

JAPONYA PAZARI İLE TÜRKİYE KARADENİZ ARASINDAKİ KÜRESEL-KIRSAL BAĞLANTI: *RAPANA VENOSA*'NİN METALAŞMA SÜRECİ VAKA ANALİZİ^{1,2}

Miki SUZİKİ HİM³

Ayşe GÜNDÜZ HOŐGÖR⁴

ÖZET

Rapana venosa (damarlı rapa deniz salyangozu) Türkiye’de tüketilmeyen ancak Japonya’ya son yirmi beş yıldır ihraç edilen deniz ürünüdür. Bu çalışma, daha önce Japonya’da da tüketilmeyen deniz salyangozunun metalaşma sürecini ve üretim zincirini sosyolojik açıdan incelemektedir. Araştırma keşifseldir; veriler, döküman incelemesi, Sinop ve Samsun’da bulunan balık işleme fabrikalarında katılımcı olmayan gözlem ve fabrika sahipleri ve Tokyo’daki firma yöneticileriyle yapılan mülakatlar yoluyla toplanmıştır. Çalışma, küresel bağlantılar ve eşişsizliklerin son derece karmaşık hale geldiği yenedünya düzeninde, deniz salyangozu ticaretinin Türkiye’deki yoksul üreticiyi Japonya’daki yoksul tüketiciye nasıl bağladığını irdelemektedir.

Anahtar kelimeler: Metalaşma, Küreselleşme, Karadeniz, Japonya, Deniz Salyangozu

¹ Bu makale, 1-3 Aralık 2016’da ODTÜ’de gerçekteştirilen VIII. Ulusal Sosyoloji Kongresi’nde aynı başlıkla yer alan sözel bildiri sunumunun geliştirilmesiyle oluşturulmuştur.

² Yazarlar, yapıcı geribildirimleri için anonim hakemlere teşekkür ederler. Bu makalede sunulan araştırma AB fonlu FP7 Avrupa Denizleri İçin Bilgiye Dayalı Sürdürülebilir Yönetim (KnowSeas-226675) Projesinin bir parçasıdır. Japonya’da toplanan veriler, 2547 Sayılı Kanun Md. 39 uyarınca Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) tarafından sağlanan kısmi burs ile yürütölen araştırmaya dayanmaktadır. Araştırma sırasında çalışma ofisi ile kütüphane kaynaklarına erişim sağlayan Tokyo Tarım Üniversitesi Gıda ve Çevre Ekonomisi Bölümüne teşekkür ederiz. Ayrıca, Prof. Dr. Nagatada Takayanagi’ye Japon gıda pazarını anlayabilmemiz için vermiş olduğu destek ve fikirler için müteşekkirimiz. Son olarak, yazımızın imla hataları ve anlam bozukluklarını düzeltmeye yardımcı olan Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Çil’e teşekkür ederiz.

³ Dr. Öğr. Üyesi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen-Edebiyat Faköltesi, Sosyoloji Bölümü

⁴ Prof. Dr., Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Fen-Edebiyat Faköltesi, Sosyoloji Bölümü

GLOBAL-RURAL CONNECTION BETWEEN JAPANESE MARKET AND BLACK SEA TURKEY: A CASE STUDY OF THE COMMODIFICATION OF RAPANA VENOSA

ABSTRACT

Rapana venosa (veined rapa whelk) is a kind of sea snail which has been exported from Turkey to Japan in the past quarter-century. It is a non-indigenous species and not consumed in Turkey. Surprisingly, it was not, until recently, consumed in Japan, either. In this study, we examine a social process of commodification of the sea snail. Data were collected in Turkey and Japan by library research and unstructured interviews with Turkish sea-snail factory owners and the managers of Japanese companies. Our research demonstrates that *Rapana venosa* has been commoditized through a set of ecological and socioeconomic changes in Turkey and Japan and the commodity chain connects the poor in two countries in a context that global connections became far more diversified than the last century.

Keywords: Commodification, Globalization, Black Sea, Japan, *Rapana Venosa*

1. GİRİŞ

Zygmunt Bauman, *akıcı modernlik* kavramı üzerine yaptığı tartışmalarında, esnek ve sabit üretim biçimleri arasındaki tahakküm ilişkilerinin uzamını anlatır (Bauman, 2011). *Katı modernite* çağında, hem sermaye hem de emek sabittir ve birbirlerine bağımlıdır. İkisi de rutin yönetim anlayışı, yönetmelikler ve yasalara sabitlenmiştir. İşyeri yönetmelikleri ve çalışan haklarına yönelik yasalar işçileri korur. Aynı zamanda, bu düzenlemelerle işveren kalifiye işçiyi kendi işyerinde tutabilir. Ancak, *akıcı modernite* çağında, düzen ve düzenlemeler sermaye için adeta prangalara dönüşür. İşçilerin rutin istihdamı ve yönetimi külfetli ve maliyetlidir. Sermaye, hızlı hareket eden, belirsiz ve tahmin edilemeyen küresel dünya düzeninde kâr etmeye devam edebilmek için, sabit üretimin olduğu mekândan, gündelik rutin yönetim anlayışından ve düzenlemelerden kurtulmak ister. Sermaye, üretim ve istihdamın iyi düzenlenmiş olduğu bir ülkede ya devlet denetimini kaldırmayı - yani deregülasyonu - talep eder; ya da devlet kontrollünün gevşek düzenlendiği ve ucuz vasıfsız işgücünün bulunduğu yeni yerler arar. Kuşkusuz, modernite kendi içerisinde farklılıkları da barındırır. *Katı modernite* döneminde olduğu gibi, günümüzde de hem düzensiz işgücüne dayalı üretimler hem de mekâna ve fordist üretim biçimine bağlı üretimler devam etmektedirler (Higgins & Jussaume, 1998). Yine de *katı modernite* sınırlı coğrafyalarda varlığını sürdürebilmektedir. Bauman'ın *akıcı modernite* kavramsallaştırması süregelen küresel dönüşümleri daha iyi açıklamaktadır. Bununla birlikte, yeni çoğalan esnekliği anlamak için yeni ampirik bulgulara ihtiyaç vardır. Mekândan bağımsız, güvencesiz kapitalist yapılanmalara katkıda bulunan bağlantılar, günümüzde hala yeterince bilinmemektedir. İşte Türkiye'nin Karadeniz kıyı köylerinde yer alan rapa deniz salyangoz üretimi, bu ikinci duruma örnek *vaka* teşkil eder. Buradan hareket ederek, bizde bu araştırmamızda *akıcı modernite* çağında küresel-kırsal bağlantısının, *Rapana venosa* metalaşma süreci üzerinden nasıl sosyal olarak inşa edildiğini anlamaya çalıştık.

Arjun Appadurai'ya göre "*bir meta mübadele etmeyi amaçlanan herhangi bir şeydir*" (1986, s.9). Ona göre bir "*şey*", alışlagelmiş kültürel ve tarihi bağlamlarda değiş tokuş edilerek metaya dönüştürülür. Metaya

dönüşen “şey” mübadele edildiği için değerlidir; tersi ise geçerli değildir. Appadurai’ya göre herhangi bir metanın kariyeri vardır. Bazısı tarihsel konjonktürde son derece değerli olabilir ve herhangi bir zamanda meta olarak mübadele edilmez hale gelebilir. İşte *rapana venosa*, Appadurai’nın öne sürdüğü gibi “bir metanın sosyal yaşantıya” sahip olduğunu gösteren canlı bir örnektir (Appadurai, 1986, s.3). Metaların sosyal yaşamı genellikle daha geniş sosyoekonomik, bunun yanı sıra ekolojik, dönüşümleri de yansıtmaktadır. Özellikle, küresel metalar, kapitalist küreselleşmenin düzensiz süreçlerini anlamamıza yardımcı olurlar. Rapa deniz salyangozu, *akıcı modernlik* çağında farklı coğrafi alanlarda, farklı boyutlarda yapılan, kapitalist bağlantılar sonucunda yeni ortaya çıkan, dünya çapında alış-veriş edilen sayısız gıda ürünlerinden yalnızca birisidir.

Rapana venosa, diğer adıyla damarlı rapa salyangozu, Japon Denizi, Sarı Deniz, Doğu Çin Denizi ve Bohai Denizi’ne özgü bir tür deniz salyangozudur. Türün Karadeniz’e 1940’lı yıllar civarında planktonik larva evresinde gemi gövdelerindeki safra suyu (*ballast water*) içerisinde ya da su kültürü ürünleriyle beraber yumurta kitleleri halinde göç ettiği düşünülmektedir (Harding, 2001). Karadeniz’e özgü olmayan bu tür, ana besin kaynağı diğer tür yumuşakçalar olması sebebiyle ekolojik ve ekonomik zararlara sebebiyet verebilecek potansiyele sahip ciddi bir “istilacı” türdür. Rapa salyangozu hızlı büyür, iki yıl içinde doğurgan olur ve ömrü on yıldan fazladır, yani yaşam süresi uzundur. Yeni ekolojik ortama uyum sağlama kapasitesi de yüksektir. Tüm bunların yanı sıra, Karadeniz’in denizyıldızı gibi rapa salyangozu ile beslenen bir türe ev sahipliği yapmaması nedeniyle tür çok çabuk bir şekilde çoğalmıştır. Nitekim Türkiye-Gürcistan sınırı ve Orta Karadeniz arasındaki bölgede bulunan midye stokunun neredeyse yok olduğu rapor edilmiştir (Knudsen, Zengin & Koçak, 2010).

Öte yandan, 1990’lı yıllarda Japon ticaret şirketleri Karadeniz sahilinde yerleşik yerel deniz ürünü işleme tesislerinden rapa salyangozu satın almaya başlamıştır. Avlanma yoksul balıkçı erkekler tarafından yapılırken (Knudsen and Koçak, 2011), emeğin en yoğun olduğu ayıklama/temizleme işi yoksul kırsal

kadınlar tarafından gerçekleştirir. Orta Karadeniz’de gerçekleştirdiğimiz çalışmamıza göre (Gündüz Hoşgör & Suzuki Him, 2016), kıyı köylerine kurulan salyangoz fabrikalarında çalışan kadınlar dağ köylerinde yaşayan yoksul kırsal ailelerden gelir. Bu kırsal bölge ülkedeki sosyoekonomik gelişmelerden payına düşeni alamamış, neoliberal tarım politikasından olumsuz etkilenmiş, çoğunlukla geçimlik tarımla uğraşan düşük gelirli hanelerin barındığı bir yerleşkedir. Kadınlar deniz salyangozunu yaşamlarında ilk defa bu fabrikalarda görmüştür. Daha önce çiftçi olan ve tarımsal üretimde yer alan kadınların, para kazanmak adına muhatap oldukları bu yabancı deniz canlısına ve tekdüze monoton ücretli işte çalışmaya alışmaları uzun zaman almıştır (Gündüz Hoşgör & Suzuki Him, 2016).

Karadeniz kıyı köylerinde işlenen bu ürün başta Japonya olmak üzere Uzak Doğu ülkelere ihraç edilir. Bu durum kırsal kalkınma açısından yoksullara gelir getirici yeni bir faaliyet yaratılması anlamına gelirken, aynı zamanda, “istilacı” bir türün avlanarak Karadeniz’deki popülasyonunun azalması da ekolojik denge açısından önem arz eder. Ståle Knudsen Karadeniz’de rapa salyangoz balıkçılığı üzerine antropolojik çalışmalar yürütmüştür. Knudsen bu çalışmalarında özellikle yerel bilgi ile bilimsel bilginin çelişkilerini ve farklılıklarını vurgulamış ve Karadeniz sularının devimsel özkaynak yönetim dinamiklerini araştırmıştır (Knudsen, 2003; 2004; 2007; 2008; 2009; Knudsen, Zengin and Koçak, 2010; Janssen, Knudsen & Gündüz Hoşgör, 2013). Ancak, bu canlının nasıl ticari ürün olduğu ve ihraç edildikten sonra hangi üretim zincirlerinden geçerek Japonya’daki tüketiciye ulaştığı, hangi toplumsal sınıflar tarafından tüketildiği gibi sorular hakkında henüz yürütülmüş bir çalışma yoktur. Oysa ürünün sürdürülebilirliği mevcut *Rapana venosa* stoklarının varlığının yanı sıra, tüketiciye de bağlıdır. Ayrıca küresel bağlantıların düzensiz ve asimetric yapısını anlayabilmek açısından ürünün avlanma aşamasından tüketiciyle buluştuğu aşamalara kadar, nasıl el değiştirdiğini bilmek önemlidir. Yazındaki bu bilgi boşluğunu doldurmak adına, bu makaleye alt yapı oluşturan araştırmamızda, Türkiye’den yola çıkan ve Japonya’ya uzanan rapa salyangozunun meta zincirini incelemeyi hedefledik.

Araştırdığımız *Rapana venosa*'nın metalaşma süreci çeşitlenen küresel bağlantılara ışık tutmaktadır. Küreselleşme, genellikle küresel ölçekte daha yoğun ve karmaşık birbirine bağlılığı ve bağımlılığına yönelik bir süreç olarak tanımlanır (Steger, 2009). Bilimsel çalışmalarda küreselleşmeye büyük bir ilgi bulunmakla birlikte, konu soyut ve kavram düzeyinde kalmaktadır; küreselleşme ampirik açıdan çalışılması zor bir konudur. Küreselleşme, coğrafi uzamda sayısız etkileşimlerle inşa edilmiş sosyoekonomik, kültürel, siyasi ve çevresel faktörleri içeren geniş ve karmaşık süreci tanımlayan genel bir kavramdır. Ancak, bu etkileşimlerin her biri, son derece soyut ve değişen maddi koşullara karşı, sıradan yerel bir tepki olabilmektedir. Araştırmamız küresel bağlantıların son derece karmaşık hale geldiği yeni dünya düzeninde, birçok sıradan yerel tepkinin deniz salyangozu ticaretini nasıl doğurduğunu ve bu ticaretin Türkiye'deki üreticiyi Japonya'daki tüketiciye nasıl bağladığını irdelemektedir. Özetle, bu çalışma, bir metalaşma sürecini ve *Rapana venosa*'nın meta zincirini inceleyerek iki hedefe ulaşmayı amaçlamaktadır. Birincisi, küresel bir gıda ürününün, çoklu ekolojik ve sosyo-ekonomik dönüşümlerle yüz yüze olan farklı yerlerdeki farklı aktörlerin farklı çıkarlarından ortaya çıkan minimal konsensüsün sonucu, toplumsal olarak nasıl inşa edildiğini irdelemektedir. Diğeri ise, *akıcı modernlik* çağında meydana gelen düzensiz, doğrusal olmayan ve asimetrik küresel bağlantıların doğasına ışık tutmaktır.

2. ULUSLARARASI META ZİNCİRİ VE KÜRESEL BAĞLANTILARIN TOPLUMSAL İNŞASI

Gıda gibi uluslararasılaşmış meta üretimini incelemek, küreselleşmenin daha geniş sosyo-ekonomik süreçlerini ampirik olarak anlamamıza yardımcı olur. Meta çalışması genel olarak iki eğilime ayrılabilir: *küresel meta zinciri analizi* ve *meta araştırması*. Küresel meta zinciri analizi (KMZ analizi), Hopkins ve Wallerstein'in Dünya Sistemleri yaklaşımında ortaya çıkmış ve küresel ihracat sanayilerini anlamının bir yolu olarak, Gary Gereffi ve meslektaşları gibi bilim insanları tarafından geliştirilmiştir (Dolan, 2004). KMZ analizi, zincirin sosyal, uzamsal ve örgütsel yapılandırmalarıyla ilgilidir. Ürün girdi-çıktı yapısı, bölgesellik, yönetim yapısı ve kurumsal bağlam gibi konuları incelemektedir (Challies, 2008). Meta

araştırması, tarım sosyolojisi çalışmalarına dayanır. Bu yazında bazı tartışmalar metanın belli bir yönüne odaklanırken (örneğin, domatesin mekanize hasadı ve sosyal sonuçları gibi), diğerleri metanın kapsamlı üretim sistemlerini ele alırlar (Friedland, 2001).

KMZ analizi ve meta araştırmasının sistemik yaklaşımı, küresel bağlantıları doğrusal, düzenli ve evrensel olduğu yönünde varsaydığı için eleştirilmiştir (Challies, 2008). Bir diğer eleştiri ise onların yapıya odaklandığını; kültür, tüketim ve özellikle özneyi ihmal ettiğini vurgulamıştır (Arce & Marsden, 1993; Friedland, 2001). Bu eleştiriler ile “dolaşım” ve “ağlar” terimleri, zincir metaforu için bir alternatif olarak kullanılmaya başlandı. 1980’lerden sonra çok sayıda araştırmacı, küresel meta üretiminin tüketim, kalite ve kültürel yönlerini keşfetmiştir (Challies, 2008). Alberto Arce, “küresel süreçlerin somutlaştırılması için yerel aktörler tarafından tercüme edilmesi” gerektiğini savunarak, küresel gıda araştırmalarında aktör/özne odaklı bir yaklaşımı savunmuştur. (1997, s.77). Benzer şekilde, Edward Challies, yerel deneyimleri meta üretim zincir analizine entegre etmek için kırsal sosyolojide geliştirilen sürdürülebilir geçim yaklaşımından yararlanmış (Challies, 2008; Challies and Murray, 2011). Küreselleşme süreçlerini anlamak üzere Challies (2008), yerel detaylara duyarlılığa ve vaka incelemesine sahip KMZ analizinin, yapı ve özneyi içerecek bütünsel bir analizi yapma potansiyeline sahip olduğunu vurgulamıştır.

Günümüzde, küresel meta çalışmasını yürüten birçok araştırmacı, üretim zinciri/sistemi/ağını çoğunlukla asimetrik küresel-yerel bağlantıların oluşumunu anlamının kullanışlı bir yolu olarak görmektedir (Örneğin, Arce & Marsden, 1993; Higgins and Jussaume, 1998; Friedland 2003; Cavalcanti, 2004; Dolan, 2004; Challies and Murray, 2011; Tsing, 2015). Fakat aynı zamanda bu araştırmacılardan bazıları, malların büyük bir bölümünün, özellikle de tarla tarımının, yerel olarak üretilmeye ve ulusal olarak dağıtılmaya devam ettiğinin farkında olduklarını vurgulamaktadır (Friedland, 2003). Düzenli yapılardan ziyade, süreksizlik, kırılabilirlik, değişkenlik, zamansızlık, karmaşıklık ve düzensizlik gibi kavramlar üzerinden süreçleri irdelemektedirler. Örneğin, meta zincirinde cinsiyete dayalı sömürüye dair derleme kitabında, Wilma

Dunaway (2014, s.2), Hopkins ve Wallerstein'in dünya sistemleri yaklaşımının meta zinciri analizinde sömürücü yönünü vurguladığını böylece artı değer sadece işçiden değil aynı zamanda işçinin hanehalkı üyelerinden de elde edildiğinin altını çizdiğini hatırlatmaktadır. Bizim daha önceki çalışmalarımızda da vurguladığımız gibi (Gündüz Hoşgör ve Suzuki Him, 2016), ihracata dayalı küresel değer zinciri araştırmaları özellikle küresel Güney'in kırsal kesimlerinde yaşayan; esnek ve vasıfsız işgücü olarak algılanan ve yirminci yüzyılın planlı katı modernitesine dahil olamayan kadınların mekânsal/uzamsal fark gözetmeyen esnek sermayenin yarattığı "küresel değer zincirinin en alt tabakasına" entegre olduklarını yansıtmaktadır (Dolan, 2004, s.99). Dunaway'a göre, Gereffi gibi ana akım KMZ düşünürleri, meta zincirindeki asimetrik güç ilişkilerine dayalı sorunları göz ardı etmektedir (Dunaway, 2014). Elbette kapitalizmin düzensiz gelişimi yeni bir olgu değildir. Bununla birlikte, *akıcı modernlik* çağında küreselleşen kapitalist bağlantıların karakteristik özelliği, güvencesizliğin merkeziliğidir. Kültürel antropolog Anna L. Tsing, Japonya'da lüks olarak tüketilen *matsutake* mantarının ticaretini ve ekolojisini izleyerek, istikrarsız bir geçim ve kırılğan çevrenin hikayesini aktarmıştır. Mükemmel etnoğrafik anlatımında "planlanmamış alanlarda üretilen değer için nasıl tahsis edildiğini" vurgulamaya çalışmaktadır (Tsing, 2015, s.5). Bilinçli bir şekilde doğrusal ve düzenli anlatıları reddetmekte; bunun yerine yazısında çoklu zamansallıklar, garip bağlantılar ve küresel *matsutake* meta ağının farklı uzamsal kesişimselliklerinden bahsetmektedir. Ağdaki farklı bölgelerdeki farklı dinamikler, insanların kapitalist sistem üzerinden yaptıkları karışıklık, gelişigüzel ve belirsizliği ortaya koymaktadır. Tsing sormaktadır: "Kesinsizlik, belirsizlik ve önemsiz olarak düşündüğümüz şey(ler) aslında aramak istediğimiz sistematiğin merkezi değil midir?" (2015, s.20). Rapa salyangozu hakkındaki çalışmamız da, aktörlerin farklı yerlerde karmaşaya ve belirsizliğe karşı, farklı tepkilerden kaynaklanan, garip bağlantıları ve garip etkileşimi de benzer şekilde yansıtmaktadır. Analizimiz betimseldir; ancak kapitalist üretimin çevresindeki rapa salyangozu öyküsünün, *akıcı modernlik* çağında küresel bağlantıların süregiden düzensiz ve güvensiz çoğalmalarına dair bir fikir edinilmesine katkıda bulunduğumuzu düşünüyoruz.

3. YÖNTEM

Bu araştırma keşifsel bir araştırmadır. Araştırma hem Türkiye’de hem de Japonya’da yürütüldü. Veriler, yayın taraması, katılımcı olmayan gözlem ve yapılandırılmamış görüşmeler yoluyla toplandı. İlk olarak, deniz salyangozu üretimi ile ilgili Türkiye’deki mevcut yazın ve istatistiki veriler derlendi; Japon Gıda Sanayi ve deniz ürün ticareti hakkında dokümanlar ve konuyla ilgili her iki ülkedeki sosyoekonomik ve demografik dönüşümler incelendi. İkinci aşamada, Türkiye’de *Dikmen-Sinop* ve *Çarşamba-Samsun* fabrikalarında çalışanları ve Japonya’da *Tokyo*’da süpermarketlerde ve lokantalarda istihdam edilenler, üreticiler, satıcılar ve alıcılar, katılımcı olmayan gözlem yöntemiyle irdelendi. Japonya’daki araştırma üç ay sürdü. Son olarak, Türkiye’de Samsun Tarım ve Hayvancılık il Müdürlüğü çalışanları, Samsun’daki balık işleme fabrikası sahipleri ve Japonya’da rapa deniz salyangozu ticareti yapan firma yöneticileri ile yapılandırılmamış görüşmeler yürütüldü.

Alan çalışmasının ilk aşaması 2010 yılının Temmuz ayında Türkiye’de Sinop ve Samsun’da gerçekleştirildi. Bu kısımda *rapa salyangoz* üretimi hakkında veriler toplamak için yetkililerden konu hakkında bilgiler ve ticari istatistikler derlendi. İşletme sahipleriyle yüz yüze mülakatlar yapıldı. 2012’nin Temmuz ile Eylül ayları arasında ise Japonya’nın Tokyo şehrinde ikinci alan çalışması gerçekleşti. Japonya’daki balıkçılık, deniz ürünü pazarlaması, gıda tüketimi ve buna bağlı toplumsal değişimlere ilişkin literatür taraması, Tokyo Tarım Üniversitesi Kütüphanesi’nde yürütüldü. Balıkçılık ve uluslararası deniz ürünü ticaretine ilişkin istatistiksel veriler, Ulusal Meclis Kütüphanesi’nde araştırıldı. Rapa salyangozu meta zinciri hakkında bilgi edinmek için yapılan internet araştırmasının yanı sıra, Karadeniz’den gelen deniz salyangozu ticaretini yapan şirketlerin müdürleriyle mülakatlar ve rapa salyangozu ürünleri satan perakendecilere ziyaretler gerçekleştirildi. Japonya’nın en büyük ticaret şirketlerinden olan bir firmanın

(*sogo shosha*)⁵ deniz ürünleri bölümünde çalışan bir bölüm şefiyle yüz yüze ve daha sonra e-posta yoluyla; deniz ürünlerinin toptan dağıtımını yapan bir şirketin pazarlama bölümlerinde çalışan, bir bölüm şefiyle e-posta aracılığıyla; bir süpermarket zincirinin şube müdürüyle de telefon aracılığıyla mülakatlar yapıldı. Rapa salyangozu ithalatına ilişkin koşullar, yıllar içindeki miktar ve fiyatlar, üretim zinciri ve pazarlama durumuyla ilgili açık uçlu sorular aracılığıyla irdelendi.

Ticaret şirketinde çalışan bölüm şefine göre, mülakatların yapıldığı sırada Japonya'da rapa salyangozu ithalatı yapan dört ana şirket bulunmaktaydı. Söylediğine göre çalıştığı şirket Japonya'nın en büyük deniz salyangozu ithalatçısıydı. Bölüm şefi şirketlerinin ticari faaliyetleri ve genel olarak rapa salyangozu ticaretiyle ilgili soruları rahatlıkla cevapladı. Ancak, ürünlerini alıp sattıkları şirket isimleri ve toptan fiyatları gibi diğer şirketleri de ilgilendirebilecek konular hakkında ticari güven ilişkisini bozmamak adına onlardan izin almadan bilgi vermekten kaçındı. Diğer şirketler ve bazı toptancı ve perakendecilerle iletişime geçilmesine rağmen, sadece üç yönetici cevap vererek mülakat teklifini kabul etti. Sınırlı sayıda aktörle mülakat yapılması bu araştırmanın sınırlayıcı unsurunu oluşturdu. Çalışmanın özgünlüğü ise iki ayrı ülke arasındaki küresel ticaret zincirinde bir ürünün nasıl metalaştığını bizzat incelemek ve denizden-sofraya hangi üretim aşamalarından geçerek ulaştığını yansıtmadır.

Çalışmanın bir sonraki bölümünde, Japonya'daki toplumsal değişimler ekseninde *Rapana venosa*'nın metalaşması tartışılacaktır. Daha sonra ticaretteki değişkenlik ele alınacaktır. Son olarak da Türkiye'den Japonya'ya rapa salyangozu meta zinciri sunulacaktır.

⁵ *Sogo shosha*, Japonca'da "genel ticaret şirketi" anlamına gelir. Bunlar büyük ölçekli ticareti yapan şirketlerdir. Kendi iş modelleri Japonya'ya özgüdür. Ulusal ve uluslararası düzeyde geniş bir yelpazede ürün ve malzeme ticareti yaparlar. Üreticiler ve tedarikçiler arasında aracı rolü oynarlar ve logistic destek, fabrika kurma, uluslararası kaynak keşfi gibi işleri yürütürler.

4. JAPONYA'DAKİ TOPLUMSAL DEĞİŞİMLER VE *RAPANA VENOSA*'NİN METALAŞMASI

Şaşırtıcı bir şekilde, damarlı rapa salyangozu Japon tüketiciler arasında pek bilinen bir ürün değildi. Birkaç yerel bölge dışında rapa salyangozu Japonya'da geleneksel olarak tüketilen deniz salyangozu çeşitleri arasında yer almamaktaydı. Fakat son otuz yıldır, işlenmiş rapa salyangozu Japonca'da *sazae* adı verilen *turbo cornutus* deniz salyangozunun ucuz ikamesi (*daitaihin*) olarak pazarlanmaktaydı. *Sazae* nispeten daha pahalıydı ve Japon kültüründe oldukça özel ve damak zevkine hitap eden bir yiyecek olarak kabul görmekteydi.

Rapana venosa'nın Japonya pazarına sunulması, 1980'li yıllarda Japonya denizlerinde *sazae* nüfusunun ciddi şekilde azalması üzerine onu ikame edebilmesi nedeniyle Çin'den ithal edilmesi ile başladı. Çin'den ithal edilen rapa salyangozu *iso sazae* (kıyı *sazae*) adı verilerek sokak tezgâhlarında ve ucuz tavernalarda gerçek *sazaeden* çok daha ucuz fiyatlara satılıyordu. Damarlı rapa salyangozu, *sazae*'den farklı bir karından bacaklı ailesine aitti. Bu iki salyangoz türünün kabuk renkleri birbirine benzememesine rağmen, ayıklandıktan ve pişirildikten sonra aşına olmayanlar – özellikle daha nadir *sazae* tüketen **düşük gelirli**ler - için aralarındaki farkı anlamak kolay değildi.

Öte yandan, Çin denizlerinde avlanan rapa salyangozu miktarı kısa bir süre içerisinde düşüş gösterdi. Ayrıca, o dönemde Çin'in deniz ürünü imalatı sektörü Japonya'nın istediği kalitede işlem yapamamış ve ürünler sık sık geri dönüyordu. Başka denizlerde deniz salyangozu arayışları sonucunda, deniz ürünleri ticareti yapan bir şirket, Karadeniz'de Doğu Asya denizlerinden göç ederek gelen rapa salyangozlarının bulunduğunu keşfetti ki bu da Japon tüketiciler tarafından kabul görmüş deniz salyangozuyla aynı türden oldukları anlamına gelmekteydi. İlk olarak 1990 yılında Türkiye'den bin tonun üzerinde rapa salyangozu ithal edildi (Japonya Balık Tüccarları Birliği, 1991; 1998).

Nitekim, rapa deniz salyangozu geleneksel olarak tüketilen deniz ürünleri arasında yer alan çok ucuz ikamelerden sadece biridir. Son yıllarda, giderek artan sayıda ve türde ithal deniz ürünü Japonya pazarına girdi. Japon gıda sanayisinin sınır ötesi düşük maliyetli deniz ürünleri arayışı, son otuz yılda yaşanan birbiriyle bağlantılı birçok ekolojik, ekonomik ve toplumsal değişimlerden kaynaklanmaktaydı. Birinci etken ekolojik değişimdi. 80'lerin sonuna doğru Japonya'da yalnız *sazae* değil iklim değişikliği, kirlilik ve aşırı avlanmadan ötürü denizlerde genel olarak bütün türler önemli derecede azaldı (Katsukawa, 2009; Yagi, 2011). Buna ek olarak, devletlerin kendi deniz sularındaki kaynakları kullanmaları açısından özel haklara sahip oldukları münhasır ekonomik bölge esasına dayanan, Birleşmiş Milletler Deniz Hukuku Sözleşmesi'ni kabul eden ülke sayısındaki artış nedeniyle, Japon balıkçılık sektörü açık deniz balıkçılığından vazgeçmek zorunda kaldı. Av azlığı ve yerel ürünlerdeki fiyat artışıyla baş edebilmek için deniz ürünleri sanayisi, yabancı denizlerde Japon halkının alışık olduğu ürünlere benzer - veya işlendikten sonra benzeyebilecek - balık ve kabuklu deniz ürünlerinin peşine düştü. Başlangıçta Japon Yen'inin 1980'lerdeki güçlü konumu sayesinde, Japon ticaret şirketleri dünyanın dört bir yanından piyasaya sunulabilecek nitelikte birçok ürün çeşidi satın aldı. Ancak, orkinos örneğinde olduğu gibi birkaç geleneksel ürün yüksek fiyatlarla piyasada işlem görmeye devam ederken, 1990'larda başlayan ve deflasyona neden olan ekonomik durgunluğa cevap olarak gıda sektörünün talebi ile ticari firmalar, ülke dışında özellikle düşük maliyetli alternatifler arayışı içerisine girdi.

İkinci etken demografik değişikliklerdi. Aslında, gıda fiyatlarındaki düşüşün tek nedeni ekonomik durgunluk değildi. Japonya 1990'lar ortasından itibaren *yaşlanan toplum* olmaktan çıkıp; *yaşlı topluma* dönüştü. 2000'lerde nüfus azalması hızlandı ve toplum *aşırı yaşlı toplum*⁶ sınıflandırmasında yerini aldı. Nüfusun yaşlanması ve azalmasının ardından gıda piyasası doyum noktasına ulaştığını gösteren bir görüntü sergiledi.

⁶ Dünya Sağlık Örgütü (WHO) yaşlı nüfus oranı (+65) %7'den daha fazla olan bir toplumu "yaşlanan toplum; %14'ten daha fazla olan toplumu "yaşlı toplum"; %21 üstünü ise "aşırı yaşlı toplum" olarak tanımlar.

Bu durum ve ekonomik durgunluk sektörde rekabeti arttırdı ve fiyat düşüşüne katkı sağladı. Doğum oranındaki düşüş ve yaşlanan nüfus, hane halkı sayısının da azalmasına neden oldu. 2010 yılında tek kişiden oluşan hane sayısı yüzde 32; sadece bir çifti barındıran hane sayısı ise yüzde 20 di. (Ulusal Nüfus ve Sosyal Güvenlik Araştırmaları Kurumu, 2013). Son dönemde, özellikle yaşlı nüfusun oluşturduğu tek ve çift kişilik hane oranı görülmemiş bir şekilde arttı (Kabine Ofisi Japon Hükümeti, 2013).

Yakın zamandaki bu demografik değişimler ve piyasa durgunluğu, rekabeti arttırırken gıda sektörü yeni pazarlama stratejileri geliştirdi. Yaşlanan nüfus ve hane halkı sayısındaki azalma, yüksek kalitede fakat makul fiyatlı hazır gıdaya olan talebi arttırdı (Fujii, 2001; Takagi, 2007; Kashihara & Ejiri, 2006). Tek başına yaşayan yaşlılar çoğu zaman paketlenmiş, yemeye hazır gıdaları tercih ediyordu zira bu hazır tüketim evde tek kişi için yemek yapmaktan daha ekonomikti ve daha az mutfak atığına yol açıyordu (Odaka, 2001).

Ayrıca, son yıllarda evli kadınların işgücüne katılım oranları artış gösterdi. 1980'lerin ortalarından itibaren kadın işgücünde bir artış olmasına karşın bunların çoğu evlenmemiş kadınlardan oluşuyordu. Son on yıla bakılacak olursa, 20'li yaşların sonu ile 30'lu yaşların başlarındaki evli kadın işçi oranında büyük bir artış gözlemlendi. Her iki yaş grubuna ait rakamlar 2001 ile 2011 yılları arasında yüzde 45'ten yüzde 55'e yükseldi (Japonya Sağlık, Çalışma ve Refah Bakanlığı, 2013). Ev içi işler bakımından toplumsal cinsiyete dayalı iş bölümünde önemli bir değişiklik olmaksızın çocuk yetiştirme yaşlarındaki evli kadınların, daha yüksek oranda ücretli işgücüne katılımı, son on yıldaki ev yemeği yerine geçen (HMR, home meal replacement) ürünlerin tüketimindeki artışı kısmen açıklayabilir. Böylece, gıda piyasası satış oranlarında yaşanan genel düşüşe rağmen, HMR bir sektör olarak 1990'lı yılların başından itibaren büyümesini sürdürdü (Japonya Yemek Yerine Geçen Ürünler Birliği, 2009).

Üçüncü etken kültürel değişim ve sanayinin buna yönelik tepkisiydi. Son yarım yüzyılda, Japon yemek kültürü büyük ölçüde değişti ve "batılılaştı". Pirinç gibi geleneksel kültürel besin tüketimi azalırken, ekmek, süt ürünleri ve et tüketiminde büyük artış yaşandı. Deniz ürünleri tüketimi ise aslında et tüketiminin artışına

rağmen eski düzeyini korudu (Kashihara & Ejiri, 2006; Katsukawa, 2009). Yine de, deniz ürünleri sanayisi, deniz ürünü satışındaki düşüşten endişe duymuştu. Genel kanı, tüketicilerin pişirmesi kolay, daha az mutfak atığı ve koku yaratan ve Uruguay Görüşmeleri (Uruguay Round) sonrasında sığır eti ithalatının serbestleşmesi dolayısıyla nispeten daha ucuz olan et ve et ürünlerini giderek daha çok tercih ettiği yönünde olmuştu (Komatsu, 2010). Hızlı artan et tüketimi ve bunun deniz ürünleri tüketimi üzerindeki etkisinin yarattığı kaygılar, mülakat yapılan yöneticiler tarafından sıkça vurgulandı. Bu koşullarda, deniz ürünleri endüstrisi gelecek vaat eden HMR ürünler sektöründe yoğun biçimde rekabet etmekle birlikte, temiz ve ucuz işlenmiş deniz ürünleri geliştirmeye çalışmaktaydı. Bunun için sektör, Japonya'ya oranla üretim maliyetleri düşük olan ülke dışı üretim kaynaklarından faydalanmak adına yabancı ülkelerde işlem görmeye uygun çeşitli deniz ürünleri arayışı içerisine girmişti.

Son olarak, kırsal bölgedeki toplumsal değişim de önemli bir etkendi. Japonya geçmişte olduğu gibi günümüzde de dünyanın en fazla deniz ürünü tüketen ülkesidir. Geçmişte en fazla deniz ürünü ihracatı yapan ülkelere karşı bugün en fazla deniz ürünü ithalatı yapan ülkedir. 1995 yılında ithal edilen deniz ürünleri toplamı yurtiçi deniz ürün üretim miktarını yakalamıştır (Katsukawa, 2009). Bu da Japon pazarına yönelik deniz ürünü üretim alanlarının, Japonya'da balıkçılıkla uğraşan topluluklardan gelişmekte olan ülkelerin kıyı kesimlerindeki topluluklara kaydığı anlamına gelir. Bu mekânsal değişim, Japon denizlerindeki kaynakların tükenmesinden ve ülke içi üretim maliyetlerindeki artışın yanı sıra Japon balıkçı topluluklarında balıkçılık ve deniz ürünü işleme işinde çalışacak işçi yokluğuyla yakından ilişkilidir.

Geleneksel olarak, balıkçı topluluklarda erkekler balığa çıkarken kadınlar deniz ürünü işleme işinde çalışır. 1950'lerden itibaren kır-kent ekseninde yaşanan büyük göç, balıkçı topluluklarının nüfusunun azalmasına ve yaşlanmasına neden oldu. Aile mesleği ve hanenin devamı adına hiçbir sorumlulukları olmayan genç kadınlar, savaş sonrası yüksek ekonomik büyüme döneminde köylerden ayrılan ilk grubu oluşturdu. Balıkçı köylerinde, denizde tutulan balıkların ilk işlemlerini yapan fabrikalarda çalışacak kadın işçi bulmak artık

çok güç hale gelmişti. Balıkçılığa devam etmek isteyen genç erkeklerin olmayışı da Japonya balıkçılık sektörünün ciddi sorunuydu. Balıkçıların yaş dağılımı durumu ortaya koymaktadır. 2000 yılında balıkçı nüfusunun yarısı 60 yaş üzerindedir (Katsukawa, 2009, s.320).

Karadeniz *Rapana venosa*'sı pazarlanabilir bir meta olarak Japonya'da yaşanan bu ekolojik, demografik, kültürel ve sosyoekonomik dönüşümler sürecinde keşfedildi. Bu yeni ürün 1990'lı yıllarda ucuz zincir restoranlar için *sushi* malzemesi, konserve veya paket içerisinde soya soslu bir çeşit yemek (*umani*) olarak ve ucuz tavernalarda servis edilen hazır ordövr (*chimni*) olarak tüketiliyordu. Bu dönemde rapa salyangozu ürünleri genellikle “yabancı *sazae*”, “Türk *sazae*” veya “top shell” (*Cittarium pica*) adlarıyla etiketlendi. Ancak, ithal deniz ürünlerinin piyasa üstünlüğünü ele geçirmesiyle beraber, yanlış veya yanıltıcı gıda etiketlendirilmesi Japon tüketiciler için önemli bir konu haline aldı (Kozakura, 1997; Komatsu, 2010). 2000 yılında Hotei Foods Corporation (Hotei Gıda Şirketi) “*yaki sazae* (ızgara *sazae*)” ürününü, ürün içeriğinin etiketlendiği gibi *Turbo cornutus* değil *Rapana venosa* olması gerekçesiyle, Adil Ticaret Komisyonu tarafından ürünleri geri çağırması konusunda uyarıldı. Bu olay rapa salyangozlarının piyasadaki durumunu olumsuz etkiledi. Zira bu gelişme gıda üreticilerinin artık bu ürün için *sazae* etiketini kullanamayacağı anlamına gelmekteydi. Yerine Japonca'da *Rapana venosa*'ya verilen ad, *Akanishi-kai* etiketi kullanılmaya başlandı. Japon tüketicilerinin hiç aşına olmadığı bu isimle birlikte rapa salyangozunun satışları ve piyasa değeri ciddi oranda düştü. Artık tüketiciler için popüler *sazae*'nin bir ikamesi değil, herhangi bir kabukluydu *Rapana venosa*. Bu süreçte, yani 1999 ile 2001 yılları arasında Türkiye'den Japonya'ya rapa salyangozu ihracatı da yüzde 50 oranında azaldı (Tablo 1). 2011 yılı itibarıyla ise ihracat miktarı, 1999 yılında zirve yaptığı miktarın (2000 ton) onda birine düştü. Şimdilerde rapa salyangozu daha çok *souzai* adı verilen hazır meze/garnitür gibi kâr marjı düşük ürünlerin malzemesi olarak kullanılmaktadır. Rapa salyangozu *souzai*'si genellikle süpermarketlerde paketlenmiş *umani* (soya soslu kavurma) veya deniz ürünü salatası ve pişirmeye hazır ızgara şiş şeklinde pazarlanmakta, ayrıca ofis tüketimine yönelik kutu öğle yemeklerinde sunulmaktadır.

Tablo 1: Türkiye'den Japonya'ya İhraç Edilen Ayıklanmış/Temizlenmiş ve Donmuş Rapa Deniz Salyangozu Miktarları, 1990-2011

Yıl	Miktar (kg)	US\$/kg
1990	1.150.394	-
1997	2.046.251	5,2
1999	2.092.435	4,4
2001	957.359	3,7
2003	1.261.314	3,4
2005	776.715	4,7
2007	743.054	6,6
2011	212.956	-

Kaynak: Japonya Balık Tüccarları Birliği (1991, 1998, 2000, 2002, 2004, 2006, 2008, 2012)

5. RAPA DENİZ SALYANGOZU TİCARETİNİN DEĞİŞKENLİĞİ

Araştırmamızda, rapa salyangozu ticaretine ilişkin istatistiklerin izini sürmek oldukça zor oldu. İthal ve ihraç edilen deniz ürünlerine ilişkin yıllık raporlar, Japon Balık Tüccarları Birliği tarafından yayınlanmaktadır. Bu raporlar, Japonya Tarife Birliği tarafından yayınlanan aylık veriler çerçevesinde alım-satımı yapılan ürünlerin miktar ve fiyat bilgilerini, eşya ve ülke bazında özetlemektedir. Fakat, ihracat istatistiklerinde rapa salyangozu, “diğer yumuşakçalar, işlem görmüş” eşya koduyla kaydedilmektedir ki bu kod, kendilerine ait kodları olan belli başlı türler dışında, ısıtıldıktan sonra soğutulan her çeşit yumuşakçayı içermektedir. Telefon ve e-posta yoluyla ulaştığımız Japonya Tarife Birliği ve Japonya Maliye Bakanlığı nezdinde bulunan Japon Ticaret İstatistikleri'nin açıklamalarına göre, rapa salyangozunun gümrük kayıtlarında bu şekilde kodlanması nedeniyle bu ürüne özgü rakamların tespit edilmesi mümkün değildir.

Öte yandan, “diğer yumuşakçalar” koduyla Türkiye’den ve Bulgaristan’dan ithal edilmiş ürünlere ilişkin rakamların, bu ülkelerden ithal edilen rapa salyangozu miktarına yaklaşık olduğunu düşünmek için geçerli nedenler vardır. Örneğin, her iki ülke de Japonya’ya rapa salyangozu ihracatının başladığı söylenen 1990 yılından sonra, söz konusu eşya koduyla Japon gümrük kayıtlarında belirmeye başlamıştır. Japonya’da mülakat yapılan deniz ürünü ticaretiyle uğraşan kişiler, Türkiye’den ve Bulgaristan’dan rapa salyangozu dışında ithal edilen başka bir yumuşakça türünden haberdar olmadıklarını belirttiler.

İstatistikler rapa salyangozu ticaretinin son derece değişken olduğunu işaret etmektedir. Bu değişkenliği de birbirine bağlantılı sosyoekonomik ve ekolojik etkenlerden kaynaklanmaktadır. Türkiye’den Japonya’ya ihraç edilen rapa salyangozu’nun fiyatları 2000’lerin başında düşmüş ve 2007 de tekrar yükselmiştir (Tablo 1). Mülakat yapılan müdürler, Karadeniz deniz salyangozunun boyut olarak küçüldüğünü ve artık *sushi* gibi katma değeri yüksek ürünlerde kullanmaya uygun olmadığını, dolayısıyla Japon alıcıların gözünde piyasa değerinin düştüğünü ifade ettiler. Ayrıca, ilk işlemleri kaynağında görmüş ithal deniz salyangozları, Japonya’nın gıda hijyeni konusundaki katı düzenlemeleri nedeniyle ancak Japonya’daki gıda tesislerinde tekrar pişirme ve çeşnilendirme gibi ek süreçlerden geçirildikten sonra Japon piyasasında satışa sunulabilmektedir. Gıda sektöründe yaşanan yanlış/yanıltıcı etiketlendirme skandalı nedeniyle Japon pazarında ucuz işlenmiş gıda pazarına mahkûm olup değeri düşen, boyutları küçülen ve dahası Japonya’da ikinci işlemler de gerektiren rapa salyangozlarını, Japon şirketler mümkün olan en ucuz fiyata almak istemektedir. Ayrıca, 2007 sonrasındaki fiyatlar genel seviyesinin düşmesi (deflasyon) ve ekonomik durgunluk, perakende fiyatlarının - dolayısıyla piyasa fiyatlarının - yukarı çekilememesine neden olan bir diğer faktördür. Japonya piyasası bu durumdayken, Güney Kore de piyasaya girmeye başlamıştır. Bir iddiaya göre 2002 Dünya Kupası sonrasında Türkiye ile ticari ilişkilerin artması bu sektörü de etkilemiştir. Kore’nin piyasaya girişi rapa salyangozu fiyatını Japon şirketlerinin ödemeye zorlandığı bir seviyede tutmuştur.

Samsun'da toplanan istatistikler de rapa salyangozu ticaretinin değişkenliğine işaret etmektedir. Samsun'da incelediğimiz deniz ürünü işletmeleri, 1990'ların ortasında birkaç Japon şirketinin isteği üzerine deniz salyangozu işlenmeye başladığını belirtmektedir. İşletme sahiplerinden biri, deniz salyangozu işleme işini daha önce Doğu Karadeniz illerinden Trabzon'da bulunan bir fabrikada gerçekleştirdiklerini ifade etmiştir. Doğu Karadeniz'de bulunan midye (rapa salyangozunun ana besini) stokunun yok olması sonucunda rapa salyangozlarının tükenme noktasına gelmesi nedeniyle, şirket Sinop-Samsun illeri sınırında bulunan ve hem Batı hem Orta Karadeniz limanlarından ulaşılabilen fabrikasını açmıştır.⁷ 2000'li yılların başında, Kore şirketleri küresel rapa salyangozu ticaretine katılarak günümüzde bu işletmelerin ana müşterileri konumuna gelmiştir. Fabrika sahiplerine göre, Kore şirketleri hijyen standartları, ebat ve fiyat açısından, Japon şirketleri kadar talepkâr değildir. Bu şirketler salyangozların sadece et kısmını değil, operkulum ve kabuklarını da satın almaktadır. Tablo 2'de görüldüğü üzere, Japonya'ya ihraç edilen rapa salyangozu miktarı 2000'li yılların başından itibaren düşüşe geçmiştir. Kore şirketleri bir süre için bu açığı kapatmış olsa da istatistikler 2007 yılı sonrası Samsun kaynaklı et ve kabuk ihracatında büyük oranda düşüş yaşandığına işaret etmektedir (Tablo 2, 3).

⁷ Türkiye'nin Karadeniz bölgesindeki tüm önemli deniz salyangozu işleme tesisleri artık Samsun civarında yer almaktadır (Knudsen, Zengin & Koçak, 2010, s.258). 2000 yılından beri, Trabzon balıkçıları orta boy m-p teknelerini Samsun balıkçılarına satmaktadır. Bu m-p tekneleri deniz salyangozu taramasında kullanılır (a.g.e. s.264).

Tablo 2: Samsun'dan İhraç Edilen Ayıklanmış/Temizlenmiş ve Donmuş Rapa Deniz Salyangozu

Miktarı

Yıl	Ülke	Miktar (kg)
2007	Kore	138.700
	Japonya	69.000
	Tayvan	25.000
2008	Kore	40.000
	Japonya	-
	Tayvan	-
2009	Kore	42.000
	Japonya	19.600
	Tayvan	-

Kaynak: Samsun İl Tarım Müdürlüğü'nde mülakat sırasında elde edilen veriler (Temmuz 2010)

Tablo 3: Samsun'dan İhraç Edilen Operkulum Miktarı

Yıl	Ülke	Miktar (kg)
2007	Kore	42.000
	Dubai	2.994
2008	Kore	20.000
	Dubai	-
2009	Kore	22.000
	Dubai	-

Kaynak: Samsun İl Tarım Müdürlüğü'nde mülakat sırasında elde edilen veriler (Temmuz 2010)

Türkiye, deniz salyangozu sanayisini vergi muafiyeti ve endüstri faaliyetlerinin Çevre Etki Değerlendirmesi şartından muaf tutulması yoluyla teşvik etmektedir. Zira devletin gözünde yabancı bir tür olan rapa salyangozunun avlanması ve ihraç edilmesi hem ekolojik denge sağlamak ve balıkçılığı korumak, hem de döviz kazanmak ve bölgede tarım dışı istihdam yaratmak için iyi bir fırsattır. 1990'lı yıllardaki deniz salyangozuna olan talep balıkçı topluluklar için de yoksulluktan kurtulmanın bir yoludur (Knudsen &

Koçak, 2011). Ancak, Knudsen ve Koçak'ın belirttiği gibi (2011), aşırı avlanma dolayısıyla pazarlanabilir büyüklükte ve miktarda deniz salyangozu toplanmasının giderek zorlaşması, bazı fabrikaların balıkçılardan deniz salyangozu alımlarını durdurmasına neden olmuştur. Mülakat yapılan şirketin müdürüne göre, Japon piyasasında halen rapa salyangozu talebi vardır. Ancak, Japon firmalar için fiyatın yüksek olmasının yanı sıra, Türkiye'deki üretimin azalması da rapa salyangozu ticaretinin küçülmesine neden olmuştur. Örneğin, mülakat yapılan şirket, 1995-2000 yılları arasında rapa salyangozunun yüzde 80'nin Türkiye'den, yüzde 20 sinin ise Bulgaristan'dan satın aldıklarını belirtmiş, ancak 2009 sonrasında bu oranların değiştiğini, yüzde 30'unun Türkiye'den, yüzde 70'inin ise Bulgaristan'dan ihraç edildiğini vurgulamıştır.

Knudsen ve Koçak'ın çalışmasında (2011) deniz salyangozu avcılığında çeşitli etnik kökene sahip (Kürtler, Alevi Türkleri, Romanlar, Sünni Türkler), fakat hepsi de ekonomik zorluklar içinde olan kişilerin çalıştığı belirtilmektedir. Bu da deniz salyangozu avcılığının nesiller boyunca balıkçılıkla uğraşarak geçimlerini sağlayan yerleşik yerel balıkçı topluluğu tarafından değil, bir ayırım olmaksızın herkes tarafından yapıldığına işaret etmektedir. Bu durum, devletin ve balıkçı toplulukların deniz dibi ekolojik ortamı, balıkçılık işletmeleri ve kırsal kalkınma konularında kapsamlı bir ortak yönetim ilişkisi kurabilme ihtimalini zayıflatmıştır. Örneğin, bu "fırsatçı" balıkçıların yasaklı dönemde bile argarna avı, yani deniz dibi taraması yoluyla, deniz salyangozu avcılığına devam etmesi çok sık görülen bir durumdur. Argarna avı, deniz dibi ekolojik ortamına zarar verebilmektedir. Bu yöntem, balık yumurtaları ve larvaları yok edebildiğinden dolayı Mayıs ve Eylül ayları arasında yasaklanmaktadır. Başka bir araştırma da balıkçılık yönetiminin ortak hareket etme konusunda hep eksik kaldığına işaret etmektedir (Ron, Knudsen, Todorova & Gündüz Hoşgör, 2014). Bu araştırmaya göre balıkçılığın gelişmesi, balıkçılık yönetimi ve yoksulluğun azaltılmasına yönelik devlet politikaları el ele yürümekte ve bu hususlar arasında var olan karmaşık ilişki yapısı hesaba katılmamaktadır. Sürdürülebilir kalkınma konusunda istikrarlı, kapsamlı ve uzun vadeli bir planın olmaması, rapa salyangozunun aşırı avlanmasına yol açmakta, bu da rapa salyangozu endüstrisinin güvenilir bir sektör halini almasını engellemektedir.

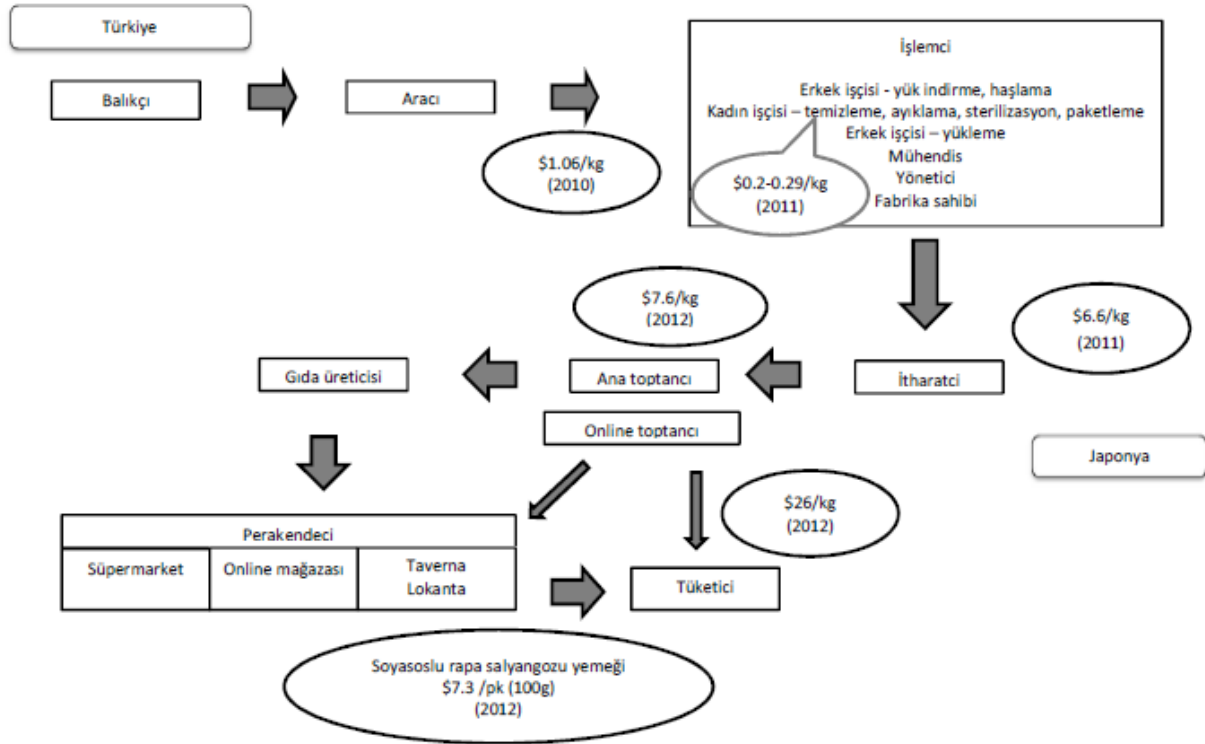
6. TÜRKİYE'DEN JAPONYA'YA RAPA SALYANGOZU META ZİNCİRİ

Bu çalışmada Türkiye-Japonya bağlantısı üzerine odaklanılsa da gerçekte rapa salyangozu meta zincirine birçok aktör ve üretim yeri dâhildir. Zincirin ilk halkasında, Türkiye'deki yerel balıkçılar (ve 1990'ların ortasından itibaren Bulgaristan'daki ve 1990'ların ortasında kısa bir süre için Romanya'daki balıkçılar) Karadeniz'de deniz salyangozu avlayıp araçlara satmaktadır (Şekil 1). İkinci aşamada araçlar, avları Japon (Koreli, Çinli ve Tayvanlı) şirketlerle bağlantılı yerel deniz ürünleri işleme fabrikalarına getirir. Üçüncü aşamada, kırsal topluluklardan gelen kadın ve erkekler bu fabrikalarda haşlama, ayıklama/temizleme, yıkama, sterilize etme, paketlenme ve derin dondurma süreçlerini içeren ilk üretim ayağını gerçekleştirirler. Esnek üretimde çalışan, yaşları 15 ile 80 arasında değişen kadınlar kilo başına 0.2 ile 0.29 dolar arasında kazanç elde ederler. Ürünler talep edildikçe konteynerlere koyulur ⁸ ve Japonya ve diğer ülkelere gemi ile sevk edilir.

Dördüncü aşamada, ilk üreticilerden büyük miktarlarda dondurulmuş salyangoz satın alan Japon ticaret şirketleri bunları ana toptancılara satar. Beşinci aşamada, ana toptancılar malları gıda üreticilerine teslim eder. Örneğin, toptancı şirketin müdürü yapılan mülakatta, rapa salyangozunun bir çeşit *sazae* olarak satıldığı yıllarda kilosunun 800 Yen, *akanishi-kai* olarak satılmaya başladıktan sonra kilosunun 450-600 Yen (\$5.7-7.6) arasındaki fiyatla satın aldıklarını belirtmiştir. Bu şirket yıllık yaklaşık 300 ton salyangozu 100 civarındaki gıda şirketine dağıtmaktadır. Altıncı aşamada ise, gıda üreticileri ürünleri süpermarketler, yemek hizmeti veren şirketler, restoranlar, tavernalar ve internet üzerinden alışveriş hizmeti veren işletmeler gibi çeşitli perakendecilere satmaktadır. Ana toptancının müdürüne göre, bu ürün zincirinde en çok kâr marjını koyan perakendecilerdir (iddiaya göre %50 den fazla). Örneğin, 2012 yılında Tokyo'da bulunan bir markette bir paket (100g) soya sosu ile çeşnilenmiş rapa salyangozu yemeği 575 Yen'e (\$7.3)

⁸ Bir konteyner içinde 20 kiloluk blok şeklinde 24 ton donmuş salyangoz eti taşınmaktadır.

satılmaktaydı. Diğer markette ise bir paket (90g) rapa salyangozulu deniz yosun salatası 298 Yen'di (\$3.8). Bu kâr kadınların kazançları ile karşılaştırılınca rapa salyangozu meta zincirinde kadın emeğinin sömürüsü çarpıcı biçimde ortaya çıkmaktadır. Ancak kadın işçiler için bu az miktarda ödeme, ülkenin 2000'li yılların başında neo-liberal reformlar sonrasında tarımsal üretimin gerilemesi nedeniyle genellikle aileleri için hayat kurtarıcı olmuştur. Ekonomik ve sosyal yararlar için kadınlar rapa salyangozu üretim zincirine aktif olarak katılmaktadır (Suzuki Him & Gündüz Hoşgör, 2017). Böylece, bu tür simetrik olmayan kırsal-küresel bağlantılar artmaktadır.



Şekil 1: Türkiye'den Japonya'ya *Rapana Venosa* Meta Zinciri

Üretim zincirinin ilk aşamasında balıkçılara ödenen rapa salyangozun fiyatı ile tüketiciler tarafından ödenen en son perakende fiyatı arasındaki fark son derece büyüktür. Ancak, rapa salyangozu yemeklerinin fiyatları

deniz ürünü olarak ya da hazır yemek olarak Japon gıda piyasasında uygun bir fiyat olarak değerlendirilmektedir. Yapılan mülakatlarda elde edilen bilgilere göre, rapa salyangozu yemekleri 40 yaş ve üstü ve alt-gelir grupları tarafından tüketilmektedir. Gençler daha çok et ürünlerini tercih etmektedirler. Üst-gelir grupları ise genel olarak rapa salyangozu gibi donmuş ve işlenmiş şekilde satılabilen deniz ürünlerini satın almamaktadırlar. Onlar daha çok taze, yerel deniz ürünlerini tercih etmektedirler.

Görüşme yaptığımız bir tüccar “tüketicilerin uygun fiyatla ‘sazae’ yemeye devam edebilmelerini istedik,” diyerek rapa salyangozu ticaretini açıkladı. Sogo shoshada çalışan tüccarlar shosha-man olarak bilinirler. Genellikle bu erkek tüccarlar Japonya’nın en iyi üniversitelerinden mezun olan ve iyi ücretle çalışan elit kişilerdir. İkinci Dünya Savaşı sonrası Japonya’da, shosha-man lar zenginleşmekte olan halk için tüm dünyadan farklı türlerde tonlarca yiyecek satın almıştır. Günümüzde ise, bu tüccarlar dünyanın her yerinden bilgi topluyorlar ve en düşük fiyattan ürün satın almaya çalışıyorlar; zira artık kendi ülkelerinde üretilen ürünleri satın almaya gücü yetmeyen bir Japon tüketici var karşılarında. Türkiye’de birkaç kez bu tüccarlar ile deniz salyangozu fabrikalarını ziyaret eden bir ana toptancı şirketi yöneticisine göre, “Japonlar artık Asya’da yoksul halktır.” Yönetici deniz salyangozu fabrika işçileri hakkında da endişe ediyordu: “işçilerin istihdam koşullarını merak ediyorum!” Oysa bu ayrılmış ve parçalanmış ama kırılğan halde bağlanmış sosyal dünyada, kendisi Karadeniz dağ köylerinden gelen ve vicdanını rahatsız eden fabrika işçilerinin hayatından çok “uzak” ve farklı bir mekândadır.

7. SONUÇ

Rapana venosa'nın yeni bir meta olarak pazarlanması yukarıda ifade edildiği şekilde Japonya'da meydana gelen dönüşümler ile Türkiye'nin Karadeniz bölgesinde bulunan deniz ürünü işleme fabrikalarının esnek üretimi ve kırsal topluluklarında yaşayan kadınların ucuz ve vasıfsız emeği sayesinde mümkün olmuştur. Yerel fabrikaların varlığı Japon şirketler için altyapı maliyetinin sıfır olması demektir. Bu fabrikaların esnek işleyişleri ve hazır ucuz işgücü, Japon gıda sektöründe artan rekabet ve Japon rapa salyangozu piyasasının son derece değişken yapısı nedeniyle, Japon şirketlere cazip gelmektedir.

Yoshiyuki Tsurumi, muz ve deniz salatalığı gibi ticari gıda üzerine yaptığı etnografik çalışmalarıyla Japonya ve diğer Asya ülkeleri arasında nasıl eşitsiz ilişkiler bulunduğunu gösteren ilk Japon kültür antropoloğudur (1982; 1990). Tsurumi'nin ardından, ekonomist Yoshinori Murai, Asya ülkelerindeki Japonya karides ticaretini araştırmış ve küresel eşitsizlik temelinde Japon tüketim toplumunu sorgulamıştır (1988; 2008). 1980 öncesi muz ve karides lüks gıdalar sayılırken, 1980'lerden sonra Japonya'nın hızlı ekonomik büyümesi ve küreselleşen ticaretinin bir sonucu olarak popüler tüketilen meta ürüne dönüşmüştür. İki ürün de (muz ve karides) düşük fiyatlarla ve büyük miktarlarda *geliştir-ve-ithal et (kaihatsuyunyu)* yönetimiyle Japonya'ya pazarlanmıştır. Yani, Japon şirketleri (genellikle *sogo shosha*) muz ve karides üretim zincirleri kurmak için doğrudan sermaye ve insan kaynağı desteği vermiştir. Böylece, bu şirketler Japonya'ya kıyasla üretim masrafları önemli ölçüde düşük olan az gelişmiş ülkelerde ürünler geliştirip bu ürünleri Japonya'ya ithal edebilmiştir. Seri üretim ürünleri olan bu gıdalar Japon gıda sektörünün stratejik teşviki ile Japon yemek kültürünün bir parçası haline gelmiştir. Muz, karides gibi gıdaların metalaşması son yüzyılda küresel Kuzey ve küresel Güney arasındaki artan eşitsizlik sorununu yansıtmaktadır. Murai'ya (1988, s.208) göre, karides üretimi muz üretiminden daha az sömürücü bir üretim biçimidir zira sermaye denizden balık işleme fabrikasına kadar olan süreci tamamen kontrol edememiş ve daha fazla saçaklanan bir üretim zinciri oluşturmuştur. Ancak, 2000'li yılların başlarında, Asya karides üretimi avlanmadan balık çiftliğine kaydı (Murai, 2008). Aynı zamanda, Murai hem yatırımcı hem de

ithalatçı olan Japonya'nın dünya karides piyasasında da düşüşünü gözlemlemiştir. Hatırı sayılır miktarda Japon şirketi *geliştir-ve-ithal et* yolunu, yani doğrudan yönetimi terk edip yerel üreticilerle ticaret yapmayı seçmiştir.

Muz ve karidesten farklı olarak, Karadeniz deniz salyangozu Japonya'nın balon ekonomisinin çöküşü şafağında küresel olarak pazarlanan bir metadır. Japon ekonomisi sermaye yoğun *geliştir-ve-ithal et* modelini uygulamak yerine, son derece esnek üretim zincirini oluşturarak yeni bir meta geliştirmiştir. Japon şirketleri ihtiyaçları nispetinde yerel üreticiden dondurulmuş rapa deniz salyangozu sipariş etmiş ve satın almıştır. Böylece, sermaye hantal işgücünün yönetim bürokrasisi ile uğraşmak ve üretim maliyetleri hesaplamak zorunluluğundan kurtulmuştur. Sermaye sadece dalgalı döviz kurları ve değişken Japon pazarını titizlikle izlemiştir. Sadece Karadeniz deniz salyangozu yok olması ya da pahalılaşması durumunda, sermaye yeni üretim yeri arama girişiminde bulunacak ya da Japonya'da pazarlanabilecek yeni bir alternatif kabuklu deniz ürününün peşine düşecektir. Bauman'nın öne sürdüğü gibi günümüzde sermaye giderek daha fazla uzakta yaşayan gayrimenkul sahibi gibi davranmaktadır. Küresel akışlar uzamında dolaşan sermayeler “*‘ilkel birikim’ zamanında kendi ülkelerine egemen olmuş koşulları uzak diyarlarda yeniden yaratma özgürlüğüne sahiptirler*” (Bauman, 2011, s.68).

Daha önce tartıştığımız üzere, geçmişte muz ve karides sömürücü bir şekilde küresel Güney ve küresel Kuzeyi birbirine bağlamaktaydı. Günümüzde ise küresel bağlantılar çok daha saçaklı (Castells, 2010). Hatta ülkeler içerisindeki eşitsizlikler daha da derinleşmektedir. “*Devletler arasında artan ama devletlerin içlerinde sabit olan ya da azalan eşitsizlikten, devletler arasında azalan fakat içlerinde artan eşitsizliğe*” doğru bir eğilimi deneyimlenmektedir dünya (Firebaugh, 2008'den Aktaran Bauman, 2011, s.67). 1990'lar ve 2000'ler arasındaki geçiş döneminde, Japon balon ekonomisi aniden çökmüş ve ekonomik durgunluğu bugüne kadar devam etmiştir. Aynı dönemde, Türkiye ekonomisi ciddi boyutta bir ekonomik krizden çıkarak önemli bir atılım gerçekleştirmiştir. Ülke yabancı sermayeler için daha cazip bir konum almıştır.

İşte tam bu dönüşümlerin yaşandığı sırada, Karadeniz rapa salyangozu metalaşmış ve **Türkiye'deki yoksulu Japonya'daki yoksula bağlamıştır**. Türkiye'deki yoksullar küçük ölçekli balıkçılardan ve Karadeniz dağ köylerinden gelen kadın fabrika işçilerinden oluşmaktadır. Hem balıkçılar hemde işçileşen kırsal kadınlar ülkenin ekonomik büyümesinden payını alamamış, kırsal kalkınmadan yararlanamamış olanlar arasındadır. Japonya'daki yoksullar ise az-gelirli tüketicilerden oluşmakta ve Japonya'nın hala dünyanın en büyük ekonomilerinden birine sahip olmasına rağmen, az-gelirliler ekonomik durgunluğun kurbanıdırlar. Bir taraftan Türkiye'deki yoksul balıkçılar ve balık işletmelerinde çalışan yoksul kırsal kadınlar ve Japonya'daki az-gelirli yoksul tüketiciler kendi coğrafyalarında ve sosyekonomik koşullarında sabitlenmiş durumdayken, diğer taraftan, Türk ve Japon esnek sermayeleri *deniz salyangoz* işindeki belirsizliklere ve yoksulların sabit olma hallerine hükmetmektedir. Mikro düzeyde, tüm aktörler oldukça masum biçimde kendi yaşam stratejilerini geliştirerek metalaşan bu yeni ürünün yarattığı ekonomik fırsatlara yanıt verirken, makro düzeyde eşitsizlikler oldukça karmaşık bir şekilde yeniden üretilmeye devam etmektedir.

8. SUMMARY

In this study, we examine a process of commodification of *Rapana venosa* (veined rapa whelk) from a sociological perspective. *Rapana venosa* is a non-indigenous marine invader in Black Sea and it is not consumed in Turkey at all. Traditionally, it is not consumed in Japan, either. Nonetheless, tons of the sea snail has been exported from Turkey to Japan for the last twenty-five years. This study explores how *Rapana venosa* was commoditized, how the chain of production is, and how the commodification of the sea snail has connected rural society in Black Sea Turkey to Japanese market. We argue that the commodification of *Rapana venosa* is one but enlightening case of diversifying global connections. Rapa sea snail production in Turkey's Black Sea coastal villages is a prototypical consequence of capital's global search for a location where production and employment are loosely regulated and cheap unskilled labour are abundant. In this study, we attempt to demonstrate how a global-rural connection is socially constructed out of multiple processes in the post-Fordist era.

This is an exploratory research. We conducted data collection in Turkey in 2010 and in Japan in 2012. Firstly, we reviewed literature and statistical data regarding sea snail production in Turkey, Japanese food industry, and socioeconomic and demographic changes in Japan. Secondly, we conducted non-participatory observations at two seafood-processing factories in *Dikmen* of Sinop province and *Çarşamba* of Samsun province and at supermarkets and restaurants in Tokyo. Thirdly, we conducted unstructured interviewing with the secretary of the Samsun Directorate of Food, Agriculture and Livestock, the factory owners, and the managers of Japanese companies which trade rapa sea snails.

Our research demonstrates that *Rapana venosa* has been commoditized through a set of dynamic processes of ecological, demographic, and socioeconomic changes in two countries as well as an increasing internationalization of production and trade. In the transitory period between the 1990s and the 2000s when Turkey's economy dramatically grew out of the serious economic crisis and Japan's bubble economy

suddenly collapsed, the poor in Turkey and the poor in Japan are connected by the sea snail business. The former is the small-scale fisher and the women factory workers from impoverished Black Sea mountain villages. They are among those left behind the country's economic development. The latter is the low-income consumer who are the victim of recession and wage stagnation despite the fact that Japan is still one of the world's largest economies. In a process of making this global connection, at the micro level, all the actors - Turkish rural women, the fisher, sea-snail factory owners, Japanese consumers, the managers of Japanese companies, and Japanese seafood-business owners - rather innocently respond to shifting economic opportunities in their own ways. At the macro level, however, inequalities continue to be reproduced in a rather complicated way.

9. KAYNAKÇA

- Arce, A. & Marsden, T.K. (1993). The Social Construction of International Food: A New Research Agenda. *Economic Geography*, 69(3), 293-311.
- Arce, A. (1997). Globalization and Food Objects. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 6, 77-107.
- Appadurai, A. (1986). Introduction: Commodities and the Politics of Value. In A. Appadurai (Der.) *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective* (s.3-63). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bauman, Z. (2011). *Modernite, Kapitalizmi Sosyalizm: Küresel Çağda Sosyal Eşitsizlik*. İstanbul: Say Yayınları.
- Castells, M. (2010). The New Economy: Informationalism, Globalization, Networking. In M. Castells. *The Rise of the Network Society* (s. 77-162). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Cavalcanti, J.S.B. (2004). New Challenge for the Players in Global Agriculture and Food. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 12, 29-36.
- Challies, E.R.T. (2008). Commodity Chains, Rural Development and the Global Agri-food System. *Geography Compass*, 2(2), 375-394.
- Challies, E.R.T. and Murray, W.E. (2011). The Interaction of Global Value Chains and Rural Livelihoods: The Case of Smallholder Raspberry Growers in Chile. *Journal of Agrarian Change*, 11, 29-59.
- Dolan, C.S. (2004). On Farm and Packhouse: Employment at the Bottom of a Global Value Chain. *Rural Sociology*, 69(1), 99-126.
- Dunaway, W.A. (2014). Introduction. In W.A., Dunaway (Der.) *Gendered Commodity Chains: Seeing Women's Work and Households in Global Production* (s. 1-24). Stanford, California: Stanford University Press.
- Friedland, W.H. (2003). Agrifood Globalization and Commodity Systems. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 12, 5-16.

- Friedland, W.H. (2001). Reprise on Commodity Systems Methodology. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 9(1), 82-103.
- Fujii, A. (2001). Shokukankyō no Shijō Henka to Shōhikōdou no Kakawari – Nakashoku no Ryūtsū to Shōhi (Effects of Market Change in Food Products on Consumer Behavior – Distribution and Consumption of Nakashoku). *Nihon Chōrika Gakkaishi (Journal of Japan Science of Cooking)*, 34(2), 165-180.
- Gündüz Hoşgör, A. & Suzuki Him, M. (2016). Küreselleşme ve Türkiye’de Kırsal Kadınların Ücretli Emeği: *Rapana Venosa* Üretim Zinciri Üzerinden Batı Karadeniz Bölgesinde Bir Vaka Analizi. *Sosyoloji Araştırmalar Dergisi*, 19(2), 108-130.
- Harding, J. (2001). Guide to Marine Invaders in the Gulf of Maine: *Rapana Venosa*. Şubat 29, 2012 tarihinde <http://www.salemsound.org/mis/MISRapana.pdf> adresinden alınmıştır.
- Higgins, L. & Jussaume, R.A. (1998). The Viability of Niche Marketing within Global Commodity Chains: An Example from Beef. *International Journal of Sociology of Agriculture and Food*, 7, 45-66.
- Janssen, R., S. Knudsen, V. Todorova, & A. Gündüz Hoşgör. (2013). Managing *Rapana* in the Black Sea: Stakeholder Workshops on Both Sides. *Ocean and Coastal Management*, 87, 75-87.
- Japonya Balık Tüccarları Birliği (Nihon Suisanbutsu Boueki Kyōkai). (1991, 1998, 2000, 2002, 2004, 2006, 2008, 2012). *Suisanbutsu Boueki Toukei Nenpō - Yunyu (Statistics of Japanese Fishery Products – Imports)*. Tokyo: Japan Fish Traders Association.
- Japonya Sağlık, Çalışma ve Refah Bakanlığı (Kousei Rōdō Shō). (2013). *Heisei 23 Nen Ban Hataraku Josei no Jitsujō – Gaiyōban (The 2012 Outline of the State of Working Women)*. Kasım 18, 2013 tarihinde <http://www.mhlw.go.jp/bunya/koyoukintou/josei-jitsujo/dl/11gaiyou.pdf> adresinden alınmıştır.
- Japonya Yemek Yerine Geçen Ürünler Birliği (Nihon Souzai Kyōkai). (2009). Nihon no Souzai Shijō no Doukō (The Trend of Meal Replacement Market in Japan). *Shokuhin Kōgyō (Food Industry)*, 12(15), 52-60.

- Kabine Ofisi, Japon Hükümeti (Naikakufu). (2013). *Kourei Shakai Hakusho – Gaiyoban (White Paper of Aging Society - Outline)*. Kasım 18, 2013 tarihinde http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2012/gaiyou/s1_2_1.html adresinden alınmıştır.
- Kashihara, M. & A. Ejiri. (2006). *Gendai no Shoku to Nou wo Musubu (Connecting Modern Food and Agriculture)*. Tokyo: Otsuki Shoten.
- Katsukawa, T. (2009). Nihon no Gyogyo (Fishery in Japan). In P. Cury et.al. (Der.) *Sakana no Inai Umi (Une mer sans poisons)* (s.313-334). Tokyo: NTT Publication.
- Knudsen, S. (2009). *Fishers and Scientists in Modern Turkey. The Management of Natural Resources, Knowledge and Identity on the Eastern Black Sea Coast*. Oxford: Berghahn Books.
- Knudsen, S. (2008). Ethical Know-how and Traditional Ecological Knowledge in Small Scale Fisheries on the Eastern Black Sea Coast of Turkey. *Human Ecology – An Interdisciplinary Journal*, 36(1), 29-41.
- Knudsen, S. (2007). A Comparative Overview of Academic Discourse on Indigenous Knowledge in the Middle East and Africa. In I.E. Boon & L. Hens (Der.) *Indigenous Knowledge Systems and Sustainable Development: Relevance for Africa* (s.13-28). Delhi: Kamla-Raj Enterprises.
- Knudsen, S. (2004). From Tax to Proteins. State Fishery Policy and the Disregard of Tradition in Turkey. *Middle Eastern Studies*, 40 (5), 109-157.
- Knudsen, S. (2003). Situating Technology: Confrontations over the Use of Sonar among Turkish Fishermen and Marine Scientists. *Perspectives on Global Development and Technology*, 2(2), 94-123.
- Knudsen, S. & H. Koçak. (2011). Through Boom and Bust. Coping with Poverty in Sea Snail Fisheries on the Turkish Black Sea Coast. In S. Jentoft & A. Eide (Der.), *Poverty Mosaics. Realities and Prospects in Small Scale Fisheries* (s. 221-249). London, NY: Springer.
- Knudsen, S., M. Zengin & H. Koçak. (2010). Identifying Drivers for Fishing Pressure. A Multidisciplinary Study of Trawl and Sea Snail Fisheries in Samsun, Black Sea Coast of Turkey. *Ocean and Coastal Management*. 53, 252-269.
- Komatsu, M. (2010). *Nihon no Shokutaku kara Sakana ga Kieru Hi (The Day When Fish Disappear from Japanese Dining Table)*. Tokyo: Nihonkeizaishinbun Shuppansha.
-

- Kozakura, K. (1997). *Gendai Sakana Jijou: Suisan Taikokuno Hikari to Kage (Contemporary Situation of Fishery: Light and Shadow of the Nation of Seafood Industry)*. Tokyo: Shin Nippon Shuppansha.
- Murai, Y. (2008). *Ebi to Nihonjin II (Shrimp and Japanese II)*. Tokyo: Iwanami Shoten.
- Murai, Y. (1988). *Ebi to Nihonjin I (Shrimp and Japanese I)*. Tokyo: Iwanami Shoten.
- Odaka, M. (2001). Koureisha no Shokuryou Shouhi Koudou no Tokuchou (Characteristics of Food Consumption Behaviour among Elderly People). *Nourin Kinyu (Monetary Circulation of Agriculture and Forestry)*, 9, 38-53.
- Ron, J., Knudsen, S., Todorova, V. & Gündüz Hoşgör, A. (2014). Managing *Rapana* in the Black Sea: Stakeholder Workshops on Both Sides. *Ocean and Coastal Management*, 87, 75-87.
- Steger, M.B. (2009). *Globalization: A Short Introduction*. Oxford, NY: Oxford University Press.
- Suzuki Him, M. & Gündüz Hoşgör, A. (2017). Feminisation of Rural Work and Young Women's Dis/empowerment: A Case Study of Mountain Villages in the Western Black Sea Region of Turkey. *KADIN/WOMAN 2000 Journal for Women's Studies/Kadın Araştırmaları Dergisi*, 18, 1, 1-22.
- Takagi, K. (2007). Nakashoku Shijouni okeru Kigyō no Marketing Senryaku (A Marketing Strategy of Corporations for Home-meal Replacement). *Nougyō oyobi Engei (Agriculture and Horticulture)*, 82(1), 140-5.
- Tsing, A.L. (2015). *The Mushroom at the End of the World: On the Possibility of Life in Capitalist Ruins*. Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Tsurumi, Y. (1990). *Namako no Me (The Eyes of Sea Cucumber)*. Tokyo: Chikuma Shobou.
- Tsurumi, Y. (1982). *Banana to Nihonjin (Banana and Japanese)*. Tokyo: Iwanami Shoten.
- Ulusal Nüfus ve Sosyal Güvenlik Araştırmaları Kurumu (Kokuritsu Shakaihoshou Jinkoumondai Kenkyujo). (2013). *Nihon no Setaisuu no Shourai Suikei (The Estimation of the Number of Household in Japan)*. Kasım 18, 2013 tarihinde <http://www.ipss.go.jp/pp-ajsetai/j/HPRJ2013/t-page.asp> adresinden alınmıştır.
- Yagi, N. (2011). *Shokutakuni Semaru Kiki: Global Shakai ni Okeru Gyogyoushigen no Mirai (A Threat to the Dinning Table: The Future of Fishery Resource in Global Society)*. Tokyo: Koudansha.
-