ERZURUM BİTPAZARI

Mustafa YILMAZ

Yüksek Lisans Tezi
Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı
Türk Halk Bilimi (Folklor) Bilim Dalı
Doç. Dr. Hamza KOLUKISA
2024
Her Hakkı Saklıdır.

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
TÜRKİYAT ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ
TÜRK DİLİ VE EDEBİYATI ANA BİLİM DALI
TÜRK HALK BİLİMİ (FOLKLOR) BİLİM DALI

Mustafa YILMAZ

ORCID ID: 0009-0003-7969-1034

ERZURUM BİTPAZARI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Hamza KOLUKISA

ERZURUM – 2024

TÜRKİYAT ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ
Graduate School of Turkish Research

TEZ BEYAN BİLDİRİMİ

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esasları'nın ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum **"ERZURUM BİTPAZARI"** adlı tezin tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıyı kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim.

☐ Tezimin Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı tarafından yayınlanan *Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*'nin lisansüstü tezlerin düzenlenmesini ve erişime açılmasını düzenleyen 5. maddesinin 1. fıkrasına göre [*Ulusal Tez Merkezi, enstitü ve fakülteler tarafından Tez Otomasyon Sistemine yüklenen tezlerin bibliyografik bilgilerini kontrol eder, kataloglama kurallarına göre düzenler, konu başlıklarını belirler ve tam metin olarak internet üzerinden erişime açar.*] **basılı ve elektronik kopyalarına erişim izni verdiğimi onaylarım**.

İSTİSNAİ DURUMLAR*

☐ **Patent alma sürecinin devam etmesi sebebiyle (2 Yıl)**
Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı tarafından yayınlanan *Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*'nin lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesini düzenleyen 6. maddesinin 1. fıkrasına göre tezle ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi sebebiyle teze erişim, Enstitümüz Yönetim Kurulunun …./…/…. tarih ve …… sayılı kararı ile 2 (iki) yıl süreyle engellenmiştir.

☐ **Yeni Teknik, Materyal ve Metotların Varlığı (6 ay)**
Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı tarafından yayınlanan *Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*'nin lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesini düzenleyen 6. maddesinin 2. fıkrasına göre tezde yeni teknik, materyal ve metotlar kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkânı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içerdiği için tez danışmanının önerisi ve ana bilim dalının uygun görüşü üzerine Enstitümüz Yönetim Kurulunun …./…/…. tarih ve …… sayılı kararı ile teze erişim 6 (altı) ay süreyle engellenmiştir.

☐ **Ulusal Çıkar ve Güvenlik Durumu (Gizlilik Dereceli Çalışmalar)**
Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı tarafından yayınlanan *Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*'nin gizlilik dereceli tezler bahsini düzenleyen 7. maddesinin 1. fıkrasına göre bu teze erişim, ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendirdiği için Enstitümüzün uygun görüşü üzerine Üniversitemiz Yönetim Kurulunun …./…/…. tarih ve ……
sayılı kararı ile Üniversitemiz Yönetim Kurulu aksi karar verinceye kadar engellenmiştir.

18.09.2024
Aslı Islak İmzalıdır
Mustafa YILMAZ

** İstisnai durumlar danışmanın yazılı başvurusu ve Enstitü / Üniversite Yönetim Kurulunun onayı ile kabul edilir.*

TÜRKİYAT ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ
Graduate School of Turkish Research

TEZ KABUL VE ONAY TUTANAĞI

TÜRKİYAT ARAŞTIRMALARI ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Hamza KOLUKISA danışmanlığında Mustafa YILMAZ tarafından hazırlanan "Erzurum Bitpazarı" başlıklı bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından Türk Dili ve Edebiyatı Ana Bilim Dalı Türk Halk Edebiyatı (Folklor) Bilim Dalı Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir. 18.09.2024

		Kabul / Ret – İmza
Jüri Başkanı (Ad-Soyad-Unvan)	Prof.Dr. Nesrin FEYZİOĞLU *Atatürk Üniversitesi*	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi (Ad-Soyad-Unvan)	Prof.Dr. Yusuf Ziya SÜMBÜLLÜ *Erzurum Teknik Üniversitesi*	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi (Ad-Soyad-Unvan)	Doç.Dr. Hamza KOLUKISA *Atatürk Üniversitesi*	Aslı Islak İmzalıdır

Bu tezin *Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği*'nin ilgili maddelerinde belirtilen şartları yerine getirdiğini onaylarım.

Prof. Dr. Hüseyin BAYDEMİR
Enstitü Müdürü

Aslı Islak İmzalıdır

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER ..... **I**
ÖZET ..... **III**
ABSTRACT ..... **IV**
ÖN SÖZ ..... **V**
KISALTMALAR ..... **VII**
GÖRSELLER DİZİNİ ..... **VIII**
GİRİŞ **1**
I. ÇALIŞMANIN TANIMI, AMACI, ÖNEMİ, KAPSAM VE SINIRLILIKLAR **3**
A. Çalışmanın Tanımı 3
B. Çalışmanın Amacı ve Önemi 3
C. Çalışmanın Kapsam ve Sınırlılıkları 4
D. Çalışmanın Metodu 4

BİRİNCİ BÖLÜM
PAZAR

1.1. PAZAR TERİMİ **6**
1.2. PAZARIN TARİHÎ GELİŞİMİ **10**
1.3. PAZAR ÇEŞİTLERİ **22**

İKİNCİ BÖLÜM
İKİNCİ BÖLÜM BAŞLIĞI

2.1. BİTPAZARI ETİMOLOJİSİ **28**
2.2. BİTPAZARININ DÜNÜ-BUGÜNÜ **35**

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ERZURUM BİTPAZARI

3.1. ERZURUM VE BİTPAZARI **42**
3.1.1. Erzurum Bitpazarı'nın Tarihî Gelişimi 48
3.1.2. Erzurum Bitpazarı'nın Konumu 70

3.1.3. Pazar Satıcıları....71
3.1.4. Satıcı Türleri....76
3.1.4.1. Giyim-Kuşam ve Konfeksiyoncular....77
3.1.4.2. Yöresel Ürün Satıcıları....78
3.1.4.3. Sebze ve Meyve Satıcıları....79
3.1.4.4. Yiyecek- İçecek Satıcıları....80
3.1.4.5. Hırdavatçılar....80
3.1.4.6. Antikacılar....81
3.1.4.7. Canlı Hayvan/Malzeme Satıcıları....82
3.1.4.8. Kasaplar/Balıkçılar....83
3.1.4.9. Elektronikçiler....84
3.1.4.10. Mobilya/Beyaz Eşya Satıcıları....85
3.1.4.11. Tespih/Saat/Aksesuar Satıcıları....86
3.1.4.12. Tütün/Sigara Satıcıları....87
3.1.4.13. Hurdacılar....87
3.1.4.14. Ev Dekorasyonu Satıcıları....88
3.1.4.15. Ayakkabı Satıcıları....89
3.1.4.16. Fidan Satıcıları....90
3.1.5. Bitpazarı Müşterileri....90
3.2. ERZURUM BİTPAZARINA DAİR DÜŞÜNCELER....95
3.2.1. Satıcı Görüşleri....95
3.2.2. Müşteri Görüşleri....97
3.2.3. Bitpazarına Dair Satıcı ve Müşteri Görüşleri Üzerine Değerlendirme....98
3.2.4. Erzurum Bitpazarında Kullanılan Pazar Terimleri....100

SONUÇ....102
KAYNAKÇA....104
ÖZ GEÇMİŞ....111

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ
ERZURUM BİTPAZARI
Mustafa YILMAZ

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Hamza KOLUKISA
2024, Sayfa: 111+XII
Jüri: Prof. Dr. Nesrin FEYZİOĞLU (Başkan)
Prof. Dr. Yusuf Ziya SÜMBÜLLÜ
Doç. Dr. Hamza KOLUKISA

İnsan; yeme-içme, barınma, giyinme vb. temel gereksinimlerini karşılama adına geçmişten günümüze değişik formlarda ve usullerde ticari girişimlerde bulunmuştur. İnsanın bahsi geçen ihtiyaçlarını temin etme adına başvurduğu ticari platformların kronolojik olarak en eskilerinden biri de halk pazarlarıdır. Halk pazarı, semt pazarı, bitpazarı gibi sıfatlarla nitelendirilebilecek olan bu geleneksel pazarlar, alıcı veya satıcı olmak kimliği ile muhataplarının taleplerini giderme adına günümüzde de varlığını sürdürmeye devam etmektedir.

Pazarların öncelikle ticari bir saha olduğu açık olmakla birlikte bu türden pazarlar etrafında oluşan kültürel bir birikimden sosyolojik olarak bahsetmek elbette mümkündür. İlgili alanlarda alınan-satılan verimler, bu verimlerin niteliği yanında bu verimleri alan ve satanlar arasında kurulan iletişim ile muhataplarca zamanla edinilmiş pazara ait kültürel kazanımlar, kültürün doğasından kaynaklanan dinamik yapı ile bağlantılıdır.

Pazarlarda oluşan kültürel unsurların küçük büyük demeden tespit edilmek suretiyle kayıt altına alınması, milli kimliğin inşa ve ihyası ile kültürün geleceğe aktarılması açılarından önem arz etmektedir. İşte çalışmamızın merkezinde de bu yaklaşım yer almaktadır. Bahsi geçen yaklaşımlar eşliğinde çalışmamızda, Anadolu'nun önemli kültür merkezlerinden biri olan Erzurum'da yaşamaya devam eden bitpazarı kültürü, dünü, bugünü ve geleceği açısından olduğu gibi bu kültürü oluşturan bileşenler etrafında saha çalışması metodolojisi ile yüz yüze görüşme ve tarama tekniği merkezli veriler eşliğinde ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Pazar, Kültür, Erzurum, Halk, Ticaret

ABSTRACT

MASTER'S THESIS

FLEA MARKET OF ERZURUM

Mustafa YILMAZ

Advisor: Assoc. Prof. Dr. Hamza KOLUKISA

2024, Pages: 111+XII

Jury: Prof. Dr. Nesrin FEYZİOĞLU (Chairman)

Prof. Dr. Yusuf Ziya SÜMBÜLLÜ

Assoc. Prof. Dr. Hamza KOLUKISA

Human beings have engaged in commercial enterprises in different forms and procedures from past to present in order to meet their basic needs such as eating and drinking, shelter, clothing, etc. One of the chronologically oldest of the commercial platforms that people apply to meet their needs is the public markets. These traditional markets, which can be described with adjectives such as public bazaar, neighbourhood bazaar, flea market, continue to exist today in order to meet the demands of their interlocutors as buyers or sellers.

Although it is clear that markets are primarily commercial areas, it is certainly possible to talk about a cultural accumulation formed around such markets sociologically. The products bought and sold in the relevant areas, the quality of these products, as well as the communication established between those who buy and sell these products and the cultural gains of the market acquired by the addressees over time, are linked to the dynamic structure arising from the nature of culture.

Recording the cultural elements formed in the markets by identifying them, no matter how big or small, is important for the construction and revival of national identity and the transfer of culture to the future. This approach is at the center of our study. Accompanied by the aforementioned approaches, in our study, the flea market culture that continues to live in Erzurum, one of the important cultural centers of Anatolia, will be discussed in terms of its past, present and future, as well as the components that make up this culture, with fieldwork methodology, face-to-face interviews and scanning technique-centered data.

Keywords: Market, Culture, Erzurum, People, Trade

ÖN SÖZ

Anadolu'nun önemli yerleşkelerinden biri olan Erzurum, dünden bugüne pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olmakla birlikte gerek siyasi gerekse kültürel ve ekonomik açıdan pek çok kazanımı bünyesinde barındıran kadim kentlerden biridir. Kent kültürüne dönük çalışmalar açısından laboratuvar niteliği taşıyan Erzurum; çalışmamızda pazar, halk pazarı genel çerçevesi eşliğinde, bitpazarı özelinde ele alınacaktır.

Bu çalışma; konu, metot, çalışmanın sınırlılıklarını da içerisine alan girişi takiben dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde pazar kelimesi üzerinde durulmuş kelime etimolojik olarak açıklanmış, çarşı ve pazar kelimeleri arasındaki yakınlık hakkında bilgilendirme yapılmıştır. Pazar kültürünün kronolojik gelişimi, dünyadaki ilk pazar yerleri Antik Yunan, Roma, Selçuklu ve Osmanlı pazar alanları hakkında bilgiler verilmiştir. Geçmişte pazarların sadece ticaret yapılan mekânlar olmadığı buraların insanların sosyal ihtiyaçlarını da karşıladığı alanlar olduğu hakkında bilgiler sunulmuştur. Pazarların kale surları, ibadethaneler, hanlar içerisinde kurulduğu bu nedenle kompleks bir yapı olduğu hakkında bilgilere yer verilmiştir. Satılan ürünlerin çeşitli olması zaman içerisinde çarşı ve pazarlara branşlaşmayı getirmiş, böylece belirli ürün çeşitleri belirli pazarlarda satılır olmuştur. Bu durum pazar çeşitliliğini meydana getirmiş, oluşan pazar çeşitleri genel hatları ile tanıtılmaya çalışılmıştır

Çalışmamızın ikinci bölümünde bitpazarı terimine dönük izah, terimin ortaya çıkış sürecinden başlamakla bitpazarlarının dünden bugüne sergilediği değişim ve dönüşüm aşamaları hususunda açıklamalar yer edinmektedir. Bitpazarı etimolojik olarak açıklanmış, batpazarı ve bitpazarı kelimeleri üzerinde durularak kelimenin aslının 'bat mı bit mi' olduğu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bitpazarının tarihî gelişimi dünyadaki örnekleri ile ortaya konulmuştur. Günümüzde bitpazarlarının e-pazar ve geleneksel pazar olmak üzere iki ayrı mecrada ticari faaliyetlerine devam ettiği vurgulanmıştır.

Üçüncü bölümde Erzurum bitpazarının tarihî seyri hakkında gerekli bilgilendirme yapılmış. Bitpazarının izi sürülerek Erzurum Belediyesi arşiv kayıtlarından alınan bilgiler ışığında Osmanlı dönemi batpazarından, günümüz bitpazarına kadar pazarın

dünden bugüne sergilediği değişim ve dönüşüm aşamaları ile eski bitpazarının kurulduğu mekânlar belirlenmiştir. Geçmişten günümüze Erzurum Bitpazarı Yerleşkelerinin Havadan Görünümü adlı bir görsel oluşturularak geçmişten günümüze kadar bitpazarının kurulduğu alanlar ortaya çıkarılmıştır. Erzurum Bitpazarı'nın günümüzdeki durumu, işlevi, barındırdıkları gerek literatür temelli gerekse saha çalışması metodolojisi eşliğinde yüz yüze görüşme ve tarama tekniği kullanılarak elde edilen verilerle izah edilmeye çalışılmıştır. Pazarın günümüzdeki konumu, satılan ürünler, satıcıların tezgâhları dikkate alınıp, Erzurum Bitpazarı ve Satıcı Yerleşim Planı adlı, bitpazarının havadan görünümü çıkarılarak günümüz Erzurum Bitpazarı kayıt altına alınmıştır. Pazarda satılan ürünler araştırılmış, pazar esnafı ve pazarın müşterileri hakkında ayrıntılı olarak bilgilendirme yapılmıştır. Sonrasında bitpazarı esnafı, bu pazarlardan istifade eden müşteri profili ve Erzurum Bitpazarı'nda alımı satımı gerçekleştirilen ürün yelpazesi irdelenmiş, satıcı ve müşteriler ile görüşmeler yapılarak pazarın genel durumuna dönük kanaatlere yer verilmiştir. Ayrıca Erzurum Bitpazarı'nda kullanılan pazar terimleri de derlenerek çalışmamızın üçüncü bölümünün son kısmında açıklanmaya çalışılmıştır.

Çalışmamız, elde edilen verilere dönük genel değerlendirmelerimizi içeren sonuç bölümü ile tamamlanmaktadır. Çalışmamızın gelişim sürecinde desteklerini esirgemeyen danışman Hocam Doç. Dr. Hamza KOLUKISA'ya, Prof. Dr. Yusuf Ziya SÜMBÜLLÜ'ye, Prof. Dr. Murat KÜÇÜKUĞURLU'ya, Muzaffer TAŞYÜREK'e, Zafer ÖZMEN'e, Uğur SEMİZOĞLU'na ve biricik aileme teşekkür ediyorum.

Erzurum-2024 **Mustafa YILMAZ**

KISALTMALAR

EBA. : Erzurum Belediyesi Arşivi
M.KK. : Müşteri Kaynak Kişiler
S.KK. : Satıcı Kaynak Kişiler
vb. : ve benzeri

GÖRSELLER DİZİNİ

Görsel 1.1.1. Pazar Yeri 6

Görsel 1.1.2. Bosna Pazarı 8

Görsel 1.1.3. Bursa- Okçular Çarşısı 10

Görsel 1.2.1. Antik Roma Agorası 13

Görsel 1.2.2. Roma Dönemi 2000 Yıllık Tripolis Antik Kenti Pazar Alanı 14

Görsel 1.2.3. Kaleiçi Eski Pazar Yeri 15

Görsel 1.2.4. Kapalı Çarşı İstanbul 16

Görsel 1.2.5. Osmanlı'da Cami ve Pazar 17

Görsel 1.2.6. Edirne Cami, Çarşı ve Mahalle 19

Görsel 1.2.7. Kapalı Çarşı Beyazıt Kapısı 20

Görsel 1.2.8. Altındağ Kapalı Semt Pazarı 21

Görsel 1.2.9. Arabayatağı Modern Pazar Alanı-Bursa. 22

Görsel 1.3.1. Çarşamba Pazarı 23

Görsel 1.3.2. İzmir Sosyete Pazarı 24

Görsel 1.3.3. Esenler Semt Pazarı 25

Görsel 1.3.4. Ankara Saman Pazarı 27

Görsel 1.3.5. Pavli Panayırı 27

Görsel 2.1.1. Eski Bir Pazar Yeri 29

Görsel 2.1.2. Osmanlı Batpazarı 30

Görsel 2.1.3. Osmanlı'da Bir Pazar Alışverişi 31

Görsel 2.1.4. Erzurum Gürcükapı Pazarı 32

Görsel 2.1.5. Grande Braderie de Lille, Avrupa'nın En Büyük Bit Pazarı 34

Görsel 2.1.6. Etüv Makinesi-Darülaceze 35

Görsel 2.2.1. Kapalı Çarşı-İstanbul 37

Görsel 2.2.2. Bursa Kayahan Batpazarı.....39

Görsel 2.2.3. Cevahir Alışveriş Merkezi.....40

Görsel 2.2.4. E-Bitpazarı İlanları.....41

Görsel 3.1.1. Erzurum'da Pazar Yeri.....42

Görsel 3.1.2. Erzurum ve Pazar.....44

Görsel 3.1.3. Erzurum Bitpazarı ve Kullanılmış Ürünler.....46

Görsel 3.1.4. Erzurum Bitpazarı Görünümü.....46

Görsel 3.1.5. Erzurum Bitpazarı ve Aksesuarcı.....47

Görsel 3.1.6. Erzurum Batpazarı ve Çifte Minareli Medrese.....49

Görsel 3.1.7. Etüv Makinası.....50

Görsel 3.1.8. Erzurum At Meydanı ve Batpazarı.....51

Görsel 3.1.9. At Meydanı ve Batpazarı.....52

Görsel 3.1.10. Erzurum Batpazarı ve Taşmağazalar.....54

Görsel 3.1.11. Aziziye Hanı.....55

Görsel 3.1.12. Etüv Makinası.....56

Görsel 3.1.13. Erzurum Batpazarından Bir Görünüm.....58

Görsel 3.1.14. Ebu İshak Türbesi- At Meydanı – Batpazarı.....59

Görsel 3.1.15. 1976 Yılı Erzurum Elbiseciler Odası Üye Kayıt Defteri Defteri.....61

Görsel 3.1.16. Esnaf Üye Kayıt Defteri ve Dönemin Elbiseci Esnafları.....61

Görsel 3.1.17. Erzurum Bitpazarı Baraka Dükkânlar.....62

Görsel 3.1.18. Bitpazarı ve Dar Sokakları.....63

Görsel 3.1.19. Erzurum Bitpazarı ve Elbiseciler.....63

Görsel 3.1.20. Bitpazarı-Kümes Hayvanları.....65

Görsel 3.1.21. Bitpazarının Yerine Yapılan Yegenağa İş Merkezi.....66

Görsel 3.1.22. Erzurum Bitpazarı Yıkıldıktan Sonra Yeni Yerine Geçene Kadar Kısa Bir Süre Faaliyet Gösterdiği Otçular Pazarı.....67

Görsel 3.1.23. Geçmişten Günümüze Erzurum Bitpazarı Yerleşkelerinin Havadan Görünümü.....67

Görsel 3.1.24. Erzurum Bitpazarı Tezgâhları.....68

Görsel 3.1.25. Erzurum Bitpazarı.....69

Görsel 3.1.26. Bitpazarındaki Horoz Meraklıları.....70

Görsel 3.1.27. Erzurum Bitpazarı Satıcı Yerleşim Planı.....71

Görsel 3.1.28. Erzurum Bitpazarı Tezgâhları.....72

Görsel 3.1.29. Erzurum Bitpazarında Pazarlık.....73

Görsel 3.1.30. Erzurum Bitpazarında İkinci El Ayakkabı Tezgâhı.....74

Görsel 3.1.31. Erzurum Bitpazarının Yabancı Uyruklu Satıcıları.....75

Görsel 3.1.32. Erzurum Bitpazarında Pantolon Satıcısı.....77

Görsel 3.1.33. Erzurum Bitpazarı ve Yöresel Ürün Tezgâhları.....78

Görsel 3.1.34. Erzurum Bitpazarında Sebze, Meyve Tezgâhları.....79

Görsel 3.1.35. Bitpazarı ve Ciğer Dürümcü.....80

Görsel 3.1.36. Erzurum Bitpazarı ve Hırdavatçılar.....81

Görsel 3.1.37. Erzurum Bitpazarı-Antikacı.....81

Görsel 3.1.38. Erzurum Bitpazarı ve Kuşbazlar.....82

Görsel 3.1.39. Erzurum Bitpazarında Balıkçılar.....84

Görsel 3.1.40. Erzurum Bitpazarı ve Elektronikçiler.....84

Görsel 3.1.41. Erzurum Bitpazarında Sergilenen İkinci El Eşyalar.....86

Görsel 3.1.42. Erzurum Bitpazarı-Aksesuarcı.....87

Görsel 3.1.43. Erzurum Bitpazarı - Tespihçiler.....87

Görsel 3.1.44. Erzurum Bitpazarı-Hurdacılar.....88

Görsel 3.1.45. Erzurum Bitpazarında Alışveriş.....89

Görsel 3.1.46. Erzurum Mahallebaşı Bitpazarı-Ayakkabıcılar 89

Görsel 3.1.47. Erzurum Bitpazarında Alışveriş 90

Görsel 3.1.48. Erzurum Bitpazarının Güvercin Tezgâhları..... 92

Görsel 3.1.49. Erzurum Bitpazarının Yöresel Ürün Tezgâhları..... 93

Görsel 3.1.50. Erzurum Bitpazarı Sokak Lezzetleri 93

Görsel 3.1.51. Erzurum Bitpazarının Mevsimlik Satıcıları..... 94

Görsel 3.1.52. Erzurum Bitpazarında Sergilenen El Emeği Göz Nuru Ürünler..... 94

Görsel 3.2.1. Modern Pazar Yeri Örneği 96

Görsel 3.2.2. Erzurum Bitpazarı Orta Meydan 98

Görsel 3.2.3. Hedeflenen Modern Bitpazarı 100

GİRİŞ

Anadolu'nun kadim şehirlerinden olan Erzurum, konumu itibarıyla askerî siyasi ve ekonomik anlamda önemli bir yere sahiptir. Özellikle tarihî İpek Yolu güzergâhında bulunan ve pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış olan kent, çarşısı ve pazarı ile asırlar boyunca ticari faaliyetlerin merkezinde olmuştur.

Şehrin kronolojik macerasından kaynaklanan bu zenginlik, Erzurum kent kültürünün oluşmasında hayati öneme sahiptir. Kentin kültürel yapısına katkı sunan ticaret hayatının şehrin konumu ile doğrudan ilişkisi vardır. Bu hususta Erzurum'da gümrük kâtibi olarak da görev yapmış bulanan Evliya Çelebi'nin "Benim, kâtibi olduğum Gümrük de buradadır. Dört çevresinde Arap, Acem, Hind, Sind, Hatay, Hotan tüccarlarının evleri var. İstanbul ve İzmir gümrüğünden sonra en işlek gümrük bu Erzurum Gümrüğü'dür" ifadesi, olabildiğince manidardır.

Ticari açıdan geçmişte adından övgü ile bahsedilen Erzurum, ticaretin beslediği diğer bileşenler açısından da zengin bir yerleşim birimidir. Bu durum günümüzde de varlığını sürdürmekte olup kent bölgesel anlamda çekim alanı oluşturmaya devam etmektedir. Erzurum, İsmail Hakkı Konyalı'ya göre "Dünü ve bugünü ile büyük bir şehirdir. Tarihin ve tarihçinin gözü ile de sosyolojinin ve sosyoloğun ölçüsü ile de büyük bir şehirdir. Burası koca şarkın ticaret emtiası gibi kültür hamulesinin de yıllar yılı garbe akmasına geçit vermiş, konak olmuş, yol olmuş bir şehirdir" (Konyalı, 2010: 22).

Halk bilimi veya folklor, "Bir ülkede veya bölgede yaşayan halkın kültür ürünlerini, sözlü edebiyatını, geleneklerini, törelerini, inançlarını, mutfağını, müziğini, oyunlarını, halk hekimliğini inceleyerek bunların birbirleriyle ilişkilerini belirten, kaynak, evrim, yayılım, değişim, etkileşim vb. sorunlarını çözmeye, sonuç, kural, kuram ve yasaları bulmaya çalışan bilim dalıdır"(Türk Dil Kurumu [TDK], 1998: 934).Yani folklor, toplumun gelenek, inanç, hikaye, efsane, masal, şarkı, ritüel ve halk sanatlarını içermektedir. Bu unsurlar kendilerine bazı mekânlarda hayat bulurlar. Zira mekân ve folklor arasında kültürel bir bağ mevcuttur. Mekânlar, folklorik unsurların aktarıldığı, toplumsal hafızanın somut bir şekilde yaşandığı, paylaşıldığı ve anlam kazandığı yerlerdir. Bu ilişki kültürel devamlılığın sağlanması ve toplumsal kimliğin

şekillenmesi açısından önem arz etmektedir. Bu mekânlarda oluşan kültürel unsurlar kültürel mirasın oluşumuna katkı sunmaktadır.

İşte somut olmayan kültürel mirasın yaşandığı ve kültürel devamlılığın sağlandığı toplumsal ilişkilerin kurulduğu, kültürel değerlerin paylaşıldığı önemli mekânlardan birisi de bitpazarlarıdır. Bitpazarlarının, ticari mekân olmanın ötesinde aynı zamanda bir sosyal ve kültürel etkileşim alanı olma yönü de vardır. Bu yönünden dolayı toplumsal kimliğin korunmasında ve zenginleşmesinde önemli bir role sahiptirler. Yerel halk buralarda alışveriş yaparken sosyal etkileşim içerisine girdiğinden bir yandan da pazar folklorunun oluşumuna katkı sunar. Bu yönüyle bitpazarlarını somut olmayan ürünlerin ve kültürün içerisinde sergilendiği, aynı zamanda birer maddi kültürel miras mekânı olarak da görebiliriz.

Bunlardan hareketle Erzurum'da ticaretin ve kültürün iç içe geçtiği tarihî platformlardan biri de bitpazarıdır. Erzurum Bitpazarı, kentin dününe ve bugününe ilişkin kodlar içermesi yanında etrafında her geçen gün daha fazla muhatap bulan yüzü ile gerçekten ilgiye değerdir.

Erzurum Bitpazarı geçmişten günümüze varlığını korumayı başarabilmiş Anadolu'nun nadir pazarlarından biridir. Bu alan, sadece ikinci el ürünlerin pazarlandığı bir merkez olmanın ötesinde, insanların bir araya geldiği, hoşça vakit geçirdiği, ülkenin içerisinde bulunduğu ekonomik seviyeye de ışık tutan bir parametre görevi üstlendiği gibi kent kültürünün harmanlandığı bir sosyal iletişim alanı olmakla da kıymetlidir.

Erzurum Bitpazarı ile ilgili bugüne kadar herhangi bir akademik çalışmaya rastlanılmamış olmasından hareketle hayat bulan çalışmamız ile pazarların yalnızca ticari bir mecra olmanın ötesinde icra ettiği kültür temsilciliği rolü ortaya konulmaya çalışılacaktır. Kültüre ait olan her şeyin vakit kaybetmeden derlenip, kayıt altına alınmasının taşıdığı önemden hareketle çalışmamızın Erzurum kent kültürü merkezli muhtelif verime az da olsa katkı sunmasını temenni ederiz.

I. ÇALIŞMANIN TANIMI, AMACI, ÖNEMİ, KAPSAM VE SINIRLILIKLAR

A. Çalışmanın Tanımı

Pazarlar, satıcıların ve müşterilerin doğrudan yüz yüze açık veya kapalı alanlarda alışveriş yaptıkları, ihtiyaçlarını giderdikleri alışveriş mekânı olmanın ötesinde zaman içerisinde insanların birlikte vakit geçirdiği, bir sosyal iletişim mekânlarına dönüşmüştür. Bu dönüşüm esnasında pazarlar çeşitlenerek faaliyetlerine devam etmiştir. İkinci el eşyaların satıldığı bitpazarları çok eski çağlardan beri tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de hizmet vermektedir. Zamanla dünyadaki değişimden pazarlar da nasibini almış, az da olsa geleneksel formlarının dışında faaliyetlerini devam ettirmişlerdir. Bu çalışma ile modern alışveriş merkezlerinin bizi çepeçevre sardığı bir dönemde bitpazarlarının faaliyet gösterme konusunda gösterdiği iradenin ne surette gerçekleştiğinin ortaya konulmasını amaçlamıştır. Faaliyetlerini sürdürerek geçmişten günümüze kadar gelebilmiş, Anadolu'nun kadim bitpazarlarından olan Erzurum Bitpazarı konumu, ticari, sosyal ve kültürel yönü ile incelenmiştir. Pazarda satılan ürünler, esnaf ve müşteriler hakkında gerekli bilgilendirme yapılmıştır.

B. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Geleneksel ve ticari platformların en eskilerinden biri olan bitpazarları geçmişte olduğu gibi günümüzde de varlığını korumaya devam etmektedir. Bu tür mekânların sadece ticari bir saha olmanın ötesinde biriktirdiği kültürel altyapıyla da önemsenmesi gerektiğine inanmaktayız. Özellikle Erzurum Bitpazarı'nın geçmişten bugüne sürdürdüğü tarihî rol bu çalışmada ön plana çıkarılmaya çalışılacaktır. Çünkü yapmış olduğumuz literatür taramasında Erzurum Bitpazarı ile alakalı herhangi bir çalışmanın bulunmaması bizi özgün olma yönüyle bu çalışmanın yapılmasına sevk etmiştir. Kültürel devamlılığı sağlamak adına bitpazarı kültürünün, dünü, bugünü ve geleceğinin ortaya çıkarılması çalışmanın gayesini oluşturmaktadır.

Çalışmanın önemi ise bu tür pazarların sadece ticari bir üretici ya da tüketici açısından ticari bir iletişim mecrası olmanın ötesinde ortaya çıkan somut olmayan kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması, buralarda biriktirilen kültür, buralarda

sergilenen geleneksel yapı, geleneksel meslekler, geleneksel müşteri ve satıcı profilinin ortaya konulması adına önem taşımaktadır.

C. Çalışmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Bu çalışmanın kapsam ve sınırları Erzurum merkez Yakutiye ilçesi Mahallebaşı semtinde her hafta pazar günleri sabah 05.30-13.00 saatleri arasında faaliyet gösteren Erzurum Bitpazarı ile sınırlıdır.

D. Çalışmanın Metodu

Bu çalışma, nitel araştırma desenlerinden etnografya deseni ve bu desene has yöntemlerle yürütülmüştür. Çalışma, Erzurum Bitpazarı'ndaki sosyal etkileşimleri ve pazarın dinamiklerini anlamak amacıyla veri toplama sürecinde nitel veri toplama teknikleri kullanılarak aşağıdaki verilere ulaşılmıştır.

Katılımcı gözlem yöntemine göre, çalışmanın hazırlık sürecinde, pazar alanına defalarca ziyaretler gerçekleştirilmiş, bizzat pazarda bulunulmuş, müşteri ile satıcılar arasında gözlemler yapılmıştır. Alanda, satıcı ve müşterilerle etkileşimde bulunulmuş, onların deneyimleri, inanç, değerleri ve pazar hakkındaki düşünceleri derinlemesine incelenmiştir. Bu gözlemler, çalışmanın birinci elden veri kaynağını oluşturmuştur.

Odak grup görüşmeleri, çerçevesinde pazardaki farklı gruplarla görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerde, müşteriler ve satıcılarla yaş, eğitim seviyesi, mesleki bilgi, pazarın sorunları, mesleki zorluklar ve pazardan beklentiler gibi konularda detaylı sorular sorulmuş ve katılımcıların görüşleri toplanmıştır. Görüşmeler esnasında elde edilen veriler titizlikle not edilmiştir. Katılımcılar, pazarın dünü, bugünü ve yarınına ilişkin kendi duygu ve düşüncelerini paylaşmışlardır.

Veri toplama sürecinde, Erzurum Büyükşehir Belediyesi Arşiv Zabıtları ve 1976 Yılı Erzurum Elbiseciler Odası Üye Kayıt Defteri gibi tarihi kaynaklardan yararlanılmıştır. Bu belgeler, pazarın tarihsel gelişimini anlamak ve bugünkü durumu ile karşılaştırmak için önemli bir veri kaynağı oluşturmuştur.

Doküman analizi araştırma sürecinde, kütüphanelerde, kitaplarda ve internet ortamında araştırmalar yapılmış elde edilen kaynaklar, ulaşılan bilgi, belgeler ve elde

edilen veriler toplanarak çalışmanın literatür taraması kısmı oluşturulmuştur. Genelde çarşı, pazar özelde Erzurum Bitpazarı'nın tarihsel geçmişi üzerine yapılan literatür taraması ve Erzurum Büyükşehir Belediyesi arşivleri gibi belgelere dayalı incelemeler, çalışmada derinlemesine bir analiz yapılmasına imkan sağlamıştır.

Bu yöntemlerle elde edilen veriler, pazar kelimesini ve pazarın oraya çıkışını geleneksel pazarların sosyal yapısını, ticari dinamikleri incelenmiş bir pazar türü olan bitpazarlarının dünü, bugünü ve yarınına ilişkin kanaat edinmeye çalışılmıştır. Sonrasında Erzurum Bitpazarı ve geçmişi hakkında bilgiler edinilerek katılımcıların da bitpazarı hakkındaki duygu ve düşünceleri derinlemesine incelenmiştir. Ayrıca, elde edilen bulgular çalışma zenginleştirilerek, Erzurum Bitpazarı'nın geçmişten günümüze olan değişimini ve dönüşümünü anlamak adına önemli bir kaynak oluşturmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM
PAZAR

1.1. PAZAR TERİMİ

İnsanların gündelik yaşamlarında temel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla geçmişten günümüze devam ettirdikleri en köklü alışkanlıklardan biri de pazar kültürüdür. Pazarlar hem temel hem de genel ihtiyaçların giderilmesinde önemli bir rol oynayan mekânlardır. Tarih boyunca insanoğlunun ihtiyaçlarını karşıladığı en işlevsel ve vazgeçilmez alanlardan biri olan pazarlar, günlük yaşamın ayrılmaz bir parçası olarak varlığını sürdürmektedir (Görsel 1.1.1.).

Görsel 1.1.1. Pazar Yeri (URL 1)



Bu yönüyle geçmişten günümüze yaşamın önemli bir unsuru hâline gelmiştir. Günümüzde bazar, pazar, çarşı adlarıyla karşımıza çıkan bu mekânlar temelde "pazar" kelimesinin çeşitlenmesinden ibarettir. Şöyle ki pazar kelimesi için sözlüklerde aşağıdaki tanımlamalar yapılmıştır:

Farsça kökenli bir kelime olan "pazar" Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlükte:

1."Satıcıların belirli günlerde mallarını satmak için sergiledikleri belirli geçici yer;

2. Belli bir şeyin satıldığı yer; piyasa;

3. Alışveriş;

4. Cumartesi ile pazartesi arasındaki gün.” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 1998: 1781).

> *“Üstü açık meydan gibi alanlarda kurulan geçici alışveriş yeri. Çoğunlukla süreli ve düzenli aralıklarla kurulmaktadır. Tek bir malın satımı için kurulabileceği gibi, mahalle ve kent ölçeğinde her tür malın satışı için de kurulabilmektedir” (Sözen ve Tanyeli, 2001: 188). “Haftanın belirli günlerinde kurulan ve çeşitli şeylerin satıldığı alışveriş merkezi/belli şeylerin satıldığı yer/üstü açık alışveriş mahalli/alışveriş” (Doğan, 1981: 807); “Satıcıların haftanın belirli günlerinde bir araya gelerek mallarını sergileyip sattıkları kamuya ait yer/alım satım işleri: alışveriş/tek tip malın veya ürünün satıldığı üstü kapalı ya da açık alan/pazar kurulan alan” (Çağbayır, 2007: 3805-3806); “Belirli malların geçici bir süre için satışa sunulduğu sergi alanı” (Ana Britannica, 2004: 495); Günlük dilde alıcı ve satıcıların mal değiş tokuşunda bulunmak üzere belli sürelerle bir araya geldikleri yeri anlatmaktadır.”* (Büyük Ansiklopedi, 1990: 4474)

Kavram olarak pazar *“arz ve talebin düzenli bir şekilde karşılaşması”* anlamına gelirken, mekân olarak bakıldığında *“alıcı ve satıcının karşılaştığı yeri”* anlatmaktadır (Aliağaoğlu, 2013: 45).

Pazarlar haftanın belli günlerinde belli aralıklarla, geçici olarak kurulan ve sabit olmayan, alışveriş mekânları (Tongur, 1940: 78) olarak da tanımlanmaktadır. Alıcı ve satıcının bir araya gelerek etkileşimde bulunduğu pazarlar, fiziksel yapıları açısından çeşitlilik göstermektedir. Bir yanda, üstü kapalı ve içerisinde sabit tezgâhların yer aldığı düzenli alışveriş alanları bulunurken, diğer yanda satıcılara belirli boş alanların tahsis edildiği, tezgâh, oturak ve şemsiye gibi malzemelerin satıcılar tarafından getirilerek sabah kurulup akşam toplandığı geçici pazar yerleri de mevcuttur. Bu iki farklı pazar tipi, ticaretin farklı ihtiyaçlarına ve koşullarına yanıt vermektedir (Aliefendioğlu, 2002: 51-58).

Pazar, başlangıçta alıcı ve satıcıların ticaret amacıyla belirli zamanlarda bir araya geldiği üstü açık kamu alanı anlamını taşırken, zamanla bu terim farklı mekânları da ifade etmeye başlamıştır. Günümüzde pazar, ticaret yapılan dükkânların yer aldığı bir alanı, bir sokağı veya aynı türden ürünlerin satıldığı dükkânların bulunduğu bölgeyi

tanımlamak için de kullanılmaktadır (Özcan, 2007: 208). Pazar kelimesi sadece üstü açık alışveriş mekânları anlamına gelmez, içerisinde dükkânların bulunduğu, ticaret yapılan alanlara da pazar adı verilir (Görsel 1.1.2.).

Görsel 1.1.2. Bosna Pazarı (URL 2)



Bilindiği üzere “pazar” kelimesi Farsça kökenli bir kelime olup, kelimenin aslı “bazar” dır. İnsanların alım satım yaptıkları ihtiyaçlarını giderdikleri mekân yahut çarşı manasına gelen pazar, zaman içerisinde halk ağzında değişime uğrayarak “b” harfi, “p” ye dönüşmüştür. Bazar kelimesi, bâ "yemek" ile yer ismi yapan "-zâr" takısından oluşmaktadır. Eskiden sadece gıda maddelerinin alınıp satıldığı mekânlara pazar denilirken daha sonraki yıllarda gıda maddelerini yanında türlü eşyaların alınıp satıldığı mekânlar da pazar olarak adlandırılmaktadır (Sükun, 1984: 242).

"Pazar" kelimesi, yalnızca Batı Türkçesinde değil, Doğu Türkçesinde de yaygın olarak kullanılmaktadır. Örneğin, Türkmen Türkçesinde "bazar güni," Nogay Türkçesinde ise "bazar kün" ifadeleri, bu kelimenin farklı Türk lehçelerinde de yer bulduğunu gösteren iki küçük örnektir. Bu durum, pazar kavramının Türk kültüründe ne kadar köklü ve evrensel bir yere sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Eren, 1999: 327).

Çarşı kelimesi de tıpkı pazar kelimesi gibi alışveriş yapılan mekânların adı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu iki kelimede aslında birbirinin yerine kullanılmıştır. Farsça bir kelime olan çarşı kelimesi de Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlükte: “Dükkânların bulunduğu alışveriş yeri” olarak tanımlanmaktadır. (TDK, 2024) Farsçada ‘Cıhar-Suk’ yani “dört sokak” manasına gelen çarşı kelimesi karşılıklı dükkânlardan oluşan, üstü

örtülü veya açık, içerisinde ticaret yapılan sokak, meydanlardır. Bu tür alışveriş mekânlarına "Bazar" da denilmektedir. Ancak çarşı terimi daha çok kabul görmektedir (Özdeş, 1953: 7). Bu iki kelime aslında birbiri ile eş anlamlı olup birbirinin yerine kullanılmaktadır.

Pazar sözcüğü hem alışveriş fiilini hem de alışveriş yapılan mekânı ihtiva eder. Çârşû ve çarşı kelimeleri de aslında pazar kelimesinin karşılıklarıdır. Bu kelimeler anlamca birbirine yakın eş anlamlılardır. Evliya Çelebi, Seyahatname adlı eserinde Amasya'yı anlatırken, "evsâf-ı çârşû-yu bâzâr" diyerek bu iki kelimeyi birbirinin eş anlamlısı olarak kullanmıştır. Sûk kelimesi ise Arapça kökenli olup, aynı anlama gelir. Osmanlı döneminde XVI. yüzyıl sonlarına dek kaynaklarda çoğunlukla pazar kelimesi kullanılmıştır. Bu kelime, genellikle kırsal kesimlerde haftanın belirli günlerinde kurulan açık alışveriş mekânları manasını içerir. İlerleyen zamanlarda, "çarşı" kelimesi, "pazar" kelimesinin yerine daha sık kullanılmaya başlanmıştır. Çarşı, üstü kapalı, devamlı olarak haftanın her günü faaliyet gösteren ve içerisinde birden fazla dükkân bulunan alışveriş mekânları (Ergin, 1993: 206-207) ifade eder.

Pazar sözcüğü hem alışveriş eylemi hem de alışveriş yapılan yer manasına gelir. Çârşû/çarşı kelimeleri de pazar kelimesinin karşılığıdır. Çarşı ve pazar birbirlerine anlamca yakın anlamlı kelimelerdir. Evliya Çelebi, Seyahatname adlı eserinde Amasya'yı anlatırken, "evsâf-ı çârşû-yu bâzâr" diyerek bu kelimeleri birbirinin eş anlamlısı olarak görür ve öyle kullanır. "Sûk" kelimesi Arapça bir kelimedir ve eş anlamlıdır. Osmanlı'da XVI. yüzyıl sonlarına kadar kaynaklarda çoğunlukla pazar kelimesi kullanılmıştır. Bu kelime genellikle kırsal kesimlerdeki yerleşim yerlerinde haftanın belli günlerinde kurulan açık alışveriş mekânlarını ifade etmektedir. Zaman içerisinde çarşı kelimesi pazar kelimesinin yerine sıkça kullanılmıştır. Çarşı, üstü kapalı, yerleşik olarak haftanın her günü faaliyette olan ve içerisinde toplu dükkânların bulunduğu alışveriş mekânlarını (Ergin, 1993: 206-207). İfade etmektedir (Görsel 1.1.3.).

Nişanyan ve Kanar ise pazar yeri/çarşı veya pazar, alışveriş edilen yer, (Nişanyan, 2007: 376), (Kanar, 2009: 2698) tanımı ile bu iki terimin bir anlamda eşanlamlı olduğu kanaatindedirler. Semavi Eyice'ye göre çarşı, iki tarafında dükkânların sıralandığı ve içerisinde alışveriş yapılan bir veya birkaç sokaktan oluşan bir yapıya sahiptir.

Kendiliğinden gelişen çarşıların yanı sıra, vakıf binalarına gelir sağlamak amacıyla kurulan çarşılar da bulunmaktadır. Eyice, bu tür çarşılara "arasta" adı verildiğini ifade etmektedir. (Eyice, 1992: 303). Bu konuda vereceğimiz son açıklama Ergin'e aittir. Ergin çarşıyı, çarşu Bizans devrinde yapılan bedestenlerin karşısındaki dört sokağın buluştuğu alan olarak açıklar (Ergin, 1993: 206-207).

Görsel 1.1.3. Bursa- Okçular Çarşısı (URL 3)



1.2. PAZARIN TARİHÎ GELİŞİMİ

Binlerce yıldır satıcı ve alıcının aynı mekânda doğrudan yer aldığı, sosyal ve kültürel paylaşımda bulunduğu geleneksel pazarların geçmişi, insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanoğlu eski çağlardan itibaren üretmiş olduğu ürünleri takas yaparak ihtiyaçlarını karşılama yoluna gitmiş böylece ticaret ve pazarlama terimleri oluşmaya başlamıştır. Geleneksel pazarlar, zamanla geniş bir coğrafyaya yayılarak, ticaret merkezleri halini almıştır.

Ticaretin tam olarak ne zaman başladığı bilinmese de arkeolojik bulgular, çok eskilere dayanan ticaret faaliyetlerine işaret etmektedir. Ekonomi kavramına ilk kez dile getiren ve ekonomi hakkında temel düşünceler ortaya koyan Eski Yunan filozofu Aristo, ticaretin evde üretilen ürünlerin değiş tokuşuyla başladığını öne sürmüştür. (Bilgin, 2004: 94)

Günümüzde bazı pazarlarda hâlâ devam eden takas (değiş tokuş) geleneği, ticaretin ilk şeklidir. İlk zamanlarda insanlar, ihtiyaçlarını para kullanmadan, takas

yoluyla karşılamışlardır. Aristoteles'e göre, değiş tokuş yapılan ürünler, takas yapan kişi veya grubun kendisine aittir; başka bir ifadeyle, ürünler başkasından alınarak takasta kullanılmamıştır. Ürünler bizzat takasa giren kişilerindir, bu dönemde insanlar ihtiyacı olan ve kendisinde bulunmayan ürünleri takas yaparak elde ederler, Böylece, takas ile ticaret terimleri arasındaki fark ortaya çıkmaktadır. Paranın icadı, değiş tokuşu kolaylaştırmak amacıyla gerçekleşmiş ve ticaret de bu gelişmeden doğmuştur. Servet biriktirme hevesi ve hırsı ancak paranın kullanılmaya başlanmasıyla insanların yaşamına girmiştir. Aristoteles'e göre, değiş tokuş yapılan ürünler değiştiren kişi ya da grubun kendisinindir, başka bir deyişle o ürünleri takasta kullanmak üzere başkasından almamışlardır. Burada takas ile ticaret kavramları arasındaki fark açıkça belli olmaktadır. Paranın icadı da değiş tokuşu kolaylaştırmak amacıyla olmuş, ticaret de buradan doğmuştur. Ticaret ve zenginlik, onlara sahip olanları da güçlü kılar (Doğan, 2008: 59).

Zamanla insanlar, ürün değiş tokuşu yaptıkları bu mekânlara "pazar" adını vermişlerdir. Pazarlar, tarih boyunca yalnızca ticaretin değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel etkileşimlerin de merkezi olmuştur. İnsanlar bu pazarlarda sadece ürün alışverişi yapmamışlar, kültürel değerlerini, dilini, yemeklerini, el sanatlarını ve hatta geleneklerini etkileşim yoluyla paylaşmışlardır. Pazarlar, bir bakıma toplumların kültürel belleğinin ve sosyal yapılarının şekillendiği, zaman içinde dönüşen mekânlar olarak tarih boyunca büyük bir rol oynamıştır. Bu işlevleri sayesinde pazarlar, bulundukları alanlarda oluşturdukları kompleks yapılarla hem ticari hem de sosyal hayata yön veren cazibe merkezleri haline gelmişlerdir. Pazarların tarihsel gelişimini ve toplumsal yaşamdaki etkilerini anlamak amacıyla yaptığımız araştırmalarda elde ettiğimiz bulgulara çalışmamızda yer vermeyi önemli bir katkı olarak değerlendiriyoruz.

Pazarlar; kaleler, ibadethaneler, hanlar, hamamlar kadar kadim bir geçmişe sahiptir. İnsanın tarih sahnesinde belirdiği andan itibaren, mal ve hizmet alışverişi ya da takası yapılmaya başlamıştır. Eski çağlarda ticaret takas usulü ile yapılmış, insanlar da ihtiyaçlarını yıllarca bu usul çerçevesinde temin etmişlerdir. Lidyalıların parayı bulması ve paranın kullanıma sokulması ile pazarlarda büyük gelişim ve değişim yaşanmıştır. Para; ölçülebilir, taşınabilir, saklanabilir özelliğinden dolayı ülkelerin, yerelde şehirlerin dolayısıyla pazarların ekonomilerinin büyümesine ve gelişimine de katkıda

bulunmuştur. Paranın sosyal yaşama girmesi, geçer akçe olarak tanınmasıyla ticaret dolayısıyla da çarşılar yeni bir boyut kazanmıştır (Kaya, 2020: 5-48).

Paranın dolaşıma girmesi, çarşı ve pazarların canlanmasını sağlayarak ona sahip olanların toplumdaki saygınlığını artırmıştır. Para, mal biriktirme düşüncesini insan yaşamına dâhil etmiş ve bu sayede fiziksel güç yerine ekonomik gücün önemi daha belirgin hale gelmiştir. Paranın bu sihirli dokunuşuyla pazarlar büyüyerek cazibe merkezlerine dönüşmüş ve para onu elinde bulunduran devletlerin ekonomilerini çok güçlü hale getirmiştir.

Para ile birlikte pazarların varlığı daha da önemli hale gelmiş. Yerel ve uluslararası büyük tüccarlar ortaya çıkmıştır. Böylece ülkelerin ekonomik kalkınması ve istikrarı açısından pazarlar kritik bir öneme sahip olmuştur. Bu gerçeği fark eden büyük devletler, egemenlik alanlarındaki pazarların sayısını artırmış ve pazarların güvenliğini sağlamak, pazar esnafının ve ticaret yapan tüccarların sosyal ihtiyaçlarını karşılamak için çeşitli önlemler almıştır. Onlara imtiyazlar bile vermiştir. Alınan bu tedbirler ve tanınan imtiyazlarla pazarlar çoğalmış, pazar esnafı ise önemli bir ekonomik güç kazanmıştır.

Antik dönemlerden itibaren insanlar, ihtiyaçlarını karşılamak, ürün değiş tokuşu yapmak ve bilgi ile deneyimlerini paylaşmak amacıyla pazar yerlerinde bir araya gelmişlerdir. Bu buluşmalar, aynı zamanda hoşça vakit geçirilen sosyal etkinlikler halini almıştır. Ticari faaliyetler, tüm toplumlarda sosyal yaşamın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Bu nedenle tapınaklar, dinî ve idari yapılar genellikle pazar yerlerine yakın alanlara inşa edilmiştir. Pazarlar, zamanla kentlerin gözde mekânlarına dönüşerek kent ekonomisinin yerel ve ulusal hacimde ticari gücünün merkezi haline gelmiştir. Böylece pazarlar, ticaretin yanı sıra sosyal ve ekonomik yaşamın şekillendiği stratejik noktalar olarak önem kazanmıştır (Zengel, 2002: 10-13).

Pazarlar, Antik Yunan ve Eski Roma dönemlerinde de büyük bir öneme sahiptirler. Eski Yunan’da ürünler, yerleşimlerin merkezi konumundaki stoalarda ve bunları çevreleyen "agora" adı verilen alanlarda sergilenmiştir (Görsel 1.2.1.).

Görsel 1.2.1. Antik Roma Agorası (URL 4)



Bu mekânlar, halkın bir araya gelerek idari, kültürel, sosyal ve ekonomik faaliyetlerini gerçekleştirdiği ortak yaşam alanları olarak bilinmektedir. Antik Çağ'da alışveriş, insanların gündelik yaşamlarının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiş; Eski Yunan medeniyetinde bu etkinlikler, şehirlerin aşağı kesiminde yer alan agoralarda büyük bir coşkuyla gerçekleştirilmiştir. Bu gelenek, büyük bir coşku ile ve sürekli gelişerek devam etmiştir. İlerleyen dönemlerde pazar alanlarına büyük önem verilmiş; insanların sağlıklı ve rahat bir şekilde alışveriş yapabilmesi için tekerlekli araçların ve silahların agora veya forum gibi merkezi alanlara girişi yasaklanmıştır. Müşterek yaşamın bir parçası haline gelen bu mekanlarda politik toplantılar, iş görüşmeleri, tiyatro gösterileri ve alışveriş etkinlikleri düzenlenmiş; hatta mahkemeler dahi kurulmuştur. Pusulanın icadıyla birlikte deniz ticareti önem kazanmış, bu durum ticaretin daha da gelişmesine katkı sağlamıştır. Orta Çağ'a gelindiğinde ise yerleşim alanları içerisinde güvenli bölgeler oluşturularak güvenli pazar yerleri inşa edilmiştir (Tokol, 1996: 5-7).

Pazarların ticari mecralar olma temel hüviyeti yanında bu mekânların muhataplar açısından sosyal ve kültürel iletişim araçları olarak da kullanılıyor olması pazarları çok daha kapsayıcı toplumsal bir yaşam ünitesi formuna sokmuştur.

Ticaretin yanı sıra birçok işlevi barındıran ticari mekânlar, geçmişten günümüze topluma hizmet eden önemli buluşma noktaları olmuştur. Yunanlılar bu alanlara "agora," Romalılar ise "forum" adını vermişlerdir (Evcil, 1991: 206-207). Görüldüğü üzere agora ve formlarda, pazarlar şekillenerek gelişmiştir (Görsel 1.2.2).

Görsel 1.2.2. Roma Dönemi 2000 Yıllık Tripolis Antik Kenti Pazar Alanı (URL 5)



Pazarların kent dışından kent içine taşınması, Antik Yunan dönemine uzanmaktadır. Antik Yunan ve Roma şehirlerindeki Yunan agorası ve Roma forumu, birbirine benzeyen, kent içerisinde hizmet veren ve kamusal alan olarak kullanılan önemli ticaret merkezleriydi. Orta Çağ Avrupa'sında ise pazar yerleri genellikle dinî yapılarının çevresinde kurulmuş ve bu alanlar hem ticaret hem de sosyal yaşam için önemli birer merkez olmuştur (Acar ve Sülüner, 2020: 2-4)

Mısır ve Hitit medeniyetleri döneminde, bu pazarlar genellikle tapınakların çevresindeki açık alanlarda faaliyet göstermiştir. Antik Yunan ve Helenistik dönemlerde ise pazar yerleri mimari bir kimlik kazanarak kapalı alanlara taşınmıştır. Eski Yunan ve Roma dönemlerinde, ticari, idari ve sosyal ihtiyaçlar "agora" ve "forum" adı verilen mekânlarda karşılanmıştır. Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde ise bu işlevi hanlar, arastalar, bedestenler ve kapalı çarşılar üstlenmiş; zaman içerisinde bu yapılar ticaretin ve sosyal yaşamın merkezleri haline gelmiştir (Tokyay, 2005: 58-64).

Eroğlu'na göre, Çin'den Hindistan'a, İspanya'dan İskoçya'ya kadar dünyanın tüm eski şehirleri, etrafı surlarla çevrili pazar yerlerinden oluşmaktadır. Pazarlar, insanların güvenli ve rahat bir şekilde alışveriş yapabileceği stratejik alanlara kurulmuştur. Bu alanlar genellikle yol kavşaklarında, kutsal mekânların yakınında, geçit kenarlarında, limanlarda ve ülkelerin sınırlarının kesiştiği noktalarda yer alır (Görsel 1.2.3).

Görsel 1.2.3. Kaleiçi Eski Pazar Yeri (URL6)



Yerel ihtiyaçları karşılayan pazarların yanı sıra daha geniş kitlelere hitap eden panayırlar da halk arasında yaygınlık kazanmıştır. Pazar yerleri, birbirini tanıyan ya da tanımayan insanların bir araya gelerek hem ticari hem de sosyal etkileşimde bulunduğu mekânlar olarak önemli bir rol üstlenmiştir (Eroğlu, 1976: 2-3).

Orta Çağ'da da pazarlar büyük bir gelişim göstererek önemli ticaret şehirleri oluşturmuşlardır. Bu dönemde esnaflar, zanaatkarlar ve köylüler, kentlerde sur içlerinde faaliyet gösteren ve senyör tarafından güvenliği sağlanan pazarlara ürünlerini satmak üzere gitmişlerdir. Zamanla ticaret öyle bir hale gelmiş ki pazarlar, senyörlerin malikâneleri ve kilise meydanından sonra halk arasında önemli mekânlar arasına girmiştir. Toplumsal yaşam ve ticaretin gelişmesiyle kentlerin en önemli gelir kaynaklarına dönüşmüştür. Bu süreçte, yönetimsel ve dinî binalar, pazar yerlerinin gölgesinde kalarak eski önemlerini kaybetmiş ve ikinci planda kalmışlardır (Tokol,1996: 10).

Yukarıda belirtilenlere ek olarak, Avrupa, Asya ve Uzak Doğu'yu birbirine bağlayan İpek ve Baharat Yolları'nın Anadolu üzerinden geçmesi, bu topraklarda hüküm süren devletlerin ekonomilerini zenginleştirmiştir. Anadolu topraklarında hüküm süren Selçuklular ve Osmanlılar hem yerel hem de uluslararası ticarete büyük önem vermiştir. Ticaretin ekonomi üzerindeki gücünü ve kalkınmadaki rolünü iyi kavrayan bu iki devlet, birbirini takip eden süreçlerde büyük çarşılar ve pazarlar kurarak ekonomilerini geliştirmişledir. Ticaretin canlanmasını ve gelişmesini sağlamak amacıyla büyük çaba sarf etmişler, ekonomilerini iyileştirmek, ticaret kültürünü geliştirmek ve kalıcılığını sağlamak için Anadolu coğrafyasındaki imar faaliyetlerine hız vermişler. Bu çabalar doğrultusunda, ticaretin daha güvenli, ulaşılabilir ve verimli olmasını sağlamak amacıyla altyapısı güçlü çarşılar, bedestenler, hanlar ve hamamlar, kervansaraylar inşa etmişlerdir (Tabakoğlu, 1985: 150-240). Birbirinin devamı olan bu iki devletin dillere destan, masallara ve efsanelere konu olan çarşıları ve pazarları vardır (Görsel 1.2.4.).

Görsel 1.2.4. Kapalı Çarşı İstanbul (URL 7)



Çarşılar ve pazarlar şehirlerin ve ülkelerin dışarıya açılan vitrinleridir. Bu vitrinlerden şehrin ve ülkenin refah seviyesinin ne durumda olduğunu rahatlıkla çıkarılabilir. Bu mekânlar ülkelerin ekonomik durumunun, içerisinde bulunduğu refah seviyesinin en önemli göstergeleri olduğundan çok kıymetlidirler. Bir ülkenin yahut şehrin büyük, canlı ve hareketli pazarları varsa, o ülkenin ve şehrin ekonomisi de iyi durumdadır. Selçuklu ve Osmanlılar bunu çok iyi anladıklarından olsa gerek çarşılarını

ve pazarlarını iyi duruma getirip, yol güzergâhlarında, şehir merkezlerinde kurmuşlardır. İbadethane ekseninde kurmuş oldukları çarşılar; han, hamam ve kervansaraylarla iç içe bir sosyal kompleks oluşturmuştur.

Tarihçi Halil İnalcık, çarşıların oluşumunda ve pazarların kurulmasında dinin önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Bu nedenle Osmanlı'da alışveriş mekânları çoğunlukla ibadethanelerin çevresinde mahalle etrafında şekillenmiştir (İnalcık ve Arı, 2005: 27-56). Osmanlı'da yerleşim yerlerinde cami merkezli gelişen ve büyüyen çarşılar, şehrin ticaretinde önemli rol oynamaktadır (Görsel 1.2.5.).

Görsel 1.2.5. Osmanlı'da Cami ve Pazar (URL 8)



Çarşılarda her düzeyde ticaret yapılmakta bazılarında ise imalathaneler de bulunmaktadır. Çarşıların konumlandırılmasında güvenlik ve ulaşım ön plandadır; bu nedenle çarşılar genellikle kavşak noktaları ve yol kenarlarında yer alır. Çarşılar, ticaret ve imalat işlevlerinin yanı sıra, dini, idari, eğitim, sosyal güvenlik, dinlenme ve konaklama gibi birçok sosyal işlevi de barındırır. Osmanlı çarşılarında, yolcular ve tüccarların ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla vakıflar kurulmuş ve bu vakıflar, yol güzergâhlarında sosyal tesisler inşa etmiştir. Bu tesisler arasında cami, han, hamam, darüşşifa, medrese ve çarşılar yer alır; buralar şehirlerin sosyal alanlarıdır. Çarşılar, ahilik ve lonca teşkilatları tarafından korunmuş, yönetim binaları da bu merkezlerde konumlandırılmıştır. Görüldüğü üzere, çarşılar şehirlerin merkezini oluşturur. Çarşıların ticaret merkezi olmasının yanı sıra, bir başka işlevi de insanlara sosyal ve kültürel

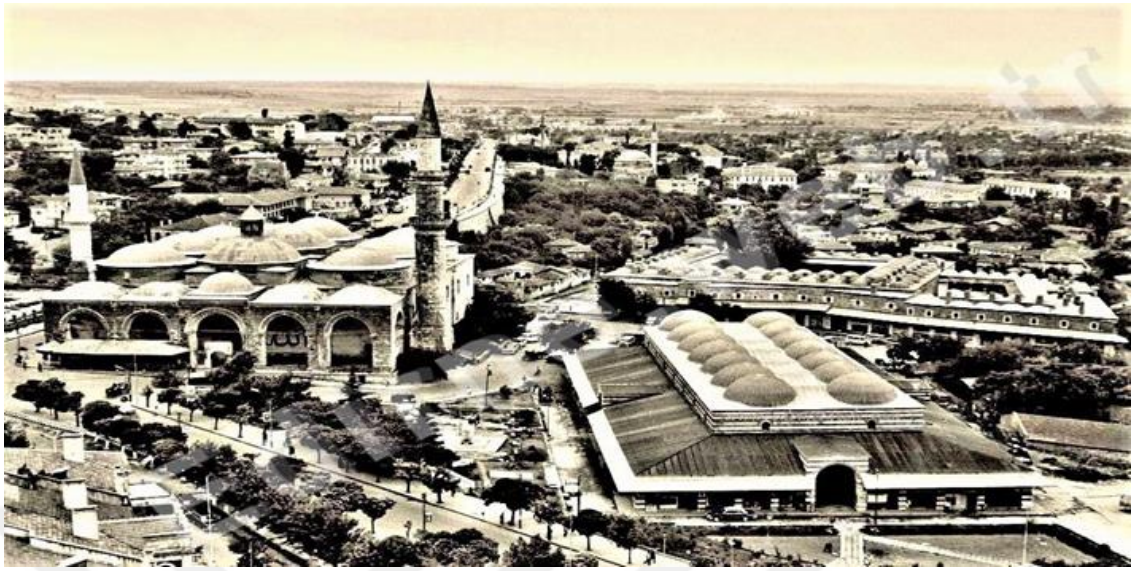
mekânlar sağlayarak toplumda sosyal dokunun oluşmasını sağlamaktır. Bu nedenle, Osmanlı şehirleri de tıpkı İslam şehirleri gibi "çarşı" merkezlidir (Şahinalp ve Günalp, 2016: 335-360).

İslam şehirlerindeki ticari faaliyetlerin önemli bir kısmı büyük camilerin etrafında şekillenir. Camilerin yanı başında faaliyet gösteren çarşı ve pazarlarda branşlaşma süreci 9.ve 10.yüzyıllarda başlamıştır. Bu dönemde İslam şehirlerinin çarşılarında, attârlar, kuyumcular, sarrâflar, dericiler, bakırcılar, halıcılar, meyveciler, ayakkabıcılar, demirciler ve hurmacılar gibi zanaatkârlar, kendi iş kollarına özgü müstakil çarşılar kurarak faaliyet göstermeye başlamışlardır. Her bir meslek grubu, kendi alanında uzmanlaştığı çarşılarda toplanarak, ticari faaliyetlerini daha verimli bir şekilde sürdürmüştür (Karabulut,2018: 164).

Devletler, çarşıların ekonomilerine sağladığı katkıları göz önünde bulundurarak, ticaretin sürekliliğini ve gelişmesini temin etmek amacıyla çarşı ve pazarlarda can ve mal güvenliğini sağlamak için güvenlik tedbirleri almıştır. Şehirlerin güvenliğini sağlayan kale ve surlar, aynı zamanda bu pazarların da güvenliğini temin etmiştir. Geçmişte dini yapılarla birlikte yer alan çarşılar, mahalle ve sokakların oluşumuna katkı sağlamıştır. Dolayısıyla şehirlerin şekillenmesinde dini yapılarla birlikte pazarlar, bedestenler, hanlar ve hamamlar belirleyici rol oynamıştır. (Kessler, 1935: 524-534). Çarşı ve pazarlar şehirlerin en kıymetli mekânlarıdır (Görsel 1.2.6.).

Pazarların doğal gelişim seyrinde zamanla sosyal, kültürel veya inançsal ihtiyaçların karşılandığı ünitelere çekim alanı oluşturduğu görülebilir. Bu durum gerek Selçuklu gerek Osmanlı sosyal ve ticari tasarruflarında görülebildiği gibi bu durumun günümüzde de çok fazla değişmediği ifade edilebilir. Bir başka deyişle pazarlar, oluşturdukları yüksek çekim gücü sayesinde zamanla eğitimden ibadete, temizlikten sağlığa kadar birçok farklı alanı etrafında toplayarak bir ana üniteye dönüşmüştür. Bu dönüşüm süreci, çarşıların günümüze kadar gelmesini sağlamıştır.

Görsel 1.2.6. Edirne Cami, Çarşı ve Mahalle (URL 9)



Küreselleşen dünyada değerlerin önemini kaybettiği bir çağda, çarşılar ve pazarlar da bu değişime ayak uydurarak, insanların ihtiyaçlarına cevap veren marketler, mağazalar ve alışveriş merkezleri gibi yeni ve konforlu alternatif mekânlar ortaya çıkarmıştır. Bu yeni alışveriş mekânları, kullanıcıların taleplerine göre tasarlandığından, geleneksel pazarlara kıyasla daha fonksiyonel bir yapıya sahiptir. Ancak buna rağmen, geleneksel pazarlara olan ilginin hala azalmadığı ve bu mekânların sosyal, kültürel ve ekonomik değerlerinin devam ettiği gözlemlenmektedir (Akçi, 2015: 232). İnsanlar hem alışveriş yapmak hem de sosyal etkileşimde bulunmak amacıyla geleneksel çarşıları tercih etmektedir (Görsel 1.2.7.).

Geleneksel çarşı ve pazarlar, köklü bir geçmişe sahip olmaları nedeniyle hâlâ insanların ilgisini üzerine çekmektedir. Modern alışveriş merkezlerinin bulunduğu, insanların alışveriş tercihlerinin değiştiği bir çağda; geleneksel pazarların, sunmuş olduğu otantik deneyim, canlı atmosfer ve yerel ürün çeşitliliğiyle insanlar tarafından rağbet görmeye devam etmektedir.

Günümüzde belediyeler, halkın rahat ve sağlıklı ortamlarda alışveriş yapabilmesi için modern pazar alanları inşa etmekte ve mevcut çarşı ile pazarların denetimini üstlenmektedir. Bu sayede pazarlar daha düzenli ve estetik bir görünüme kavuşmaktadır. Pazarların fiziksel koşullarının iyi olması, sergilenen ürünlerin kaliteli ve uygun fiyatlı olması hem satıcılar hem de müşteriler açısından pazarları daha cazip hale getirmekte ve bu durum halkın pazara olan ilgisini de artırmaktadır.

Görsel 1.2.7. Kapalı Çarşı Beyazıt Kapısı (URL 10)



Mekânın işlevselliği ve insanların ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olması, pazara olan ilgiyi doğrudan etkileyecektir. Geleneksel pazarların işlevselliğini kaybetmemesi için insanların istekleri doğrultusunda, kendini yenilemesi ve çağın gereklerine ayak uydurması gerekmektedir (Görsel 1.2.8).

Sonuç olarak, pazarlara yalnızca ticaret yapılan yerler olarak değil, aynı zamanda toplumsal buluşma merkezleri olarak bakmanın önemi günümüzde daha fazla vurgulanmaktadır. Bu yaklaşımın temelinde, pazarların kültürel bir laboratuvar niteliği taşıdığı fikri yatmaktadır. Bu noktada, Gonca Kuzay Demir'in tespitleri bize oldukça değerli bir perspektif sunmaktadır. Demir'e göre, pazarlar sadece kamusal bir alan olmanın ötesinde, geleneksel yaşamı bünyesinde barındıran birer merkezdir. Toplumun yaşam koşulları, üretim biçimleri, tüketim alışkanlıkları, alım-satım usulleri, pazarların

türleri ve tercih edilen yerler, kurulum zamanları, düzeni ve pazarcıların günlük yaşamları gibi unsurlar bir bütün olarak ele alındığında, pazarlar hem zamandan mekâna hem de doğadan insana uzanan bir ölçek üzerinde geleneği temsil eden önemli bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır (Kuzay Demir, 2018: 40).

Görsel 1.2.8. Altındağ Kapalı Semt Pazarı (URL11)



İnsanların yeme, içme, barınma gibi temel ihtiyaçlarının karşılama durumu dün olduğu gibi bugün ve yarın da öz niteliğinden bir şey kaybetmeyecektir. Bu doğal durum ister istemez alıcı ve satıcı arasından bir platforma ihtiyaç duyar. Bu nedenle pazarların dün olduğu gibi bugün de yarın da varlığını devam ettireceği ortadadır. Yalnız insan alışkanlıklarının ve tüketime dönük tasarrufların değişim göstermesi; pazarların muhteva, şekil açısından bir kısım yenilenmeye, değişime ve dönüşüme uğramasıyla sonuçlanmaktadır.

Günümüzde yavaş yavaş çarşı pazarın yerini, büyük ve modern platformlar görünümündeki alışveriş merkezleri almaya başlamıştır. Her ne kadar bu büyük ve modern alışveriş merkezleri, geleneksel pazar kültürünün popüler kültür içerisinde karşılığı olarak değerlendiriliyor olsa da bu büyük, devasa alışveriş merkezlerinin kökeninde çalışmamızın merkezine oturan geleneksel pazarların rolü oldukça büyüktür. Elbette insan alışkanlıklarının ve tasarruflarının değişmesi insanları, tüketim konusunda pek çok şeyi bir arada bulmasına imkân tanıyan büyük mekânlara, çarşı pazarlara, alışveriş merkezlerine yönlendirilmesinde etkilidir. Unutulmamalıdır ki, günümüzde büyük alışveriş merkezlerine olan ilgi her ne kadar ön planda görünse de şehirlerin arka

planında, insanların temel ihtiyaçlarını karşılamak için kendi bütçelerine veya geleneksel alışkanlıklarına dayanarak tercih ettikleri geleneksel pazarlar varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Bu durum, geleneksel pazarların dün olduğu gibi bugün ve yarın da önemini koruyacağının bir göstergesidir (Görsel 1.2.9.).

Görsel 1.2.9. Arabayatağı Modern Pazar Alanı-Bursa (URL 12).



1.3. PAZAR ÇEŞİTLERİ

Eskiden pazar tezgâhlarında çok ve çeşitli ürünler yer alırken, günümüzde pazarlar belirli ürün gruplarına odaklanmış durumdadır. Bu odaklanma, pazar çeşitlenmesini beraberinde getirmiştir. Artık bazı pazarlar giyim ve gıda, bazıları el sanatları ve antika, kimileri hayvan, otomobil veya ikinci el eşya üzerine yoğunlaşmaktadır. Halk, ihtiyaç duyduğu ürünün bulunduğu pazara yönelmekte, böylece her pazar belirli bir ürün grubunda uzmanlaşmaktadır. Bu ürün farklılaşması, tüketicilerin ihtiyaçlarına uygun pazarı kolayca bulmalarını ve satıcılarla daha verimli bir şekilde etkileşim kurmalarını sağlamaktadır. Bu çeşitlilik, insanların yaşamını kolaylaştırarak alışverişin daha düzenli, güvenli ve erişilebilir hale gelmesine katkı sunmaktadır (Görsel 1.3.1.). Pazarların kuruluş zamanı ve çeşitliliği, birçok faktörün etkisiyle şekillenmektedir. İhtiyaçlar, beğeniler, zevkler, alışkanlıklar, kültürel özellikler, iklim, coğrafi koşullar, hasat dönemleri ve dinî günler gibi unsurlar bu oluşumda belirleyici rol oynar. Pazarlar, müşterilerin ihtiyaçlarına ve taleplerine uygun olarak, dinî ve özel günlere ya da kurulduğu yerin özelliklerine göre farklı zamanlarda

düzenlenir (Tunçel, 2009: 40). Her pazar belirli ürün gruplarına odaklanarak, geniş bir yelpazede uzmanlaşmış, içerisinde satılan ürünler bakımından branşlaşmıştır. Pazarlardaki ürün odaklanması, hem ticaretin daha verimli hale gelmesini sağlamış, hem de tüketicilerin ihtiyaçlarını daha kolay karşılamalarına fırsat tanımıştır.

Görsel 1.3.1. Çarşamba Pazarı (URL 13)



Satılan ürünlere göre pazarlar, çeşitli kategorilere ayrılabilir. Genel olarak bu pazarlar şu şekilde ayrılırlar: gıda pazarı, kıyafet pazarı, hayvan pazarı ve eşya pazarı. Bu ana kategorilerin alt başlıkları, kapsamlarına göre daha da çeşitlenir; semt pazarı, köylü pazarı, sosyete pazarı, kıyafet pazarı, turistlik eşya pazarı, büyükbaş hayvan pazarı, balık pazarı, bitpazarı, antika pazarı, araba pazarı yer almaktadır (Kuzay Demir, 2018: 40). Kıyafet pazarları içerisinde yer alan sosyete pazarları, günümüzde en çok rağbet gören ve tercih edilen pazarlardan biridir. Bu pazarlar genellikle bol çeşitli, kaliteli, markalı ürünlerin ucuz fiyatlara satıldığı pazarlardır (Görsel 1.3.2.).

İnsanoğlu, tarih sahnesine adım attığı andan itibaren çevresindeki tüm varlıklara kayıtsız kalmayarak onlara hep ad verme gayreti içine girmiştir. Bu eğilimi, halkın ihtiyaçlarını karşılayan pazarlara da ad verme gereksinimini doğurmuştur. Pazarların adlandırılmasında genellikle pazarın kurulduğu gün, satılan ürün, hitap ettiği kitle önemli rol oynamaktadır (Ergin, 1993: 208).

Görsel 1.3.2. İzmir Sosyete Pazarı (URL 14)



Pazarlara verilen adlar, genellikle pazarda bulunan ürünlerle ya da pazarın sahip olduğu özelliklerle ilişkilendirilir. Bazı pazarlar adlarını, burada satılan ürünlerden alır; sanat ve antika eşya pazarı, gıda pazarı, kestane pazarı, balık pazarı, odun pazarı, at pazarı, hayvan pazarı, ayakkabıcılar gibi. Ayrıca, ikinci el eşyaların alınıp satıldığı pazarlar da mevcuttur. Bu tür pazarlar, genellikle "bitpazarı" veya "batpazarı" olarak bilinirken, ikinci el otomobil ve araç satışı yapılan pazarlar ise "araba pazarı" olarak adlandırılmaktadır (Tunçel, 2009: 35-52).

Ülkemizde ilçelerde ve şehirlerde kurulan pek çok semt pazarı, genellikle üç ana sınıflamaya göre düzenlenir: günübirlik, haftalık veya periyodik. Zaman faktörü bu sınıflamanın temel belirleyicisidir. Bu pazarlarda genellikle toptan satış yerine perakende satış yapılır ve satıcılar küçük esnaf grubu içerisinde yer alır. Bu tür pazarlar, kendileri için önceden tahsis edilmiş açık veya kapalı alanlarda hizmet verirler (Açıl, 1984: 898). Büyükşehirlerde her semtin mutlaka bir pazarı vardır (Görsel 1.3.3.).

Semt pazarlarında, genellikle gıda, yiyecek ve kıyafet satışının yanında ev dekorasyon ürünlerinin de satışı yapılmaktadır. Pazarlar arasında günümüzde en yaygın olanıdır. Ayrıca yiyecek ve kıyafetlerin yer aldığı tezgâhların arasında hırdavatçıların, manifaturacıların, zücaciyecilerin, bakliyat ve hatta kuruyemişçilerin de tezgâh açtıkları da görülür. Pazarların girişinde kavun, karpuz, patates, soğan tezgâhları bulunmaktadır.

Sebzecilerin yakınında balıkçıların da tezgâhları vardır. Balıkçılara yakın bir alanda iklim uygun olursa çiçekçiler de tezgâh açarlar (Tunçel, 2003: 58-59).

Görsel 1.3.3. Esenler Semt Pazarı (URL 15)



Semt pazarları, sosyal ve kültürel duruma, coğrafi konuma, çevre koşullarına ve dönemin gereksinimlerine bağlı olarak ticari faaliyetlerini devam ettirmektedir. Ülkemizde her şehrin, adını kurulduğu günden alan pek çok semt pazarı vardır. Bu pazarlar, halka çeşitli ve uygun fiyatlı ürünler sunmaktadır. Semt pazarları genellikle her semtte, belediyenin belirlediği alanlarda farklı günlerde kurulmaktadır. Kentlerde pazartesiden pazara, her gün bir semtte pazar kurulmakta ve her pazar, kurulduğu günün adıyla anılmaktadır. Örneğin, halk bu pazarları Pazartesi Pazarı, Salı Pazarı, Çarşamba Pazarı, Perşembe Pazarı, Cuma Pazarı, Cumartesi Pazarı ve Pazar Pazarı olarak adlandırır. Ayrıca bazı pazarlar, hitap ettikleri kitleden aldıkları isimlerle de anılmaktadır: Sosyete Pazarı, Kadınlar Pazarı veya Köylü Pazarı gibi.

Yerleşim yerlerinde kurulan bazı pazarlar haftada bir gün günübirlik olarak her hafta bir semtte kurulurlar, bu pazarlar dar gelirli vatandaşların uğrak noktasıdır. Semt

pazarı olarak da anılan bu günübirlik pazarlara halkın teveccühü de oldukça fazladır. Bazı pazarlar ise yerleşiktir, haftanın her günü hep aynı mekânda tezgâh açarlar. Bu pazarlara "daimi pazar" da denilir. Haftanın her günü alışveriş yapılan bu yerleşik alanlar, belediyeler tarafından altyapısı oluşturularak gerekli kayıt işlemleri yapıldıktan sonra satıcılara tahsis edilmiştir. Yerleşik pazarlar hem satıcı hem de müşterilerine rahat ve güvenli alışveriş ortamı sunar.

Pazarların çeşitlenmesinde kurulduğu gün de önemli rol oynamaktadır. Osmanlı Devleti döneminde, Hristiyan ve Musevi nüfusun yoğun olduğu bölgelerde, bu toplulukların kutsal kabul ettikleri günlerde pazar kurulmazdı. Müslümanlar için ise, cuma günü hem ibadet hem de alışveriş günü olarak belirlenmişti. Bu farklı dini grupların takvimleri ve inançları, pazarların kurulduğu günlerin belirlenmesinde önemli bir etkendir (Tunçel, 2009: 40-45).

İsmini tezgâhlarında satılan üründen alan bazı pazarlar, pazara adını veren ürünlerin zamanla geçerliğini yitirmesi ve halkın gözünde önemini kaybetmesi nedeniyle bu ürünler pazarda artık satılmamaktadır. Bu pazarlar günümüzde kendini yenileyerek insanların değişen ihtiyaçlarına cevap veren ticari mekânlar olarak faaliyetlerini devam ettirmektedir. Kestane Pazarı, At Pazarı, Saman Pazarı gibi pazarlar bu durumdadır. Günümüzde artık Saman Pazarında saman, At Pazarında at, Kestane Pazarında da kestane satılmamaktadır (Görsel 1.3.4.).

Ayrıca ülkemizde haftalık pazarların dışında aylık ve mevsimlik olarak yılda birkaç günlüğüne kurulan pazarlar da vardır. Bu tür pazarlara kökeni Grekçe olan panayırlar örnek gösterilebilir. Panayır yerine göre bazı bölgelerde yılda bir, bazılarında mevsimlik, bazı turistlik bölgelerde ise aylık kurulmaktadır. Bu tür pazarlarda yöresel gıda ürünleri, el sanatları, giyim, ev eşyaları, kıyafet ve daha birçok kategoride ürün satışı yapılmaktadır. Panayırları diğer pazarlardan ayıran en önemli özellik yılda birkaç kere kurulmasının dışında bu pazarlarda ticari etkinliğin yanı sıra eğlence ve kültürel etkinliklerin yapılıyor olmasıdır. Ayrıca pazarlar, daha yerel bir durum arz ederken; panayırlar daha ulusal yahut uluslararası bir etkinliktir. Konser, yarışma ve daha birçok etkinliğin bu tür pazarlarda kapsamlı ve planlı bir şekilde yapılmaktadır (Görsel 1.3.5.). Bunun dışında sadece yaz mevsiminde mevsimlik olarak kurulan pazarlar arsında yöre halkının kendi ürettikleri ürünlerini sattığı organik pazar (köylü pazarı) da

bulunmaktadır. Bu pazarların tezgâhlarında yöresel ürünler ve el sanatları kendine yer bulur. Hasat mevsimlerinde kurulan bu tür pazarlar, organik ürünleri taze olarak müşterilerine ulaştırırlar. Bu pazar türünün müşterileri oldukça bilinçlidir.

Görsel 1.3.4. Ankara Saman Pazarı (URL 16)



Görsel 1.3.5. Pavli Panayırı (URL 17)



İKİNCİ BÖLÜM
İKİNCİ BÖLÜM BAŞLIĞI

2.1. BİTPAZARI ETİMOLOJİSİ

Kullanılmış ürünlerin uygun fiyatlarla alınıp satıldığı veya takas edildiği mekânlara bitpazarı denir. Bu pazarlar, ikinci el ürünlerin halkın alabileceği seviyede düşük fiyatlarla alınıp satılması ya da değiş tokuş yapılması nedeniyle bütçe dostu olarak tanınırlar. Bitpazarı terimi, sözlüklerde şu şekilde tanımlanır:

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlükte ikinci el kelimesi "kullanılmış, elden düşme" (TDK, Güncel Türkçe Sözlük) manasına; bitpazarı kelimesi de "eski eşyanın alınıp satıldığı pazar" (TDK, 1998. 316) manasına gelmektedir. Bu tanımdan anlaşıldığı üzere bitpazarlarında sadece mal satışı değil, aynı zamanda alış işlemi de yapılmaktadır. Bu pazar türünde mal alım ve satımı aynı anda yapılır. Genellikle ikinci el ürünler doğrudan satış, müzayede, takas (trampa) yöntemleri kullanılarak alınıp satılmaktadır. Bitpazarında bazen roller değişir satıcı, alıcı; alıcı da satıcı rolüne girebilir. Bu duruma örnek verecek olursak evinde kullanmadığı ikinci el ürünlerini satmak için pazara getiren kişiden pazarcı, sıkı bir pazarlık sonucunda uygun fiyatla bu ürünleri alır. Üzerine belli bir oranda kâr koyarak tekrar satar.

"Bitpazarı (batpazarı) tabiri eski eşyaların alınıp satıldığı yerler ve çarşılar hakkında kullanılırdı" (Özcan, 2007: 208). Anlaşılacağı üzere bitpazarlarının en belirgin özelliği pazarda alınıp satılan eşyaların "ikinci el" yani kullanılmış ürünlerden oluşmasıdır. İkinci el ürünlerin bu pazarlarda yeniden satışı yapılır, böylece ikinci el ürünler bu pazarlar sayesinde hayat bulurlar (Görsel 2.1.1.).

Kaynaklar incelendiğinde bitpazarı kelimesinin anlamı ile ilgili çokça ayrıntılı bilgiye rastlanılır. Reşad Ekrem Koçu İstanbul Ansiklopedisi'ne göre Büyük Türk Lügati'nde bitpazarı ve pazar esnafı şu şekilde tanımlanır: "Bat, Arapçada son nihai kat'i manasında; Batpazarı, müzayede ile eşya satılan yer, bey'i bat mahalli. Avam lisanında bitpazarı denilir. Bitpazarlı ise müstamel (kullanılmış) eşya satan esnaftır" (Koçu, 1961: 2826) denilerek açıklama yapılmıştır.

Görsel 2.1.1. Eski Bir Pazar Yeri (URL 18)



Ama “bey’i bat” teriminin bitpazarına nasıl dönüşmüş olabileceğine dair Koçu’nun mantıklı bir açıklaması vardır: “Bitpazarında müzayede, esnafın halka mal satışından değil, halkın esnafa mal arzında olur, bu bakımdan bitpazarı tabirinin bat pazarından bozma olduğunu söylemek kolaylaşır. Bir kimse bitpazarına mal getirdiğinde o mala talip olan esnaf birbirinden az farklı fiyat verir. Bu bir nevi arttırma müzayededir. Son haddini bulunca kimse fiyat vermeyince malın satılması gerekir” (Koçu: 1961: 2827). İşte Koçu’nun bu ifadeler karmaşık halde bulunan duruma açıklık getirmiştir. İki kelimenin bu şekildeki dönüşümü de en akla yatkın olanıdır.

Koçu, aslında bat kelimesinin ikinci el pazarlarında halkın esnafa mal satışında yapılan müzayedelerde kullanılan bir terim olduğu kanaatindedir (Görsel 2.1.2.).

“Bit” ile “bat” arasında ilişki kuran Koçu’nun bu tezi kıymetlidir. Bitpazarı teriminin aslının batpazarı olduğunu ve “bey’i bat” terimi hukuki bir terim olduğunu müzayedelerde kullanılan bu terimin zamanla bit kelimesine dönüşmüş olabileceğini ortaya koyar. Aslında bu iki terim de içerisinde ikinci el ürün satılan pazarlar için kullanılmaktadır.

Hukuki bir terim olan “bey’i bat” teriminin müzayedelerde "bit" kelimesine dönüşmüş olabilir. Kaynaklarda “bitpazarı”, “batpazarına” göre daha yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak, bu durum köken itibariyle bitpazarı kelimesini tek başına

açıklamak için yeterli değildir. Kullanılmış eşyaların satıldığı bu pazarların halk arasında daha çok "bitpazarı" adıyla bilindiğini ifade etmiş (Duru, 2020: 5).

Görsel 2.1.2. Osmanlı Batpazarı (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Zamanla, bu “bey’i bat” terimi, Koçu’nun da belirttiği gibi, "batpazarı"na dönüşmüş; sonraki zamanlarda bu terim halk arasında "bitpazarı" olarak yerleşmiş olabilir. Müzayedelerde halkın hafızasında yer eden bey’i bat terimi zamanla ikini el pazarlarını ifade etmek için batpazarına dönüşmüş. Batpazarının bitpazarına dönüşümünde, pazara halk tarafından bu ismin verilmesinde o dönemin şartları, seferberlik, yokluk gibi nedenlerden ortaya çıkan bit, pire gibi haşerelerin bitpazarlarında çokça görülmesinin payı büyüktür. Aslında ikinci el pazarlarındaki mezatlar, bu mekânların isminin "batpazarı", sonrasında ise “bitpazarı” olmasına zemin hazırlamıştır.

Bu konuda tanım yapan başkaları da vardır. Mehmed Salâhi Bey’e göre, “Bat kelimesi lisanımızda tek başına kullanılmaz. Bu kelime kati, son gibi anlamlara gelir ki, batpazarı, haraç ve mezat mahalli, eski pazarı, galatı bitpazarıdır, bey'-i bat kat'i surette olan satış, alışveriş, bât olursa zayıf, ahmak, sarhoş manalarına gelirse de Türkçede asla kullanılmaz. "Bey’i bat kelimesinin kesin satış manasında kullanıldığını bitpazarının da eski (kullanılmış) ürünlerin satıldığı bilgisi ile karşılaşmaktayız (Salâhi Bey, 1313: 51). Düşünceleri ile batpazarı kelimesini tanımlamıştır.

Muallim Naci ise, Lügat-i Naci'de bat kelimesini: "Batpazarı, bitpazarı, bey'-i bat, kat'i satış gibi yerlerde kullanılır." (Naci, 1308: 143) şeklinde tanımlamıştır. Hüseyin Remzi Bey, Lügat-i Remzi'de bat kelimesini "Kat'i demek olup batpazarı dahi bu manada kat'i surette olan ahz u i'tânın pazarı demektir, bitpazarı tabiri galattır" (Remzi Bey, 1305: 154) kanaatindedir. Mehmed Salâhi Bey, "bat maddesinde "Kat'i, son gibi bir manaya gelir ki lisanımızda yalnız kullanılmaz, batpazarı haraç ve mezat mahalli, eski pazarı, galatı bitpazarıdır, bey'-i bat kat'i surette olan satış, alışveriş, bât olursa zayıf, ahmak, sarhoş manalarına gelirse de Türkçede asla kullanılmaz" (Salâhi Bey, 1313: 51) kanaatindedir. Görüldüğü üzere bitpazarı terimi ile ilgili ortak düşünceler, bitpazarı teriminin galat bir adlandırma olduğudur. Halk bitpazarı terimini tercih ederek; içerisinde ikinci el ürünlerin satıldığı bu pazarı, özümsediği, benimsediği, anlamlar kendince anlamlar yüklediği bitpazarı kelimesi ile adlandırmıştır (Görsel 2.1.3).

Görsel 2.1.3. Osmanlı'da Bir Pazar Alışverişi (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Şemseddin Sami, Kamus-ı Türki'de batpazarı yerine bitpazarı kelimesinin kullanılması gerektiğini belirterek düşüncelerine şöyle devam etmiştir. "Bit kelimesi eski müellifler tarafından beğenilmediğinden Arapça kökenli olan bat kelimesini kullanırlar. Kelimenin anlamı zayıf, ahmak, sarhoş manasına geldiğinden aralarında anlam bağlantısı yoktur. Aralarında bağlantı kurulmaya çalışılan "beyat" kelimesi de bitpazarı kelimesini tam karşılamamaktadır. Bu nedenle uydurma bir kelime olan bitpazarı kelimesinin kullanılması" (Şemseddin Sami, 1317: 257) gerektiğini belirtmiştir.

Kamus-ı Türki'nin Bayat maddesinde: "1. Eskiyip taravetini gâib etmiş, tazenin zıddı, bayat ekmek 2. Eski, modası geçmiş, artık kullanılmaz, bayat mal, eşya. 3. Tatsız, lezzetsiz, soğuk, dükkân baryatı eskiden dükkânda kalıp satılmayan kurada eşya" (Sami, 1317: 277) olarak tanımlanmaktadır. Bit maddesinde ise bitpazarı için "Çarşının eski melbûsât satılan yeri, batpazarı yazmakta mana yoktur" (Şemseddin Sami, 1317: 328) kanaatini ortaya koyarak, bitpazarı olarak kullanımının daha uygun olacağını belirtir.

Mehmed Zeki Pakalın, Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğünde; Bat kelimesinin kullanılmış eşyaların alınıp satıldığı mekânlar için kullanıldığını, aslının bayat pazarı olduğu ancak halk arasında bitpazarı olarak kabul gördüğünden söz etmektedir (Pakalın, 1983: 175). Görüldüğü gibi kullanılmış eşyaların satıldığı halk arasında bitpazarı, bayat pazarı yahut batpazarı olarak adlandırılan bu iki adlandırılmanın da aslında aynı anlama geldiği anlaşılmaktadır (Görsel 2.1.4).

Görsel 2.1.4. Erzurum Gürcükapı Pazarı (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Halk kendisine yabancı olarak gördüğü bir kelimeyi orijinal formundan bilindik bir forma dönüştürerek kendince bir halk etimolojisi oluşturur. Yani halk tanımlayamadığı yahut tanımını yapmakta zorlandığı bu kelimeleri birtakım ilgiler kurarak yeni bir söyleyiş kolaylığı hem de bildik bir anlam kazandırarak zamanla birtakım benzetmeler yoluyla Türkçeleştirmeye çalışır. İşte ikinci el eşyaların alım satımının yapıldığı bu pazarların bit, pire gibi haşereleri içerisinde barındırması nedeniyle halkın böyle bir benzetme yolunu seçmiş olabileceği (Kaynardağ, 1984: 280) söylenebilir. Bu konuda Keskinkılıç da Keskinkılıç, başlangıçta "bayat pazarı" ve

"batpazarı" olarak kullanılan kelimenin zamanla "bitpazarı"na dönüşümünü, halkın söylemekte zorlandığı ve kabullenmediği kelimeleri zamanla yerelleştirme ve kolaylaştırma çabasıyla açıklamaktadır. Batpazarı kelimesine halkın bu nazarla bakıp ve esprili bir yaklaşımla bitpazarına dönüştürdüğü (Keskinkılıç, 2020: 133-134) anlaşılmaktadır. Sonuç olarak bitpazarı kelimesi, halk tarafından ikinci el pazarlarına verilmiş bir adlandırmadır. Halk benimsediği ve aktif olarak kullandığı için ikinci el pazarlarının ismi günümüzde de bitpazarıdır.

İkinci el pazarları başka ülkelerde de çokça rağbet görmektedir. Ülkeler ve kültürler farklı olsa da içerik olarak bitpazarları birbirine çok benzemektedir. Haftada bir gün kurulması, içerisinde ikinci el ürünlerin satılıyor olması, çok fazla ürün çeşidinin bulunması bitpazarlarının evrensel boyutta olduğunu da gösterir. Avrupa kıtasının neredeyse tüm ülkelerinde ikinci el eşya pazarları vardır. Ancak Amerika ve Japonya'da bitpazarı sayısı Avrupa'ya göre çok daha fazladır. Yapılan araştırma neticesinde Paris'te 13, Londra'da 24, Berlin'de 17, Bükreş'te 7, Viyana'da 19, Prag'ta 7 tane (Bardakçı, 2019: 56-58) bitpazarı bulunmaktadır. Bu araştırma neticesinde bitpazarlarının Avrupa şehirlerinde kendisine çokça yer bulduğu ve benimsendiği görülmektedir. İsimler birbirine yabancı olsa da bu pazarların içeriği aynıdır. Bitpazarında satılan ürünlerin kullanılmış olması, hijyenden uzak olması ürünlerin içerisinde bit, pire gibi haşerelerin bulunabileceği düşüncesini bizlere anımsattığından pazar kelimesi bit kelimesi birlikte kullanılmıştır. Duru'ya göre; başka ülkelerde de yaygın olarak bulunan ikinci el pazarları için bizdeki adlandırmaya benzer bir adlandırma kullanılır. İngilizcede bu pazarlara flea market; pire pazarı, Fransızca 'da marche aux puces; pire pazarı, İtalyancada Mercato delle pulci; pire pazarı, Arapça'da; suk el barghus, pire pazarı denilmektedir (Duru, 2020: 5). Aslında dünyanın her tarafında ikinci el pazarları geçmişte olduğu gibi günümüzde de varlığını devam ettirmektedir (Görsel 2.1.5).

Görüldüğü gibi dünyada kullanılmış eşya satılan pazarlar, "bit" ya da "pire" kelimesi ile adlandırılmaktadır. Hijyen koşullarını yeterince sağlayamayan, düzenli olarak kıyafetlerini değiştirme olanağı bulunmayan kişilerde ve sağlıksız ortamlarda elbiselerin iç kısımlarında yahut saçlarda kendine üreme ortamı bulan bit, pire cinsi haşereler eskiden savaşlardan dolayı temizlik ve kişisel hijyen eksikliği nedeniyle insanların sağlığını oldukça meşgul etmiştir.

Uzunca bir dönem insanların sağlığını olumsuz olarak etkileyen bit ile ilgili; bit tarağı, bit sabunu, sirke, kil, gaz yağı gibi unsurlar yardımıyla mücadele edilmiştir. Günümüzde ise bu haşerat gerek tıbbın gelişimi gerekse hijyen koşullarının iyileşmesi ile insan hayatından epeyce uzaklaşmıştır. Temizlik, bakım gibi unsurlarla doğrudan alakalı olan bit sağlık, hijyen, genel yaşam koşullarının insanoğlunun lehine gelişim sergilemesi nedeniyle bit ve pire cinsinden haşerat epeyce bir süreden beri sosyal yaşamdan çıkarılmıştır (Sümbüllü, 2018: 44).

Görsel 2.1.5. Grande Braderie de Lille, Avrupa'nın En Büyük Bit Pazarı (URL 19)



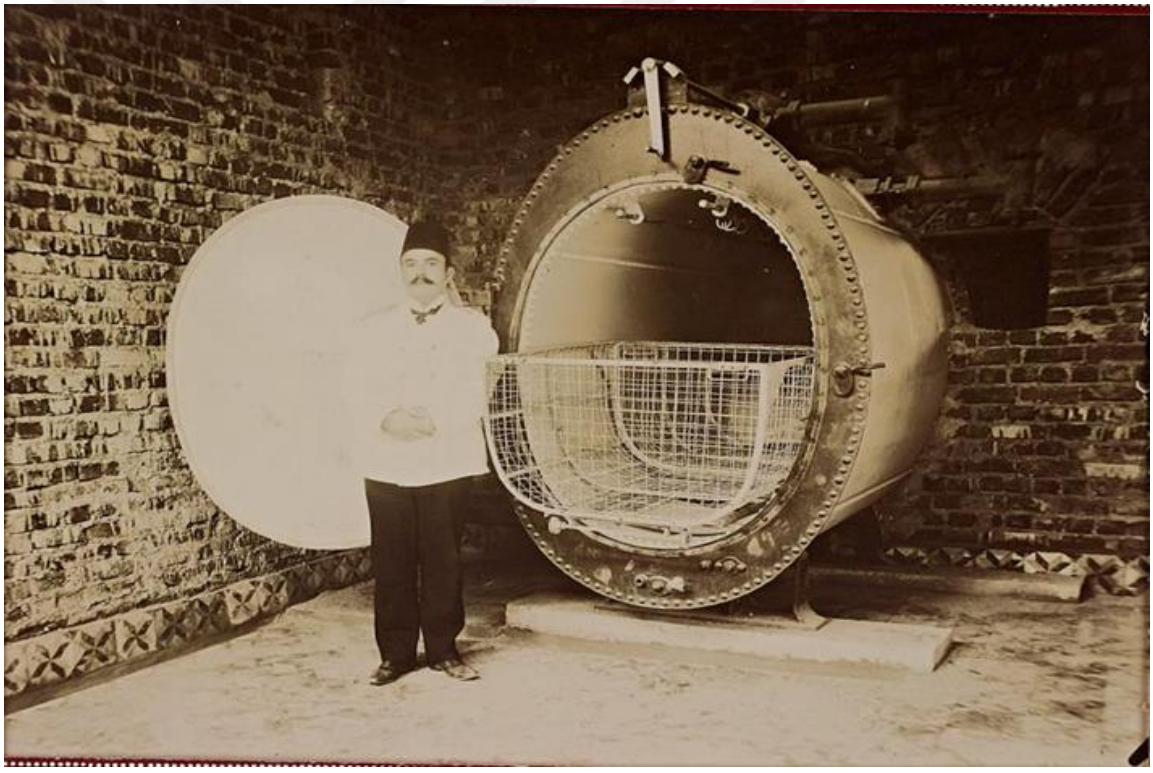
Dolayısıyla insanlar da bu pazarları bitli pazar yahut pireli pazar olarak adlandırmışlardır. Halkın bitpazarlarına bakışı "Eskiye rağbet olsaydı bitpazarına nur yağardı." atasözü ile uyumludur. Bu pazarlar ülkemizde ve dünyada sağlıksız ve hijyen şartlarından uzak pazarlar olarak tanındığından bu isimlerle adlandırılmış olabilir.

Bitpazarında satılan ikinci el elbiselerin içerisinde bit ve pire görülmüş hatta görülen lüzum üzerine sıhhat müdürlükleri tarafından bitpazarlarında önlemler alındığı bilinmektedir. Erzurum Bitpazarında satılan ikinci el ürünlerin hastalık bulaştırma riski taşıdığı ve eşyaların etüvden geçirildiği Erzurum Belediyesinin 22 Nisan 1936 tarihli arşiv kayıtlarından anlaşılmaktadır. Ruzname'de Sıhhat Müdürünün Batpazarı

hakkındaki tezkeresi, hâl meselesi ve Evkaf Müdürlüğünün Tezkireci Ömer Efendi Vakfı'na dair tezkeresi vardır.

Sıhhat ve İçtimai Muavenet Müdürü Salim Cimilli tarafından, 14 Nisan 1936 tarihinde belediyeye gönderilen yazıda, Batpazarında satılan eski elbise ve kirli yatakların etüvü için, satılacak her eşyadan bir miktar para alınmasını istemiştir. *"Bu iş için bütçeye tahsisat ve varidat koymak üzere, ilgili yazı bütçe encümenine havale edilmiştir"* (EBA. 22 Nisan 1936). Erzurum Batpazarı örneğinde görüldüğü üzere bitpazarları hijyenden uzak pazarlardır. Bu nedenle ikinci el eşyaların satıldığı bu pazarların bizde "bit" dünya genelinde "pire" olarak adlandırılması da tesadüf olmamalıdır (Görsel 2.1.6.).

Görsel 2.1.6. Etüv Makinesi-Darülaceze (URL 20)



2.2. BİTPAZARININ DÜNÜ-BUGÜNÜ

Tarihî geçmiş dönemlere kadar uzanan kullanılmış eşya ve daha pek çok ürünün uygun fiyatlarla alınıp satıldığı bitpazarları bu özelliğinden dolayı birçok ülkede olduğu gibi ülkemizde de çokça tercih edilmektedir.

Paranın tarih sahnesine çıktığı andan itibaren ticaret de büyük bir ivme kazanmış, böylece yerleşim yerlerinde çeşitli ürünlerin bulunduğu birçok yeni pazar alanları ortaya çıkmıştır. Pazarların geçmişi antik Yunan ve eski Roma dönemine kadar inmektedir. Bu devirlerde ortaya çıkan agora ve forumlar bugünkü alışveriş merkezleriyle eş değerdir. Tüm ticaret, sanat, eğlence ve toplantılar da buralarda yapılırdı. Bu nedenle halkın büyük bir kısmı işlerinden arta kalan vakitlerini üstü kapalı yüksek sütunlardan oluşan bu geniş mekânlarda geçirmiştirler.

Aslında bu mekânları bugünkü alışveriş merkezlerinin ilkel hali olarak da görebiliriz. Günümüzde modern alışveriş merkezlerine agora ve forum isimlerinin verilmesi de bu düşüncemizi doğrulamaktadır. İzmir'de Agora AVM, Erzurum'da Forum AVM örnek gösterilebilir. Antik Yunan ve Roma'da tüm ticaret, sanat, eğlence ve toplantılar bu alanlarda yapılırdı. Orta Çağ'a gelindiğinde hemen her yerleşim yerinde, işlek yol kenarlarında, kalelerin içerisinde veya yakınlarında güvenlik sorunu çözülmüş insanların ihtiyaçlarını karşıladığı pek çok alışveriş mekânı karşımıza çıkmaktadır. Bu mekânlar arasında bitpazarları da bulunmaktadır.

Osmanlı Dönemi'nde İstanbul'un tarihi çarşılarından olan Kapalı Çarşı (Büyük Çarşı) esnafları arasında ikinci el eşya satan oturakçı esnafı da bulunmaktadır. Eskiden İstanbul'da, biri Kapalı Çarşı içinde olmak üzere, Kadıköy ve Üsküdar'da bitpazarları bulunmaktaydı (Koçu, 1961: 2828). Bu durum geçmişte bitpazarlarının rağbet gördüğünün bir göstergesi olarak görülebilir (Görsel 2.2.1).

Görsel 2.2.1. Kapalı Çarşı-İstanbul (URL 21)



Eski bitpazarı ile ilgili en ayrıntılı bilgiyi verenlerden biri de 1874 yılında İstanbul'u ziyaret eden ünlü İtalyan yazar Edmondo De Amicis'dir. Kapalı Çarşı'yı gezmiş, kapalı çarşı içerisinde faaliyet gösteren bitpazarını görmüş gördüklerinden çok etkilenerek pazarı şöyle tasvir etmiştir:

> *"Paçavraların arasında yer yer altın arabeskler parlar; sallanan eski ipek kuşaklar, çözülmüş sarıklar, yırtık kıymetli şallar, hem havını hem de incilerini bir hırsız yoluvermiş gibi duran kadife cepkenler, belki de bir çuvalın içinde Boğaz'ın dibinde uyuyan sadakatsiz bir güzele ait şalvarlar ve yaşmaklar, kaba Çerkes kaftanlarının paslı fişekliklerin, uzun, siyah Yahudi cübbelerinin, kim bilir kaç kere eşkıya veya katil kaması saklamış kaba saba ceketlerle ağır harmanilerin arasına sıkışmış bin türlü zarif renkte kadın esvapları ve süsleri görülür. Akşama doğru, kubbe pencerelerinden inen esrarlı ışıkta, bütün bu asılmış kıyafetler idam edilmiş insanlar gibi görülür ve bir dükkânın gerisinde, çengele dönmüş parmaklarıyla alnını kaşıyan ihtiyar bir Yahudi'nin ışıldayan hilekâr gözlerini görünce, insan ipi çeken elin bu el olduğunu zanneder ve endişe içinde kalarak çarşının kapısı ya kapandıysa diye bakar"* (De Amicis, 1874:103).

Arslan Kaynardağ'da bitpazarının müşteri ve satıcılarını şöyle tarif eder:

> *"20. yüzyılın başında bitpazarlarında alışveriş yapanlar, orta gelirliler, dar gelirliler ve sıkıntıya düşmüş kimselerdi. Bunların içerisinde bohem hayatı yaşayan aydınlar, okuma çağındaki gençler, kıştan yaza çıkınca, gelecek kışa paltosunu ya da ölmüş kocasının elbisesini satan dullar da bulunurdu"* (Kaynardağ, 1984: 273).

İkinci el eşyaların satıldığı batpazarları, zamanla çoğalmış ve kurulduğu bölgelerde gelişerek yerleşim alanlarına dönüşmüştür. Bu yerleşim alanları, adlarını koruyarak yine aynı isimle anılmaya devam etmiştir. Örnek olarak, Bursa Kayahan Mahallesi Batpazarı Mevkii, Edirne merkezdeki Terziler Sokağı olarak bilinen Batpazarı, Eskişehir Sakarya Caddesi civarındaki Bayatpazarı, Erzurum'daki Bayat Pazarı ve İzmir Tepecik'teki Bayat Pazarı gösterilebilir (Keskinkılıç, 2020: 120). Günümüzde Erzurum Batpazarı'nda ikinci el eşya satılmamasına rağmen halen daha batpazarı olarak ismini devam ettirmektedir (Görsel 2.2.2.).

1900'lü yılların başlarında ise köyden kente göç ve kentleşme ve ekonomik sıkıntılar nedeniyle bitpazarlarının sayısı bir hayli artmıştır. Ekonomik sıkıntıların çoğalması, alım gücünün düşmesi, halkın bitpazarlarına olan ilgisini artırmıştır. Günümüzde ikinci el pazarları tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de hâlâ kabul görmekte; uygun fiyatla ürünlerin satıldığı bu pazarları halk çokça tercih etmektedir. Bitpazarlarında kullanılmış giyimden kitaba, otomobil parçalarından makyaj malzemelerine, çeşitli ev aletlerinden elektronik cihazlara, hurda ürünlerden antika sayılabilecek ürünlere kadar bol çeşitli ürün bulmak mümkündür. Bitpazarı, çöp pazarı, yoksul pazarı, hırsızlık pazarı olarak adlandırılan bitpazarlarındaki ürünler; genel olarak çöp toplama alanlarından, hurdacılardan, eski eşya, kâğıt vb. ürünleri toplayanlardan alınmaktadır (Tunçel, 2009: 321). Daha çok ikinci el eşya, kıyafet ve hayvan satılan bu pazarlarda günümüzde elektronik ürünler, antika eşya, hırdavat, hurda malzeme ve aksesuarların da satıldığı görülmektedir.

Görsel 2.2.2. Bursa Kayahan Batpazarı (URL 21)



Ayrıca ikinci el pazarlarının bir özelliği de sadece ekonomik olmanın ötesinde çevrecilik, sürdürülebilirlik ve geri dönüşüm felsefesi ile uyumlu bir şekilde büyük bir sorumluluk üstlenmiş olmasıdır. Birçok müşteri de bu duygu ve düşüncelerle alışverişini buralardan yapmakta kullanmadığı eski eşyalarını da bu pazarlarda satmaktadır. İkinci el ürünlerin satışı çoğaldıkça, doğal kaynaklar daha verimli kullanılır; böylelikle çevre bilincinin toplumda yerleşerek daha etkin bir hâle gelmesine katkıda bulunur.

Günümüzde içerisinde sinemaları, restoranları, kafeleri, dükkânları olan modern alışveriş mekânlarına rağmen özellikle çevresel etkiler, ekonomik ve sosyal birtakım sebeplerden dolayı geleneksel bitpazarları halkın gözünde cazibesini korumaktadır (Görsel 2.2.3).

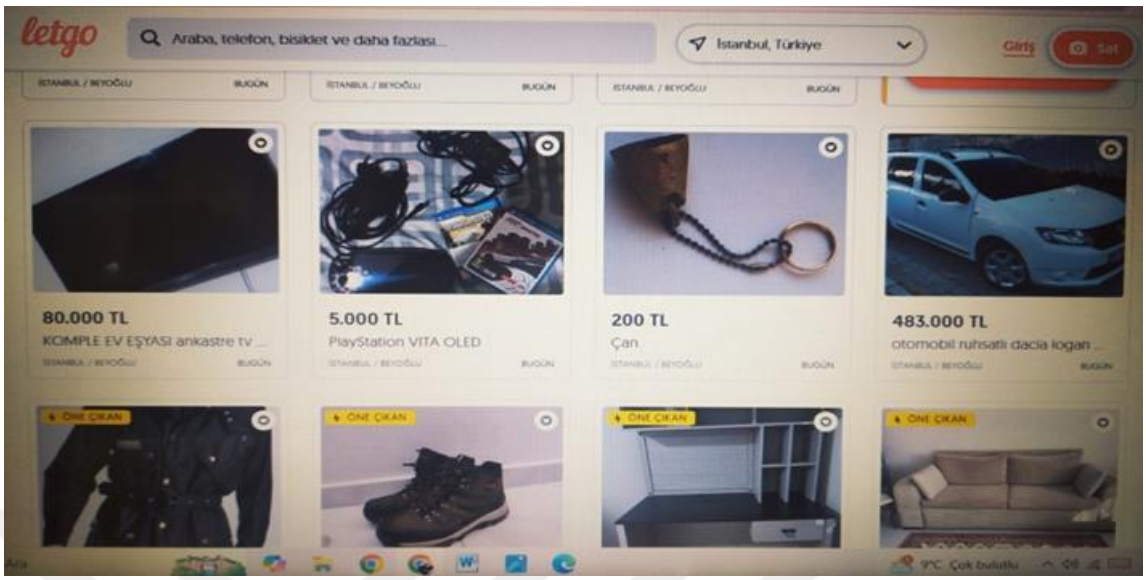
Görsel 2.2.3. Cevahir Alışveriş Merkezi (URL 21)



İkinci el alışverişin rakipsiz tek adresi olan bitpazarlarının tarihî serüveni, çağımızda tüketim alışkanlıklarının değişimine, teknolojinin gelişimine paralel olarak yeniden şekillenmektedir. Özellikle son yıllarda yaşanan sosyal, ekonomik ve kültürel gelişmeler, insanların tüketim alışkanlıklarında da değişikliğe neden olmuştur. Bu değişim tüketim anlayışını ön plana çıkarmıştır. İnsanlar geleneksel çarşıların yerine AVM'leri tercih etmeye başlamışlardır.

Bitpazarları; açık alanlarda haftada bir gün kurularak faaliyet gösteren geleneksel bitpazarlar olmanın yanı sıra tüketim alışkanlıklarının değime uğradığı ve internetin yaygınlaştığı bir çağda online platformlarda faaliyet gösteren ikinci el e-bitpazarları da vardır. Bu yeni e-pazar, son dönemlerde yaşanan teknolojik gelişmelere paralel olarak hızlı erişilebilmesi, geniş ürün yelpazesi sunması, insanların oturdukları yerden alışveriş yapmaları gibi avantajları e-bitpazarlarının çokça tercih edilme nedenleri arasında gösterilebilir. Bu nedenler, ikinci el internet pazarlarını hem tüketici, hem de müşteri açısından cazip hâle getirmiştir. Bu yeni e-bitpazarı mecrasında sosyal ve kültürel işlevsellik yok denecek kadar azdır. Bu pazar türünün sosyal ve kültürel işlevinin olmaması; geleneksel pazarlar arasında yer alan bitpazarlarının günümüzde insanlar tarafından hâlâ tercih edilme sebebidir (Görsel 2.2.4.).

Görsel 2.2.4. E-Bitpazarı İlanları (Mustafa Yılmaz Arşivi)



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
ERZURUM BİTPAZARI

3.1. ERZURUM VE BİTPAZARI

Erzurum Anadolu'nun kadim kentlerinden biridir. Bulunduğu konumdan dolayı tarih boyunca gerek siyasi açıdan gerek askerî açıdan önemli bir şehir olmuştur. Bunun yanında ticaret yolları üzerinde bulunmasıyla yolların, suların, medeniyetlerin kesiştiği şarkın büyük ticaret ve transit şehridir. Zengin ve çok çeşitli çarşıları, pazarları ve hanlarıyla yüzlerce yıl ticaret şehri ünvanını sürdürmüştür. Ticaret şehrin sosyal ve kültürel kodlarına da tesir etmiştir. Ticaretin yanında şehir sosyal ve kültürel anlamda da kendinden söz ettirmiştir (Görsel 3.1.1.).

Görsel 3.1.1. Erzurum'da Pazar Yeri (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Erzurum'da Gümrük Kâtibi olarak da görev yapmış olan Evliya Çelebi'nin *"Benim, kâtibi olduğum Gümrük de buradadır. Dört çevresinde Arap, Acem, Hind, Sind, Hatay, Hotan tüccarlarının evleri var. İstanbul ve İzmir Gümrüğü'nden sonra en işlek gümrük bu Erzurum Gümrüğü'dür"* ifadesi, Osmanlı döneminde Erzurum'un ticaret noktasında ne kadar ilerde olduğunun bir kanıtıdır.

Erzurum'un ticaret bakımından önemli bir şehir olduğuna dair bir başka bilgi, 1694 yılında Thomas Charles Fleurian adlı bir papazın sözlerine dayanmaktadır. Bu sözleri, Lütfü Sezen kitabında şu şekilde aktarmaktadır:

> *"İran'dan gelip Halep'e, İzmir'e veya İstanbul'a giden veya buralardan gelen ticaret kervanları bütün bu memleketlerin ticaret merkezlerinden biri olan mutlaka güzergâh üzerinde kalan Erzurum'a mutlak surette uğrarlar. Şehir, bütün bu memleketlerin ticaret merkezidir. Bu nedenle zengin, kalabalık bir şehirdir"* (Sezen, 2007: 217).

İsmail Hakkı Konyalı da Erzurum hakkındaki düşüncelerini şöyle dile getirir;

> *"Dünü ve bugünü ile büyük bir şehirdir. Tarihin ve tarihçinin gözü ile de sosyolojinin ve sosyoloğun ölçüsü ile de büyük bir şehirdir. Burası koca şarkın ticaret emtiası gibi kültür hamulesinin de yıllar yılı garbe akmasına geçit vermiş, konak olmuş, yol olmuştur"* (Konyalı, 2010: 22).

İsmail Hakkı Konyalı Erzurum'u bir kültür şehri olmanın yanında bir ticaret şehri olarak da görmektedir.

Ahmet Hamdi Tanpınar, 1913 yılının baharında 12 yaşında ailesiyle birlikte Bağdat'tan İstanbul'a giderken ilk kez gördüğü Erzurum ile daha sonra 1923-1924 yılları arasında Erzurum Lisesine Edebiyat öğretmeni olarak ikinci kez geldiği Erzurum'un birbirinden farklı olduğunu belirtmiştir. Tanpınar şehirle ilgili şunları söyler:

> *"Her türlü kıyafette bir kalabalığın çarşı pazarını doldurduğu, saraç, kuyumcu, bakırcı, dükkânlarıyla senede o kadar malın girip çıktığı hanlarıyla, ambarlarıyla, eşraf ve âyânı, esnafı, otuz sekiz medresesi, elli dört camisiyle, İran transitinin beslediği refahlı ve mâmur Erzurum'la on yıl sonra gördüğüm harap şehir arasında kolay kolay münasebet tasavvur edilemezdi. Sonradan öğrendiğime göre, muhtelif çarşılarında on binlerce zenaatçı çalışır, saraçlarının yaptığı eyerler bütün şark vilâyetlerine hattâ Tebriz'e kadar gidermiş. Ben babamla, annemle gittiğimiz siyah kehribarcıları şimdi bir masal gibi hatırlıyorum. Küçük ve yarı aydınlık dükkânlarda ince, dikkatli, işin terbiyesini almış, âdeta iş terbiyesiyle durulmuş birtakım adamlar, oturdukları yerden konuşuyorlar, pazarlıklar*

ediyorlar, ellerindeki kehribar işlerini havı dökülmüş çuha şalvarlarına sürterek cilalıyorlardı. Sonra keskin bir meşin kokusu, yumuşak derinin âdeta söndürüldüğü, kıvamını bozduğu tokmak sesleri ve bir yığın uğultu..." (Tanpınar, 1999: 29). Erzurum'daki bu değişim hakkında düşüncelerini ortaya koymaktadır.

Erzurum Tanpınar'ın yaşamında önemli bir yer tutmaktadır. Tanpınar Erzurum'u *"şarkın büyük ticaret ve transit şehri, dört yanından refah alkan şark ticaret şehri"* (Tanpınar,1999: 35) olarak görmektedir (Görsel 3.1.2.).

Görsel 3.1.2. Erzurum ve Pazar (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Emekli Albay İhsan Yavuzer de 1914 yılı Erzurum'undaki ticari hayat hakkında şu bilgileri vermektedir:

"Şehrin muhtelif semt ve çarşılarda, aynı sanata mensup teknik esnaf, sıra hâlindeki dükkânlarda isimlerine göre ayrılmışlardı. Bugünkü Lalapaşa Camii'nin önündeki parkın bir kısmı 'iş meydanı' namıyla büyük bir çarşıydı. Burada emtiaya ait her nevi malzeme satılırdı. Bu meydanın Gürcükapısı'na doğru başlayan sokağında, çakmakçılar, bıçakçılar, kuyumcular, abacılar, kavaflar, saraçlar birbirini takip ederek Gürcükapısı'na kadar uzanırdı. Yine Çifte Minarelerden Tebrizkapısı'na doğru takip olunan çarşıda da ehramcılar, çığrıkçılar, sandıkçılar vs.

mevcut idi. Şehrin diğer semtlerinde de bu kabil sıralanmış esnaf dükkânları vardı" (Yavuzer, 1959: 5).

Görüldüğü üzere bu kadar önemli ticaret yollarının üzerinde bulunan ve önemli bir ticari geçmişe sahip olan ve böyle bir hamur ile yoğrulan Erzurum'un çarşıları, pazarları, hanları da elbette ki çok kıymetlidir. Bu ekonomik zenginlikle beraber oluşan sosyal ve kültürel zenginlikler de çok değerlidir. Şehrin ekonomisine ve kültürel değerlerine katkı sunan kadim pazarlardan birisi de bitpazarıdır. Erzurum Bitpazarı; geçmişten günümüze varlığını koruyarak, geleneği geleceğe taşıyan kıymetli bir kültürel obje misali birtakım etkenlerden dolayı farklı mekânlarda varlığını sürdürüp, günümüze kadar gelebilmiş, Anadolu'nun nadir pazarlardandır.

Erzurum Bitpazarında geçmiş ve gelecek, ticaret ile kültür iç içedir. Şehrin geçmişine ait pek çok bilgiyi, geçmişimizi anımsatabilecek objeleri, çok çeşitli ürün yelpazesi olan bitpazarında bulanabilmektedir.

Çok değil otuz kırk yıl öncesine kadar Erzurum'da yaşayıp da Erzurum Bitpazarına yolu düşmeyen, oradan kıyafet, eşya almayan kişi sayısı çok azdır. Şehirde yaşayan her kesimden insan kıyafet ve eşya ihtiyacını bu pazardan karşılamıştır. Uzun yıllar bu kadar insana hitap eden bitpazarının, şehrin sosyal kültürel oluşumuna katkıda bulunması gayet doğaldır.

Günümüzde küreselleşen dünya, yaşanan teknolojik gelişmeler, tüketici beklentilerinde ve gelir seviyelerindeki değişim, modern alışveriş merkezlerinin yaşamımıza girmesi; Erzurum bitpazarını da etkilemiş, bitpazarının canlı ve parlak günleri artık geride kalmıştır. Ancak ülkemizde yaşanan ekonomik krizler, buna bağlı olarak alım gücünün düşmesi gibi nedenler bitpazarını tekrar cazip hâle getirerek; insanları kaybolmaya yüz tutmuş olan bu geleneksel bitpazarına yönlendirmiştir. Ekonomik sıkıntılardan dolayı sayısı her geçen gün artan, dar gelirli ailelerin ihtiyaçlarını rahatlıkla karşılayabildiği bu ucuz ve her türlü ikinci el ürünün satıldığı bitpazarı günümüzde de faaliyetlerini devam ettirmektedir (Görsel 3.1.3.).

Şimdilerde Erzurum Bitpazarı, Mahallebaşı semtinde bulunan Molla Sıddık Efendi Camisi ve semt garajının çevresinde, sokak aralarında her hafta pazar günü sabah 05.00 ve 13.00 saatleri arasında seyyar tezgâhlarda sergilenen ürünlerle faaliyet göstermektedir. Pazarın en yoğun olduğu zaman dilimi sabah saatleridir. Ürünler sabah

erken saatlerde sergilendiğinden birçok ürün sabah erkeden tükenmektedir. Özellikle ihraç fazlası ürünlerin satışının yapıldığı tezgâhların müşterileri çok olduğundan bu ürünler çabucak tükenir. Pazar, yaz kış demeden her hafta olumsuz hava şartlarında bile faaliyetini devam ettirmektedir (Görsel 3.1.4.).

Görsel 3.1.3. Erzurum Bitpazarı ve Kullanılmış Ürünler (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Görsel 3.1.4. Erzurum Bitpazarı Görünümü (Mustafa YILMAZ Arşivi)



Erzurum Bitpazarında; iğneden ipliğe, kıyafetten ayakkabıya, aksesuardan mobilyaya, elektronik eşyadan beyaz eşyaya, evcil hayvanlardan mutfak eşyalarına, yöresel ürünlerden sebze meyveye hatta kuruyemişe kadar ne ararsanız bulabilirsiniz. Bitpazarında kullanılmış ürünlerin yanı sıra kullanılmamış yeni ürünlerin de satışı yapılmaktadır. Her kesimden müşterisi bulunan pazarda fiyatların uygun olması pazara olan rağbeti de artırmaktadır (Görsel 3.1.5.).

Görsel 3.1.5. Erzurum Bitpazarı ve Aksesuarcı (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Pazarın müşterileri arasında, ihtiyaçlarını gidermek için alışveriş yapanların yanı sıra; hoşça vakit geçirmek için pazarı gezmeye gelenler de yer almaktadır. Bitpazarının işçi, memur, emekli, çiftçi, esnaf, tüccar gibi her kesimden ve her yaştan müşterisi vardır. Bitpazarı, bazı müşteriler için ihtiyaçlarını karşılandığı bir mekândır. Bazı müşteriler için eş dost ile buluşma ve sosyalleşme vesilesidir.

Erzurum bitpazarı, oluşturmuş olduğu istihdam ve gerçekleştirdiği ticari faaliyetten dolayı şehrin ekonomisine de katkıda bulunmaktadır. Pazarda sergilenen ürünlerin çoğunu ikinci el ürünler oluştuğundan, bu ürünlerin sergilenerek bitpazarında tekrar kullanıma sunulması sürdürülebilir bir çevre için de büyük önem arz etmektedir. Pazar günü sabah namazının hemen peşine tezgâhların kurulmasıyla faaliyet gösteren

pazarda insanlar; pazarlık sesleri, semaver dumanı ve pazarın vazgeçilmezlerinden olan ciğer kavurma kokuları arasında alışverişe başlarlar. Pazarın en kalabalık ve canlı olduğu saatler yine sabahın erken saatleridir. Çünkü satılmak üzere pazara getirilen nadide ürünlerin erkenden tükenir. O nedenle müşteriler de bu ürünlerden alabilmek için pazara erkenden gelirler. Öğle saatlerinde yavaş yavaş satıcı ve müşterilerin çekilmesiyle pazar sone erer.

3.1.1. Erzurum Bitpazarı'nın Tarihî Gelişimi

Erzurum Bitpazarı'nın, geçmişten günümüze seyri konusunda yazılmış çok fazla kaynak bulunmamakla birlikte araştırmalarımız neticesinde Osmanlı Dönemi batpazarının kurulduğu yer hakkında ilk bilgiyi Prof. Dr. Ziyaeddin Fahri Fındıkoğlu vermektedir. *"Eski Batpazarı, Ulu Camii'nin ön tarafından başlar ve Çifte Minareli Medrese'ye doğru uzanırdı"* (Fındıkoğlu,1970: 105-106). Eski batpazarı ile ilgili bu tek ve çok kıymetli bilgiye göre batpazarı; eski, küçük baraka dükkânlardan oluşan bu tarihi çarşı Ulu Cami ve Çifte Minareli Medrese'nin önünden başlayarak, Tebrizkapı istikametine doğru devam etmektedir.

Doğu Gazetesinin haberine göre: *"1930'lara kadar oturakçı esnafı Bitpazarı'nda toplanmıştı. Aralık 1937'de Aziziye Hanı bedesten hâline getirilerek bu esnafa (bitpazarı esnafına) tahsis edildi*" (Doğu Gazetesi, 21 Birinci kanun 1937). Bu bilgi ışığında içerisinde ikinci el ürünlerin satıldığı ve bu ürünlerin alım satımını gerçekleştiren oturakçı esnafının da içerisinde bulunduğu bu tarihi bitpazarı, 1937 yılına kadar Tebrizkapı semti civarında hizmet vermiş, bu tarihten sonra Erzurum Belediyesi tarafından istimlak edilerek çarşı Kale Dibi'ndeki yeni yerine taşınmıştır (Görsel 3.1.6.).

Ayrıca 1930'ların ortalarına doğru Erzurum'da ikinci el ürün alım satımı ile uğraşan 30 oturakçı esnafının da bulunduğu tespit edilmiştir (Küçükuğurlu,2020: 122-123). Eski bitpazarı ile ilgili başka da bir bilgi bulunmamakla birlikte pazarın buraya nereden geldiği ve burada ne kadar süre hizmet verdiği hakkında herhangi bir bilgiye de rastlanılmamıştır. Ancak bilinen Tebrizkapı semti ve çevresi çarşısıyla, pazarıyla, mabedi, medresesi, hanı ve hamamıyla Erzurum'un en eski yerleşim yeridir. Kuvvetle muhtemeldir ki çok eski zamanlardan, ta ki pazarın istimlakinin gerçekleştiği 1932 yılına kadar bu kadim çarşı uzun yıllar bu bölgede hizmet vermiştir.

Dönemin şartları göz önünde bulundurularak savaştan çıkmış bir toplumda üretimin ve istihdamın oluşması çok zor ve çok zaman alan bir durumdur. Savaşlar, seferberlikler ve bunların doğurduğu kıtlık içerisinde yaşamaya çalışan, alım gücü yok denecek kadar az olan halkın gereksinimlerini karşıladığı mekân da ucuz ürün satışı yapılan bitpazarıdır. Özellikle seferberlik yıllarından itibaren, 1980'lere kadar Erzurum halkının büyük bir kısmı kıyafet ve eşyalarını bu pazardan temin ederdi. Vefat eden kişilerin kıyafet ve eşyaları 80'li yıllara kadar bitpazarında satılarak paraya çevrilirdi. Bu nedenle Erzurum halkı, bitpazarına esprili bir yaklaşımla "rahmetli giyim pazarı" adını da vermiş. Bitpazarından alışveriş yapan da yine aynı esprili yaklaşımla "rahmetliden giyiniyorum" derdi.

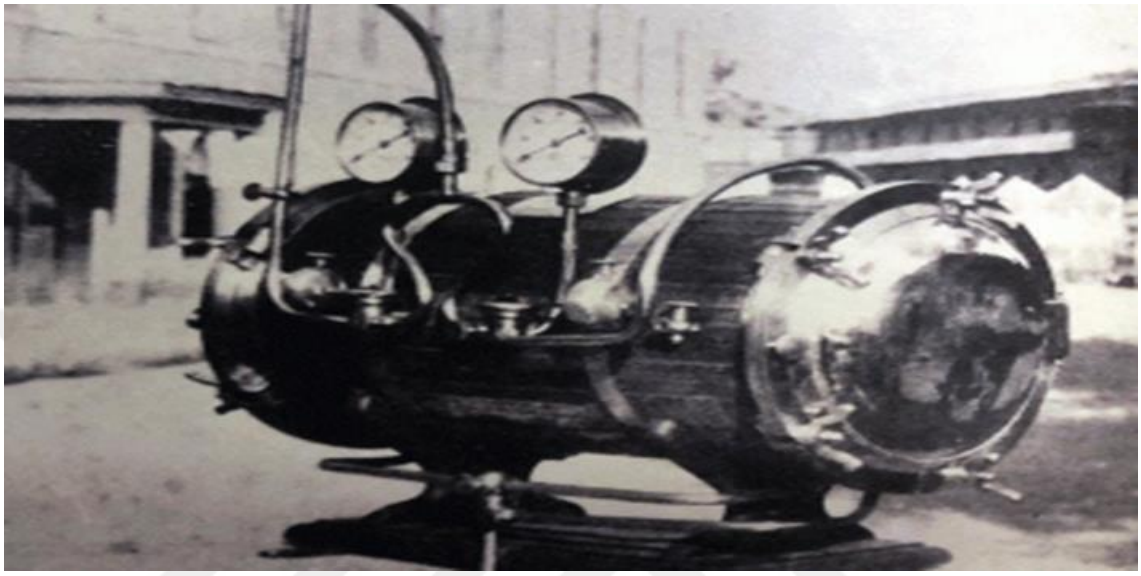
Görsel 3.1.6. Erzurum Batpazarı ve Çifte Minareli Medrese (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Zamanın şartları göz önünde bulundurulursa sağlıksız ortamlarda bekletilen ve yıkanmadan satılan bu ikinci el ürünlerin içerisinde bit ve pire cinsi haşerelerin bulunması gayet doğaldır. Erzurum Bitpazarı'ndan alınan ürünlerin içerisinde bit ve pire cinsinden haşerelere çokça rastlanmıştır. Bu nedenle 1913 yılında Erzurum Sıhhat Müdürlüğü, bitpazarında tebhirhane açılması ve buraya etüv makinası konulmasını, bu

iş için de bütçe oluşturulmasını istemiş. Ayrıca önlem olarak satılan kıyafetlerin de etüv yapıldıktan sonra satılmasını kararlaştırmıştır (Görsel 3.1.7.).

Görsel 3.1.7. Etüv Makinası (URL 22)



Erzurum Sıhhat Müdürlüğünün 1913 tarihli yazısında Erzurum'da kullanılmış kıyafet ve eşya satışının yapıldığı bitpazarına etüv makinasının kurulmasının gerekli olduğundan bahsettiği yazı şöyledir:

> *"Bundan başka Tebhirât Talimâtı'nın on üçüncü maddesinde, bitpazarlarında füruht edilecek pejmurde alelumûm eşyânın emrâz-ı ictimâiyeden olan verem illetinin men-i sirâyet ve tahdîd-i tahribâtı zımnında etüv makinesinden geçirilmek iktizâ eder. İşbu mesele hakkında her ne kadar ehemmiyet verilse becâdır. Bu babda edilecek fedakârlıklar memleketin hayatına o nisbetde hizmet etmiş olur. İki sene mukaddem edilen muhâbere neticesi olarak Sıhhiye Müdiriyet-i Umûmiyesi cânib-i âliyesinden beş altı yüz lira sarfıyla gönderilen etüv makinesi, beledî vâridâtının adem-i kifâyesinden dolayı bir binâ inşâsı ile yerine vaz' edilemediğinden, gümrük idaresinde vaz' edilen mahal-i mahsûsunda paslanmakdadır. Bu hâl üzere daha bir müddet kalacak olursa, emrâz-ı sâriye hakkında mâlikiyetiyle müftehîr olduğumuz yegâne makinemizden dûr olacağımız müsbet ve gayr-ı kabil-i isti'mal bir hâl kesbedeceği*

muhakkakdır. Memâlik-i mütemeddinenin her tarafında yirmi bin nüfûsu hâiz olan bir şehirde birer tebhirhâne te'sis etdirilmekdedir. Hıfzu's-sıhha-i umûmiyeye bermûceb-i talimât sahib olmamız lazım gelirse, Erzurum için böylece üç müessesenin vücûda getirilmesiyle üç makinenin işletilmesi elzemdir. Şimdilik celbedilen makine için bir binânın inşâsı ile işledilmesi ve tathirât ve tebhirâta ait talimâtın bir an evvel icrâsını kemâl-i ehemmiyetle arz eylerim" (Küçükuğurlu, 2011: 165-166). Sıhhat Müdürlüğü batpazarının haşerelerden kurtarılması için pazarda satılacak olan ürünlerin etüv yapılarak satılmasını istemiştir.

Cumhuriyet kurulduktan sonra savaşlardan yeni çıkmış şehrin, yeniden mamur hâle getirilmesi amacıyla Erzurum Belediyesi tarafından imar faaliyetleri başlatılır. Bu imar faaliyeti kapsamında düzenleme yapılacak olan yerlerden biri de Cumhuriyet Caddesi'dir. Caddenin doğu istikametinden başlayarak Tebrizkapı semtine kadar içerisinde bakımsız dükkânların bulunduğu çarşıya batpazarı denilirdi. Erzurum Belediyesi, "*İptidai bir tarzda olan ve çirkin bir manzara arz eden bat pazarının mevcut yerinden kaldırılması muvafık görülmüştür"* (Erzurum Belediyesi Arşivi [EBA], Meclis Zabıtlar, 5 Kasım 1937) ifadeleri ile eski batpazarının yıktırılması karara bağlanmıştır (Görsel 3.1.8.).

Görsel 3.1.8. Erzurum At Meydanı ve Batpazarı (Eski Erzurum Fotoğrafları)

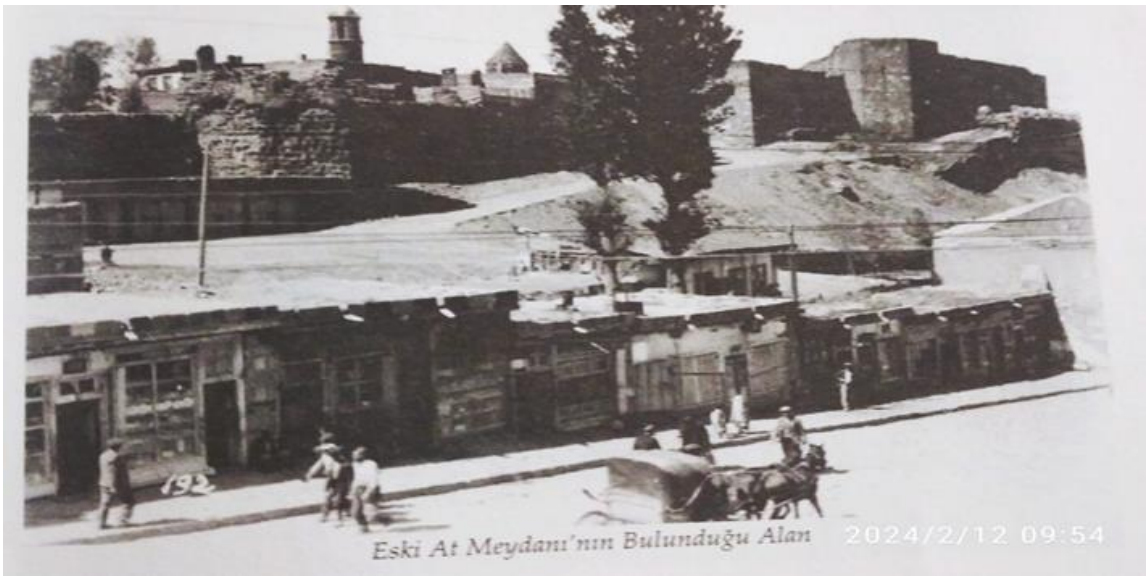


Alınan karar gereğince buradaki dükkânlar yıktırılır ve Cumhuriyet Caddesi bugünkü görünümüne kavuşur. Yıkımı gerçekleştirilen eski batpazarının yerine, belediye esnafa At Meydanı'nın aşağısında yeni pazar yeri sözü verir.

Erzurum Kalesi'nin doğu tarafındaki beden arkası olarak bilinen Tebrizkapı semti ve Tophaneli Oteli'nin karşısı (Tophane İş Merkezi) eskiden At Meydanı olarak adlandırılmaktadır. Bu meydanının bir kısmı da kale surlarının kalıntıları içerisinde bulunduğundan bu surlar zamanla bakımsızlıktan yıkılır dolayısıyla meydan da toz, toprak ve moloz yığınları içerisinde kalır. At Meydanı'nın ve yanı başında kalenin güvenliği gerekçesiyle açılmış olan geniş hendekler, Rus işgali sırasında Ruslar tarafından doldurtularak buralardan genişçe arsalar ortaya çıkartılmıştır. Askeriyenin mülkiyetinde bulunan bu yeni arsalar ile işgal sonrasında da faaliyetine devam eden At Meydan'ının da içerisinde bulunduğu meydan birleştirilerek, 1920 yılında belediye tarafından askeriyeden alınarak Erzurum Belediyesi'nin mülkiyetine geçirilir. Bu alanda gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra boş alanlar arsa hüviyetine kavuşturulur (Küçükuğurlu, 2018: 134-136).

At Meydanı artık pazar fonksiyonunu kaybettiğinden, bu meydanında içerisinde olduğu arsalar 1932 yılının sonlarında, dükkânları istimlak edilen eski batpazarı esnafına kiraya verilir (Görsel 3.1.9).

Görsel 3.1.9. At Meydanı ve Batpazarı (Eski Erzurum Fotoğrafları)



Türkiye Cumhuriyeti'nin temellerinin atıldığı bu şehre yakışır bir şekilde, yeni yollar, çarşılar, pazarlar oluşturmak için Erzurum Belediyesi tarafından imar faaliyetlerine büyük bir hız verilmiştir. 1932 yılında dönemin Belediye Başkanı Durak Sakarya, tarafından imar faaliyetleri kapsamında alınan Belediye Meclis Kararı gereğince Ulu Cami, Çifte Minareli Medrese'nin önünden Tebrizkapı, Narmanlı Cami istikametine oradan da eski sur dibine kadar uzanan ve harap hâlde bulunan eski batpazarındaki dükkânların yıkımı gerçekleştirilmiştir.

> *"İptidai bir tarzda olan ve çirkin bir manzara arz eden bat pazarının mevcut yerinden kaldırılması muvafık görülmüştür. Bu maksatla Aziziye Hanı'nın bölme duvarları ve çatı kısmında mühim tamirat yapmak suretiyle, bat pazarındaki dükkâncıları içine alacak surette genişletilmesine çalışılmıştır. Yakın bir zamanda, bat pazarının buraya nakledilmesi düşünülmektedir"* (EBA, 5 Kasım 1937).

Batpazarı içerisinde yer alan, Erzurum Belediyesi tarafından restorasyonu yaptırılan Aziziye Han'ı kapalı bir bedesten olarak 20 Kasım 1937 tarihinde ticari hayatına başlamıştır. Belediye handa oluşturacağı bu yeni dükkânları oturakçı esnafına tahsis etmek istiyordu. Bu nedenle hanın içerisinde 17 dükkân, bir müzayede salonu, bir de eşya mağazası yaptırıldı. Böylece ürünlerini satmak üzere pazara getiren halkın ürünlerinin düşük fiyatlarla oturakçı esnafına kaptırmamaları ve ürünlerin değerinde satılması sağlanmıştır. Aziziye Han'ı yeni bitpazarının temelini oluşturmuş, yeni batpazarı da bu han ekseninde teşekkül etmiştir (Küçükuğurlu, 2020: 146-147).

Aziziye Hanı'nın restorasyonu tamamlandıktan sonra handaki dükkân yeni sahiplerine teslim edilmiştir. Ancak han içerisindeki dükkânların sayısı istimlak edilen dükkânların sayısına karşılık gelmediğinden mülkiyeti belediyeye ait olup atıl durumda olan "At Pazarı" ya da "At Meydanı" olarak bilinen pazar alanı ve aşağısındaki boş arsalar üzerine işyerleri yapılması şartıyla batpazarı esnafına kiraya verilir. Arsalar üzerinde kendi imkânlarıyla yeni işyerlerini yapan esnaflar, çarşıya bugünkü görünümünü kazandırmışlardır. Çarşıya kuzey-güney istikametinde parke taş döşenerek yeni yol açılmıştır. Bu yeni yol, Aziziye Hanı'nın arkasından başlayıp, Bakırcılar Çarşısı'ndan geçerek Pastırmacı Hanı'na (günümüzde Erzurum İş Merkezi) kadar devam etmiş ve bat pazarının diğer çarşılarla bağlantısını sağlamıştır. Vasıtaların bu

caddeden gidip gelmesinin temin edilmesiyle çarşının diğer çarşılarla bağlantısı da sağlanmış olup, çarşıya erişim de kolaylaşmıştır (EBA, 1 Kasım 1932). Pazarın Taş Mağazalara doğru ikisi doğu-batı istikametinde, birisi de Aziziye Han'ın içerisinden olmak üzere üç yerden yaya yolu bulunmaktadır. At Meydanının batpazarına dâhil edilmesiyle, bu meydanın bulunduğu yer yeni kurulan çarşının adeta Cumhuriyet Caddesi'ne bakan vitrini olmuştur (Görsel 3.1.10.). Belediye zabıtlarından da anlaşılacağı üzere batpazarının tamamen yeni yerinde açılması 1937 yılı sonlarını bulmuştur. Çarşıdaki ikinci el eşya alım satımı yapan oturakçı esnafının işyerlerinin bu handa bulunması ve içerisinde ikinci el eşya satışının gerçekleştirildiği bir de müzayede salonu olmasından dolayı ikinci el ticaretinde Aziziye Han'ı önemli bir yere sahiptir.

Görsel 3.1.10. Erzurum Batpazarı ve Taşmağazalar (Eski Erzurum Fotoğrafları)



Batpazarındaki Aziziye Hanı içerisinde kullanılmış eşyaların satıldığı müzayede salonu, devlet tarafından oradaki işleri düzenleyen bir memur, bir de müzayede için görevli bir dellâl bulunurdu. Tereke defterlerine göre satışı yapılacak olan malzemeler ölen kişinin kimsesi yoksa devlet tarafından, varsa varisler tarafından malların ucuza gitmesini önlemek amacıyla ürünler müzayede salonunda satışa çıkarılırdı. "Bat Pazarında bir memur ve bir münadi vardır" (EBA, 18 Haziran 1936). Görüldüğü gibi batpazarındaki ikinci el ticareti Aziziye Hanında yapılmaktadır (Görsel 3.1.11.).

1980'lere kadar kolera, sıtma, tifo, çiçek, suçiçeği, veba, dizanteri, difteri, verem, boğmaca gibi bulaşıcı hastalıklar hem dünyada hem de ülkemizde oldukça yaygın durumdaydı. Bu hastalıklar, sosyal yaşamda büyük olumsuzluklara yol açmış ve bu

salgınlardan korunmak amacıyla tebhirhaneler açılmıştır. Tebhirhanelerde, etüv makineleri kullanılarak bulaşıcı hastalık nedeniyle ölen kişilerin eşyaları ve yatakları dezenfekte edilmiştir. Özellikle, bitpazarlarına getirilen eşyaların çoğu, ölen kişilere ait olduğundan bu eşyaların satışı da etüv işleminden sonra yapılmıştır. Erzurum bitpazarına da etüv makineleri alınmış, ikinci el eşya ve kıyafetlerin etüv işlemi yapıldıktan sonra satışı gerçekleştirilmiş, bu işlem için de alıcıdan ücret alınmıştır. Erzurum Belediye Arşivi kayıtlarından, "Şimdi bir de etüv istimal ediyoruz" (EBA, 18 Haziran 1936) ifadesiyle bu uygulamanın detayları öğrenilmektedir (Görsel 3.1.12.)

Görsel 3.1.11. Aziziye Hanı (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Görsel 3.1.12. Etüv Makinası (URL 23)



Ruznamede Sıhhat Müdürünün Bat Pazarı hakkındaki tezkeresi, hal meselesi ve Evkaf Müdürlüğünün Tezkireci Ömer Efendi Vakfı'na dair tezkeresi vardır. Sıhhat ve İçtimai Muavenet Müdürü Salim Cimilli, 14 Nisan 1936'da belediyeye göndermiş olduğu yazıda, Bat Pazarında satılan eski elbise ve kirli yatakların etüvü için, satılacak her eşyadan bir miktar para alınmasını istemiştir. "Bu iş için bütçeye tahsisat ve varidat koymak üzere, ilgili yazı bütçe encümenine havale edilmiştir" (EBA, Meclis Zabıtları, 22 Nisan 1936).

Bunların yanında pazarda sosyal alanlar da açılmıştır. Batpazarı'ndaki eski Ticaret Kulübü binasında "Doğu Şampiyon Lokantası" açılmıştır. Mehmet Kanca ve Tahsin Kulaç tarafından açılan lokantanın aşçısı, özel olarak İstanbul'dan getirtilmiştir (Erzurum Gazetesi, 29 Mayıs 1943).

1947 yılına kadar altyapının tamamlanmadığı çarşıda dükkânların yanı sıra evler de bulunmaktadır. "Bat pazarında abdesthanesi bulunan 4 ev ve 1 lokanta vardır. Diğerlerinin yapılan lağım mecrasından istifadesi mümkün değildir" (EBA, Meclis Zabıtlar, 18 Kasım 1946.).

Sonraki yıllarda her geçen gün gelişerek şehrin önemli bir ticaret merkezi hâline dönüşen batpazarı ile ilgili bilgileri yerel gazetelerden ve belediye zabıtlarından öğrenmekteyiz. Cumhuriyet Caddesi'ndeki imar faaliyetleri ileriki yıllarda da devam

etmiş burada da dükkânı istimlak edilen esnafa belediye tarafından batpazarında yer gösterilmiştir. “Münip Korukçu’ya ait Cumhuriyet Caddesi’ndeki barakalar yıktırılmış, açıkta kalan esnafa Bat Pazarı’nda dükkânlar verilmiştir” (EBA, Meclis Zabıtları, 13Mart 1956). Böylece batpazarı bugünkü görünümüne kavuşmuştur.

Başlangıçta Erzurum Batpazarında satılan ürünler arasında ikinci el eşya ve giyim gelmektedir. “Bununla birlikte Erzurum’daki Batpazarında çeşitli deri ve dokuma ürünleri de imal edilip satılmaktaydı. Oturakçı esnafı da genellikle Batpazarı’nda bulunuyordu” (Doğu Gazetesi, 21 Kanun 1937).

Batpazarında ilk başlarda özellikle Aziziye Hanı’nda faaliyet gösteren ikinci el eşya alım satımı yapan oturakçı esnafı ile birlikte ikinci el eşya, giyim alım satımı revaçta iken, sonraları konfeksiyoncular, terziler, ceviz sandık imalatçıları, dönemin modası formika büfe satıcıları manifatura, tuhafiye, halıcılar, minder-yastık satan işyerleri, terziler, süt makinası tamircisi faaliyet göstermiştir. Çarşıda ayrıca iki kahvehane ve iki de otel bulunmaktadır. 1960’lı yıllara gelindiğinde eski batpazarında ticari faaliyet gösteren esnafın bir kısmının, yeni kurulan bitpazarına taşınması üzerine pazarda hazır giyim ürünleri, halı, mobilya, çeyiz sandığı ve büfe satışı çoğalmıştır. 1940-1990 yılları arasında Erzurum’un giyim ve eşya ihtiyacı batpazarından karşılanmıştır. 1976 yılına ait Elbiseciler Esnaf Sicil Defteri incelendiğinde eski batpazarı ve yeni bitpazarında en çok hazır giyim ile meşgul olan esnafın bulunduğunu öğreniyoruz (Esnaf Sicil Defteri, 1976).

Batpazarı’nda hazır giyim işi ile uğraşan esnaf sayısı oldukça fazladır. Erzurum’da Demirciler; Kilisekapı Demirciler Çarşısında, hazır elbiseciler; Batpazarında, kuyumcular da Taşmağazalar Caddesi’nde şehrin ticaretine katkıda bulunmaktaydılar (Polat, 2021: 53-54). Erzurum’da her çarşının farklı bir üründe branşlaştığını görmekteyiz. Batpazarı çarşısında elbise satışı oldukça fazladır (Görsel 3.1.13.).

Görsel 3.1.13. Erzurum Batpazarından Bir Görünüm (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Erzurum Batpazarı ile ilgili en kapsamlı bilgiye Erzurum Kalkınma Vakfı Başkanı Erdal Güzel'in kitaplarında ulaşılmaktadır. Erdal Güzel, kitaplarında şehrin mahallelerini, çarşılarını ve pazarlarını detaylı bir biçimde ele alırken, Erzurum'un batpazarı ve batpazarı esnafı hakkında şu kıymetli bilgileri sunmaktadır:

> *Bat pazarının alt başında mülkiyeti Hulusi Korukçu'ya ait Şampiyon Otel ve Gazinosu bulunmaktaydı. Buradan yukarı Manifaturacı Hacı Kazım Kocaman'ın, Terzi Malatyalı İbrahim Efendi'nin, Diyarbakırlı Mehmet'in, elbiseci Hamdullah ve Kemal Boynukalın'ın, elbiseci Ömer Domak'ın, elbiseci Ali Remzi Okumuş'un, elbiseci Sırrı Teleke'nin, elbiseci Sadrettin Sever'in dükkânlarından sonra Emek Palas Oteli gelirdi. Emek Palas Otelinin altında altı adet dükkân vardı. Otelin altındaki dükkânlarda terzi Nurettin ve Fahrettin Kömeç, elbiseci Celal Örenli, Kunduracı Ömer, Elbiseci İhsan Sever, Mehmet Sonsaat (elbise imalatçısı), Laçin Dağ (Elbiseci), Sadi Çalıyurt vardı. Daha sonraları Emek Palas'ın altına Yıkılganlar, elbiseci Yavilioğulları, Vehbi Severgil gelmişlerdi. Emek Oteli'nden sonra Hüseyin Ahlat (Osman Ahlat'ın babası elbiseci), İbrahim İğdebeli (Terzi), Sıtkı Yeltekin Elbiseci, Kor Münir (halı, kilim), Berber Ahmet (halı, kilim), Asım Balkar (Sarrafiye), İdris Gültepe (Elbiseci), Mehmet Halıcı (halı kilim), Tenekeci Mehmet, Yavuli Hoca, Hakkı Çelikbilek (Mobilya), Lütfü Silahtarlar (Manifatura), Rıfat Hınıslı*

(Yazıhane), Vefa Acar ve ortağı Nihat Şahin (yastık ve iplik imalatı), Şeref-Nihat Yargılı (Elbiseci) iş yapardılar. Otelden sonra, Elbiseci ve Terzi Ercüment Susam, ev eşyası alıp satan Münir Alyap, sarraf İbrahim Efendi'nin iş yerleri vardı (Görsel 3.1.14.).

Görsel 3.1.14. Ebu İshak Türbesi- At Meydanı – Batpazarı (Erzurum Fotoğrafları Arşivi)



1936 yıllında eski batpazarında Kemaliye Mescidi ile Beyaz Saray arasında boş bir arsa mevcuttur. Bu boşlukta barakalarda ve sergilerde ticaret yapan küçük esnaf bulunmaktadır. Terzi Vehbi, Bezzaz Abdurrahman Emi, Kunduracı Camış Mehmet, Ayakçı Kor Hacı, Ayakçı Ali Rıza Teleke, Bezzaz Sucu Mehmet, Bezzaz Eşşekçi Mehmet, Kahveci Fahri, Hurdacı Kürt Ziya, Hurdacı İmam Ahmet, Ehramcı Osman, Omuzcu Holli Şeref, Terzi Rıza Masat, Terzi Nusret, Terzi Vehbi, Terzi Sagıp, Terzi Şakir, Elbiseci Reşat Sedalı, Elbiseci Kemal Kaya, Şemsiyeci Şükrü Balkaya, Terzi Kemal Balkaya, Elbiseci Fahri Emi, Elbiseci Süleyman Ballı, Elbiseci Vehbi, Nusret Sever, Elbiseci Muhittin, Elbiseci Zakir Özkorucuk, Ayakçı Namık Emi, Elbiseci Limoncu Mehmet, Tellal Ağalı, Elbiseci Topal Şaban, Elbiseci Kürt Derviş, Kunduracı Durak, Hurdacı Hamza Emi, Terzi Asef, Elbiseci

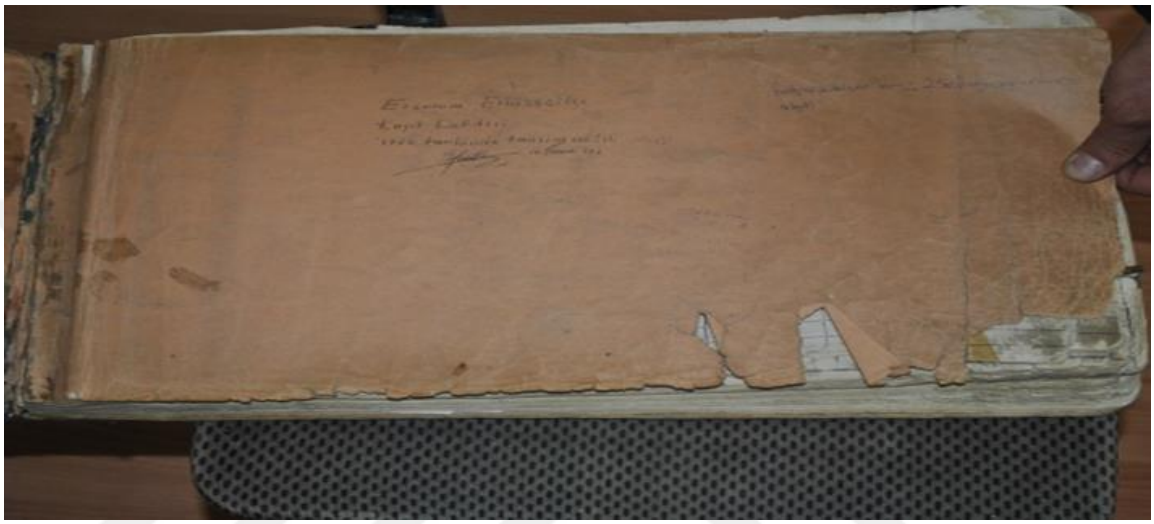
Mehmet Yıkılgan, Hurdacı Sabri Dağ, Hurdacı İzamet Emi, Kor Durak ve Yakup Emi bu esnaflardan akılda kalanlardır." "Hoppikli Agah (Manifatura), Terzi Nihat Çöğender, Ali Domak (Elbiseci), Kunduracı İdris, Necmettin Ecevit (Konfeksiyon), Sadık Alyap (Elbiseci), Hamit Algül (Terzi), Kadir Kocaman, Yemenici İdris Emi, Şevket Akyol (Elbiseci), Siret Emi (Koşum takımı satan), Oturakçı Muğdat, Oturakçı Agah, Miktat Özsaraç (Elbiseci), Mitat Kitapçı (Elbiseci), Ehramcı Agah (Manifatura), Rüştü Ekrek Elbiseci), Tevfik Özgenç (Elbiseci), Yakup Susam Elbiseci), Kunduracı Feyzullah Emi, Sıddık Namlı (Terzi), Kurnuç Ahmet (elbise tamircisi), Bezzaz Ahmet, Hüseyin Ahlat (Elbiseci), Yeltekin, Kaşıkçı Arif (tahta kaşık, kepçe satan), Şükrü Efendioğlu (Tahta kaşık, kepçe), İrfan Emi (Eski karyola tamir eden), Etem Efendi (Müzayede malı alıp satan), Reşat Efendi (Mobilyacı), Hüseyin Topçu, Şevki Bey (Elbiseci), Demirci Efendi (Sobacı), Aşçı Nedim (Lokantacı), Ömer Domak (Elbiseci),Tahsin Emi, İhsan Bey, Baki Bey, Siret Emi, Kor Hacı, Bezzaz Abdurrahman Emi, Terzi Sadık ve Terzi Nusret, Kasım Aslan, İbrahim Aslan, isimli esnaflarda Şampiyon Gazinosunun karşısı sırasından yukarıya doğru olan kısımda iş yaparlarmış" (Güzel, 2015: 96-99). (Görsel 3.1.15.).

1958 yılında batpazarında hazır giyim, ikinci el eşya ve kıyafet satan esnaf buradan ayrılarak işyerlerini Gülahmet Caddesi üzerinde yeni açılan bitpazarına nakletmişlerdir. Batpazarında kalan halı, mobilya, büfe, ceviz sandık, minder, yastık, sünger, elyaf satıcıları, süt, dikiş makine tamircileri ve birkaç terzi çarşıdaki ticari faaliyetlerini devam ettirmiştir. Ayrıca perdeci ve yorgancı esnafı da zaman içerisinde çarşıda dükkân açmıştır (Görsel 3.1.16.).

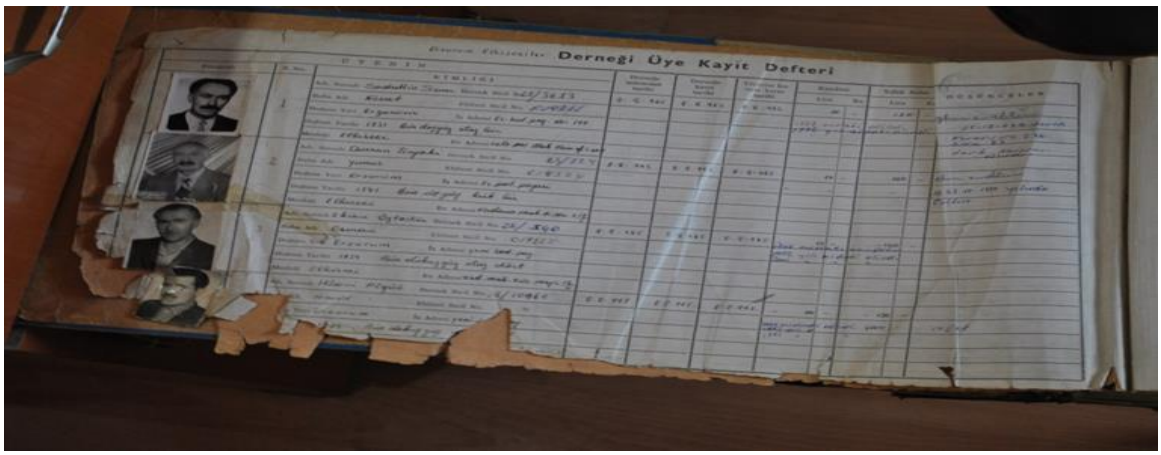
Batpazarının doğu istikametindeki Gülahmet Caddesi üzerinde bulunan Çürüklük Mezarlığı Erzurum Belediye Meclisi Kararıyla Asri Mezarlığı'na taşınmıştır Bitpazarı ile ilgili olarak tafsilatlı bilgiye yine Erdal Güzel'in kitaplarında ulaşılmaktadır: *"Mezarlığın naklinden sonra burası bir müddet park olarak kalmış, 1958 yılında ise dönemin Belediye Başkanı Edip Somunoğlu tarafından çarşıya dönüştürülmüş. Halk arasında "Bit Meydanı" olarak bilinen çarşının asıl ismi ise Söğütlü Çarşı'dır"* (Güzel, 2015: 119). Belediye tarafından oluşturulan bu arsa, kira bedeli karşılığında dükkân açmak isteyen esnafa verilmiştir. Esnaf da belediyeden kiralamış olduğu bu arsalara

kendi imkânları nispetince 6 ile 15 metrekare arasında basit baraka dükkânlar inşa etmiştir. Zaman içerisinde eski batpazarında hazır elbise ve ikinci el eşya işi yapan esnafın bir kısmı da bu çarşıya taşınır. Böylece bu çarşı hazır elbisecilerin bulunduğu bir çarşıya dönüşür.

Görsel 3.1.15. 1976 Yılı Erzurum Elbiseciler Odası Üye Kayıt Defteri Defteri (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Görsel 3.1.16. Esnaf Üye Kayıt Defteri ve Dönemin Elbiseci Esnafları (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Yeni açılan çarşıda kullanılmış ürünler satıldığından buranın adı halk tarafından yeni bit-meydanı (bitpazarı) olarak adlandırılır. Bu yeni çarşının orta yerinde bir havuz bir de geniş bir meydan bulunmaktadır. Erdal Güzel pazarda bulunan havuz hakkında şu

bilgilendirmeyi yapmıştır: *"Mezarlığa saygıdan dolayı meydanın ortasında havuz yapılmış, etrafı da ağaçlandırılarak buraya nefes aldırılmıştı"* (Güzel, 2015: 121).

Yeni Bitpazarı, esnafın belediyeden kiralamış olduğu boş arsalara kendi imkânları ile yapmış oldukları 200'e yakın tek katlı, birbirine bitişik küçük baraka dükkânlardan oluşmaktadır. Dar sokaklardan oluşan çarşının ortasında bir havuz ve bir de meydan bulunmaktadır. Çarşının bir başka özelliği de her hafta pazar günleri çarşıdaki meydanda seyyar esnaf tarafından pazar kurulmasıdır. Eski batpazarında bu duruma rastlanmazdı. Bu meydanda, pazarın daimi esnafının yanı sıra; pazar esnafı dışında her kesimden insan, ürün getirerek pazarda satış yapmaktaydı. Pazar günleri sabah erkenden başlayan pazar, öğle saatlerinde son bulurdu. Bu durum yeni bitpazarı yıkılana kadar her hafta devam etmiştir. Pazar günleri meydanda kurulan bu pazarda her türlü ikinci el eşya, elbise, tespih, saat, antika eşya, kanatlı hayvanlar, kızak, hatta ayağa kayışla bağlanan kayaklar satılmaktaydı. Çarşıda dernek başkanı ve yiğitbaşı da bulunurdu. Ayrıca pazarda belediye tarafından ihtiyaç duyulan zamanlarda mezat düzenlenerek, pazara getirilen ikinci el ürünlerin değerinin altında alınmasının da önüne geçilirdi (Görsel 3.1.17.).

Görsel 3.1.17. Erzurum Bitpazarı Baraka Dükkânlar (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Yeni bitpazarı esnafları arasında en çok hazır elbiseciler faaliyetteydi. "*En fazla elbisecilerin bulunduğu meydan da kepenkçiler, demirciler, ekmek tahtası yapanlar, karyola imal edenler, süt makinesi tamir edenler. Sobacılar, eski kilim ve halı satanlar, ayakkabıcılar, terziler, şapkacılar, kahvehane ile ihramcı ve mutaf yer almaktaydı"* (Güzel, 2015: 121). Güzel, bitpazarında bulunan esnaf grupları hakkında bilgilendirme yapmıştır. (Görsel 3.1.18.).

Görsel 3.1.18. Bitpazarı ve Dar Sokakları (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Ayrıca pazarın "umuzcu" olarak adlandırılan, omzunda elbise, elinde saat ve tesbih satan satıcıları da vardı (Görsel 3.1.19.).

Görsel 3.1.19. Erzurum Bitpazarı ve Elbiseciler (Murat Küçükuğurlu Arşivi)



Yeni açılan bitpazarı köylü ve şehirli halkın uğrak yeridir. Burada, farklı meslek gruplarına ait esnaflar ve imalatçılar bir arada bulunmaktadır. Bu yeni Bitpazarı ile igili ayrıntılı bilgiye yine Erdal Güzel'den ulaşmaktayız. Güzel, yeni bitpazarı esnafını bizlere şu şekilde tanıtmaktadır:

> *"İlhami Algül, Ekrem Öztaşkın, Muhittin Hocaoğlu, İlhami Danabaş, Mücahit Danabaş, Cahit Danabaş, Kadir Buzkıran, Turan ve Orhan Ölmez kardeşler, Hüseyin Pekbey, Kemal Kaya, Talip ve Mücahit Bağoğlu kardeşler, Sabri Gürgen, Sakıp Nalbulan, Horoz Mevlüt, Hüseyin Çapacı, Hacı Çapacı, Sebahattin Özkorucuk, Muhlis Aladağ, Fehim Hülagü, İbrahim Acır, Necati Acır, Mustafa Dağ, Ahmet Dağ, Musa Dağ, Fahri Beydili, Cevat Beydili, Necati Sedalı, İbrahim Demir, Ali Sarıgül, Mehmet Sarıgül, İbrahim Uğurlu, Mığdat Semerci, Cevdet Özkorucuklu, Selahattin Kızılkale, H. Kemal Palancıoğlu, Mustafa Çobanoğlu, Lütfü Erkat, Alaattin Yunkaday, Selahattin Yunkaday, Kasım Aslan, Lütfü Sever, Halit Akkoyunluoğlu, Nurettin Eskiyapar, Lütfü Eskiyapar, Fikret Ezinç, Yımaz Tavasapı, Saatçi Eşref, Terzi Hatem, Şapkacı Yanık Asım (İlter), Gömlekçi Fikret, Şapkacı Refik, Ayakkabıcı Mustafa, Sobacı Tahsin, Ehramcı Osman, Terzi Sebahattin, Gömlekçi Nihat, Kasketçi Ali ve Metin Demiryürek, Kemal Kolikpınar o günlerin esnafları olarak hatırlanmaktadırlar"* (Güzel, 2015: 123).

Yiğit namıyla anılır sözünden hareketle lakap takmanın yaygın olduğu o yıllarda kimi bitpazarı esnaflarının da lakapları vardır. Bu lakaplar şöyledir:

> *"Tosse Kemal, Pisik Ömer, Pottik Muzaffer, Şişko Kadir, Kara Recep, Deli Mamo, Dana Cevdet, Kel Mücahit, Ağzı eğri Mücahit, Gobbik Osman, Topal Sabri, Kunduracı Efe, Bodur Mehmet, Kurun Dursun, Beşşo Alaattin, Pire Nuri, Horoz Mevlüt ve kavgacılığı ile namlı Goran Hafız, Horoz Ahmet, Bohçacı Hacer Eze, Bohçacı Elmas Nene ve Pekar Nene meydanın renkli simalarıydılar. Çarşıda Zakir isimli esnaf birden fazla olduğundan, Zakir'ler daha çok lakaplarıyla bilinirdiler; Terzi Şişko Zakir, Fırtıhlı Zakir, Kunduracı Zakir, Muhtar Zakir"* (Güzel, 2015: 123).

Erdal Güzel, bitpazarı ve bitpazarı esnafını ve burada satılan ürünleri ayrıntılı bir şekilde tanıtmıştır (Görsel 3.1.20.).

Görsel 3.1.20. Bitpazarı-Kümes Hayvanları (Erdal Güzel Arşivi)



Abdurrahman Zeynal da Erzurum Bitpazarı ile ilgili anılarını anlattığı köşe yazısında bitpazarından şöyle bahseder: "Pazar şehrin önemli alışveriş merkezlerinden biridir. O dönem bu pazardan alışveriş yapanlar, rahmetliden giyiniyorum tabirini kullanırlardı. Gülahmet Caddesi'ndeki bitpazarı tek katlı dar sokaklardan oluşan pazarın esnafı son derece görmüş geçirmiş ve ilgiliydi. Ahilik ve lonca teşkilatı terbiyesinden geçmiş gönlü zengin bir esnafı vardı. Giyim konusunda ne ararsan bulabilirdin. Ancak Erzurum Büyükşehir Belediye Başkanı Mahmut Uykusuz döneminde Erzurum kültürde yer etmiş, büyük izler bırakmış bu pazar yıktırılmış, yerine ruhsuz çok katlı bir iş merkezi yaptırmıştır" (Zeynal, 2022).

Erzurum Büyükşehir Belediye Başkanı Mahmut Uykusuz'un döneminde bitpazarındaki tek katlı baraka dükkânların yıktırılıp yerine iş merkezi yaptırılması kararlaştırılır. Bu sebepten yaklaşık 40 yıl mazisi bulunan bitpazarının yıkımına karar verilir. Böylece bitpazarı esnafı dükkânlarını boşaltarak çarşıdan ayrılır. İş yerleri yıkılan esnafın bir kısmı esnaflığı bırakır, bir kısmı Gülahmet Caddesi üzerinde, bir kısmı başka semtlerde işyeri açar, bir kısmı da Erzurum'dan göç eder.

Bitpazarının yerine yaptırılan çok katlı Yegenağa İş Merkezi'nde iş yeri açma düşüncesini birkaç esnaf dışında, pazar esnafı benimsenmemiş, bu alışveriş merkezinde

dükkân açanların bir kısmı da kısa bir zaman içerisinde işyerini kapatarak dükkânlarını başka bir yere nakletmiştir. Haftanın her günü açık olan bu tek katlı küçük basit dükkânlardan oluşan sabit bitpazarının yerine yaptırılan iş merkezi ile bitpazarının bu semtteki faaliyetleri de sona ermiş olur (Görsel 3.1.21.).

Görsel 3.1.21. Bitpazarının Yerine Yapılan Yegenağa İş Merkezi (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Gülahmet semtindeki bitpazarı, belediye tarafından yıktırıldıktan sonra kısa bir süre Gülahmet Caddesi üzerindeki otçular Çarşısı'nda faaliyetine devam etmiş (S.KK.18). Ancak buradan ayrılarak günümüzde kurulduğu pazar yerine taşınmıştır (Görsel 3.1.22.).

Görsel 3.1.22. Erzurum Bitpazarı Yıkıldıktan Sonra Yeni Yerine Geçene Kadar Kısa Bir Süre Faaliyet Gösterdiği Otçular Pazarı (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Yaptığımız araştırma neticesinde Erzurum Bitpazarının kurulduğu yerleşkeleri gösteren bir görsel tarafımızca hazırlanmıştır (Görsel 3.1.23.).

Görsel 3.1.23. Geçmişten Günümüze Erzurum Bitpazarı Yerleşkelerinin Havadan Görünümü (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Bitpazarı, kısa bir süre Mahallebaşı semtindeki Otçular Pazarı'nda faaliyet gösterdikten sonra ı buradan da Gülahmet Caddesi ile Tortum Yolu'nun kesiştiği alanın solunda, Mahallebaşı semtindeki Molla Sıddık Efendi Camisi'nin etrafında ve alaftarlar

için yatırılan çarşının sokak aralarında; sadece pazar günleri seyyar tezgâhlarda kurulmaya başalmıştır (Görsel 3.1.24.).

Görsel 3.1.24. Erzurum Bitpazarı Tezgâhları (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Eski bitpazarında tezgâh açan satıcıların bir kısmı yeni bitpazarında da tezgâh açmaya devam etmiştir. Ancak yeni bitpazarı artık Erzurum'da geçmiş dönemlerde kurulan bitpazarları gibi yerleşik bir pazar değildir. Sadece pazar günleri Mahallebaşı semtindeki yeni adresinde sokak aralarında iptidai olarak kurulan tezgâhlarında, 05.30 ve 13.00 saatleri arasında, kuzey-güney istikametinde faaliyet göstermektedirler.

Bitpazarının şehrin muhtelif semtlerinde kurulan semt pazarlarından farkı; semt pazarları sabah erken saatlerde açılır, akşama kadar devam eder. Sebze, meyve, kıyafet ve birkaç küçük ev aleti dışında farklı ürün çeşitleri bulunmaz; Bitpazarlarında ise gıda, ikinci el ürünler, kümes hayvanları hatta fidan satışı bile yapılmaktadır. Bitpazarları erkenden açılıp öğle saatinde erkenden kapanmaktadır.

Erzurum bitpazarının ürün çeşitliliği zengindir. Pazarda genel hatlarıyla yeni ve ikinci el kıyafet, ayakkabı, eşya, telefon, antika, hırdavat, nalburiye türünde ürünlerin yanı sıra hayvanlar ve gıda ürünleri de satılmaktadır. Pazarın bir düzeni ve şeması bulunmamakla birlikte her hafta pazarda tezgâh açan daimi pazarcıları yerleri bellidir. Pazarın devamlı satıcıları pazarda kendi yerlerini belirlemişlerdir ve her hafta aynı yerde; mevsimlik satıcılar da boş kalan alanlarda tezgâhlarını kurarlar. Pazarda ilk göze çarpan pazarın düzensiz oluşudur. Tezgâhlar kurulurken sağlık ve hijyen açısından bir araya gelmemesi gereken ürünlerin bulunduğu tezgahlar bir arada kurulmaktadır. Çok fazla dikkate almasalar da kendi içlerinden seçmiş oldukları bir başkanları da vardır.

Buna göre Erzurum Bitpazarının yerleşim planı kısaca şöyledir: Gıda sebze, meyve ve yöresel ürünler pazarın kuzey girişinde bulunur. Gıda ürünlerinin hemen yanında yeni kıyafetler, bu tezgâhların yanında ise kuzeyden güneye doğru sırasıyla, ikinci el eşya, hayvan, ciğer dürüm, çay, elektronik malzeme, hırdavat, ikinci el ayakkabı, kıyafet ve antika ürünler yer almaktadır (Görsel 3.1.25.)

Pazar tezgâhları ikinci el ürünler ile doludur. Pazarda kırık dökük malzemelerden tutun da nadide eşyaya kadar iğneden ipliğe kadar hemen her şey bulunmaktadır. İkinci el ürünler, pazar tezgâhlarındaki yerini almış, sessizce ve merakla misafir olacakları yeni sahiplerini beklemektedirler (Görsel 3.1.26.).

Satıcılar önceden almış oldukları ürünlerin bakımını yaparak satılacak hâle getirip tezgâhlarında sergilerler. Bitpazarı her kesimden insana hitap ettiğinden, pazarda herkesin ilgisini çekebilecek ürünler de bulunmaktadır. Pazar tezgâhlarında sergilenen ürünler kullanılmış olduklarından düzensiz bir şekilde bulunurlar. İnsanların aradıkları yahut hoşlarına gidebilecek ürünleri bulmaları bir hayli zaman alır. Pazar tezgâhları arasında gezen müşteriler büyük bir sabırla beğendikleri ürünleri seçerler.

Görsel 3.1.25. Erzurum Bitpazarı (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Görsel 3.1.26. Bitpazarındaki Horoz Meraklıları (Mustafa Yılmaz Arşivi)

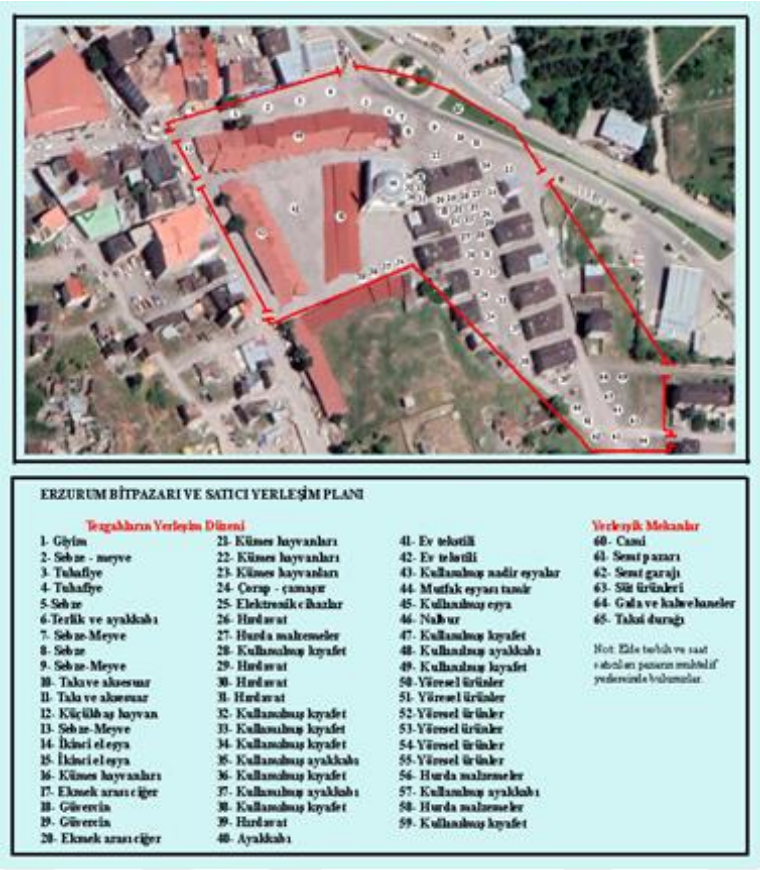


Bitpazarının meraklısına sürprizleri çoktur. İnsanın, yıllar öncesinde anılarında yer etmiş bir eşyayla, yıllar sonra karşılaşmasının duygusal bir tarafı da vardır. Kullanılmış eşyaların öncesinde onu kullanan bir sahibi olduğundan hareketle bu eşyaların kişiye özel bir tarih ve anı biriktirdiği de unutulmamalıdır. Kullanılmış eşyalar, bazı müşterilerin geçmişe dair anılarını, yaşanmışlıklarını ve hikâyelerini anımsatabilir. Tezgâhlarda göze çarpan basit bir obje insanı geçmişe götürüp zamanda yolculuk yaptırabilir. Bu nedenle bitpazarına çağrışım pazarı da diyebiliriz. Bir dönem çok değerli olan sonra sahibinin gözünden düşen ancak günümüzde yeniden değer kazanarak klasikleşen; günümüzde eşine az rastlanan yahut manevi değeri yüksek ürünleri bu tezgâhlarda bulmak mümkündür.

3.1.2. Erzurum Bitpazarı'nın Konumu

Erzurum Bitpazarı, şehrin doğusunda yer almaktadır. Gülahmet Caddesi'nin bitiminden başlayarak, Mahallebaşı Kapalı Semt Pazarı ve Semt Garajı'nın yanındaki bir zamanlar alaftarlar için yaptırılan altı dükkân üstü ev olan iki katlı birbirine benzer binaların bulunduğu sokaklarda kuzey-güney istikametinde kurulmaktadır. Konumu itibarıyla şehrin merkezinde ve ulaşılabilir bir noktadadır. Bitpazarına şehrin her tarafından otobüs ve minibüslerle ulaşılmaktadır (Görsel 3.1.27.).

Görsel 3.1.27. Erzurum Bitpazarı Satıcı Yerleşim Planı (Mustafa Yılmaz Arşivi)



3.1.3. Pazar Satıcıları

Her pazarda olduğu gibi bitpazarının kendine özgü dinamikleri ve satıcıları mevcuttur. Pazar esnafı genellikle yerel ekonominin önemli bir parçasıdır, çeşitli ürün ve hizmetleri tüketicilere ulaştırırlar. Yerelden almış olduğu ürünleri yine yerel müşterinin beğenisine sunarlar. Yerelde kurulan bitpazarının canlılığını ve çeşitliliğini sağlayan satıcılar, pazarın en önemli unsurlarındandır. Her bir satıcı, pazarda belirli bir ürün kategorisini temsil edecek şekilde branşlaşmıştır. Pazarda eski ikinci el kıyafet ve eşya satan satıcılarının yanında yeni ürün satıcıları da vardır (Görsel 3.1.28.).

Görsel 3.1.28. Erzurum Bitpazarı Tezgâhları (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Bazı satıcılar pazarda kendilerince bir tarz oluşturarak müşterilerine alışveriş deneyimleri sunarlar. Bazı satıcılar da sadece satışa odaklanır, müşterilerini beklerler. Her bir satıcının kendi geliştirdiği yahut yanında yetişmiş olduğu kişiden aldığı bir satış stratejisi vardır. Geleneksel bitpazarları bir arenadır. Esnaf ve müşteri bu arenada strateji geliştirerek çıkarlarını koruyarak bu alışveriş arenasından ayrılmak isterler. Satıcı, elindeki ürünü iyi bir fiyata satmak; müşteri de satılan malı en uygun fiyata almak için hünerlerini sergilerler. İyi bir satıcı karşısındaki müşteriyi iyi okuyan, ürünü beğenip beğenmediğini fark eden ve her müşteri için farklı bir strateji geliştirip ona göre hamle yapandır.

Bitpazarındaki satıcılar Erzurum'un diğer semtlerinde kurulan pazarlara göre daha sakin satış yaparlar. Müşteriyi tezgâha çekmek için sesli olarak türkü, mani söylemez; çığırtkanlık da yapmazlar. Satıcılar, müşterilerini tezgâhlarına çekmek için bağırmaz; bunun yerine uygun fiyatlı, kaliteli ürünler ve antika objeler ile müşteriyi tezgâhlarına çekerler. Sadece pazarın girişindeki sebze ve meyve satıcıları müşteriyi tezgâhlarına çekmek için çığırtkanlık yapar, türkü ve mani söyleyerek pazar dilini sonuna kadar kullanırlar.

Pazar satıcıları, ürünlerini yere açtıkları sergilerin üzerinde yahut biraz yüksekçe ayaklı tezgâhlarda sergilerken; bazı satıcılar da sınırlı sayıdaki ürünlerini elinde veya omuzunda sergiler.

Satıcı ile müşteri arasındaki en önemli diyalog pazarlıktır. Bitpazarında hiçbir ürünün etiketi yoktur, fiyatı marketlerdeki gibi önceden belli değildir. Satıcının aklında ürünle ilgili bir fiyat vardır. Ancak bu fiyat her an değişebilir. Bitpazarında satıcı ile müşteri ürünün değeri hakkında konuşurlar. Pazarlık, bitpazarlarının olmazsa olmazıdır (Görsel 3.1.29.).

Görsel 3.1.29. Erzurum Bitpazarında Pazarlık (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Pazarda nakit para kullanılır, kredi kartı kullanılmaz. Pazarda kullanılan bir diğer ödeme yöntemi geleneksel pazarlarda çokça kullanılmakta olan takas (trampa) yahut değiş tokuş yöntemidir. Bu yöntemde işlem sırasında bazen üste para alınır veya para verilir yahut para yerine geçebilecek ürün alınır veya verilir. Bazen de bire bir değişim yapılmakta bu şekilde yapılan alışverişte ürünün üzerine ne para alınır ne de verilir. Son yıllarda bitpazarında kullanılan ödeme yöntemlerinden birisi de internet bankacılığı üzerinden yapılan iban ile ödeme yöntemidir.

Bitpazarı satış yapan kimi satıcılar çok uzun bir süredir aynı pazarda satış yaptıklarından her hafta aynı yerde satış yaparlar. Bu nedenle kendilerine has sabit mekânları ve müşterileri bulunmaktadır. Bazı satıcılar pazara aralıklı olarak yanlarında getirdikleri ürünlerle birlikte gelirler. Pazarda kalıcı değillerdir. Geçici olarak pazarda bulunduklarından pazarda kendilerine ait belli bir yerleri yoktur. Bu satıcılar genellikle ucuz ve kaliteli ürün satarlar.

Bitpazarında daimi (devamlı) ve mevsimlik satıcı diye tabir edebileceğimiz iki grup satıcı vardır (Görsel 3.1.30.).

Görsel 3.1.30. Erzurum Bitpazarında İkinci El Ayakkabı Tezgâhı (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Daimi Satıcılar: Pazarda uzun yıllar ticari faaliyet gösteren her hafta tezgâhını aksatmadan pazarın aynı güzergâhında açan satıcılardır. Pazarın sürekliliği ve kurulan düzen içerisindeki rolleri büyüktür. Pazarda sürekli hizmet sunduklarından müşteri ile aralarında samimiyet ve buna bağlı olarak güven oluşur. Müşterilerini velinimet olarak bilirler. Müşterilerine mahcup olmamak için kaliteli ürün satmaya özen gösterirler. Müşteri memnuniyetine son derece önem verirler. Bu satıcılar genelde hep aynı ürünleri satarlar. Ürün satışında branşlaştıkları ve deneyim kazandıkları için sattıkları ürün hakkında yeterli bilgiye sahiptirler. Yıllardır hep aynı pazarda düzenli olarak ticaret yaptıkları için iletişimleri çok güçlüdür. Çok iyi pazarlık yaparlar, pazarlık yaparken müşterisini de kırmaz, onlara gereken indirimleri de yaparlar. Daimi esnaflar, genelde yeni veya ikinci el kıyafet, ayakkabı, eşya, hayvan satışı yaparlar. Sattıkları ürün

yelpazesi geniştir. Kendi tabirleri ile söylemek gerekirse "Paslı çiviyi bile satarlar" (KK.12). Satıcıların büyük bir kısmı Erzurumludur. Başka şehirlerden gelip Erzurum'a yerleşen kalıcı satıcılar da vardır. Bir veya iki satıcı hariç hepsinin cinsiyeti de erkektir. Bu satıcılar arasında emekliler de vardır. Bu satıcı grubunun bir kısmı ek iş olarak bitpazarında satış yapmaktadır. Ek iş olarak pazar günleri bitpazarında tezgâh açan, diğer günlerde kendi işinde çalışan satıcıların büyük çoğunluğu elektronik, hayvan ve hurda malzeme satışı yapmaktadır. Diğerleri ise pazar günü bitpazarında diğer günlerde yakın ilçe ve şehirlerin pazarlarında satış yapmaktadırlar. Bu satıcılar tamamen pazarcılık ile uğraşırlar. Bir de son yıllarda pazarın yabancı uyruklu satıcıları da vardır. Erzurum'da yaşadıkları için devamlı satıcılar arasında yer alırlar (Görsel 3.1.31.)

Görsel 3.1.31. Erzurum Bitpazarının Yabancı Uyruklu Satıcıları (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Mevsimlik (Dönemlik) Esnaf: Geçici bir süreliğine pazara gelerek beraberinde getirmiş oldukları ürünlerin satışını gerçekleştiren satıcı grubudur. Pazarda en az bir en fazla altı ay satış yaparlar. Genelde Adana ve Gaziantep gibi şehirlerden gelirler. Pazara bol, çeşitli ve müşterilerin beğenebileceği ürünleri getirerek pazarın içeriğinin zenginleşmesine katkıda bulunurlar. Genellikle ikinci el kıyafet, ayakkabı ve aksesuar türünde satış yaparlar. Böylece pazara ekonomik hareketlilik katarlar.

Pazarın geçici satıcıları arasında ülkemizin farklı şehirlerinden gelen satıcıların yanı sıra Gürcistan'dan gelen yabancı uyruklu satıcılar da bulunmaktadır. Yabancı uyruklu satıcılar pazarda genellikle aksesuar ve takı satışı gerçekleştirirler. Kendilerine özel müşterileri vardır. Bu satıcılar pazara geldiklerinde pazarın müşteri sayısında gözle görülür artış yaşanmaktadır. Pazardaki müşterilerine bol çeşitli alışveriş ortamı ve deneyimi sunarlar. Bu satıcılar da daimi satıcılar gibi haftanın diğer günleri başka ilçe ve yakın şehirlerin pazarlarına giderek satış yaparlar.

Bitpazarına gelen geçici satıcılar genellikle bahar ve yaz aylarında pazara gelir, satışlarını yapar sonra da memleketlerine dönerler. Geçici esnaf arasında az da olsa kış aylarında pazarda tezgâh açanlar da bulunmaktadır. Evinde kullanmadığı ikinci el bir ürünü veya ürünleri, hayvanları pazara getirip satan satıcılar da pazarın geçici satıcıları arasında yer alırlar. Bitpazarında, satıcılar müşteri; müşteriler de satıcı olabilirler.Geçici satıcıların pazarda bulunuyor olması pazarın sürekliliği açısından da son derece önemlidir. Bu satıcılar pazar günleri tezgâh açtıkları Erzurum Bitpazarının dışında haftanın diğer günlerinde de yakın il ve ilçelerde de tezgâh açmaktadırlar. Bu satıcılar genellikle aile olarak pazarcılık yaptıklarından genellikle kadın ve erkek satıcıların sayısı eşittir.

3.1.4. Satıcı Türleri

Bitpazarlarında antika eşyalardan ikinci el kıyafetlere, kümes hayvanlarından elektronik cihazlara kadar pek çok farklı ve ilgi çekici ürün sergilenmektedir. Ürün çeşitliliğini satıcılar ve müşterilerin ihtiyaçları belirlemektedir. Çoğu satıcı, belirli ürün gruplarında k hem uzmanlaşır hem de bu sayede pazarda güvenilir bir yer edinir. Uzmanlaştıkları ürünlerde kalite ve farklılık sunarak, pazarda kendince bir kimlik oluşturur. Bitpazarındaki ürün çeşitliliği, satıcı gruplarının da oldukça fazla olmasını sağlar. Pazardaki satıcılar uzmanlaştığı ürünleri tezgâhlarında sergileyerek müşterilerini beklerler.

3.1.4.1. Giyim-Kuşam ve Konfeksiyoncular

Bitpazarını diğer pazarlardan ayıran en belirgin özellik, pazarda ikinci el ürünlerin satılıyor olmasıdır. Kıyafetler de en çok satılan ikinci el ürünlerdendir. Bu nedenle bitpazarlarının en çok tezgâh açan satıcı grubu kıyafet satıcılarıdır (Görsel 3.1.32.).

Görsel 3.1.32. Erzurum Bitpazarında Pantolon Satıcısı (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Kıyafet tezgâhlarda pazarlık ön plandadır. Pazar folklorunu oluşturan satıcı ve müşteri dili bu tezgâhlarda sıkça görülmektedir. Kıyafet satıcılarını yeni ve ikinci el kıyafet satan satıcılar olmak üzere iki grupta inceleyebiliriz:

a) Yeni Kıyafet Satıcıları: Bu esnaf grubunun bir kısmı, bitpazarının başlangıcı olan Gülahmet Caddesi üzerinde; bir kısmı da pazarın orta kısmında tezgâh açar. Tezgâhlarında kadın, erkek ve çocuklar için elbise, tişört, gömlek, pantolon, etek, ceket, palto, mont, kazak, şort, çorap, çamaşır gibi ürünleri satarlar. Geçimlerini pazarcılıktan sağladıkları için bu satıcı grubu pazar günü dışındaki günlerde şehrin muhtelif semtlerinde ve ilçelerinde kurulan pazarlarda tezgâh açarak yaşamlarını devam ettirirler. Pazara geçici olarak başka şehirlerden gelip ihraç fazlası ürün satışı yapan satıcılar da mevcuttur.

b) Kullanılmış Kıyafet Satıcıları: Bu satıcıların bir kısmı pazarın ortasında tezgâh açarken bir kısmı da pazarın güney yönündeki açık alanda tezgâhlarını açarlar. Çoğunluğun yerli satıcılardan oluştuğu bitpazarında başka şehirlerden gelip geçici olarak tezgâh açan esnafın sayısı da bir hayli fazladır. Tezgâhlarında mevsimine göre, tişört, gömlek, ceket, pantolon, elbise, kazak, yelek, etek, palto, mont, kayak montu gibi ürünler satılır. Kıyafet tezgâhlarında aynı zamanda kullanılmış bot ve ayakkabı satışı da yapılır. Ürünlerin fiyatları uygun olduğundan genellikle geçiş mevsimlerinde kullanılmış kıyafet ve ayakkabı tezgâhları pazarın en işlek ve kalabalık tezgâhları arasında yer alır. Bu satıcılar bitpazarının dışında, haftanın diğer günleri Erzurum'un merkez ilçeleri dışında kalan diğer ilçelerde ve yakın illerde kurulan pazarlarda tezgâh açarlar.

3.1.4.2. Yöresel Ürün Satıcıları

Pazarın Karskapı Caddesi üzerinden başlayarak Molla Sıddık Efendi Camisi'nin doğu duvarının bitişiğine kadar yöresel ürün satıcıları tezgâh açmaktadırlar. Mevsime göre farklı ürün satışı yaparlar genelde Peynir, lor, tereyağı, bal, pekmez, kuru fasulye, nohut, pirinç, zeytin, zeytinyağı, üzüm yaprağı, bamya gibi yöresel ürünlere tezgâhlarında yer verirler. Bu satıcılar genellikle yerli satıcılardır.

Görsel 3.1.33. Erzurum Bitpazarı ve Yöresel Ürün Tezgâhları (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Şehir dışından gelerek yöresel ürünlerini satmak üzere pazara getiren satıcılar da vardır. Başka şehirlerden almış olduğu yahut kendi ürettiği ürününü birkaç haftalığına

bitpazarına getirerek satmaya çalışan dönemlik satıcılarının yanında daimi satıcıları da vardır. Bu satıcı grubu şehrin muhtelif pazarlarında da tezgâh açmaktadır. Satılan ürünlerde pazarlık payı çok azdır (Görsel 3.1.33.).

3.1.4.3. Sebze ve Meyve Satıcıları

Bitpazarlarında, genelde yeni yahut ikinci el kıyafet ve eşyalar satıldığı bilinmekle beraber; pazarda sayıları az da olsa sebze ve meyve satıcıları da bulunmaktadır. Pazarın Karskapı Caddesi'nin Tortum Yolu Caddesi'ne bağlandığı noktada (Pazar kurulduğu için yol trafiğe kapalıdır) tezgâhlarını açarlar. Bu satıcılar pazarın kalıcı satıcılarındandır. Pazarcı dilinin çok gelişmiş olduğu bu tezgâhlarda müşterilerini tezgâhlarına çekmek için çığırtkanlık yaparlar; türküler, maniler söylerler. Bu nedenle pazarın en gürültülü kısmı burasıdır. Genelde mevsimin gerektirdiği ürünleri satarlar. Tezgâhlarında domates, salatalık, havuç, turp, lahana, yeşil fasulye, soğan, patates, biber, patlıcan gibi sebzelerin yanında; karpuz, kavun, vişne, kiraz, üzüm gibi meyveleri de satarlar. Pazarlık yoktur, tek fiyat üzerinden satış gerçekleştirirler (Görsel 3.1.34.).

Görsel 3.1.34. Erzurum Bitpazarında Sebze, Meyve Tezgâhları (Mustafa Yılmaz Arşivi)



3.1.4.4. Yiyecek- İçecek Satıcıları

Molla Sıddık Efendi Camisi'nin doğu yönüne kalan kısmında kümes hayvanı satıcılarının hemen bitişiğinde iki ciğer dürüm tezgâhı bulunur. Bu esnaf sabah erkenden ürününü hazırlar ve satışa sunar. Pazara sadece ciğer dürüm yemek için gelen lezzet avcıları da vardır. Bu tezgâhların hemen yanı başında bir de seyyar tezgâhta odun ateşinde semaver çayı demleyip satan pazarın çaycısı bulunmaktadır. Bu satıcılar pazarın kalıcı satıcılarındandır bu nedenle kendilerine özel müşterileri vardır. Sadece pazar günleri bitpazarında satış yaparlar. Bu işi ek iş olarak yapmaktadırlar. Kamu kurumunda çalıştıklarından diğer günler de asıl işleri ile meşgul olurlar (Görsel 3.1.35.).

Görsel 3.1.35. Bitpazarı ve Ciğer Dürümcü (Mustafa Yılmaz Arşivi)



3.1.4.5. Hırdavatçılar

Pazarda tezgâh açıp yapı malzemeleri, aletler, ev ve bahçe ekipmanları satarlar. Genellikle pazarın orta kısmında tezgâh açar, müşterilerini beklerler. Tezgâhlarında genellikle el aletleri, makinalar, yapı malzemeleri, elektrik aydınlatma malzemeleri, bahçe malzemeleri, boya ve boya malzemeleri, araba ve bisiklet aksesuarlarına hırdavat tezgâhlarında sıkça rastlanmaktadır. Satılan ürünleri örneklendirecek olursak tornavida, balyoz, balta, keski, çekiç, kerpeten, pense, pense setleri, keski, el alet setleri, lokma setleri, anahtar takımları, silikon tabancaları testere, matkap, vida sıkma makinaları,

spiral makinaları ve setleri vb. ürünlerdir. Şehrin muhtelif pazarlarında da tezgâh açmaktadır. Ürünlerinde pazarlık payı vardır (Görsel 3.1.36.).

Görsel 3.1.36. Erzurum Bitpazarı ve Hırdavatçılar (Mustafa Yılmaz Arşivi)



3.1.4.6. Antikacılar

Pazarın güney yönündeki meydanda satış yaparlar. Pazarda eskiden çok daha fazla antika ürün sergilenmekteyken günümüzde çok azalmıştır. Bu nedenle pazarda nadide eşyalara rastlamak eskisi kadar kolay değildir. Bir takım nadide objelere rastlamak büyük bir şanstır.

Görsel 3.1.37. Erzurum Bitpazarı-Antikacı (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Radyolar, teypler, video oynatıcıları, kasetler, pikaplar, plaklar, gaz lambaları, geçmiş yıllara ait paralar, ibrikler, güğümler, bakraçlar, saatler, duvar halıları, videokasetleri bitpazarında satılan antika ürünler arasındadır. Bu satıcılar sıkı pazarlık yaparlar. Ürünleri için belli fiyatları yoktur, fiyatlar müşteriye göre değişebilir. Bu işi ek iş olarak yaptıklarından sadece pazar günleri bitpazarında satış yapmaktadırlar (Görsel 3.1.37.).

3.1.4.7. Canlı Hayvan/Malzeme Satıcıları

Bitpazarındaki hayvan satıcılarının büyük çoğunluğu girişte ciğer dürüm tezgâhlarının hemen yanındaki boş alanda, bir kısmı da Tortum Caddesi üzerindeki yeşil alanda bulunurlar (Görsel 3.1.38.).

Görsel 3.1.38. Erzurum Bitpazarı ve Kuşbazlar (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Hayvan tezgâhları pazarın en çok ilgi çeken tezgâhlarındandır. Bu nedenle bu satıcı tezgâhlarında müşteri yoğunluğu yaşanır. Yaz, kış meydanda basit bir şekilde yaptıkları sandık tipi kafesler içerisinde kanatlı hayvan satışı yapan kalıcı satıcıların yanında; yetiştirmiş olduğu evcil hayvanını satmaya getiren çok fazla geçici satıcıları da vardır. Tezgâhında en çok hayvan bulunduran Durmuş Özoltulular, Mahallebaşı semtinde ayrıca kümes hayvanları ve kafes kuşları üzerine dükkânı olduğundan, pazar günleri de sadece bitpazarında diğer günler de dükkânında satış yapmaktadır. Ayrıca resmiyeti olmasa da pazarın başkanıdır. Her ne kadar belediyenin ilgilenmediğinden, düzensizlikten şikâyet etse de pazardaki kalıcı esnaf tarafından pazarın düzenini sağlamakla görevlendirilmiştir (S.KK.17). Hayvan satıcıları sadece bitpazarında satış yaparlar, bunun dışında mezat satışları da vardır. Hobi olarak yetiştirdiği hayvanlardan bir kısmını satmak için pazara getiren satıcılar da vardır. Bu satıcı grubunda takas usulü ile satış da yapılmaktadır. Pazar dilinin çokça kullanıldığı, hareketli pazarlıkların yapıldığı pazarın canlı tezgâhlarıdır. Hayvan satıcılarının bulunduğu pazarın bu kısmı da hayvan meraklılarının buluşma noktasıdır. Özellikle bahar ve yaz aylarında satılan hayvan sayısında gözle görülür oranda artış yaşanmaktadır. Pazarda özellikle paçalı taklacı güvercin, muhabbet kuşu, horoz, tavuk, civciv, kaz, ördek ve az da olsa koyun, keçi satılmaktadır. Bu tezgâhlarda hayvanın satış fiyatı belli değildir, pazarlık payı oldukça fazladır ve müşterinin pazarlık yeteneğine göre son fiyat bulunmaktadır.

Bu tezgâhlarda hayvan satışının yanında hayvanların bakımı için gerekli olan araç gereçler, yem ve vitamin satışı da yapılmaktadır.

3.1.4.8. Kasaplar/Balıkçılar

Alım gücünün düşük olduğu, et fiyatlarının çok zamlandığı dönemlerde pazarda hijyenik olmamakla birlikte seyyar olarak kırmızı et satışı da yapılmaktadır. Bu satıcılar hayvanı başka bir yerde kesip parçaladıktan sonra pazara getirip satarlar. Erzurum'da Karasu, Aras nehirlerinde ya da Kuzgun Gölü'nde yakalamış oldukları balıkları pazara getirip satan balıkçılar da vardır. Bu satıcı grubu genelde sonbahar ya da kış aylarında devamlı olmamak kaydıyla aralıklı olarak yakaladıkları balıkları pazara getirerek satarlar. Bu satıcılar pazarın geçici satıcılarındandır. Ürünlerini tek fiyat üzerinden satarlar, müşterilerine pazarlık şansı tanımazlar (Görsel 3.1.39.).

Görsel 3.1.39. Erzurum Bitpazarında Balıkçılar (Mustafa Yılmaz Arşivi)



3.1.4.9. Elektronikçiler

Pazarın orta yerindeki hayvan satıcılarının hemen güney kısmında tezgâh açarlar. Genellikle flash disk, radyo, hoparlör, şarj cihazı, tıraş makinası vb. malzemelerin satışı yapılmaktadır. Elektronikçilerin yan tarafında aralıklı da olsa ikinci el telefon satışı yapan birkaç satıcı da bulunur. Bu satıcılar alışverişlerinde takas yöntemini de kullanırlar.

Görsel 3.1.40. Erzurum Bitpazarı ve Elektronikçiler (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Bu tezgâhlarda pazarlık yapılmadan satış gerçekleşmez. Elektronik satışı ile uğraşanların bir kısmı kamuda çalıştığından sadece pazar günü tezgâh açmakta, bir kısmı da sırf bu işle ilgilendiği için diğer günlerde de başka ilçelerin pazarlarında satış yapmaktadırlar (Görsel 3.1.40.).

3.1.4.10. Mobilya/Beyaz Eşya Satıcıları

Pazarın ikinci el satıcılarının bir kısmı, Karskapı Caddesi'nin Tortum Yolu Caddesi ile kesiştiği yerin hemen yanı başındaki depo olarak kullanılan işyerlerinin bir kısmında; bir kısmı da pazarın güneyindeki boş alanda mallarını sergilemektedirler. Halı, koltuk, mobilya, masa, sandalye, ocak, fırın, çamaşır makinası, bulaşık makinası, buzdolabı, küçük ev aletleri gibi ikinci el eşyaların satışını yapmaktadırlar. Bu satıcılar pazarda hem alıcı hem de satıcı rolündedirler. Pazara dışardan getirilen ikinci el ürünleri satın alırlar. Ürünün tamire ihtiyacı yok ise, hemen; ihtiyacı var ise, tamir ettirdikten sonra satışa çıkarırlar. Pazarlıkların sıkı yapıldığı bu tezgâhlarda satıcılar pazarın devamlı satıcılarındandır. Ancak bazen kullanmadığı ürünü kendisi pazara getirip satmaya çalışan geçici satıcılar da mevcuttur. Bu satıcıların bir kısmının pazarın kurulduğu alanda işyeri olduğundan haftanın diğer günlerinde de satış yapmaktadırlar (Görsel 3.1.41.).

Görsel 3.1.41. Erzurum Bitpazarında Sergilenen İkinci El Eşyalar (Mustafa Yılmaz Arşivi)



3.1.4.11. Tespih/Saat/Aksesuar Satıcıları

Bu satıcıların pazarda belli bir mekânda açmış oldukları kendilerine has tezgâhlarında ürünlerini satmaktadırlar. Bu satıcıların çoğunluğu başka şehirlerden gelen satıcılardır. Haftanın geriye kalan günlerinde ise şehirde veya ilçelerde kurulan diğer pazarlarında tezgâh açarlar. Ayrıca çarşı veya kahvehaneleri dolaşıp, ürünlerini pazarlayarak geçimlerini kazanırlar. Satıcıları genellikle kadınlardan oluşmaktadır. Onları şehrin hemen her yerinde görmek mümkündür. Satmış oldukları ürünler çoğunlukla sıradan ürünlerden oluşurken bazen değerli ürünler de satarlar. Pazarlık payı vardır. Ürünün fiyatını müşterinin pazarlıktaki mahareti belirler (Görsel 3.1.42.).

Görsel 3.1.42. Erzurum Bitpazarı-Aksesuarcı (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Bitpazarında elde saat ve tespih satan satıcılar da vardır. Bu satıcılar ellerindeki teşbih ve saatleri dolaşarak satarlar (Görsel 3.1.43.).

Görsel 3.1.43. Erzurum Bitpazarı - Tespihçiler (Mustafa Yılmaz Arşivi)



3.1.4.12. Tütün/Sigara Satıcıları

Pazarda çok az da olsa tütün ve tütün mamulleri satan satıcılar da bulunmaktadır. Tütün ürünleri satan satıcılar pazarda aralıklı olarak satış yapmaktadır.

3.1.4.13. Hurdacılar

Kullanılmış hurda hâlde bulunan genellikle demirden yapılmış alet ve malzemeleri pazara getirerek yere yaydıkları örtünün üzerinde satarlar. Genellikle pazarın yan tarafında bulunan Molla Sıddık Efendi Camisi'nin kıble tarafındaki boş

alanda ürünlerini sergilerler. Her hafta olmasa da satacağı malzemeleri topladıkça pazara gelirler. Bu satıcılar sadece bitpazarında tezgâh açmaktadırlar (Görsel 3.1.44.).

Görsel 3.1.44. Erzurum Bitpazarı-Hurdacılar (Mustafa Yılmaz Arşivi)



3.1.4.14. Ev Dekorasyonu Satıcıları

Bu satıcılar daha çok pazarın güneyinde bulunan tepenin önünde tezgâh açarlar. Perdeden güneşliğe, battaniyeden kilime, biblodan vazoya, avizeden eskitme lambalara kadar müşterilerine ürün çeşitliliği sunarlar (Görsel 3.1.45.).

Görsel 3.1.45. Erzurum Bitpazarında Alışveriş (Mustafa Yılmaz Arşivi)



3.1.4.15. Ayakkabı Satıcıları

Bitpazarlarında yeni ayakkabı satan satıcılar tezgâhlarını genellikle pazarın orta kısmında açarlar. Bu tezgâhlarda kadın, erkek ve çocuk ayakkabıları sergilenir. Alım gücünün düşük olduğu dönemlerde bu tezgâhlar çokça rağbet görmektedir. Günlük kullanım için uygun olan ayakkabı, botların yanı sıra spor ayakkabılar, klasik ayakkabılar, outdoor ayakkabılar çokça satılmaktadır.

Görsel 3.1.46. Erzurum Mahallebaşı Bitpazarı-Ayakkabıcılar (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Ünlü markaların taklidi olan kullanılmamış ayakkabıların da özel müşterileri vardır. Markalı ürünler sabahın erken saatlerinde çabucak satılır. Ayakkabı satıcıları şehrin diğer semtlerinde veya ilçelerindeki pazarlarda da tezgâh açarlar.

Kullanılmış ayakkabı satıcıları da pazarın orta kısmında mevsime göre yazlık yahut kışlık ayakkabı satarlar. Bitpazarı dışında başka bir yerde satış yapmazlar. Bu satıcılar pazarın daimi satıcılarındandır.

3.1.4.16. Fidan Satıcıları

Bahar aylarında pazarın doğu tarafından geçen Tortum Yolu Caddesi'nin kenarında nisan, mayıs, haziran, aylarında satışlarını gerçekleştirmektedirler. Bu nedenle pazarın geçici satıcıları arasında yer alırlar.

3.1.5. Bitpazarı Müşterileri

Bitpazarları, müşterilerine ucuz ve geniş ürün yelpazesi sunar. Pazara gelen müşterilerin geneli, öncelikle pazarı gezer, sonra ihtiyacı olduğu yahut ilgi duyduğu ürünlerin bulunduğu tezgâhları kontrol eder, sonra beğendiği bir ürün var ise bu ürünün diğer beğendiği ürünlerle mukayesesini yapar. Aklına yatarsa o ürünü almak için satıcı ile çetin bir pazarlığa girişir (Görsel 3.1.47.).

Görsel 3.1.47. Erzurum Bitpazarında Alışveriş (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Bitpazarının işçi, memur, emekli, esnaf, tüccar, çiftçi, üniversite öğrencileri ve her kesimden müşterileri vardır. Bitpazarlarında her türden ürün satılabiliyor olması, tezgâhların pazar içerisindeki yerleşiminin bir düzen dahlinde olmaması, aynı türdeki ürünlerin sergilendiği tezgâhların bir arada olmaması; alışveriş yapan müşterilerin alacağı ürün için pazarı tamamen dolaşması gerekir. Bu durum pazar için avantaj, müşteri için dezavantajdır. Müşteri alacağı ürünü bulabilmek için pazarın her tarafını dolaşır.

Erzurum Bitpazarında alışveriş yapan müşterilerin büyük çoğunluğu erkeklerden oluşmaktadır. Pazara alışveriş için gelen kadınların sayısı oldukça sınırlıdır. Pazar ortamının sağlık ve hijyen koşullarından uzak olması, bitpazarında satılan ürünlerin büyük çoğunluğunun erkeklere hitap etmesi, pazardaki satıcıların çoğunluğunun erkek olması gibi nedenlerden dolayı kadınlar, semt pazarları kadar bitpazarlarına ilgi göstermezler (M.KK.1).

Bir kısım bitpazarı müşterileri, pazara ihtiyaçlarını gidermek için gelir. İhtiyaçlarına odaklanmış olduklarından, pazardaki diğer ürünler ile pek ilgilenmezler, sıkı pazarlıkçıdırlar.

Bir kısım bitpazarı müşterileri de fırsat avcısıdır. Bu müşteriler kaliteli ürünü ucuza alabilmek için devamlı olarak pazara gelirler. Tezgâhlardaki fiyatları karşılaştırır ve en uygun fiyatlı ve kaliteli ürünleri ucuza almak için sıkı pazarlık yaparlar. Bu müşteriler uygun fiyatlı bir ürüne rastlamazlar ise pazardan alışveriş yapmadan dönerler.

Bir kısım müşteriler de bitpazarında gezmeyi alışkanlık hâline getirmişlerdir. Bu müşteriler için tezgâhlar arasında dolaşmak, satılan ürünleri seyretmek, satıcılar ile konuşmak onlar için çok değerlidir. Bu müşteriler için pazar gezintisi önemli bir bir sosyal etkinliktir.

İkinci el kılık kıyafet ve ayakkabı almak için pazara gelen müşteriler de vardır. Bu müşteri grubundakiler genelde dar gelirlidirler, ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılmış uygun fiyatlı olan bu kıyafet ve ayakkabıları bütçeleri oranında alırlar.

İkinci el mobilya, beyaz eşya, mutfak eşyası, dekoratif obje ve evcil hayvan satın almak isteyen müşteriler sabahın erken saatlerinde bir umut pazara gelirler (Görsel 3.1.48.).

Görsel 3.1.48. Erzurum Bitpazarının Güvercin Tezgâhları (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Pazarın müşterileri arasında hayvan merakı olan müşteriler de bulunmaktadır. Bitpazarı bu müşteriler için çok kıymetlidir. Çünkü bu müşteriler kendileri gibi hayvan hobisi olan diğer meraklılarla bir araya gelip güvercin, süs tavuğu, horoz merakı olan hayvanları seyreder, hayvanlara yorum yaparlar. Alışveriş yapmasalar da bu ortamda olmaları, hoşça vakit geçirmeleri kendileri için yeterlidir. Bu grupta yer alan müşterilerin, satıcı rolleri de vardır. Nakit kullanarak alışveriş yaptıkları gibi, beğendiği hayvanları kendi hayvanları ile takas ederek de alışveriş yapabilirler.

Pazarın alet edevat meraklısı olan müşterileri de vardır, bu müşteriler genellikle hırdavat tezgâhlarında alışveriş yaparlar. Pazarın antika meraklısı müşterileri de vardır. Az da olsa satışa sunulan antika eşyalar, el yapımı ürünler ve nadir bulunan parçaların tezgâhlarda yer alması; koleksiyoncular ve antika meraklıları için bitpazarı cazip hâle gelmiştir.

Pazara yöresel ve organik ürün almak için gelen müşteriler; pazar tezgâhlarındaki pekmez, bal, tereyağı, peynir, lor, kuru fasulye, mercimek, zeytinyağı, üzüm yaprağı gibi ürünlerden alırlar (Görsel 3.1.49.).

Lezzet meraklıları da bitpazarı lezzeti olan ciğer dürüm yemek için pazar günü bitpazarına gelirler. Bu müşteriler için pazardan alışveriş yapmak ikinci plandadır (Görsel 3.1.50.).

Görsel 3.1.49. Erzurum Bitpazarının Yöresel Ürün Tezgâhları (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Görsel 3.1.50. Erzurum Bitpazarı Sokak Lezzetleri (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Ayrıca müşterilerin pazara geliş sıklığına göre, onları daimi ve geçici olarak iki grupta inceleyebiliriz:

Daimi müşteriler: Her hafta pazar günü hemen hemen aynı saat aralığında düzenli olarak bitpazarını ziyaret eden müşteriler, pazarın daimi müşterileri arasında gösterilirler. Onların bitpazarı ziyaretlerine kar, yağmur, soğuk, sıcak engel olamaz. Bu

müşteriler için bitpazarını gezmek yahut alışveriş yapmak tutku hâline dönüşmüştür. Bitpazarı; bu müşteriler için alışveriş yapmanın ötesinde, can sıkıntısını gidermek üzere yapılan bir sosyal etkinliktir. Daimi müşterileri pazara çeken önemli etkenler arasında; bitpazarlarının sunduğu ucuzluk ve ekonomik fırsatlar, ürün çeşitliliği, pazardaki sürpriz ürünler, antika ürünler, bitpazarı alışkanlığı, hayvan merakı, yiyecek içecekler, sosyal ve kültürel etkinlik, pazarlık şansı olarak gösterilebilir (Görsel 3.1.51.).

Görsel 3.1.51. Erzurum Bitpazarının Mevsimlik Satıcıları (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Dönemlik/mevsimlik Müşteriler: Bu müşteriler yılın belli zamanlarında ya da özel günlerde, mevsim geçişlerinde ihtiyaçları doğrultusunda pazara gelirler. Pazar alışkanlıkları yoktur, ihtiyaçlarını gidermek üzere pazara gelip alışveriş yaparlar. Pazarın çekiciliğine göre müşterinin pazara gitme oranı artar yahut azalır.

Görsel 3.1.52. Erzurum Bitpazarında Sergilenen El Emeği Göz Nuru Ürünler (Mustafa Yılmaz arşivi)



Dönemlik müşterileri pazara çeken en önemli unsurlar ucuzluk ve mevsimsel ihtiyaçlardır. Daimi müşteriler gibi pazarı en ince ayrıntısına kadar dolaşma alışkanlıkları yoktur. İhtiyaçları olan ürünleri temin ettikten sonra pazardan ayrılırlar. Bazen de ilgilerini çeken el emeği ürünleri uygun fiyata alırlar (Görsel 3.1.52.).

3.2. ERZURUM BİTPAZARINA DAİR DÜŞÜNCELER

3.2.1. Satıcı Görüşleri

Erzurum Bitpazarında her kesimden insana hitap eden, uygun fiyat, bol ve çeşitli ürünler bulunmasına rağmen, son üç yıldır pazarın iş hacmi oldukça düşüktür. Bunun sebepleri arasında halkın alım gücünün düşmesi ve AVM'lerin açılması gösterilebilir. (S.KK.1, S.KK.19). Bitpazarı eski kalabalık günlerinden çok uzaktadır, müşteriler de eskisi kadar pazara rağbet etmemektedir. Bitpazarına en çok ilgi gösteren ve pazardan en çok alışveriş yapan kesim çiftçilerdir. Çiftçiler; yaz aylarında bağ, bahçe, tarla işleri ile ilgilendiğinden pazara gelemezler, bu nedenle yaz mevsiminde pazarda satışlar düşüktür. Köylünün yokluğu pazarın hemen her tezgâhında kendini hissettirmektedir. Bu işi ek iş olarak yapan satıcıların bir kısmı emekli olmuş, bir kısmı devlet kurumunda veya özel sektörde çalışmaktadır. Bitpazarındaki satıcıların bir kısmının da geçim kaynağı pazarcılıktır, bu işi yaparak geçinirler. Hepsinin de ortak noktası geçimlerini bu pazardan sağlamalarıdır (S.KK.1, S.K1.2, S.KK.7). Bitpazarının; olumsuz iklim şartlarından etkilenmeden alışveriş yapılabilen, üzeri kapalı, altyapı problemi olmayan, tezgâhların bile hazır hâlde bulunduğu, modern bir görünüme kavuşması gerekmektedir. Pazarın bu hâli, özellikle Erzurum'un iklim şartları da göz önünde bulundurulduğunda iklim şartlardan dolayı müşterinin pazara gelememesi iş hacmini çokça düşürmektedir. Satıcı ve müşteri dışında tezgâhlardaki ürünler bile pazarın olumsuz durumundan etkilenmektedir (S.KK.1, S.KK.2, S.KK.4, S.KK.5, S.KK.12, S.KK.15, S.KK.16, S.KK.17, S.KK.18).

Erzurum bitpazarında tezgâhların kurulacağı yerler belli değildir. Birbirleri ile yan yana bulunması gereken ürünlerin bir arada bulunması sağlık açısından sakıncalı durumlar doğurmaktadır. Pazar belediye tarafından düzenlenmediğinden, satıcılar da bu düzensizlikten yakınırlar (S.KK.17, S.KK.18). İsteyen istediği yerde tezgâh açmamalı, her satıcının tezgâhını kuracağı bir yeri olmalıdır. Satıcılar bu konuda yetkililerin

herhangi bir önlem almadığından şikâyetçidirler. Bu nedenle pazarda kurulacak tezgâhların nerede olacağına dair bir plan oluşturulmalı, satıcılar da tezgâhlarını oluşturulan bu plana göre tezgâhlarını kurmalıdır. Aynı zamanda hangi ürün grubunun nerede tezgâh açacağı belediye tarafından düzenlenirse müşterilerin ürünlere erişimi kolaylaşırken pazara kurumsal bir kimlik kazandırılmış olur. Satıcılar ise buna karşılık yetkilerin pazara yaklaşımlarının olumsuz olduğundan ve kendilerini dinlemediklerinden söz ederler (S.KK.17).

Pazarda satılan gıda ürünleri de sağlıksız ve hijyenden yoksun bir ortamda sergilenmesi, bir arada bulunmaması gereken tezgahların da yan yana hatta iç içe olması sağlık ve hijyen açısından son derece sakıncalıdır. Mesela hayvan satıcıları ile yiyecek içecek satıcıları bir arada bulunmamalı, bu ürünler ayrı mekânlarda sergilenmelidir. İsteyen herkesin kafasına göre, canının istediği yerde tezgâh açmamalı, bu durumun pazarda huzursuzluk doğurduğu, bu huzursuzluktan müşteri, pazar esnafının yanında, satılan ürünlerin bile etkilendiği bilinmektedir. Erzurum Büyükşehir Belediyesi tarafından bitpazarında düzenleme yapılmalıdır (S.KK.1, S.KK.2, S.KK.6, S.KK.11, S.KK.17, S.KK.18). Modern bir bitpazarında satış yapmak aslında pazardaki satıcıların hepsinin dileğidir (Görsel 3.2.1.).

Görsel 3.2.1. Modern Pazar Yeri Örneği (URL 25)



Pazarın başka şehirlerden gelerek pazarda tezgâh açan mevsimlik satıcıları da vardır. Bu satıcılar açmış oldukları tezgâhlarında bol ve çeşitli ürün satışı yaparlar. Böylece pazara müşteri çekerek pazarın canlılığına katkıda bulunurlar. Mevsimlik satıcılar bazı devamlı satıcılar tarafından velinimet olarak görülür (S.KK.12). Bazı devamlı satıcılar, rekabetin satışlarını düşeceği endişesiyle mevsimlik esnafın pazarda satış yapmasına sıcak bakmazlar (S.KK.11, S.KK.12). Pazar modern görünüme kavuşursa bitpazarı olmaktan çıkabileceği görüşünde olan gelenekçi satıcılar da vardır. Bu görüşü savunanların çoğu mevsimlik satıcılardır. Pazarın bugünkü iptidai görüntüsünden memnundurlar. Genelde Adana, Gaziantep gibi güney illerden gelerek pazarda tezgâh açarlar (S.KK.8, S.KK.9).

Yere sergi açıp bu sergiyi tezgâh olarak kullanan satıcılar, özellikle pazar bittikten sonra çok zorluk çekerler, sergilerini toplarken gerek ürünler gerekse kendileri toz, toprak içerisinde kalırlar. Sattıkları ürünlerin tozdan, rüzgârdan, yağmurdan, kardan etkilenmeyeceği sabit tezgâhı ve altyapısı olan bir pazar arzulamaktadırlar (S.KK.11).

3.2.2. Müşteri Görüşleri

Bitpazarında uygun fiyatlarla ürün satılmaktadır. Özellikle ekonominin kötü olduğu dönemlerde, alım gücü düşer ve bitpazarı, müşteri için adeta bir can simidine dönüşür (M.KK.3, M.KK.7). Pazarın köhne yapısı bitpazarı adıyla uyum içerisindedir (M.KK.9). Pazarda satılan ciğer dürüm için pazara gelmeye değer (M.KK.4). Bunun yanında pazarın denetimsiz, sağlıksız ve hijyenden yoksun bir durumda olması Erzurum Bitpazarı müşterilerinin genel görüşüdür. Sokak aralarına sergi serilip, tezgâh kurularak satış yapılmaktadır. Hiçbir surette satıcıların belediyede kayıtları bulunmamaktadır (M.KK.1, M.KK.2, M.KK.8, M.KK.11). Pazarda satılan ürünler denetlenmemekte, bu durum tehlikeli durumların yaşanmasına zemin hazırlamaktadır. Erzurum Bitpazarı, altyapısı bulunmayan, hijyen şartlarından uzak, devlet tarafından denetiminin yapılmadığı, kayıt altında olmayan iptidai bir pazardır. Bu hâliyle pazarda alışveriş yapmak bir müşteri için oldukça zordur (M.KK.1, M.KK. 2, M.KK.3, M.KK.5, M.KK.7, M.KK.9, M.KK.12). Pazarda temizlik ve hijyen şartları bulunmamakla birlikte, güvenlik zafiyeti de vardır. Özellikle yiyecek içecek ürün tezgâhları ile hayvan satışı yapılan tezgâhların yan yana bulunması hastalıklara davetiye çıkarmaktadır (Görsel 3.2.2.).

Görsel 3.2.2. Erzurum Bitpazarı Orta Meydan (Mustafa Yılmaz Arşivi)



Erzurum Bitpazarı, sağlık ve hijyen kurallarının uygulandığı içerisinde hazır tezgâhların, yiyecek içecek bölümlerinin ve tuvaletlerin bulunduğu, rahat alışveriş yapılabilecek ortamın olduğu, bir pazar alanına dönüşmelidir (M.KK1, M.KK.2, M.KK.3, M.KK.4, M.KK.5, M.KK.6, M.KK.7, M.KK.8, M.KK.9).

Pazarın kadınlar tarafından çok fazla tercih edilmemesini; pazarın sağlıksız ve hijyenden yoksun bir halde olması, pazar alanının ve pazar tezgâhlarının kirli ve düzensiz olması, pazarda güvenlik zafiyetinin bulunması ve sabah çok erken saatlerde açılıp yine erkenden kapanmasına bağlamaktadırlar (M.KK.12, M.KK.13).

3.2.3. Bitpazarına Dair Satıcı ve Müşteri Görüşleri Üzerine Değerlendirme

Yaşadığımız dönemde kentleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan modern alışveriş merkezlerinin bulunduğu bir çağda; pazar alanı olarak belirlenmemiş, sokak aralarına rastgele serilen sergilerde satılan ürünleri, hijyen olmayan ortamda sergilenen gıda maddeleri, toz toprak içerisindeki iptidai görüntüsü ile Erzurum Bitpazarı içler acısı bir durumdadır. Mevcut bitpazarının en büyük sorunu altyapısı olmayan ve pazar yeri olabilmesi için gereken şartların sağlanmadığı bir alanda faaliyet göstermesidir. Hijyenden uzak Orta Çağ pazarlarını andıran bu görünüm Erzurum'a yakışmamaktadır.

Her türlü denetimden uzak, rastgele kurulan bu pazarın elbette ki birçok sorunu da vardır. Pazar, temizlik ve hijyen sorununun yanında meteorolojik olaylara karşı

korunaklı bir durumda da değildir. Bu durumdan satıcılar da müşteriler de sıkıntı yaşamaktadırlar. Yağmur, kar, rüzgâr, fırtına hem satılan ürünleri hem satıcıların hem de müşterilerin sağlığını olumsuz yönde etkilemekle birlikte alışveriş konforunu zedelediğinden müşterilerin sayısında azalmaya da sebebiyet verir. Erzurum Bitpazarının bu hâliyle ve aynı mekânda devam etmesi çok zor görünmektedir.

Bitpazarının problemleri arasında; pazarın belediye tarafından tahsis edilmemesi, satıcıların kayıt altına alınmaması, temizlik ve güvenlik görevlilerinin bulunmaması, kendine ait müstakil kapalı bir yerinin olmaması, pazarda yeterince hijyen oluşmaması, insanların ihtiyaçlarını giderecek tuvalet bulunmaması, tezgâhların temiz olmayan yere serilen sergilerden oluşması, yöresel gıda ürünlerinin açık ortamlarda sağlıklı olmayan koşullarda satılması, satıcıların kayıt altına alınmaması, satılan ürünlerin yetkili birimler tarafından denetlenmemesi gösterilebilir.

Erzurum bitpazarının olumsuz hava koşullarından etkilenmeden üstü kapalı bir alanda hizmet vereceği, alt yapı sorunlarının çözüldüğü, hijyen ve temizlik koşullarının önemsendiği, ürünlerin ve satıcıların belediye tarafından denetlenip kayıt altına alındığı, içerisinde temizlik ve güvenlik görevlilerinin bulunduğu, satıcıların tezgâhlarını yanlarında taşımak zorunda kalmadıkları, müşteri ve satıcılar için konforlu bir alışveriş ortamının oluştuğu bir görünüme kavuşması pazar esnafı ve müşterilerin ortak görüşüdür.

Kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması, geleneksel pazarların korunması ve desteklenmesiyle mümkündür. Bu nedenle müşteri ve satıcıların pazar hakkındaki görüş ve önerilerinin yetkililer tarafından dinlenmesi, problemlerinin yerinde çözülmesi, pazarın iyileştirilmesi, pazara olan ilgiyi artıracaktır. Ayrıca Erzurum Bitpazarının şehrin sosyal ve kültürel kodlarını içerisinde barındıran bir işlevi bulunduğundan, pazarın sürekliliğinin sağlanması ve kültür-sanat faaliyetleri desteklenerek ortaya çıkacak olan ürünlerin bitpazarında sergilenmesi gerekmektedir. Böylece bitpazarı hem sanatseverlerin uğrak noktası hâline gelir hem de turistlik bir pazar hüviyeti kazanır. Erzurum Bitpazarındaki “mekân, düzen, denetim” üçlüsü belediye tarafından yapılırsa bitpazarının sorunları da çözüme kavuşmuş olur (Görsel 3.2.3.).

Görsel 3.2.3. Hedeflenen Modern Bitpazarı (URL 26)



3.2.4. Erzurum Bitpazarında Kullanılan Pazar Terimleri

Erzurum bitpazarı ortamında pazara özgü alıcı ve satıcı arasında bazen de kendi aralarında kullanılan pazar terimlerinden bazıları şöyledir:

Pazarlık: TDK'ye göre pazarlık "Bir alışverişte tarafların kendileri için en uygun fiyatı karşısındakine kabul ettirmek amacıyla yaptıkları görüşme" (TDK, 1998: 1782) olarak kabul görmektedir. Pazar ile pazarlık kelimeleri arasında anlam bakımından yakınlık bulunmaktadır. Pazarlık kelimesi, pazar kökünden gelmektedir. Bitpazarlarında bir malın etiket fiyatı yoktur. Bu nedenle bitpazarında satılan birçok ürünün fiyatı tam olarak belli değildir, bu konuda esneklik vardır. Satıcının aklında malın fiyatı ile ilgili üç aşağı beş yukarı bir fiyat vardır ancak bu fiyat, müşteriye göre artırılıp azaltılabilir. Bitpazarında satıcı, malını daha yüksek bir fiyata satmak, alıcı da maharetine göre aldığı malı daha ucuza almak ister. Pazarlık kızışır satıcı da mümkün olduğunca verilen fiyata direnç gösterir. Verilen fiyattan hem satıcı hem de müşteri memnun kalırlarsa malın satışı gerçekleşir. İşte tam da bu noktada, pazarın oluşturduğu bu sözlü geleneksel kültürün içerisinde "pazarlık" terimi ortaya çıkar. Bitpazarlarında, hayvan pazarlarında, antika pazarlarında, araba pazarlarında yaşayan bu kültürel miras, bu sözlü kültür canlı bir şekilde ikinci el pazarlarında devam etmektedir.

Erzurum bitpazarında kullanılan bazı pazarlık ifadeleri ise şunlardır:

"Pazarlık sünnettir, uygun de alayım, ver elini, çok dedin, aşağısı olmaz, gel bunu bana sat, en son kaça olur, sen ne verirsin? Oluru ne, bana gelişi bu, kurtarmaz, zarar ederim, inan para kazanmıyor, aldığım fiyata veriyorum, çalan bu fiyata vermez, elimi tut, ne senin ne benim dediğim olsun, bu fiyata başka yerde bulamazsın, bu fiyata beleş veriyorum, o fiyata bulursan bu malı sana beleş vereceğim, senin dediğin fiyata bulursan getir ben alayım, aşağı tezgâhta adam daha ucuza veriyor, git ondan al, ganim olsun fiyatı bu, biraz daha düş, malımın arkasındayım, işine gelirse al, başka param yok, sonra getirirsin, paran yoksa canın sağ olsun, şimdi al sonra verirsin vb."

Pazarda dikkat çeken bir diğer husus da arabuluculardır. Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlükte arabulucu: *"Uzlaştıran kimse, uzlaştırıcı"* anlamında arabuluculuk etmek ise: *"arabulmada yardımcı olmak"* (TDK,2008: 124). Bunlar pazarın tanınan, kendilerine itibar edilen kişileridir. Ne satıcıdan ne de alıcıdan bir fayda gözetmeksizin maksat insaniyet olsun diyerek ticaret sırasında araya girip, alışverişin başarı ile nihayetlenmesini kendine görev edinmiş gönül ehli, kişiler olarak nitelendirilirler. Satıcı ve alıcının elini tutarak satıcıdan malın fiyatını, alıcıdan da mala ne kadar değer biçtiğini öğrenir. Böylece tarafsız olduğunu ima edercesine "Ne seninki ne de seninki" diyerek ikisinin de ortasında bir fiyat verir ve ikisinin de ellerini silkeler. Eğer ki eller silkelenirse bu alışveriş tamamlanmış olur. Yok, eller silkelenmez, satıcı yahut müşterilerden biri elini çekerse satış gerçekleşmez. Arabulucu, ya yeni bir fiyat vererek tekrar arayı bulmaya çalışır ya da alışverişin yapılamayacağına kanaat getirirse oradan ayrılır. Pazarlardaki bu kişilere halk arasında "miyamçı" da denilir. Günümüzde hâlâ bitpazarlarında, hayvan pazarlarında ve araba pazarlarında çokça arabulucu sahnesi ile karşılaşılmaktadır.

Trampa terimi, TDK'nın Türkçe Sözlüğünde; *"Para aracılığı olmaksızın, bir nesnenin dolaysız olarak bir başka nesne ile değiştirilmesi, değiş tokuş, takas"* (TDK,2008: 2246). Değişim yapılan ürünler aynı değerde ise bir şey alınıp verilmeden sadece değiştirilir. Malın değerinin altında kalır veya üstünde çıkarsa; üste para yahut mal verilir ya da alınır. Ticaretin tarih sahnesine çıktığı andan beri, özellikle paranın kullanıma girmediği dönemlerde çok fazla kabul gören bu iki kelime; günümüzde de en çok bitpazarlarında, hayvan ve araba pazarlarında satılan ürünlerin değişiminde kullanılır.

SONUÇ

Bugünkü anlamda alışverişin yapıldığı mekânlardan biri olan pazarlar zaman, koşul ve mekânın tesiriyle değişime, dönüşüme bağlı olarak faaliyetlerini devam ettirmişlerdir. Erzurum'un konumu itibarıyla Çin'den başlayıp Anadolu ve Orta Doğu üzerinden Avrupa'ya kadar uzanan, Asya ile Avrupa arasındaki ticaret yolları üzerinde bulunması, şehrin önemli bir ticaret merkezi olmasını sağlamıştır. Bu konumu nedeniyle şehir; ticari, sosyal ve kültürel anlamda gelişmiş, bu gelişmeden şehrin çarşıları, pazarları da payına düşeni almıştır. Bu durum şehrin uzun süreli olarak refah ve istikrarını sağlamıştır. Böylesine önemli çarşılara ve pazarlara sahip bir şehrin bitpazarının geçmişten günümüze kurulduğu mekânlar, şehre kattığı değer, oluşturduğu kültürel ortam, pazarın satıcı ve müşterileri ile yapılan yüz yüze görüşmeler neticesinde bitpazarıyla ilgili bilgi ve belgeler ışığında ele alınarak bu çalışma oluşturulmuştur.

Çalışmada insanların içerisinde dinlenerek, hoşça vakit geçirdikleri modern alışveriş merkezlerinin bulunduğu bir çağda; geçmişte olduğu gibi bugün de şehrin ekonomisine ve sosyal yaşamına katkı sunmaya devam eden Erzurum Bitpazarı ile pazarın satıcıları ve müşterileri açısından önemi ortaya konulmuştur.

Bu anlamda batpazarından bitpazarına giden yolda bu ikinci el pazarı, şehrin kültür kodlarının oluşumuna sunduğu katkıları pazarın eski fotoğraflarıyla ve pazara ait eski görsellerle desteklenerek açıklanmış, günümüz bitpazarının fotoğrafları çekilerek pazarın günümüzdeki durumu gözler önüne serilmiştir. Bitpazarının izinin sürüldüğü bu çalışmada pazarın fotoğraflar ve görseller çalışmamamıza ışık tutmuştur. Bunun yanında bitpazarını daha iyi anlatabilmek için "Geçmişten Günümüze Erzurum Bitpazarı Yerleşkeleri, Erzurum Bitpazarı ve Satıcı Yerleşim Planı" adı altında pazarın havadan görünümü oluşturularak çalışmamıza eklenmiştir.

Bu çalışma, Erzurum Bitpazarı'nın yalnızca ticari bir mekân değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir buluşma alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Bitpazarında buluşan farklı sosyal ve ekonomik profildeki insanlar, kendi aralarında sosyal etkileşimde bulunarak, pazardaki kültürel aktarım sürecine katkıda bulunurlar. Ayrıca Erzurum bitpazarının, halkın ekonomik durumu ve tüketim alışkanlıkları hakkında da ipuçları sunduğu çalışmamızda açıklanmıştır. Erzurum Bitpazarı'nın çağın gereklerine uygun bir

hale getirilip, sürdürülebilir kültürel bir miras olarak korunması ve tanıtılması bu tür geleneksel pazarların geleceğe taşınması açısından önem taşımaktadır.

Pazarın esnaf ve müşterileri tanıtılarak bu mekânların satıcı ya da müşteri açısından sadece ticari bir iletişim mecrası olmasının ötesinde, buralarda biriktirilen kültür, sergilenen geleneksel yapı, meslekler, müşteri ve satıcı profilleri ortaya konulmuştur. Kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması, ancak geleneksel pazarların korunması ve desteklenmesiyle mümkün olacağı görülmüştür.

Çalışmamamızın literatür taramasında pazarların ticari ve ekonomik yönü, sosyolojik boyutu, güzel sanatlarla olan ilişkisi hakkında araştırmalar yapılmış ancak bitpazarlarında oluşan pazar kültürü, pazar geleneği ve pazar folkloru hakkındaki çalışmaların az olduğu gözlemlenmiştir. Hatta ikinci el ürünlerin alınıp satıldığı bitpazarları ile ilgili çalışmalar incelendiğinde bu alanla ilgili çok az çalışmanın olduğu görülmüştür. Bu nedenle yaptığımız çalışmanın bundan sonraki araştırmalara yol göstereceği kanaatindeyiz.

.

KAYNAKÇA

Acar, B., Sülüner, H. S. (2020). "Anadolu Roma İmparatorluğu Dönemi Şehir, TapınakveHamamMimarisi". https://www.researchgate.net/publication/353130632_Yunan_Agorasi_Roma_Forumu_ve_Roma_Agorasi

Açıl, A. F. (1984). *Ekonomi I (Genel Ekonomi),* Ankara: Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları.

Akçi, Y. (2015). "Alternatif Alışveriş Mekânı Olan Geleneksel Semt Pazarlarının Yapısı, İşleyişi ve Sorunlarının İncelenmesi (Adıyaman Örneği)". *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi,* 3 (17), 229-247.

Aliefendioğlu, H. (2002). "Kamusal Alan Olarak Pazar Yerleri". *Folklor/Edebiyat*, 8 (31), 51-58.

Ana Britannica (2004). *Ana Britannica Ansiklopedisi*. İstanbul: Ana Yayıncılık.

Bardakcı, A. (2019). "Gelişmiş Dünyanın Bitpazarları". *Denizli Organize Sanayi Bölgesi Sanayi Ekonomi ve Haber Dergisi*, 59, 56-58.

Bilgin, N. (2004). *Felsefeden Ekonomiye Antik Yunan Dünyası*, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Büyük Ansiklopedi (1990). *Büyük Ansiklopedi*. İstanbul: Milliyet Yayınları.

Çağbayır, Y. (2007). *Ötüken Türkçe Sözlük*. İstanbul: Ötüken Yayınevi.

De Amicis, E. (1874). *İstanbul*. (Çev.: Prof. Dr. Beynun Akvayaş). Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları. (2013).

Doğan, M. (1981). *Büyük Türkçe Sözlük*. Ankara: Birlik Yayınları.

Doğan, İ. B. (2008), *Tarih Öncesinde Ticaret ve Değiş Tokuş*, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Doğu Gazetesi Haberi, 21 Kanun 1937.

Duru, B. B. (2020). *19. Yüzyıl İstanbulu'nda İkinci El Eşya Ticaretinin Mekânı Olarak Bitpazarı*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

EBA., Zabıtları, 1 Kasım 1932

EBA., Zabıtları, 22 Nisan 1936

EBA., Zabıtları, 18 Haziran 1936

EBA., Zabıtları, 5 Kasım 1937

EBA., Zabıtları, 18 Kasım 1946.

EBA., Zabıtları, 13 Mart 1956

Eren, H. (1999). *Türk Dilinin Etimolojisi Sözlüğü*, Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.

Ergin, O. (1979). "Çarşı", *İslam Ansiklopedisi*, (III, 360-361). İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Eroğlu G. (1976). *Kurtuluş Semt Pazarı Araştırması*. (Yayımlanmamış Bitirme Tezi). İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi.

Evcil. N. (2014). *İstanbul'un Anadolu Yakasındaki Pazarlar,* Yapı Dergisi, 119, 53-58.

Erzurum Gazetesi, 29 Mayıs 1943.

Erzurum Esnaf ve Sanatkârlar Odası Elbiseciler Esnaf Sicil Defteri, (1976).

Eyice S. (1992). "Çarşı". *DİA*, (V, 303). İstanbul: Diyanet Vakfı Yayınları.

Fındıkoğlu, Z. Fahri. (1970). *Doğu Kalkınması ve Erzurum Şehirleşmesi ile ilgili Sosyolojik Meseleler*. İstanbul: Kasbar Matbaası

Fleurian, Thomas Charles. (2007). *Estat Present de l'Armenie*, Paris: (Aktaran: Lütfü Sezen). Erzurum Folkloru, 217. Erzurum.Atatürk Üniversitesi Yayınları, (1694).

Güzel, E. 2015. *Güzel Erzurum,* İstanbul: Dergâh Yayınları.

Hüseyin Remzi Bey (1305). *Lugat-i Remzi,* İstanbul: Ebcet Yayınevi.

İnalcık, H., Arı, B. (2005). "Türk-İslam-Osmanlı Şehirciliği ve Halil İnalcık'ın Çalışmaları". *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*. (6), 27-56.

Karabulut, S. (2018). "İslam Şehirlerinde Çarşı ve Pazarlar". Siirt Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi. 5 (1), 164.

Kanar, M. (2009). *Osmanlı Türkçesi Sözlüğü*. İstanbul: Say Yayınları.

Kaya, M. (2020). "Osmanlı Döneminde Trabzon Vilayeti'nde Pazarlar". Emine Gürsoy Naskali (Ed.). *Pazar Kitabı*. (ss.5-48) içinde. İstanbul: Kitabevi Yayınları.

Kaynardağ, A. (1984) "Tarihi Değişen Yönleri ve Gizli Diliyle İstanbul Bitpazarı / Bitpazarı'nın Gizli Dili ve Argosu*".* İbrahim Aslanoğlu (Ed.). *Folklor ve Etnografya Araştırmaları*. (ss. 267-281) içinde. İstanbul: Anadolu Sanat Yayınları.

Keskinkılıç, Esra (2020). "Bayat Pazarından Bitpazarına". Emine Gürsoy Naskali (Ed.), *Pazar Kitabı*, (ss.117-136) içinde. İstanbul: Kitabevi Yayınları.

Kessler, G. (1935). "Şehrin Tarihî ve Sosyal Fonksiyonu". Refi-i Şükrü (çev.). *İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi Mecmuası*, 1(4), 524- 534). İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Koçu, R. E. (1961). "Bitpazarı". *İstanbul Ansiklopedisi*, (5, 2826). İstanbul: Neşriyat Kolektif Şirketi.

Konyalı, İ. H. (2010). *Abideleri ve kitabeleri ile Erzurum Tarihi*. Ankara: Türkiye Yazarlar Birliği Vakfı Yayınları.

Kuzay, D. (2018). "Mekân- Zaman-İnsan İlişkisi Bağlamında 21. Yüzyılda Pazarlar". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(40), 63-64.

Küçükuğurlu, M. (2011). *Doktor Şerif Bey, Erzurum Vilayeti Sıhhi ve İçtimaı Coğrafyası*. Trabzon: Serander Yayınları.

Küçükuğurlu, M. (2018). *Erzurum Çarşı Pazar-Eski Erzurum Çarşıları ve Üretim Mekânları*. Ankara: Çizgi Yayınevi.

Küçükuğurlu, M. (2020). *Geçmişten Günümüze Erzurum Hanları*, Erzurum: Erzurum Büyükşehir Belediyesi Yayınları.

Mehmed Salâhi Bey (1313). *Kamus-i Osmani*. İstanbul: Mahmud Bey Matbaası.

Nişanyan, S. (2007). *Sözlerin soyağacı çağdaş Türkçenin etimolojik sözlüğü*. İstanbul: Adam Yayınları.

Özcan, T. (2007) "Pazar/Osmanlı Dönemi". *DİA*, (XXXIV, 208). İstanbul: Diyanet Vakfı Yayınevi.

Özdeş, G. (1953). *Türk Çarşıları*. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Yayınları.

Parkalın, M. Zeki. (1983). *Osmanlı Tarih Deyimleri ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.

Polat, M. (2021). *Erzurum'da Ticari Hayat (1945-1960),* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Erzurum Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü.

Sözen, M., Tanyeli, U. (2001). *Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Sümbüllü, Y. Z. (2018). "Türk Kültüründe Bit". *Dede Korkut Uluslararası Türk Dili ve Edebiyatı Araştırmaları Dergisi*, 7 (16), 31-45.

Şahinalp, M. S., Günal, V. (2016). "Osmanlı dönemi Anadolu Şehirleri Çarşı Sisteminin Fonksiyonel Analizi". *Electronic Turkish Studies*. 11 (8), 335-360.

Şemseddin Sami (1317). *Kamus Türki.* İstanbul: İkdam Matbaası.

Şükün, Z. (1984). *Gencine-i Guftar Ferheng-i Ziya*. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.

Tabakoğlu, A. (1985). *Gerileme Devrine Girerken Osmanlı Maliyesi*. İstanbul: DergâhYayınları.

Tangur, H. (1940). "Türk Şehirlerinde Pazar ve Panayırlar". *Belediyeler Dergisi*, 54, 26-29.

Tanpınar, A. Hamdi. (1999), *Beş Şehir*. İstanbul: Dergâh Yayınları.

Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük. (1998), Ankara: TDK Basım Evi.

Tokol, T. (1996). *Alış-veriş Merkezleri, Çevre ve Mekân İlişkisi*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Tokyay, V. (2005). "Yeni Tasarım Kültürü Işığında Alışveriş Mimarlığı ve Gösteri Kültürü". *Yapı Dergisi*, 1 (286), 58-64.

Tunçel, H., (2003). "Anadolu Şehirlerinde Semt Pazarları: Elâzığ Örneği". *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 13 (1), 49-70.

Tunçel, H., (2009) "Geleneksel Ticaret Mekânı Olarak Türkiye'de Haftalık Pazarlar", *eJournal of New World Sciences Academy*, 4(2), 35-52.

Yavuzer, İ. (1959). "Devre Göre Erzurum'da Esnaf ve Teknik Sanat Teşekkülleri". *Tarih Yolunda Erzurum*, 4, 9-10.

Zengel, R. (2002). "Tarih İçinde Değişen Tüketim Mekânları", *Ege Mimarlık Dergisi,* 1, 10-13.

Zeynal. A. (2022). Erzurum'un Bir Zamanlar Bitpazarı Vardı, Doğuturk Haber Sitesi.12 Şubat 2022, 6864.html (https://www.doguturk.com/erzurum-un-bir-zamanlar-bit-pazari-vardi-makale,) Erişim tarihi: 05.02.2024.

GÖRSEL ARŞİV KAYNAKÇASI

URL 1: http://www.istanbulpazarcilarodasi.com/kategori/tarihce/2

URL 2: https://tr.pinterest.com/pin/777.082.110.696.895.861/

URL 3: https://www.dergibursa.com.tr/bursa-carsilari/

URL 4: https://stockcake.com/i/ancient-market-scene_945826_764812

URL 5: https://www.arkeolojikhaber.com/haber-tripoliste-2-bin-yillik-pazar-yeri-bulundu-48

URL 6: https://platformaautentik.org/fati-i-perandorive/

URL 7: https://www.gzt.com/gercek-hayat/ya-devlet-basa-ya-kuzgun-lese-3649278

URL 8: https://tr.pinterest.com/pin/458.804.280.761.080.553/

URL 9: https://edirne.web.tr/bedesten-carsisi/edirne-bedesten-carsisi-6/

URL 10: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Grand_Bazaar_01.JPG

URL 11: https://altindag.bel.tr/#!haberler/altindag-a-modern-semt-pazarlari

URL 12: https://www.bursa.bel.tr/haber/arabayatagina-modern-kapali-pazar-alani-33943

URL 13: http://www.istanbulpazarcilarodasi.com/icerik/pazarci-5-sayi/halkin-yanindayiz/143

URL 14: https://www.yeniasir.com.tr/ekonomi/2023/04/09/aliaga-sosyete-pazarina-vatandastan-yogun-ilgi

URL 15: https://esenler.bel.tr/haberler/genel/balik-tezg-hlari-yenilendi/

URL 16: https://alivedatoygur.wordpress.com/2016.03.31/ankaramizi-taniyalim-6/

URL 17: https://www.aa.com.tr/tr/yasam/trakyanin-asirlik-pavli-panayiri-113-kez-kurulacak/2936617

URL 18: http://www.eskiistanbul.net/5344/yeni-cami-civarinda-pazar

URL 19: https://www.flypgs.com/blog/nostaljik-bir-yolculuk-avrupadaki-bit-pazarlari/

URL 20: https://www.indyturk.com/node/381991/haber/salgınlara-karşı-tarihsel-bilinç-osmanlı-salgınlarla-nasıl-mücadele-etti

URL 21: https://www.facebook.com/TOPAL.EFE/photos/a.492932137424434/232320 81 04396819/?type=3&_rdr

URL 22: https://staysohotels.com/stayso-by-cloud-7/tr/explore-the-neighbourhood/ İstanbul-cevahir- mall

URL 23: https://yedikita.com.tr/osmanlinin-vebayla-imtihani/

URL 24: URL 24: https://www.gonuldergisi.com/osmanli-salgin-hastaliklarla-nasil-mucadele-etti-doc-dr-ismail-yasayanlar.html

URL:25: https://denizli.bel.tr/Default.aspx?k=haber-detay&id=14031

URL 26: https://www.kirikkale24.com/calilioz-mahallesine-pazar-yeri-yapiliyor/

Sözlü Kaynaklar:

Pazarda odak görüşme yöntemi neticesinde sözlü kaynak olarak iki grupla görüşmeler yapılarak elde edilen bilgiler kaydedilmiştir. Bu gruplar: Pazar satıcıları ve pazar Müşterileridir.

Erzurum Bitpazarı'na dair veriler toplanırken iki farklı odak grup görüşmesinden yararlanılmıştır. İlk grup, pazarın satıcılarıdır. Bu grupta yer alan 18 satıcı ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Satıcı odak grubu, "Satıcı 1-18" arasında kodlanarak incelenmiştir. Ayrıca, odak gruplar arasındaki karışıklığı önlemek amacıyla "Satıcı Kaynak Kişileri"

(S.KK.) olarak kısaltılmıştır. Görüşmelerde, satıcıların adı-soyadı, doğum yeri ve tarihi, eğitim durumu, pazarda kaç yıldır satış yaptığı, pazarın mevcut durumu ve Bitpazarından beklentileri geçimini pazardan sağlayıp sağlamadığı gibi sorular sorulmuştur.

Yapılan inceleme neticesinde, Bitpazarındaki satıcıların büyük çoğunluğu 30 ile 50 yaşları arasında olup, Erzurum'da ikamet etmektedir. Satıcıların arasında lise mezunu olanlar çoğunluktadır. Bu satıcılar, ortalama 20 yıldır pazarcılık yapmaktadır. Çoğu, pazarın iş potansiyelinin düşük olmasından ve fiziki koşullarından şikâyetçidir. Pazarın genelinde erkek satıcılar çoğunluktadır. Satıcıların neredeyse yarısı geçimini sadece pazarcılıkla sağlamakta, diğerleri ise bu işi ek gelir elde etmek amacıyla yapmaktadır.

İkinci grup odak görüşmeleri de pazarın müşterileri ile gerçekleştirilmiştir. Bu grupta pazarın 12 müşterisi ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Müşteri odak grubu, "Müşteri "1-12" arasında kodlanarak incelenmiştir. Ayrıca, odak gruplar arasındaki karışıklığı önlemek amacıyla "Müşteri Kaynak Kişileri" (M.KK.) olarak kısaltılmıştır. Görüşmelerde, Müşterilerin adı-soyadı, doğum yeri ve tarihi, eğitim durumu, bitpazarını tercih etme nedeni, kaç yıldır bu pazarda alışveriş yaptığı, pazara devamlı gelip gelmediği, en çok hangi Pazar tezgâhlarını tercih ettiği, pazarın mevcut durumu ve bitpazarından beklentileri gibi sorular sorulmuştur. Bu sorularak ilgili kaynak kişilerden gerekli cevaplar alınmıştır.

Yapılan inceleme neticesinde, Bitpazarında alışveriş yapan müşterilerin büyük çoğunluğu 25 ile 60 yaş aralığında olup, Erzurum'da ikamet etmektedir. Bu satıcılar, ortalama 30 yıldır pazardan alışveriş yapmaktadır. Pazarın genelinde erkek müşteriler kadınlara oranla çoğunluktadır. Müşterilerin eğitim durumu genelde lise seviyesindedir ancak üniversite mezunu olan müşterilerin sayısı da oldukça fazladır. Bitpazarının her kesimden müşterisi vardır. Müşterileri arasında çoğunluk memur, işçi emekli ve köylülerdir. Pazara gelen müşterilerin bir kısmının geçici bir kısmı da pazarın daimi müşterisidir. Daimi müşterilerin sayısı geçicilere oranla fazladır. Bitpazarının modern bir Pazar alanına kavuşması görüşme yapılan tüm müşterilerin ortak görüşüdür.

ÖZ GEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Mustafa YILMAZ
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	
Yüksek Lisans Öğrenimi	
Bildiği Yabancı Diller	
İş Deneyimi	
Çalıştığı Kurumlar	
İletişim	
E-Posta Adresi	
Tarih	