

GELENEKSEL GIDA ÜRETİMİNİN KADININ SOSYAL VE EKONOMİK GELİŞİMİNDEKİ YERİ

Merve Kumru

Hakkari Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Beslenme ve Diyetetik Anabilim Dalı Hakkari/Türkiye

mervekumru@ hakkari.edu.tr



ÖZET

Geleneksel gıdalar bölgenin sunduğu kaynaklarla ve yöreye özgü üretim şeklinin sentezlenmesiyle meydana gelen çeşitli sağlık etkileri bulunan, kültürel öğeler barındıran gıda gruplarıdır. Bu gıdalar, yoğun olarak kadınlar tarafından gerçekleştirilen üretimleriyle kırsal kalkınmaya destek sağlamakla birlikte tarımda ücretsiz aile işçisi olarak çalışan kadınlara alternatif bir gelir kaynağı sunmaktadır. Kadınların geleneksel gıdayı üreterek elde ettikleri sosyal ve ekonomik kazanımları eksik bırakan noktaları saptamak, destekleyen kısımları parlatmak çalışmamızın amacını meydana getirmektedir. Google akademik arama motorunda ‘kadın ve geleneksel gıda’, ‘yöresel yemekler’, ‘kadın ve kırsal ekonomi’ anahtar kelimeleri kullanılarak 10 yıl içerisinde yayımlanmış araştırmalar çalışmamıza dahil edilmiştir. Sonuç olarak kadınların ürünleri satmalarıyla meydana getirdikleri dayanışma öz güven artışı sağlamış ekonomik olarak ise ek gelir meydana getirmiştir. Kooperatiflere üye olan veya ortak olanların sayısının kadınlar arasında az oluşu kurumsal bilgilerinin yetersizliğiyle ilişkilendirilmiş ve daha çok esnek yapılandırma olan pazarlarda istedikleri faydayı elde edebildikleri görülmüştür. Kültürel, sağlık boyutlarıyla önem arz eden geleneksel gıda üreticiliğinin sürdürülebilmesi için kooperatif iş birliğinde kadınların bilgi ve yetenekleri arttıracak imkanların sunulması önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: ‘kadın ve geleneksel gıda’, ‘yöresel yemekler’, ‘kadın ve kırsal ekonomi’

GİRİŞ

Geleneksel gıdalar bir bölgeye özgü üretimle aidiyet kazanmış, potansiyel sağlık çıktıları içeren gıdalar olarak tanımlanabilmektedir (1). Yöre ile bağlantısından dolayı kültürel mirası taşıma görevini üstlenen geleneksel gıdaların Türkiye özelinde incelemesi yapıldığında çeşitliliğinden doğan zenginliği göze çarpmaktadır. Pekmez, otlu peynir, lavaş, mantı, hoşmerim, yoğurt, pişmaniye gibi farklı yerlere ait örnekler sunulabilmektedir. Yöresel lezzetler barındırdığı, coğrafik ve ekolojik izler nedeniyle tüketicilerin ilgilerini çekmekte ve doğal, sağlıklı, eşsiz olması gibi sebeplerle katladığı ilgisiyle pazara girerek ekonomik zeminde kendine yer edinmiştir (2). Raf ömürlerinin kısıllığı lojistik açıdan problem yaratabileceğinden ihracat potansiyeli kısıtlı olsa da turizm sektöründeki kazancı azımsanacak ölçüde değildir (3). Bu ürünlerin coğrafi işaretleme yöntemiyle sürdürülebilirliği teminat altına alınsa da gıdaların üretim biçimleri sözlü aktarım aracılığıyla yapılmaktadır (4). Kırsalda ekonomik kalkınmanın merkezine oturan bu ürünlerin devamlılığı nesilden nesile aktarılan geleneksel yöntemlerle büyük çoğunlukla yöre kadınlarının sorumluluğuna bırakılmaktadır. Kadınların tarımsal üretimdeki aktifliklerine rağmen %80,6 oranında ücretsiz aile işçisi olarak konumlandırılmaları ve gelir elde edememeleri kadın erkek arasındaki eşitsizliği derinleştiren bir durum meydana getirmektedir (5). Kadınların, salça, tarhana, ekmek, bulgur, yoğurt vb ürünleri üretip çevre il veya ilçe pazarlarında satışa sunmaları hanelerine ek gelir sağlamakla birlikte bilinçli veya bilinçsiz olarak kadınları mikro girişimcilik faaliyetlerine ortak ederek bu dengesizliği düzeltme potansiyeli taşımaktadır (6). Çalışmadaki amacımız geleneksel gıda üretiminde elzem olan kadının bu üretimle kırsal ekonomiye yapacağı katkıyı incelemek ve kadınların bu alandaki potansiyel güçlerini açığa çıkarabilmek için uygulanabilecek yöntemleri ortaya çıkarmaktır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Google akademik arama motorunda ‘kadın ve geleneksel gıda’, ‘yöresel yemekler’, ‘kadın ve kırsal ekonomi’ anahtar kelimelerinin aratılmasıyla literatür taraması gerçekleştirilmiş ve son 10 yılda Türkiye özelinde yapılmış çalışmalar dahil edilmiştir.

TARTIŞMA VE BULGULAR

Özdemir ve ark Trakya bölgesindeki kadınların ürettiği yöresel lezzetlerin ekonomik payını incelediği araştırmada katılımcıların %83,9’luk gibi bir oranının yalnızca kendi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla geleneksel ürün ürettiği tespit edildi. Kadınların kendine ait gelirlerinin olması düşüncesi ve aktif çalışma arzusunun ürünlerini pazarlama istekliliklerini arttıracak unsurlar olduğu görülmekte ve küçük üreticilerin pazara girebilmesi için örgütlenmenin önemi vurgulanmaktadır (7). Aynı araştırmacılar tarafından hane içi üretimin ağırlıkta olduğu bu grupta örgütlenme yönelimini incelemesiyle elde ettiği sonuç kadınların örgütlenmeye yatkın oldukları ancak kooperatiflere üye olanların sayısının az olduğu yönündedir (8). Seferhisarda yapılan başka bir çalışmada kadınların yöresel ürünleri satmasıyla kolektif bir dayanışma hattı oluşturdukları, hayat kalitelerinde artışın, öz güvenlerinde gelişimin yaşandığı belirtilmekte ve bu durum yöresel ürünlerin alternatif bir gelir kaynağı oluşturabilmesi için iş birliğine dayalı eylemlerin önemini gösterir nitelik taşımaktadır (9). Kaya ve arkadaşlarının yürüttüğü bir çalışmada ise kadınlar tarafından üretilen yöresel ürünlerin hemcinsleri tarafından emeklerini desteklemek için tüketilmesi ise dayanışmanın tüketici tarafına bir örnek teşkil etmektedir. Aynı zamanda kadınların daha hijyenik çalıştığı düşüncesinin de tüketimi pekiştirdiği görülmektedir (10).

Boluda 44 kadının katılımıyla kurulan kooperatifle birlikte yöresel üretim ve satış alanları kurularak kadınlara istihdam olanağının doğması ve kadınların pazarlama, hijyen gibi konular üzerine eğitim almalarıyla ekonomik sürdürülebilirlik anlamında bir adım atıldığı görülmektedir (11). Bir başka benzer çalışmada ise Mamak belediyesine ait alanda ekim yapılarak elde edilen ürünlerin Mamak Kadın Kooperatifi’nde satılmasıyla, ekolojik sürdürülebilirliğe katkının yanında sosyal ve ekonomik yönden kadın dayanışması desteklenmiştir (12).

SONUÇ

Geleneksel ürünler sağlığa yönelik olumlu etkileriyle ilgi odağı haline gelmiş geleneksel ürünler kadınların emekleriyle kültürel miras olarak varlıklarını sürdürmektedir. Kadınların üretimleri çoğu zaman için hane içi tüketime yönelik olsa da pazarlarda fazla ürünleri satarak gelir elde etmelerinin sosyal ve ekonomik olarak pek çok faydası görülmektedir. Çalışmalar neticesinde kadınların örgütlenmeleri ve geleneksel ürünleri pazarlayabilmelerinde çeşitli engellerin bulunduğu tespit edilmiştir. Dayanışma halinde olan kadınların olumlu kazanımlar elde ettiği görülmektedir. Yerelde sorunlara cevap arayan özgün yapı olan kooperatiflere katılımların yaygınlaşması ve kadınlara pazarlama konusundaki bilgi ve becerilerini arttıracak eğitimlerin tanınması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

1. Karakaş, H., & Törnük, F. (2016). Geleneksel gıdaların okul çağı çocuklarının beslenmesindeki rolü üzerine bir araştırma. Fen Bilimleri Dergisi (CFD), 37(3), 292-302.
2. Dokuzlu, S., Demir B., Ürün, B., Güler, V., Sarı, Y., Yıldız, G., & Aksoy, O. (2019). Tüketicilerin yöresel ürün satın alma davranışları: DAP Bölgesi ürünleri. Tarım Ekonomisi Dergisi, 25(1), 97-108.
3. Duru, S., Hayran, S., & Gül, A. (2021). Türkiye’de geleneksel gıdaların üretim ve ihracat potansiyelinin değerlendirilmesi. Bursa Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 35(2), 439-449.

4. Narin, M., & İnanöz, N. (2016). Yöresel gıda ürünlerinin kırsal kalkınmaya etkisi: Savaştepe/Sarıbeyler üzerinde bir pilot çalışma. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 6(2), 81-88.
5. ŞAHİN, Ç. (2018). Türkiye Tarımında Kooperatifçilik Alternatifini Yeniden Düşünmek. *Politik Ekonomik Kuram*, 2(2), 59-76.
6. Serinikli, N. (2019). Kırsal Alandaki Mikro Kadın Girişimcilerin Kooperatifleşmeye Karşı Tutumları. *Agro-Turizm Kadın Kooperatifleri. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 14(1), 45-57.
7. Özdemir, G. (2017). Kırsalda kadının geleneksel gıda üretimi ve pazarlama istekliliği. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 14(3), 66-72.
8. Özdemir, G., Yılmaz, E., Unakıtan, G., Yılmaz, İ., & Keskin, G. (2019). Kırsalda geleneksel gıda üretiminde kadınların örgütlenme yaklaşımları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 24(3), 253-259.
9. Bilgiç, D. N. (2020). Yeni bir kırsal kalkınma, bilindik bir kırsal annelik: Ticarileşen yöresel yemeklerin toplumsal cinsiyet rollerine etkisi. *İstanbul University Journal of Sociology*, 40(1), 79-108.
10. Kaya, A. A., & Alaeddinoğlu, F. (2021). Batı Akdeniz Bölgesinde Ekoturizm Uygulamaları, Yerel Ürünler ve Kadın İstihdamının Rolü. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (54), 295-324.
11. Özdoğan, E., & Kesgin, M. T. (2021). Kırsal ekonomik kalkınma için kadının güçlendirilmesi: Bolu SS Demirciler Gelincik Kadın Tarımsal Kalkınma Kooperatifi örneği. *Zeugma Sağlık Araştırmaları Dergisi*, 3(2-3), 81-8
12. Öcal, Y., & Yalçın Ercoşkun, Ö. (2021). Kentlerde Ekolojik Üretim ve Sosyal Sürdürülebilirlik: Ankara Mamak Kadın Kooperatifi (MAKKOP). *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(20).