözlemlenmiştir. 2014 yılında Kadınlar Pazarı’nda yapılan röportajda sadece iki kadın pazarcının kaldığı görülmüştür. Fakat pazara yakın Aziziye Cami çevresinde birçok köylü kadının kaldırımında yetiştirdiği ürünleri sattığı bilinmektedir (Tarım Tv, 2014). Konya Çarşıları kitabında yer alan röportajda bu net bir şekilde görülmüştür: “Şimdi tarlasından bahçesinden getirip satan yok maalesef.... Buradakilerin hepsi halden gidip alıp gelip burada satıyorlar. Müstahsillerde kapıların önünde Aziziye Camiisinin önünde yol üzerinde dışarıda kaçak göçek ellerinde çuval arkasında zabıta öyle satmaya başladılar maalesef” (Sosyal İnovasyon Ajansı, 2022: 77).

Tarım Tv sayfasının 2014 tarihli haberinde pazarda sadece iki kadın satıcının olduğu yazmaktadır. Bunlardan biri 73 yaşındaki Nazife Akkaş’dır. Kendisi ile yapılan röportajda 1985 yılında eşiyle birlikte pazarda satış yapmaya başladığını söylüyor ve şu şekilde devam ediyor: “Pazarımızda çok eskiden esnafın yarısı kadındı. Son 10 yılda sayımız gitgide azaldı. Eski satıcılardan sadece iki kişi kaldık”. Bir diğer kadın satıcı Şerife Ayazoğlu’nun kırk yıldır meyve ve sebze, peynir ve yağ gibi ürünler sattığı bilinmektedir (Tarım Tv, 2014). Fakat yazarlar tarafından ağustos ve kasım tarinde iki kere pazar ziyaret edildiğinde bu iki isimdeki kadın satıcılara rastlanmamıştır. Araştırmacılar, Kadınlar Pazarı’ndaki iki kadınla görüşme yapmak istiyor, fakat kadın satıcılar görüşme konusunda çok isteksiz davranıyor. Kadın satıcıların isimleri pazardaki erkek satıcılara soruluyor ve kadınlar ile ilgili bilgiler onlardan alınıyor. Kadın satıcılar görünür olma konusunda isteksiz olduğu için isimleri ve fotoğraftaki yüzleri sansürleniyor. Tanışılan kadın pazarcılardan A Hanım eşinden çekindiği için B Hanım ise genel olarak

iletişimden hoşlanmadığı için bizden kaçınıyor. Görsel 5 ve 6’da Kadınlar Pazarı’nda kalan son iki kadın satıcının fotoğrafları sansürlü bir şekilde yer almaktadır.

Pazardaki erkek esnaflar, kadınlarla ilgili sahip oldukları bilgileri bize iletiyorlar. B Hanım 1980’lerden beri pazarda yer alıyor. Oğlu hasta olduğu için tek başına gelip, gidiyor. Bu hikayedeki benzerlik Nazife Akkaş ile uyuyor. Fakat erkek pazarcıların bize aktardığı isim ile aynı değil. B Hanımın iletişimdeki isteksizliği ve çekinceli tavrı aslında sadece araştırmacılara karşı değil, Pazar esnafına karşı da aynı şekilde olduğu görülmüştür. Çünkü B Hanımın isminin ne olduğu ile ilgili esnaflar arasında farklı bilgiler olduğu gibi Tarım Tv’nin röportajındaki isimle de farklılık gösteriyor. A Hanımın ise eşinden çekindiği Pazar esnafı tarafından biliniyor. Kendisiyle konuşmaya çalışmadan önce araştırmacılar, Pazar esnafı tarafından “eşinden çekinir, görüşme yapmak istemez” diye bir uyarı alıyor. Bu bilgiye rağmen A Hanımla görüşme yapılmak isteniyor, fakat başarısız olunuyor.

İki kadın esnafla ilgili bazı gözlemler yapılıyor: B Hanım’ın tezgâhında dikkat çeken unsur, tezgâhta neredeyse hiç ürünün olmamasıdır. B Hanım, yazarlar tarafından yapılan iki ziyarette de yerinden hiç kalkmıyor ve kimseyle konuşmuyor. A Hanım ise çok hareketli, tezgâhında fazla ürün var ve bunları satmak için gayretli olduğu gözlemleniyor. Hatta ikinci ziyarette namaza gittiği için araştırmacılar kendisini biraz beklemek durumunda kalıyor.

Bu durum yani pazardaki iki kadın satıcıyla görüşme yapılamaması, bir taraftan araştırma için eksiklik gibi görünürken, bu durumun bir bulgu olarak araştırmanın parçası olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Bu noktada bedensel olarak orada bulunan iki insan, toplumsal olarak orada buldukları bilinsin istememekte, bundan çekinmekte ve belgelenmek istememektedir. Bir kültürel deformasyon sonucu ortaya çıkan ve mahalle baskısı, eril politik dil, yozlaşan kültürel değerler ve inanç odaklı manüplasyon gibi pek çok etkene bağlanabilecek bu sonuç, toplumsal cinsiyet rolleri açısından pazarın geldiği noktayı net şekilde betimleyen bir veri olarak araştırmada yer alır.



Görsel: 5. ve 6.

Günümüzde kadınlar pazarında çalışan son iki kadın esnaf (Yazarların arşivinden) 2023.

Günümüzde değişen toplumsal ve ekonomik yapı nedeniyle yok olmak üzere olan bu geleneksel yapının korunması için gerekli girişimlerin yapılması kadının toplum yapısına etkin şekilde katılımı açısından önemlidir. Kadınlar pazarı 21. yüzyılda, toplumsal cinsiyet eşitliği açısından yüz yıl önceki halinden fersah fersah geridedir. Bu bağlamda, tarım ve ticaret politikaları kadınların ekonomideki yerini görmezden gelmeden planlanmalı ve toplumsal cinsiyet açısından destekleyici projeler geliştirilmelidir. Bu araştırma Konya Kadınlar Pazarı özelinde yapıldığına göre bu mekân bu tür girişimler için bir başlangıç noktası olabilir.

Sonuç

Konya Kadınlar Pazarı 1900'lerin başında şimdiki Mevlâna Müzesini'nin yanında yer alan Selimiye Cami civarında yer alıyordu. Pazar 1940'larda Konya Tarihi Bedesten Çarşısı'nın hemen dışında kalan mezarlığın üstüne kurulmuştur. Açık pazar olarak bilinen bu alana 1990'larda tarihi dokudan tamamen uzak yüksek katlı, büyük bir yapı inşa edildi. Bu yapının adı Melike Hatun Çarşısı'dır. İsmi köylü kadınların mekânda pazar kurması sonucu alan Kadınlar Pazarı'nda 2023 yılında sadece iki kadın satıcı bulunmaktadır.

Kadınlar Pazarına yapılan iki ziyarette de pazarda iki kadın satıcı olduğu gözlemlenmiştir. Kadın satıcıların konuşma konusundaki isteksizliğinden dolayı erkek satıcılara kadınlarla ilgili sorular sorulmuştur. Kadınlardan biri eşinden çekindiği için ne fotoğraf çekinmek ne de konuşmak istemiştir. 1940'larda pazarda aktif olan kadınların izi şimdilerde yok denecek kadar azdır. Kadınlar Pazarı'nda sayısı ciddi ölçüde azalan kadın satıcıların fiziksel olarak kamusal mekânda var oldukları görülse de görünür olmak konusunda çekinceleri çok belirgindir. Öyle ki kadınlardan biri eşinden çekindiği için yabancılarla ne konuşmak ne de fotoğraf çektirmek istemiştir. Diğer satıcı ise tamamen iletişime kapalıdır. Bu iletişim isteksizliği sadece araştırmacılara karşı değil, Pazar esnafına karşı olduğu da gözlemlenmiştir.

Konya Kadınlar Pazarı odağında yapılan bu araştırma, aslında kamusal mekân ve toplumsal cinsiyet bağlamında genel bir bakışa da olanak sağlar nitelikte verilerle doludur. Toplumsal hafızayı koruyan mekânın ve toplumsal cinsiyete dair kazanımların birlikte yok olduğu bir alan olarak Konya Kadınlar Pazarı günümüzde yerel halkın anlatılarıyla ve bu tür bilimsel çalışmalarla belleğini koruyabilmektedir.

Dünya genelinde cinsiyet eşitsizliği ve ayrımcılık sorunları devam etmesi, bu konunun hala önemli bir tartışma ve mücadele konusu olduğunu göstermektedir. “Toplumsal cinsiyet eşitsizliği, siyasal ya da ekonomik bir problemden çok bir vicdan problemidir” (Noyan Yalman & Özdemir, 2022: vii-viii). Bunun da ötesinde bir akıl körlüğü problemidir. Kadının toplumsal temsiliyetinin korunması toplumun her katmanı ve her tür çalışma disiplini için vazgeçilmezdir. Kadının variyetinin yok sayıldığı veya ikincilleştirildiği bir toplumsal yapının geri kalmaya mahkûm olduğu bir yorum veya çıkarım olmanın ötesinde bilimsel bir gerçektir.

Kaynakça

- Aköz, A. (2015). *Konya'nın Kırkları Serisi 05 "Konya'nın Çarşısı ve Pazarı"*. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Aktaş, G. (2017). Kadın Açısından Kente İlişkin Mekan Pratikleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (27), 136 - 149.
- Aktaş, N., Aydın, D., & Uçgun, D. (2018). Konya Kadınlar Pazarının Gastronomi ve Mimari Özellikleri Üzerine Nitel Bir Çalışma. *VI. Uluslararası KOP Bölgesel Kalkınma Sempozyumu Bildiri Kitabı*, (s. 1141-1148). Konya.
- Akurgal, E. (2002). *Anadolu Kültür Tarihi 13.Basım*. Ankara: Tübitak Popüler Bilim Kitapları.
- Arslan, R. (2023). Osmanlı'dan Günümüze Uzanan Pazar: Bartın Kadınlar Pazarı (Galla Bazarı). *Bulletin of Economic Theory and Analysis*, 8(1), s. 43-66.
- Baş, A., & Bozkurt, T. (2003). Konya Bedesteni. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(10), s. 507-529.
- Cönk, E., Çiçek, H., Öztürk, N., & Uyar, Y. (2022). Şehir Markalaşmasında Çarşıların Rolü: Afyonkarahisar “Uzun Çarşı” Örneği. *Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 4(2), s. 63-71.
- Çevrimli, S., & Haştemoğlu, H. (2020). Geleneksel Osmanlı Çarşısı Örneği, Isparta Üzüm Pazarı. *History Studies*, 12(1), s. 125-145.

- Cumur, Ş. (2021). Toplumsal Cinsiyet Eşitsizliği: Kadın ve Mekan. Konya Teknik Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Ana Bilim Dalı.
- Eray, S. ve Kutlu, İ. (2021). Anadolu'da Selçuklu ve Osmanlı Kent Yapısında Çarşının Konumu ve Mekansal Kurgusu Üzerine Bir İrdeleme. *Kent Kültürü ve Yönetimi Dergisi*, 14(2), s. 506-517.
- Gedikçi Öndoğan, A. (2016). Tarihi Çarşılarda Tüketim Ritüelleri: Konya Bedesteni. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (36), s. 5-19.
- Gençoğlu, A. (2021). Kayseri Çarşılarının Sosyoekonomik Yapısı Ve Esnafların Beklenti Analizi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(79), s. 1465-1483.
- Güngördü, Z. (2020). Kent Kimliğinin Değişim Sürecini Geleneksel Çarşılar Üzerinden Düşünmek: Antakya-Uzun Çarşı Örneği. *Eskiz: Şehir ve Bölge Planlama Dergisi*, 2(1), s. 1-23.
- Hatipoğlu Şahin, B. ve Dağ Gürcan, A. (2021). 1923 Yılından Günümüze Apartman Tipi Konutlardaki Yatak Odası Gelişimi: Konya Örneği. *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 9(5), s.1909-1926.
- Henden Şolt, H. (20218). Kentsel Kalkınmada Kadınlar Ve Toplumsal Cinsiyet. *International Journal of Social And Humanities Sciences*, 2(2), 11-26.
- Karpuz, H., Ürekli, B., & Doğan, M. (2023). *Konya'nın Kırkları Serisi 12 "Konya'nın Kırk Son Dönem Şehir İçi Hanı"*. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür Yayınları.
- Kaypak, Ş. (2014). Toplumsal Cinsiyet Bakış Açısından Kente Bakmak. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 344-357
- Kejanlı, D. T. (2010). Anadolu'da Selçuklu Ve Osmanlı Dönemlerinde Kent Sistemi, Kale Ve Merkez-Çarşı Gelişimi. *Social Sciences*, 5(3), s. 287 - 302.
- Konya Kent Rehberi. (2023). <https://kentrehberi.konya.bel.tr/#/rehber/>. adresinden alındı
- Kulak, H. (2023). Kamusal Alan-Özel Alan Ayrımı ve Habermas'ın Kamusal Alan Düşüncesi. *HABITUS Journal of Sociology*(4), 115-144.
- Lefebvre, H. (2012). *Gündelik Hayatın Eleştirisi 1*. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Lefkowitz, M., & Fant, M. (2005). *Women's Life in Greece and Rome : A Source Book in Translation*. Baltimore: Johns Hopkins University Press; 3rd edition.
- Nişanyan Sözlük. (2023). <https://www.nisanyansozluk.com/kelime/%C3%A7ar%C5%9F%C4%B1>.

- Noraslı, M. ve Akçaova, A. (2023). Eğitim Mekânları Girişinde Kurumsal Kimliğin Etkisi. *Turkish Journal of Agriculture - Food Science and Technology*, 11(1), s. 2554 - 2558.
- Noyan Yalman, İ., & Özdemir, Ş. (2022). *Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kalkınma*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Sosyal İnovasyon Ajansı. (2022). *Konya Çarşıları Soyokültürel Hayat Araştırmaları*. Konya: Konya Büyükşehir Belediyesi Kültür A.Ş. Yayınları.
- Şahinalp, M., & Günal, V. (2012). Osmanlı Şehircilik Kültüründe Çarşı Sisteminin Lokasyon ve Çarşı İçi Kademelenme Yönünden Mekânsal Analizi. *Milli Folklor*, 24(93), s. 149-168.
- Şahinalp, M., & Günal, V. (2016). Osmanlı Dönemi Anadolu Şehirleri Çarşı Sisteminin Fonksiyonel Analizi. *Turkish Studies*, 11(8), s. 335-360.
- Tarım Tv. (2014). <https://www.tarimtv.gov.tr/tr/video-detay/kadnlar-pazarinn-son-kadn-4206>.
- TDK. (2023). <https://sozluk.gov.tr>.
- TDK. (2024). https://www.tdk.gov.tr/wp-content/uploads/2022/05/%C3%82dem-Terzi-_ECHO-CHAMBER-KAVRAMI-_5-.pdf.
- Tosun, M., & Hiçdurmaz, Z. (2022). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Kadınların Kent Hakkı Üzerine Bir Değerlendirme. *İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi*, 13(37), 2152-2174.
- Tunçay, M. (1986). İkinci Dünya Savaşı'nın Başlarında (1939-1941) Türk Ordusu. *Tarih ve Toplum*, 6(35), 34-41.
- Uysal, M. (2010). Tarihsel Süreçte Geleneksel Konya Çarşısı için Bir Mekansal Analiz. *Milli Folklor*, 22(86), s. 149-162.
- Uysal, M. (2010). Tarihsel Süreçte Geleneksel Konya Çarşısı İçin Bir Mekansal Analiz. *Milli Folklor Dergisi*, 11(86), s. 149 - 162.
- Üçler, Y. T., Koraş, M., & Güçlü, Y. (2016). Bölgesel Kalkınmada Sosyal Sermayenin Rolü: Konya Bedesten Örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(35), 285-299.
- Yalçınkaya, Ş. (2015). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında Mekansal Davranış: Yurt Odaları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(37), 639-349.
- Yavuz, A., & Tarhan, A. (2022). Tarihi Çarşılardaki Tüketim Ritüelleri: Eski ve Yeni İşleyişin Sentezi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 9(2), 979-1003.
- Yeşilbaş, E. (2018). Mardin Çarşılarının Tarihi Ve Mimarî Özelliklerine Dair Tespitler. 27(1), s. 97-117.