

Keyifli Okumalar Dileriz

Binlerce kategoride milyonlarca PDF e-kitap, ders kitapları, dergiler ve romanlara platformumuz üzerinden ücretsiz ulaşabilirsiniz.

RESMİ WEB SİTEMİZ

<https://rantey.org>

Yedek ve Duyuru Kanallarımız

Sitemize erişim engeli gelmesi veya adres değişikliği durumunda aşağıdaki kanallardan güncel giriş adresine erişebilirsiniz:

- Telegram: <https://t.me/birkitapbir>
- WhatsApp Kanalımız : <https://whatsapp.com/channel/0029VbDHv8uE50Us4lvMoc0Y>

Gül Özsan

Gül Özsan

Cinsiyet, Dükkan ve Semt: Moda'nın Esnaf Kadınları



İLAV : 8	ETLİ ENGİNARI : 25	ASCI TABAGI : ETLİ : 29 SERZELİ : 22
AS KEBABI : 24	SOSLU PILICI : 78	ZEYTINYAGLI DOLMALAR : 17
EBZE YEMEKLERİ : 13-15	Ev KÖFTESİ : 27	ZEYTINYAGLI ENGİNAR : 12
ETLİ S. YEMEKLERİ : 20	ETLİ DOLMALAR : 19	TATLI : 10

Cinsiyet, Dükkan ve Semt:
Moda'nın Esnaf Kadınları

LIBRA

Ücretsiz PDF Kitap Arşivi - <https://rantey.org>

LIBRA

Gül Özsan

**Cinsiyet, Dükkân ve Semt
MODA'NIN ESNAF KADINLARI**

LİBRA KİTAP: 337

TARİH: 315

© Libra Kitapçılık ve Yayıncılık

Sayfa Tasarım: Güler Kızılelma

Kapak Tasarım: Cevdet Mehmet Kösemen

Kapak Görselleri: Kitapta ele alınan dükkânlardan biri

1. Basım: 2019

ISBN 978-605-7884-40-4

Baskı ve Cilt:

Birlik Fotokopi Baskı Ozalit ve Büro Malzemeleri

Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.

Nispetiye Mah. Birlik Sokak No: 2

Nevin Arıcan Plaza

34340 Levent / İstanbul

Tel: (212) 269 30 00

Sertifika No: 20179

Libra Kitapçılık ve Yayıncılık Ticaret A.Ş.

Ebekızı Sokak Günaydın Apt. No: 9/2

Osmanbey / İstanbul

Sertifika No: 15705

Tel: 212-232 99 04/05

Fax: 212-231 11 29

E-posta: info@librakitap.com.tr

© Her hakkı mahfuzdur. Bu kitabın hiçbir bölümü, metin kısmı, belgeler ve fotoğraflar, yazarın yazılı izni olmaksızın mekanik ya da elektronik metodlarla veya ileride icat edilecek sistemlerle hiçbir şekil ve biçimde iktibas edilemez, yeniden satış amacıyla fotokopi de dahil olmak üzere hiçbir sistemle çoğaltılamaz. Dergi, gazete veya radyo-TV'lerce yapılacak alıntılar veya kitapta yer alan belgelerle fotoğrafların bilimsel-akademik yayınlarda kullanılması, kaynak gösterilmesi şartıyla bu hükmün dışındadır.

Gül Özsan

**Cinsiyet, Dükkân ve Semt
MODA'NIN ESNAF KADINLARI**

Gül ÖZSAN, İstanbul Üniversitesi Antropoloji Bölümü'nde lisans eğitimini tamamladıktan sonra Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi'nde Sosyoloji Bölümü'nde yüksek lisans (2003) ve doktora derecelerini (2007) aldı. 2001-2014 yılları arasında Marmara Üniversitesi'nde çalıştı ve dersler verdi. 30.11.2012 tarihinde doçent unvanını alan Özsan, 2014 yılından beri İstanbul Üniversitesi Antropoloji Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev yapıyor. Özsan, kendi başına yürüttüğü araştırmaların yanı sıra başta "Türkiye'de Taşra Burjuvazisinin Oluşum Sürecinde Yerel Eşrafın Rolü ve Taşra Kentlerinde Orta Sınıflar" (A. Durakbaşı Proje Yürütücüsü, M. Karadağ ve G. Özsan 2008, TÜBİTAK maddi destekli proje) başlıklı proje olmak üzere pek çok yerde araştırmacı olarak çalıştı. Ulusal ve uluslararası akademik dergilerde yayınlanmış birçok makalesi bulunuyor. Yazar, Anadolu Üniversitesi tarafından yayınlanan *Kültür Sosyolojisi* ders kitabının "Kültür ve Gelenek" adlı bölümünü kaleme aldı.

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	9
GİRİŞ	11
Konu ve Amaçlar	11
Adlandırma ve Zihinsel Kategoriler	16
Cinsiyeti Adlandırmak	19
Dükkân İşleten Kadınların Sınıf Konumu	21
Moda'daki Kamusal Alanı Nasıl Anlamalı?	24

BİRİNCİ BÖLÜM KENTİ, ESNAFI VE MEKÂNI CİNSİYETLENDİRMEK

Kadınların Ekonomik Faaliyetleri ve Kentsel Kamusal Alanın İnşası	33
Kamusal Alan-Özel Alan Ayrımı	34
Çalışma Hayatı ve Cinsiyet	35
Cinsiyet ve Kentsel Mekân	37
Küçük İşletmeler, Cinsiyet ve Sosyal Ağlar	40
Küçük İşletmelerde Aile, Akrabalık ve Cinsiyet	44
İstanbul, Tabakalaşma ve Emek İncelemelerinde Kadınların Ekonomik Faaliyetleri ve Kadın Esnaf	46
İstanbul Çalışmaları, Meslekler ve Kadınların Ekonomik Faaliyetleri	47
Kadın Emegi ve "Girişimci Kadınlar" Kurgusu	50
İşkolları, Meslekler ve Esnafın Sınıf Konumu	53

Esnaf-Zanaatkâr Araştırmalarında

Hazır Düşünme Kalıplarının ve İkili Karşıtlıkların Ötesine Geçebilmek

Osmanlı Esnaf ve Zanaatkârı Çalışmalarında Yaygın Bakış Açıları	58
Osmanlı'da Kadın Esnaf ve Zanaatkârlara Farklı Bir Noktadan Bakabilmek	59
Günümüz Esnaf-Zanaatkârı ve Meslek Çalışmalarında Nostalji, Gelenek Kurgusu ve Gelenek/Modern Karşıtlığı	61

İKİNCİ BÖLÜM

KADINLARIN DÜKKÂNLARINI VE SEMTİ KATMANLI BİRER METİN OLARAK OKUMAK

Araştırma Hakkında	67
Esnafın ve Dükkân İşleten Kadınların Deneyimlerini Yorumlamak	70
Kadınların Demografik ve Sosyal Sınıf Özellikleri	79
İşlettikleri Dükkânların Özellikleri ve Dükkân Açma Nedenleri	91
Daha Önceki İş Deneyimleri/Eğitimlerinin İşleri Üzerindeki Etkisi	94

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MODA SEMTİ VE ESNAFI

Semte İlişkin Genel Veriler	101
Semtin Modernlik ve Seçkinlik İmgesi	106
"Modalı" Olmanın Önündeki Engel Nedir?	110
Semtte "Köklü Esnaf" Kim ve Olmak İçin Ne Yapmak Gerekir?	115

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

MODA'DA "KADIN ESNAF" OLMAK

Kadınların Bakış Açısından Moda'da "Kadın Esnaf" Olmak	122
Kadınların Semtteki Kişilerle Kurdukları Sosyal İlişkiler	127
Kadın Dükkânlarındaki Kamusal ve Özel Alan	134

BEŞİNCİ BÖLÜM	
AİLEDE KAYNAK AKTARIMI VE	
CİNSİYET GERİLİMİ	145
Kadınların Dükkân Açma Süreci	147
Kadınların Sermayesi ve Erkeklerin Sermayesi	153
Annelere ve Sermayelere Bakışlar	157
Ailede Kaynak Aktarımı: Kızlar, Oğullar ve Damatlar	167
SONUÇ	175
Neden Moda Senti?	177
Kamusal/Özel Çerçevesinde Kadınların Dükkânları	179
Gelenek ve Modernlik Kurgularını Aşmak	188
EKLER	191
KAYNAKLAR	199
DİZİN	213

TEŞEKKÜR

Bir dükkân açabilmek neredeyse bütün kadınların hayalidir. "Kendine ait bir dükkân" pek çok kadın için "kendine ait bir oda" gibi bir anlam taşır.

Bu hayali gerçekleştirmiş olan kadınlara, başka kadınlara örnek oldukları ve gösterdikleri mücadele için hepimizin şükran borcu olduğunu düşünüyorum.

O kadınlardan bazılarıyla tanışma ve konuşma fırsatı bulduğum için kendimi çok şanslı hissediyorum. Kadınların her birine araştırmaya katkıları ve yardımları için çok teşekkür ediyorum.

Bu çalışmayı aynı zamanda mücadele azmiyle beni her zaman şaşırtan sevgili anneme adıyorum.

GİRİŞ

Konu ve Amaçlar

Bu çalışma Kadıköy Caferağa Mahallesi'nde, Moda'da dükkân işleten kadınların deneyimlerine odaklanıyor. Çalışmada cinsiyet, dükkân işletmeciliği ve semt birlikte anlaşıyor. Cinsiyet ve kentsel kamusal alanın karşılıklı inşasında, dükkân işleten kadınların deneyimlerinin ne kadar etkili olduğu tartışılıyor. Cinsiyet, ekonomik faaliyet ile kamusal alan ve mekânlar arasındaki ilişki aslında çeşitli yönlerden incelenmiştir. Bu kitapta ise konu farklı bir yerden, kadınların işlettikleri dükkânlar üzerinden değerlendiriliyor. Dükkân işleten kadınların deneyimlerinden hareketle cinsiyetin ve kamusal alanın nasıl dönüştüğü ele alınıyor. Sosyal bilimlere uzun bir zamandır uğraştıran özel alan ve kamusal alan ayrımına, kadınların kentsel kamusal mekânda yarattığı değişime, kadınların işlettikleri dükkânları merkeze alarak bakmaya çalışıyor. Çalışmada, cinsiyet ile kamusal alan ve mekân arasındaki ilişkiyi görebilmek için dükkân işleten kadınların deneyimlerinin kritik bir öneminin olduğunu savunuyorum.

Kadınların dükkânlarının kamusal alanın ve mekânın dönüşümündeki rolü, cinsiyet ve mekân arasındaki ilişkiyi nasıl dönüştürdüğü çok az çalışılmış bir konudur. Hatta kamusal alan-özel alan tartışmalarında küçük işletmeci veya dükkân işleten kadınlar pek

görünür durumda değildir. Mekâna odaklanan çalışmalarda ise cinsiyet ve mekân arasındaki dinamik ilişkiye vurgu yapılsa da ağırlıklıla mekânın nasıl farklı biçimlerde deneyimlenebildiği konusu öne çıkarılır. Cinsiyetin kendisindeki değişimden ya hiç söz edilmez ya da bu değişim daha silik kalır.

Bu çalışmada dükkân işleten kadınların deneyimlerinden hareketle kentsel kamusal alandaki değişimi ele alırken, aile kökeni, sosyal sınıf, sosyal sermaye ve duygusal sermaye eksenlerini esas olarak öne çıkarıyorum. Bunun için de dükkân işleten kadınların aile içi ilişkilerini, ailedeki kaynak aktarımını ve kadınların dükkânlarının bulunduğu semtte kurdukları sosyal ilişkilerini odağa yerleştiriyorum. Gerek aile içinde gerekse dükkânlarının bulunduğu semtte sosyal ve duygusal sermayenin ne kadar cinsiyetli olduğuna dikkat çekiyorum. Nihayetinde kadınların ailelerindeki ve semtteki ilişkileri ile kadınların dükkânlarını birlikte anlamlandırmayı hedefliyorum.

Pek çok çalışmada küçük dükkân işletmeciliği veya kadınların dükkânları, dayandıkları ekonomik sermayenin küçüklüğü, semt ve mahalleli konumları ile aile ilişkileri ve ev temelli işlerle olan bağı üzerinden tanımlanır (Stewart, 2003 ve 2012; Rabo, 2005; Leppanen, 2007; Addo, 2017; Hanson ve Blake, 2009; Hamilton, 2013). Kadınların aile ve akrabalık ilişkilerinin yanı sıra semtte çeşitli düzlemlerde kurdukları sosyal ağların yaptıkları iş açısından önemine vurgu yapılır. Genel olarak sosyal ağların cinsiyetli olduğu anlatılır (Hanson ve Blake, 2009; Addo, 2017). Ancak sınıfsal farkın, cinsiyet deneyimine yansımaları veya kadınların sosyal ağları üzerindeki etkisi çok daha sınırlı ölçüde incelenmiştir.

Neoliberalizm ve küreselleşme odaklı çalışmalarda, kadınların dükkânları ve ekonomik faaliyetlerinin merkezi önemine işaret edilse de bu konunun yerel boyutları, özellikle yerel aktörlerin deneyimleri makro tartışmaların içinde çoğu zaman kaybolur. Oysa kadınların girişimciliği ve dükkân işletmeciliği ne bireysel özelliklerle

ne de neoliberalizm, küreselleşme ve benzerleri gibi makro dönüşümlerle sadece açıklanabilir.

Bazı çalışmalarda ise "küçük dükkân işletmeciliği" veya "aile işletmesi" başlıkları altında kadınların dükkânlarına yer verilse de kadınların ekonomik faaliyetleri ele alınırken cinsiyet, semt, sosyal ve duygusal sermaye birlikte düşünülmez. Hangi sermaye biçimlerine başvurdıkları, kaynakları nasıl dönüştürdükleri ve semtteki sosyal ilişkileri, işlettikleri dükkânların semt üzerindeki etkileri anlaşılmadan kadınların dükkân deneyimlerini görünür kılmak güç. Ayrıca ekonomik sermayenin olduğu gibi sosyal ve duygusal sermayenin de cinsiyetli olduğunu unutmamak gerekiyor. Yine de giderek daha fazla sayıda çalışmanın, kadınların işletmeleri ile kamusal alan ve sosyal sermaye ve sosyal ağlar arasındaki ilişkiye işaret ettiğini görmek sevindirici (Hanson ve Blake, 2009; Hanson, 2009; Bondi ve Davidson, 2005; Bondi, 1998; Hamilton, 2013; Addo, 2017).

Kitapta, Moda semtinde¹ dükkân işleten 38 kadınla, 15 Nisan-15 Temmuz 2015 tarihleri arasında yaptığım derinlemesine görüşmelerden ve semtte uzun bir zaman diliminde yürüttüğüm etnografik gözlemlerden elde ettiğim verilerinden yola çıkıyorum. Moda'da kadınların işlettikleri dükkânların önemli bir kısmı, kadınların kendi eğitimlerinin, aile ilişkileri ve semtteki sosyal ilişkileri yürütmedeki becerilerinin ve güçlerinin yanı sıra ailelerinden, özellikle de annelerinden sağladıkları sermayelere dayanıyor. Çalışmada, kadınların annelerinden ve babalarından aldıkları kaynaklara nasıl baktıklarını

1 Moda, idari açıdan Caferağa Mahallesi sınırları içindedir. Caferağa Mahallesi, Moda Burnu olarak anılan yarımada ile Küçük Moda denilen Şair Nefi Sokak'tan başlayıp Şifa Sokağı'na kadar devam eden kısmı, Mühürdar'ı ve Tarihi Kadıköy Çarşısı ve Bahariye'nin bir bölümünü kapsamaktadır. Bu çalışmada mahalle düzeyindeki genel verileri paylaştığım yerlerin dışında, araştırma yaptığım bölgeden Moda semti olarak söz ediyorum. Çalışmadaki kadınların semtteki sosyal ilişkilerini, mahallenin devamı veya mahalleye atfettiğimiz ilişki biçimleri olarak görmüyorum. Ayrıca "mahalle" terimini, hem "geleneksel mahalle" ve "modern kent" gibi ikiliklerin yarattığı çağrışımlar açısından hem de semteki kadın ve erkek esnafı "geçmişe ait kılmamak" için kullanmıyorum (Bkz. Özsan, 2016). Ayrıca çağrışım olarak daha sınırlı bir komüniteye işaret ettiği için de "mahalle" adlandırmasını tercih etmedim.

ve kaynak aktarımında anne-kız arasındaki ilişkiyi görünür kılama amacı taşıyorum.

Bu araştırmadaki kadınların dayandıkları sosyal ilişki ağlarının en önemlilerinden birini, dükkânlarını açtıkları semt ve mahalledeki kişilerle kurdukları sosyal ilişkiler oluşturuyor. Aslında kadın ve erkek esnafı diğer ekonomik aktörlerden farklı kılan unsur, bulundukları semtlerde kurdukları sosyal ilişkilerin bu kesimleri tanımlayan temel özellik olmasıdır. Günümüz kentlerinde de temel sosyal ilişkilerin kuruluşunda kadın ve erkek esnaf önemli bir konumda bulunuyor, özellikle kadın dükkân işletmeciler bunda aktif bir rol oynuyor. Çalışmada hedeflenen, kadınlardan hangilerinin bu ilişkileri kurmada daha fazla avantajlı ve kimlerin dezavantajlı konumda olduğunu gösterebilmek.

Çalışmanın yukarıdaki ana eksenlerini görebilmek için semtte uzun derinlemesine görüşmeler yaptım ve pek çok kez kadınların dükkânlarında ve bazı kadınların ise evlerinde bulundum. Kimi görüşmeler kadınların arkadaşlarının veya semttan başka kişilerin bulunduğu bir ortamda gerçekleşti. Dolayısıyla görüşmelerimizin bir kısmında birkaç kişiydik, bazılarında tek başına görüştük. Semtte ikamet eden kişilerle de pek çok kez uzun sohbetler yaptık.

Gerek araştırma sürecinde gerekse analiz ve yazma etkinliğinde etnografik yöntemin gücünü kullanmaya çalıştım. Gördüklerime değer verdim, ama aynı zamanda bana göründükleri gibi olup olmadıklarını sürekli sorguladım. Kadınların dükkânlarını ve deneyimlerini tahlil etmeye çalışırken, daha önceki araştırma deneyimim ve bu çalışmadaki sorularım ile Clifford Geertz'in anlamı odağa alan ve bir sistem içindeki anlamlar arası ilişkiyi görmeye çalışan yöntemi (2008; 2010) birlikte kullandım. Kadınların dükkânları, dükkân ve semt katmanlı birer metin olarak okunabilir. Semtteki kadın ve erkek esnafın, başka esnafı ve kişileri anlatırken başvurduğu "eski zengin/yeni zengin", "köklü esnaf/yeni veya geçici esnaf" ve benzeri kategorileri görmemde ve değerlendirmemde ise Bourdieu'nün

"ilişkisel düşünme tarzı" dediği yaklaşımının (Bourdieu, 1992: 4, 1986 ve 2001) büyük bir katkısı oldu.

Sosyal bilimlerde incelenen toplumsal kesimlerin ve cinsiyet gruplarının nasıl adlandırıldığı büyük bir önem taşır. Çalışma yaşamına katılan kadınların ekonomik faaliyetleri ve deneyimleri yalnızca "mağduriyet" ya da "başarı" öyküleri üzerinden incelenemez. Bu bağlamda araştırmacıların ve politika yapımcılarının kadınların ekonomik faaliyetleri ve çalışma yaşamları üzerine konuşurken "kadın" teriminin kullanımının yol açabileceği sorunlar konusunda sorgulayıcı olmaları beklenir. Ülkelerin kadın istihdamına yönelik politika ve uygulamalarında cinsiyet konusundaki adlandırmalar, kadınlara ilişkin kullanılan terimler önemli birer göstergedir. Bu konuda dikkatli olunmadığı takdirde kadınların kamusal alanda temsilinde ciddi sorunlar yaşanır. Nitekim bazı feminist araştırmacılar tarafından Türkiye'de kadın emeği ve istihdam politikalarında "kadın" sözcüğünün kullanımının sınırlılıkları, özellikle de bazı alanlarda yol açtığı cinsiyet eşitsizliği uzun bir zamandır dillendiriliyor (Abadan-Unat, 1982 ve Özar, 2015).

Bu çalışmada görüştüğüm kadınların büyük bir kısmı, dükkân işletmeciliği ve esnaflığın erkeklere ait bir alan sayılmasından rahatsızlık duyuyorlar, ama aynı zamanda "kadın esnaf" olarak nitelenmek de istemiyorlar. Araştırma sırasında kullandığım "kadın dükkân işletmeciler" tamlamasındaki "kadın" sözcüğüne itiraz ediyorlar. Bunun yerine sadece "esnaf", "atölyeci" veya "dükkân sahibi" olarak kendilerinden söz edilmesini istiyorlar. İşyerlerini de "küçük dükkân", "esnaf dükkânı", "atölye" ve "butik dükkân" gibi isimlerle tanımlıyorlar. Son zamanlarda kamusal tartışmalarda giderek öne çıkan "kadın" terimi, onlara göre aslında kadınlara yönelik ikincilleştirme söylemlerinin bir parçasıdır. Yine büyük bir kısmı iş yaşamlarında cinsiyetleri nedeniyle çeşitli zamanlarda sorun yaşadıklarını ifade etseler de dükkân işletmeciliğinde kadın ile erkek arasında ayırım yapmanın kadınların aleyhine sonuçlara yol açacağını düşünüyorlar.

Dükkân işleten kadınların ekonomik faaliyetlerinin ve çalıştıkları yerlerin nasıl adlandırılacağı konusu üzerine genel olarak pek düşünülmemiştir. Söz konusu literatürde öne çıkan sorunlardan birini bu oluşturuyor. Sosyal bilimler literatüründe, "dükkân" ile daha büyük işletmeler arasında yapılan ayırım, dükkânların büyük bir işletmenin parçası olmaması, daha sınırlı ekonomik sermayeye dayanması, çoğunlukla aile ve akrabalık ilişkilerine dayanması ve semtin toplumsal ve kültürel dokusuyla olan bağı üzerinden yapılır (Stewart, 2003 ve 2012; Rabo, 2005; Leppanen, 2007; Addo, 2017; Hanson ve Blake, 2009; Hamilton, 2013).

Gündelik dilde ise "mağaza", "firma", "küçük işletme" ve "dükkân" arasındaki ayırım çok net değildir. Ancak özellikle semt üzerine ve dükkânların dokusu üzerine yapılan sohbetlerde semtteki küçük dükkânlar ile diğer işletmeler arasında belirgin bir karşıtlık kuruluyor. Görüştüğüm kadınlar da büyük işletmeleri veya küçük işletme olup semtin sosyal dokusunu ve semtteki sosyal ilişkileri gözetmeyen dükkânları, "esnaf dükkânı" olarak görmüyor. Dolayısıyla bu tür işyerlerine "geçici" yerler olarak bakıyor. Bizim de gündelik konuşmalarımızda "semtin esnafı" olarak kabul ettiğimiz kişiler, daha kalıcı olarak düşündüğümüz "küçük" dükkânları işletenlerdir (Özsan, 2011 ve 2015).

Adlandırma ve Zihinsel Kategoriler

Sosyal bilimlerde araştırmacının karşılaştığı temel güçlüklerden birini, konusunu ve hakkında konuştuğu kişileri nasıl adlandıracağı sorunu oluşturur. Hatta araştırma nesnesini oluşturması bu adlandırma çabasıyla başlar. Araştırmacının konusunu adlandırması ve başvurduğu kategoriler "masum" bir tercihin sonucu değildir. Pierre Bourdieu, sağlam bir analiz yapabilmek için verilerin ve kategorilerin dayandığı sınıflama mantığının araştırmacı tarafından sorgulanmasının şart koşar ve her adlandırma girişiminin toplumdaki iktidar mücadelesinin bir parçası olduğunu vurgular. Burada araştırmacıyı

bekleyen zorluklardan biri, bir yandan analizini geniş tutmanın yollarını ararken bir yandan da kendi zihnindeki kategorilerin farkına varmasıdır. Çünkü araştırmacının kendisi de söz konusu iktidar mücadelelerinin içinde yer alır ve bu mücadeleleri yeniden üretir. Araştırmacıdan beklenen "üzerinde hiç düşünülmeden kabul edilen olguları" açığa çıkarması, konunun ve kategori seçiminin dayandığı toplumsal ve kültürel arka planı fark etmesidir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 52-53; Bourdieu, 1986). Bu bağlamda "esnaf", "zanaatkâr", "kadın esnaf", "dükkân işleten kadınlar" veya "esnaf kadınlar" gibi basit görünen adlandırmaların ne denli farklı çağrışımlar uyandırdığını ne kadar önemli sınırlılıklar ve imkânlar getirdiğini göz önüne almak gerekir. Çalışmada kimi yerlerde bağlamı gözeterek gördüğüm kadınların esnaf vasfına işaret edeceğim çoğunlukla da "dükkân işleten kadınlar" nitelemesini kullanacağım.

Sosyal bilimcilerin çalışmalarını tasarlarken ve adlandırırken uyanık olmasını gerektiren önemli bir nokta da mensubu oldukları disiplinin kategorileri ve araçlarıdır. Bu açıdan bakıldığında araştırmacıdan beklenen hem egemen bakış açılarının hem de disiplinlerin dayandığı temel kategorilerin ve ikiliklerin farkına varmasıdır. Bourdieu toplumsal araştırmanın ne olduğunu, "düşünülmemiş düşünce kategorilerinin sistematik bir biçimde araştırılması" ifadesiyle açıklık getirir (Bourdieu ve Wacquant, 2003:38). Burada kilit önemi olan, araştırmacının çeşitli biçimlerde dâhil olduğu sınıflandırma şemalarının ortaya çıkarılmasıdır. Çünkü her sınıflama ve adlandırma girişimi "antropolojik gerçekliği" ve konuyu çeşitli açılardan gizlemeye yarar ya da sadece belli bir açıdan görülmesine hizmet eder. Dolayısıyla her adlandırma eylemi aynı zamanda bir temsil sorunu taşır (2003:22-23).

Loic J. D. Wacquant, toplumsal dünyaya ilişkin söylem yapıları ve zihinsel kategoriler konusunda Bourdieu ile Derrida ve Foucault arasında bazı noktalarda benzerlikler olduğunu ileri sürer. Bourdieu'ya göre de,

"bilgi yapıbozuma uğratılmalıdır; kategoriler olumsal toplumsal türler, kurucu bir etkiye sahip (simgesel) iktidar araçlarıdır; toplumsal dünyaya ilişkin söylem yapıları çoğunlukla siyasal anlamı olan toplumsal ön-inşalardır." (2003: 41).

Bu çalışmadaki "esnaf", "kadın esnaf", "dükkân işleten kadınlar" veya "esnaf kadınlar" adlandırmaları aynı göndergeye işaret etseler de farklı anlam ve çağrışımları içerir. Dolayısıyla hem genel olarak dayandığı toplumsal yapılar hem de onları yeniden üreten failer ve araştırmacının kendisi açısından sorgulanmayı gerektirirler. Araştırmacının bunlardan birini veya diğerini tercih etmesine bağlı olarak araştırmasının çerçevesinin değişeceğini göz önünde bulundurması beklenir.

Disiplinlerin zihinsel haritalarının ve dayandığı ayrımların yol açtığı sonuçlardan biri de, ele alınan konunun sıklıkla disiplinin egemen bakış açısının ve bunun etkisiyle şekillenmiş kavramların içine hapsolmasıdır. Örneğin bu çalışmada ele alınan konunun, yani dükkân işleten kadınların deneyimlerinin akademik literatürdeki yer alma şekli ve hangi kavramlarla anıldığı farklı disiplinlerde egemen olan ayrı araştırma geleneklerini yansıtıyor. Esnaf veya dükkân işletmeciliği, sosyologlar ve tarihçiler tarafından incelendiğinde, daha çok "geleneksel esnaf" (ve "geleneksel zanaatkâr") nitelemesi tercih edilir. Konu ele alınırken "geleneksel toplum/modern toplum" karşıtlığı veya "modern dünyada" tutunma çabası öne çıkarılır. Çoğunlukla da bu bakış açısı sorgulanmaz. Buna karşın "mikro-girişimciler", "küçük işletmeciler" veya "küçük ve orta boy işletmeciler" gibi terimlerin tercih edildiği bazı disiplinlerde ise "bireysel girişimcilik", "girişimcilik özellikleri" ve "işletmecilik becerileri" gibi kavramlar üzerinden konu anlatılır. Bu tür çalışmaların önemli bir bölümünde de ekonomik rasyonalite ve piyasa mantığı önden kabul edilir ve genellikle tarih dışı olgular gibi anlatılır. Dolayısıyla sosyal ve kültürel deneyimlerden tamamen ayrı konular gibi ele alınır.

Literatürün bir kısmında ise kadınların dükkân sahipliği, göç, etnisite ve kimlik tartışmaları temelinde ele alınır. Burada da çoğunlukla yoksul ve marjinalleştirilen kadınların deneyimlerine odaklanılır. Meselenin bu şekilde formüle edilmesi, konunun kapsamını bazen fazla daraltır. Böylelikle dükkân işletmecisi kadınların ekonomik faaliyetleri ve birçok boyutu olan deneyimleri söz konusu grup kimlikleriyle sınırlanmış olur. Ayrıca çalışmaların bir kısmında ise cinsiyet, göç ve etnisiteye ilişkin yargılar böylelikle yeniden üretilir.

Bu araştırmadaki kadınların dükkânları zaten etnik kimlik veya göçmen kategorilerinin ağır bastığı bir semtte bulunmuyor, çoğu da bu kimlikle anılan kişiler değiller. Ayrıca etnik kimlikle veya "göçmen" olarak anılmayı olumlu görmüyorlar. Türkiye'de son zamanlardaki demografik değişim ve çeşitli kamusal tartışmalar nedeniyle bu tür tanımlamaların kendileri açısından büyük bir sorun olduğunu ifade ediyorlar. Şöyle ki kişilerin etnik ve sosyal kökenleriyle ilgili pek çok söylenti üretilebiliyor ve bu da kadınlara göre dükkânlarına gelecek olabilen kişilerin sosyal yelpazesini daraltabiliyor. Kadınlara göre bu da onların çok daha geniş sosyal ilişkiler üzerinden semtle bütünleşmelerini engelliyor. Moda'da ise bu durum onların "kent toplumuna dâhil olmak yerine küçük bir grubun" parçası olmak zorunda bırakıyor. Dolayısıyla bir araştırmanın şekillenmesinde, araştırmacının hangi disipline mensup olduğunun, hangi konuyu odağa aldığının ve konusunu nasıl adlandırdığının kritik bir önemi vardır. Özellikle kadınların ekonomik faaliyetleri ve kadınların dükkânları söz konusu olduğunda bu konu daha da fazla önem taşır.

Cinsiyeti Adlandırmak

Araştırmacıların kadınların deneyimleri ve ekonomik faaliyetleri hakkında konuşurken karşılaşılabilecekleri temel zorluklardan biri de "toplumsal cinsiyet" ve "cinsiyet" terimlerini tam olarak

neye karşılık kullandıklarıdır. Toplumsal cinsiyet araştırmaları, kadın çalışmaları veya feminist çalışmalar diye bilinen alan, esas olarak "toplumsal cinsiyet" ve "biyolojik cinsiyet" (*gender* ve *sex*) adlandırmaları üzerinde yapılan kavramsal tartışmalarla şekillenmiştir.² Türkçe'de de "gender" teriminin nasıl karşılanacağı, "toplumsal cinsiyet" ve "biyolojik cinsiyet" terimlerinin ne ölçüde uygun olduğu önemli ve kurucu bir tartışmadır (Durakbaşı, 2000: 34-42). Türkçe'deki kullanımda, bu iki teriminin yanı sıra "cinsiyet" terimiyle de karşılaşırız. "Biyolojik cinsiyet" ve "toplumsal cinsiyet" tamlamalarındaki kullanım zorlukları nedeniyle her iki terimde de sıfatın bir yana bırakılarak sadece "cinsiyet" sözcünün tek başına kullanıldığını sıklıkla görüyoruz. Türkçede kimi zaman İngilizce'deki "sex" terimi karşılığı olarak "biyolojik cinsiyet" yerine sadece "cinsiyet" kullanılır. Bu yüzden İngilizce'deki "sex" ve "gender" ayrımını belirtmek için Türkçe'de "cinsiyet" ve "toplumsal cinsiyet" ikiliği kullanılır. Bazen de "toplumsal cinsiyet" tamlamasının kullanışsız bulunmasından dolayı "toplumsal cinsiyet" kastedildiği yerlerde bile "cinsiyet" sözcüğü tercih edilir. Bu tartışmanın hem İngilizce³ hem de Türkçe'de sosyal bilim üretimi açısından büyük bir önem taşıdığı açıktır. Ancak çalışmada bu konuda bir değerlendirmeye girmemeyi yeğledim. Kullanım kolaylığını gözeterek "cinsiyet" terimini tercih ettim.

Cinsiyet deneyiminin tam olarak neye karşılık geldiği ve nasıl ele alınması gerektiği sosyal bilimlerin kurucu tartışmalarından birini oluşturur. Çeşitli araştırmacıların işaret ettiği gibi günümüzde çalışmaların odağı, cinsiyetin bağımsız bir değişken olarak

2 Batı'da *gender studies* alanının gelişimi ile *toplumsal cinsiyet* ve *biyolojik cinsiyet* (*gender* ve *sex*) kavramlarının merkezi önemi konusunda bkz. Mara Viveros Vigoya (2016).

3 Farklı araştırmacılar tarafından İngilizce'de özellikle 1980'lerden başlayarak metinlerle yalnızca "toplumsal cinsiyet" teriminin kullanımının yol açtığı sorunlara dikkat çekilir. Ayrıca "cinsiyet" teriminin yaygın kullanımı hakkında da benzer görüşler ileri sürülür. Dolayısıyla bazı araştırmacılar bu iki terim arasındaki ayrımın tümüyle ortadan kaldırılmasını doğru bulmaz. Bu konuda kısa bir değerlendirme için bkz. (Mathieu, 2015:76-86).

incelenmesinden toplumsal bir inşa olarak cinsiyete, kadınlığın ve erkekliğin toplumsal ilişkiler yoluyla edinilmesine kaymıştır. Günümüzde de feminist araştırmacılar, kadınlık ve erkekliğin verili veya "doğal" kategoriler olmadığını, toplumun ve kültürün birer ürünü olarak görülmesi gerektiğine vurgu yapar. Dolayısıyla cinsiyetin, tarihsel ve sosyal bir inşa olduğu fikrinden yola çıkarlar (Vigoya; 2016; Juteau, 2015: 139).

Sınıfsal farkın cinsiyet deneyimi üzerindeki etkisi de feminist araştırmacılar tarafından ele alınmıştır (bkz. Davidoff, 1995). Sosyal sermayenin oluşumunda ve aktarımında kadınların ev içi faaliyetlerine, hane ve akrabalığa atfedilen ilişkilerdeki rollerine dikkat çeken Pierre Bourdieu kamusal/özel ayrımına başvurmadan, "saygınlık" ve "sosyal itibarın", sınıfın ve cinsiyetin inşa edilmesinde nasıl bir işlev gördüğünü anlatır (Bourdieu, 1986 ve 2001).

Genel olarak bakıldığında tüketim alanı ile cinsiyet kimlikleri arasındaki ilişki akademik literatürde daha fazla ön plandayken, kişilerin üretim ve ekonomik faaliyetlerinin cinsiyet kimliğini oluşturmadaki rolü aynı ölçüde ilgi görmez. Erkeklik incelemelerinde üretim faaliyetleri ön plana çıkarılırken, kadınlık çalışılırken tüketimle ağırlık verilir. Ayrıca feminist araştırmacıların dikkat çektiği gibi cinsiyete dayalı iş bölümünün ayırıcı özelliği, erkeklerin öncelikli olarak üretim alanıyla, kadınların ise yeniden üretimle tarif edilmesidir (Kergoat, 2015:88). Böylelikle kamusal/özel ayrımının ve erkekleri üretim, kadınları ise yeniden üretim alanıyla tanımlayan çerçevenin dışına çıkılmamış olur. Bu çalışma ise kadınların dükkânları üzerinden kadınların üretim faaliyetlerine yoğunlaşıyor. Dükkân işletmenin cinsiyet kimliğini nasıl şekillendirdiği ve değiştirdiği konusu inceleniyor. Ancak burada da önemli olan sınıfın bu süreçte nasıl bir rol oynadığıdır?

Dükkân İşleten Kadınların Sınıf Konumu

Sosyal bilimlerde sınıfın ne olduğu, sınıfı tayin etmede ne tür ölçütlere başvurulması gerektiği her zaman ciddi bir tartışmanın

konusu olmuştur. Kimi araştırmacılar nesnel ölçütleri öne çıkarırken kimileri de öznel boyuta vurgu yapar. Sınıflar arasındaki ayrımın nasıl yapılacağı ve her tabakanın sınırlarının nasıl belirleneceği de benzer bir biçimde tartışmalı bir konudur. Özellikle esnaf ve küçük dükkân işletmecileri gibi belli toplumsal gruplar söz konusu olduğunda, konu daha da tartışmalı hale gelir. Daha önemlisi erkeklerin sınıf konumları, kamusal alandaki etkinlikleri ve ekonomik faaliyetleri üzerinden tanımlanırken, kadınların sınıfları gerek literatürde gerekse gündelik yaşamda sıklıkla hane içindeki rolleri ile eşlerinin sınıf konumlarına dayanılarak tarif edilir.

Ev içi alanı ve kadınlara yüklenen "evcil ideolojiyi" çeşitli yönlerden sorgulayan Leonore Davidoff, "ev ve iş", "özel ve kamusal", "maskülen ve feminen" gibi kavramsal ikiliklerin ötesine geçerek, sınıfsal farkın kadınlığı nasıl değiştirdiğini göstermeye çalışır. Cinsiyetin ve sınıfın somut tarihsel deneyimler sonucunda birlikte oluşturulduğunu ve sürekli olarak yeniden inşa edildiğini vurgular (Davidoff, 1995; Durakbaşı, 2002:7-12; Bora, 2005: 53-54).

Yukarıda ifade edildiği gibi Pierre Bourdieu de kadınların hanedeki üretimlerinden ve sermayeleri dönüştürmedeki rollerinden söz ederken, kamusal/özel alan veya formel/informel ayrımlarından hareket etmez (Bourdieu, 1986 ve 2001). Kadınların hanedeki konum alışlarına başka bir noktadan bakar. Onun bu konudaki yaklaşımının, özel alana ait görülen işler ile dışarıdaki faaliyetleri birlikte görmeye dayandığı söylenebilir⁴.

4 Ancak Pierre Bourdieu'nün analizlerinde genel olarak toplumsal cinsiyet unsuru göz ardı ettiği, özellikle de kadınların ekonomik faaliyetleri yoluyla kamusal alanda yer alışlarının gerek kadınlar gerekse kamusal alan üzerindeki etkileriyle pek fazla ilgilenmediği çeşitli araştırmacılar tarafından ifade edilir. Ayrıca Bourdieu'nün kadınların hane içindeki konumlarına bakışında kamusal ve özel alan ayrımlarını ne ölçüde aşabildiği konusunda feminist araştırmacılar tarafından önemli eleştiriler yapılır. Bu konulardaki eleştirilerin bazıları için bkz. (Lovell, 2000; Reay (2004; Adkins, L. ve Skeggs, B. der., 2004). Bourdieu'ye yönelik bu eleştiriler ve Eril Tahakküm (2001) hakkında kısa ve özlü bir değerlendirme için bkz. Öztimur (2007: 581-604).

Kültürel ve toplumsal pratikleri, ikili karşıtlıklar çerçevesinde yapılandırılmış ilişkisellikler olarak gören Bourdieu, seçkin/sıradan, estetik/kullanışlı ve benzerleri gibi örneklerde olduğu gibi, her bir ögenin bir sistem dâhilinde ve öteki ögeyle ilişkisi içinde tanımlanabileceğini söyler (1992:4: 2003: 22-23). Bu çalışmada kadınların, kendi aile içi ilişkileri ve ailelerindeki kaynak aktarımı ile semtte yaşayanların hayat tarzlarına ve esnafa yönelik bakış açılarını tahlil etmede Pierre Bourdieu'nün bu yaklaşımından yararlandım.

Tabakalaşma konusunda çalışan sosyal bilimciler, esnafı ve küçük dükkânları "kendi hesabına çalışan" kategorisi içinde ele alır. Sıklıkla esnafılık yapan kişilerin toplumsal tabakalaşmadaki konumlarının kendi içinde türdeş olduğu varsayar. Oysa bu toplumsal grubun aile kökenleri, eğitim, sosyal statü, gelir düzeyi ve benzerleri açısından hiç de göz ardı edilemeyecek farklılıklar taşır.

Bu araştırmada dükkân işleten kadınların kensel kamusal alanı ve mekânları oluşturma biçimlerini incelerken onları sayısal verilere dayanan bir sınıf şemasına yerleştirmiyorum. Ayrıntılı niteliksel verilerden, aile ve sosyal sınıf özelliklerinden yola çıkarak belirli örüntülere dikkat çekiyorum. Kadınların hangi tür sermayelere sahip olduklarını, bunları nasıl dönüştürdüklerini ve kritik zamanlarda nasıl organize olduklarını göstermeye çalışıyorum.

Dükkân açmayı planlama aşamasından başlayarak, ailelerinden, özellikle de annelerinden hangi sermayeleri edindiklerini, kadınların annelerine ve sermayelerine yönelik bakışlarını inceliyorum. Ayrıca ailelerinden edindikleri sermayelerin onların ekonomik faaliyetlerinin üzerindeki etkilerini ele alıyorum. Aynı zamanda da bütün bunların kadınların dükkânlarındaki (dükkânın fiziksel mekânında ve atmosferinde) ve semtteki yansımalarını irdeliyorum.

Bu çalışmadaki kadınların büyük bir kısmı klasik orta sınıfa atfedilen özellikleri taşıyor (krş. Ayata, 1988:5). Genellikle eğitilmiş, özel veya kamu sektöründe maaşlı çalışan veya küçük ve orta girişimci olan annelere ve babalara sahipler. Araştırmada daha az

sayıdaki kadının ise alt-orta sınıf veya işçi sınıfı kökenli ailelerden geldikleri görülüyor. Bu kadınların araştırma sırasındaki gelir düzeylerinin nispeten daha düşük olduğu anlaşıyor. Araştırmadaki yine az sayıdaki kadın da üst-orta sınıfı temsil ediyor. Bu kadınların çoğunun anneleri ve babaları İstanbul dışındaki kentlerden gelmiş eşraf ailelerine ve/veya nispeten varlıklı olan esnaf kesimine mensuplar. Aynı gruptaki kadınların eşleri iyi eğitilmiş, profesyonel meslek sahibi ve genellikle de önemli sayılan kurumlarda çalışıyorlar. Eşlerin çok azı dükkân veya girişimcilik deneyimine sahip.

Araştırmadaki kadınların bir kısmı yanlarında düzenli bir biçimde olmasa da işçi çalıştırmış. Buna karşılık kadınların tümü aileden yakın kişilerin, oğullarının ve çoğunlukla da annelerinin emeğinden yararlanmış. Dükkânlarını açarken esas olarak anneleri veya aileden yakın kadınlarla dayanışma içini girmişler. Bunun onlar için çok büyük bir önemi bulunuyor. Araştırmadaki kadınların annelerinden aldıkları kaynakları çoğunlukla "aile yardımı" veya "anne desteği" olarak anlatmaları, ailerindeki ekonomik ve duygusal sermayenin cinsiyetli olduğunu ve kadınların sermayelerinin kamusal alana çıkışının kolay olmadığını gösteriyor. Aşağıda bu çalışmada sınıfsal farkın, kadınların aile ilişkilerine, annelerinin ev içindeki konumlarına ve emeğine bakışlarının yanı sıra semtteki toplumsal ilişkilere yaklaşımlarını nasıl farklılaştırdığını, dil yoluyla simgesel olarak dükkânda ve semtte bunun nasıl temsil edildiğini tartışacağım.

Moda'daki Kamusal Alanı Nasıl Anlamalı?

2009 yılının sonbaharında, Moda'nın Mühürdar'a açılan bir yerinde, kiracı olarak oturduğum ev tam da buradaydı, semtten esnafın, sanatçıların ve semt sakinlerinin katıldığı bir kültürel etkinlik düzenlenmişti. Moda üzerine çalışan bir sanat ve kültür derneği tarafından düzenlenen etkinlikte, resim ve sanat atölyeleri, kırtasiye-kitabevleri, pastaneler ve kahvaltılık ürünler satan dükkânlar gibi yerleri işleten esnaf ile bunların dışında kalabalık sayılabilecek

bir grup bulunuyordu. Etkinliğin hedeflerinden biri, Moda Caddesi üzerindeki esnafın dükkânlarında semtten ressam ve heykeltraşların eserlerinin sergilenmesiydi. Bu etkinliğe tesadüfen katılmıştım. Zihnimdeki "esnaf" imgesinden dolayı orada ilk kapıldığım duygu, Moda semti ile esnafın kolay kolay yan yana getirilemeyeceğiydi. Ayrıca esnafın bu etkinlikteki rolünü tam olarak çözememiştim. Etkinliğe katılan dükkân sahipleri ile diğer kadınlar ve erkekler "Modalı" olmayı çok önemli buluyorlardı. Gerek duyabildiğim konuşmalarda gerekse sınırlı biçimde katıldığım iki-üç kişilik gruplardaki sohbetlerde, önemli tartışmalardan birini "günümüzde Modalılığın ne demek olduğu" konusu oluşturunuyordu. Semtin toplumsal ve kültürel dokusunu "korumaya ve kollamaya" yönelik cümleler sık sık duyuyordum. Yanımdaki kadınlardan birine hangi esnafın esas olarak bu etkinliğe davet edildiğini sorduğumda, eliyle oturduğum sokağı göstererek, bunun için coğrafik bir sınır olduğunu ve sadece belli dükkânların sahiplerini çağırdıklarını belirtmişti. O günden sonra esnaf ve dükkân işletmeciliğini merkeze koyarak hem esnaf hem de semtte yaşayanlar için Moda'nın toplumsal ve coğrafi sınırlarının ne olduğunu ve anlamlarını görmeye çalıştım. Sosyal bilim literatüründe ve gündelik imgemizde kimlerin esnaf sayılıp sayılmadığı ve esnaf arasındaki toplumsal ayrımlar üzerinde uzun süre düşündüm. Bunların yanı sıra semtteki kamusal alanların ve mekânların farklı kesimler, özellikle kadın esnaf tarafından nasıl deneyimlendiğini anlama çabasına giriştim. Bu bölge şaşırtıcı bir biçimde önemli sayıda kadın esnaf barındırıyordu. Kadınların kamusal alan üzerindeki etkileri oldukça görünürdü.

Oturduğum sokakta, Mühürdar ve Moda çevresinde görüştüğüm ve ayaküstü konuştuğum esnafa bu konuyla ilgili çeşitli sorular sordum ve tabelaları izlemeye çalıştım. Henri Lefebvre (2014 [1974]), kenti ve kentsel mekânı ele alırken, sadece fiziksel mekân ve zihinsel mekânla yetinilmemesi gerektiğini, asıl görülmesi gerekenin toplumsal mekân olduğunu belirtir. Ona göre toplumsal mekânı önemli kılan, diğer iki mekândan farklı olarak, çeşitli toplumsal

kesimlerin gündelik pratikleri yoluyla oluşturulmasıdır. Lefebvre'in mekânın toplumsal olarak yeniden üretimine yönelik yaptığı vurgu bu çalışmada bakış açımı genişletti. Ancak, Moda semtini ve buradaki kadınların dükkânlarını uyum ve çelişki mekânları olarak kavramsallaştırmadım. Cinsiyetin, dükkân işletmeciliğinin ve semtin kamusal alanının özelliklerine vurgu yaptım. Bunların görülmesi için aile kökeni, statü gruplarını ve sosyal sınıfı işin içine katmak gerekiyor. Bununla birlikte Moda semti belli sınıflarla veya gruplarla asla sınırlanamaz. Aşağıda ayrıntılı olarak anlatılacağı üzere semtin toplumsal ve coğrafi sınırları uzun bir zamandır çeşitli grupların katıldığı ve aynı zamanda da çeşitli dayatmalara karşı çıktığı geniş bir müzakerenin konusudur.

Faranak Miraftab, Amerika'nın Illinois eyaletindeki Beardstown kasabası örneği üzerinden küreselleşme, göç ve mekân arasındaki ilişkiyi ele alırken, mekânın sadece toplumsal olarak değil, aynı zamanda maddi, yani somut ve fiziksel bir gerçeklik olduğunu vurgular. Metropol merkezci küreselleşme ve kent çalışmalarını eleştiren Miraftab, mekânın/yerelin kendi gerçekliğini ve sahici etkilerini öne çıkarır. Ona göre asıl olan, mekânın/yerelin somut özelliklerinin, toplumsal ilişkiler ve ekonomik faaliyetler üzerinde nasıl belirleyici olabileceğini ortaya çıkarmak. Çalışmasında küresel ve yerel kategorilerinin nasıl iç içe geçtiğini gösterir ve araştırmacılar tarafından bunun görülebilmesi için çeşitli yöntemler önerir (Miraftab, 2016). Bu çalışmada da Moda'ya küresel ve yerel kateorileri üzerinden anlamlandırmıyorum, dolayısıyla metropol alanlar ve küreselleşme literatürü üzerinde durmuyorum.

Moda'nın coğrafi özellikleri ve kıyı yerleri, "Moda Burnu" olarak anılan yarımada ya sahip oluşu, merkeze ve Kadıköy Çarşısı'na yakınlığı ve canlılığı bu bölgeyi özgün kılar. Çarşı bu bölge için hem bir kapı görevi görür hem de "görünmez bir filtre" olur. Semtteki kamusal alanların verdiği hava, semtin eski ve yeni ahalisinin özenle sahip çıktığı "nezih semt" imgesi, "Modalı" olmaya, semtteki

komünite duygusunun güçlenmesine ve sürekliliğine hizmet eder. Ayrıca son zamanlara kadar semtin kentsel dönüşümün etkisi altında kalmaması da "nezih bir yer" olmasında önemli bir rol oynar.

Moda'nın toplumsal ve coğrafi sınırları ile mekânları üzerindeki tartışmalar aslında çok daha girift bir yapıya sahiptir. Burada dükkân işleten kadınlar ve erkekler, semtte "köklü esnaf" olarak anılmak için semtin sakinleri ve kendilerine "müşteri" olarak gelen kişilerle ilişkileri çok önemli buluyor. Hatta yaptıkları işi, çok özen gösterdikleri dükkânlarını Moda'nın seçkin bir semt olmasının simgesi olarak görüyor. Bu bağlamda kimlerin "Modalı" olduğu ve Moda'nın toplumsal ve kültürel sınırları net değildir. Yukarıda belirtildiği gibi bu konu esas olarak semtte yaşayanlar ile kadın ve erkek esnaf arasında büyük ölçüde sağlanan bir uzlaşımın ve hiçbir zaman keskinleşmeyen mücadelelerin konusudur. Moda bu yönlerden bir yandan İstanbul'un başka semtleriyle benzerlik taşısa da pek çok yönden de özgün bir örnek.

Buradaki kritik sorular, kimlerin bu kategorileri oluşturmada ve bu durumu kendi lehine dönüştürmede daha avantajlı olduğu etrafında şekilleniyor. Söz konusu ayrımları üretmede ve ekonomik olarak kendi lehine dönüştürmede daha avantajlı olanlar, semtte uzun bir zamandır belli bir ekonomik ve kültürel sermayeye sahip olan esnaf ile İstanbul dışındaki kentlerin varlıklı kesimlerinden veya tanınmış eşraf ve "köklü esnaf" ailelerinden gelen kişilerdir. Bu kişiler zaten uzun zamandır güçlü bir konuma ve sosyal statüye sahipler. Ancak semtte itibar sahibi olmak, bu itibarı korumak ve artırmak için sadece yukarıdaki konumlar yeterli değildir. Kadın ve erkek esnafın, kendisi gibi diğer esnafla ve semtteki kişilerle kurdukları sosyal ilişkilerin niteliği, dükkânlarına gelen kişilere nasıl davrandıkları, semti benimseyip benimsemediklerinin ve bulundukları semti, işlerini ve dükkânlarını anlatma biçimlerinin daha büyük bir rolü bulunuyor.

Aslında Moda'daki kamusal alan, pek çok ziyaretçiye, ilk anda "modern" ve "seçkin" bir semt veya "zengin" bir semt izlenimi verir. Kamusal tartışmalarda Moda'nın "zenginlerin yaşadığı" yer olduğu yönündeki imgenin semtte yaşayan başka toplumsal kesimlerin, alt-orta sınıfların, düşük gelir gruplarının görülmesini engellediğini düşünüyorum. Oysa ki, semt gerçekte tek bir toplumsal katmana indirgenemeyecek büyük bir çeşitliği barındırır.

Kafeler ve Moda Çay Bahçesi gibi kamusal mekânlar, ilk anda semte "Batılı/Modern" bir hava verse de aslında buraları da yaşantı biçimleri itibariyle birbirine benzemeyen grupların geldiği ve uzun saatlerini birlikte geçirdiği yerler. Ray Oldenburg, Phillipe Aries'e (1977) atıfta bulunarak, kafe, bar, kitabeve ve benzeri yerleri "üçüncü yer" (*third place*) olarak tanımlar. Oldenburg, bu tür yerlerin incelenmesinin, kentlerde kurumsal mekânların dışındaki "enformel kamusal yaşamı" görmek için kritik bir öneminin olduğunu belirtir (Oldenburg, 1989). Oldenburg, bu tür mekânların kaynaklık ettiği kamusal yaşamın sağladığı toplumsal olanaklara işaret eder. Moda'da da bu tür yerler semtte yaşayanlar ve gelenler için farklı toplumsal alternatifler oluşturur. Hem yeni toplumsallık biçimleri hem de belli konularda yeni dayanışma türleri üretmek açısından iş görür. Ama komünite olmayı ve dayanışmayı bu mekânlarla sınırlamak da sorun taşır. Ayrıca Stravros Stavrides'in günümüz kentlerinde "müşterek mekân"ı ve "müşterekler"i anlatırken ifade ettiği gibi, evle ve aileyle, yani özel alanla ilişkilendirilen alışkanlıkların, kolektif bir biçimde nasıl "kamusal mekâna doğru genişletilebildiğini" görebilmek araştırmacılar için daha önemlidir (Stravrides, 2018: 58). Ayrıca günümüz kentlerinin kamusal mekânlarında bunun keskin olmayan, çok daha "yumuşak" biçimleri görülebilir. Moda'da ve yakın çevresindeki sahil bölgesinde, parklar ve yeşil alanlarda, evle ve özel alanla ilişkili belli pratiklerin kamusal alanlara doğru kolektif olarak, ancak "göze batmayan" bir biçimde nasıl genişletildiğinin ("dışarıya taşınma ve taşma") örnekleri gözlemlenebilir.

Bu çalışmanın doğrudan konusu olmasa da bu durum tarihsel bir sürecin parçası olarak okunabilir.

Moda daha çok, sosyal yaşantısıyla, değişik yaş ve cinsiyet gruplarının kendilerini görece olarak daha kolay dâhil edebildiği "komünite" duygusu ve kamusal alanlarıyla öne çıkıyor. Dükkân işleten kadınların semtte kendilerini daha rahat ve güvenli hissetmelerinin de nedenlerinden biri budur. Görüştüğüm pek çok kişi, Moda'yı, "kent yaşamının bir parçası olma" duygusu ile "birey olma" özgürlüğünü ve rahatlatma imkânını aynı anda veren yerler olarak tanımlıyor. Ayrıca Moda'da kişilerin yaş, cinsiyet ve medeni durumlarının bir gerilim unsuru olarak algılanmadığı bir atmosferin bulunduğu görüşmelerde vurgulanıyor. Moda'nın "seçkin bir semt" olduğunun sık sık altı çiziliyor, ama Nişantaşı ve Etiler gibi "zengin semti" olmadığı, sınıfsal olarak daha kapsayıcı olduğu da belirtiliyor. Görüştüğüm kişilerin anlatılarında, semtin toplumsal imgesi ve kamusal alanları Cihangir'inkine benzer bir şekilde karşımıza çıkmaz, Moda'nın "bohem semti" olduğu yönünde bir ifade görüşmelerde yer almıyor.

Semtin verdiği izlenim, sanatçıların kamusal alandaki etkisi, semt ahalisinin onlardan söz etme biçimi ve sınıf duygusu açısından Moda daha çok Kuzguncuk'a benzer (karşılaştırmak için bkz. Mills, 2014). Buna karşılık Kuzguncuk'da yerli ahali ile yeni gelen "profesyoneller" arasındaki fark, yaşam tarzı üzerinden gerilim yaratır. Kuzguncuk daha çok mahalle havasını taşır, oysa Moda mahalle havası vermez. Ayrıca her iki semtin coğrafik özellikleri de farklıdır. Ayrıca Kuzguncuk fiziksel olarak sıkışmışlık duygusu verir. Ancak Moda pek çok kişinin anlatılarında geniş sahiliyle, çay bahçesiyle ve ferah kamusal alanlarıyla öne çıkar. Dışarıdan gelen biri Kuzguncuk'ta fark edilir ve görünmesinin tedirginliğini çoğunlukla yaşar. Moda'da ise dışarıdan gelenlere "sıradan ziyaretçiler" gözüyle bakılır.

Perouse ve Danış 2005 tarihli çalışmalarında, Teşvikiye ve Nişantaşı gibi "köklü seçkinlerin mekânı" olan semtlerin, 1980 sonrasında gelir düzeylerini büyük oranlarda artıran yeni zenginlere hitap etmediğini belirtir. Bunun önemli nedenlerinden birinin söz konusu semtlerde eski ve yeni zenginler arasındaki gerilim olduğunu vurgular. Bu tür semtlerde üst sınıfın "genel olarak mekânla, özelde konut alanlarıyla kurdukları ilişkide bir ayrıcalık ve seçkinlik sembolü olarak toplumun geri kalanını yaşam alanlarından dışarıda tutma, 'sınır çizme' çabası" olduğuna işaret eder (2005: 104). Moda'da eski ve yeni zenginler tartışması ve semtin toplumsal sınırları üzerindeki mücadele ve tartışmalar bir gerilim unsuru olarak gözükmez. Farklı toplumsal kesimlerin ve sınıfların kritik zamanlarda dâhil olabildiği, özellikle dükkân işleten kadınların içinde yer aldığı ve farklı biçimlerde yeniden ürettiği bir durum. Bunların yanı sıra Moda, "yeni zenginlere" esas olarak hitap etmez. Görüştüğüm kadınların zihninde, dükkânlarının fiziksel mekânında ve çeşitli mekânlarda bu toplumsal doku, semtin bu özelliği ve komünite olma⁵ havası kendini gösterir. Dolayısıyla "Modalılığın", semte ilişkin imgenin üretilmesinde, toplumun farklı kesimlerinin uzun saatlerini geçirdiği yeşil alanlarının, semt için simgesel önemi olan çeşitli mekânlarının ve semtin kendine özgü kıyı bölgelerinin kritik bir rolü bulunuyor.

Günümüzde semtteki gündelik yaşamı olumsuz bir biçimde etkileyen ve semtte büyük bir gürültünün oluşmasına yol açan faktörlerin başında, Kadıköy'deki metro hattının yapımıyla birlikte, özellikle hafta sonları İstanbul'un farklı semtlerinden gelen kişi sayısındaki hızlı ve büyük artış gösterilir. Son zamanlarda, günün saatini gözetmeden devamlı olarak korna çalıp sokakları gürültüye boğan kişilerin semtte büyük rahatsızlık yarattıkları söyleniyor. Semtin esnafı hafta sonları semte gelen bu kişilerin önemli bir kısmının sadece dolaşmak, rahatlamak veya "birkaç saati özgürce yaşamak" için

5 Günümüz kentlerinin analizi açısından "komünite" kavramının olanakları ve üstlenebileceği yeni işlevler hakkında önemli bir çalışma için bkz. (Tekeli, 2015).

orada bulunduğunu düşünüyor. Dolayısıyla semtin asli bir parçası olmak yerine buraya "geçici" baktıklarını ileri sürüyorlar. Semt esnafına göre son zamanlardaki bu olumsuz dönüşümün esas nedeni kent düzeyindeki daha büyük çaptaki demografik ve yapısal değişimlerdir. Semtteki dükkân kiralalarının yine son günlerde ani ve büyük oranda artmasını, esnaf ve dükkân dokusundaki hızlı değişimi de bu genel dönüşümle bağlantılı düşünmek gerekiyor.

Görüştüğüm kadın ve erkek esnaf, son zamanlarda Galata, Beyoğlu ve Beşiktaş'taki esnafın çeşitli nedenlerle "sosyal sıkışmışlık yaşadığını" ve pek çok kişinin ekonomik olarak o bölgelerde kendini sürdüremez hale geldiği için buraya akın etmek zorunda kaldığı görüşünde. Ayrıca onlara göre, semtin dokusunun olumsuz bir şekilde hızlı değişiminde dükkânlarını kiraya veren mülk sahiplerinin ve emlakçıların büyük bir rolü bulunuyor: Emlakçıların büyük bir kısmı, ev sahiplerinin haberi olmadan spekülasyon yaparak kiralara artmasına yol açıyor.

Bunlara karşın görüştüğüm kadın ve erkek esnaf, Moda'nın yine de tüm bu güçlükleri "yenebileceğine" inanıyor, semtin sürekli olarak farklı grupları içermesini de "önemli bir olanak" olarak görüyor. Bu "hızlı, olumsuz değişim" iddialarına rağmen, Moda'nın "nezih semt" imgesini esas olarak korunduğu söylenebilir. İstanbul'un diğer semtlerine kıyasla Moda'nın öne çıkan özelliğinin, "nezih" ve "kendine özgü" bir yer olması gösteriliyor. Semtin bu imgesi kadınların dükkânlarında da sürekli olarak yeniden üretiliyor. Bu imgenin önemli dayanaklarından biri, kadınların kendilerini semtte nispeten rahat ve özgür hissetmeleridir. Görüştüm bütün kadınlar Moda'nın "güvenli", günün her saatinde rahatça dolaşabilecekleri bir semt olduğunu belirtiyorlar. Semtin kadınların işyeri açması için en uygun yerlerden biri olduğunu vurguluyorlar.

Cinsiyet, ekonomik faaliyet ile kamusal alan ve mekân arasındaki ilişki çeşitli çalışmalarda incelenmiş olsa da bu konu genellikle alt sınıfın veya alt-orta sınıfların yaşadığı yerler veya "marjinal"

görülen semtler üzerinden çalışılır. Orta veya üst-orta sınıfın bulunduğu semtler ve mekânlar ise odağa alınmaz. Moda'da dükkân işleten kadınların deneyimleri, cinsiyet ve kentsel kamusal alan arasındaki etkileşimi görebilmek için önemli bir örnek oluşturuyor. Şöyle ki yukarıda belirtildiği gibi Moda kadın esnafın kamusal yaşam ve mekândaki ağırlığı ve görünürlüğü açısından dikkat çekicidir. Görüşmelerde kadın esnafın semtteki ağırlığının, semtteki çalışma yaşamını ve sosyal ilişkilerin şeklini değiştirdiği, buradaki kamusal alanın biçimini dönüştürdüğü, semti herkes için "güvenli" kıldığı ve insanlar arasındaki kamusal dili "yumuşattığı" anlatılıyor.

BİRİNCİ BÖLÜM

KENTİ, ESNAFI VE MEKÂNI CİNSİYETLENDİRMEK



Kadınların Ekonomik Faaliyetleri ve Kentsel Kamusal Alanın İnşası

Kadınların kamusal hayata katılmasının, özellikle kentlerde çalışma hayatında yer alması sürecinin kamusal/özel ikiliğinde yarattığı değişime nasıl bakmak gerektiği sosyal bilimcilerin, daha çok feminist araştırmacıların çok uzun süreden beri üzerinde durduğu bir konudur. Ancak, bu konu günümüzde sıklıkla marjinalleştirilen göçmen, yoksul ve azınlık etnik gruplara mensup kadınlar veya ücretli çalışan kadınlar üzerinden ele alınır. Daha sınırlı ölçüde de büyük işletme sahibi iş kadınlar, üst düzey yöneticiler ve profesyonel meslek sahibi kadınlar incelenir. Kadınların kentsel alanda çalışma yaşamına katılımı, özellikle de iş yeri ve işletme sahibi olmalarının, kamusal alanın ve mekânın dönüşümü açısından ne anlama geldiği ise daha az çalışılmış bir konudur. İşletme sahibi kadınlar, kamusal alan-özel alan tartışmalarında pek görünür durumda değildir. Kamusal/özel alan, kadın emeği ve mekân arasındaki ilişki

konusunda çok geniş bir literatür bulunuyor. Burada bu çalışmalarını özetlemeye çalışmayacağım. Yalnızca bu konudaki temel tartışmalarda önemli gördüğüm birkaç noktaya işaret edeceğim.

Kamusal Alan-Özel Alan Ayrımı

Siyasal düşünce açısından eski olan kamusal/özel alan ayrımı, sosyal bilimcileri öteden beri uğraştırmıştır. Kamusal/özel alan ve kadınların kamusal alana katılmaları konusu feminist yazarlar için çok tartışmalı konulardan biridir. Nitekim kamusal alanla özel alan arasındaki ilişkiye atfedilecek anlam konusunda bir fikir birliği bulunmaz¹ Özel ve kamusal ayrımının günlük ve akademik kullanımı da çeşitli karışıklıklara neden olmuştur. Kamusal/özel kategorileri sorunsallaştırmayı sosyal bilimlerin temel meselelerinden biri haline getirenler de feminist araştırmacılarıdır. Ayrıca kamusal/özel ayrımı uzun bir zamandır feminist araştırmacılar tarafından eleştirilmektedir.

Kadınların kamusal alana katılımının ve kentsel çalışma hayatında yer almasının sonuçlarına ne kadar nüanslı bakılması gerektiğine de yine feminist araştırmacılar dikkat çekmiştir. Feminist araştırmacıların en önemli katkılarından biri ise "kadınların alanı" ve "erkeklerin alanı" ile kamusal/özel alanın eş sayılmasına eleştiri getirmeleri ve mekân ile cinsiyet arasındaki ilişkiyi öne çıkarmalarıdır. Bakış açıları arasında farklar olsa da feminist araştırmacılar kamusal alan/özel alan bölünmesinin, hem kadınlara atfedilen konumların açıklaması olarak hem de bu konumları inşa eden bir ideoloji olarak ikili bir rol oynadığını vurgulamışlardır (Davidoff, 1995; Jordanova, 1993; Pateman, 1989; Hartmann, 1979; Walby, 1990; Spain 1992; Delphy, 1998)²

1 Kimi feminist araştırmacılar, kadınlar tarafından özel olanın sıcak ortamında geliştirilen bazı değerlerin kamusal alana taşınmasından yanadır. Bazı feminist yazarlar ise hem "kamunun bakışından uzak bir yakınlık alanının önemini hem de gerek kamusal gerekse özel alanı içeren bir tanımın" gerekliliğini savunur (Lamoureux, 2015: 219).

2 Bu konuda kısa bir değerlendirme için bkz. Lamoureux, 2015: 215-220).

Kadınların özel alandaki konumunun kamusal alana nasıl taşındığı incelenirken, konunun çeşitli boyutları öne çıkarılır. Bu konuyu ele alan araştırmacılar kabaca üç ana gruba ayrılabilir. Birinci gruptaki araştırmacılar, kadınların kamusal alana girişi patriyarkiyi sarsmadığı için bunun kamusal alanda belirgin bir değişime yol açmadığını ileri sürerler. İkinci gruptaki araştırmacılar, özel alandaki cinsiyet konumlarının kamusal alana taşındığını, dolayısıyla bu değişimin kamusal alandaki hiyerarşik cinsiyet düzenini daha da pekiştirdiğini söyler. Bu iki yaklaşımın da çeşitli toplumsal ve tarihsel kesitler üzerinden meselenin farklı veçhelerine ışık tuttuğu rahatlıkla söylenebilir. Her iki yaklaşımı savunan yazarlar da özel alanda belirlenmiş olan kadınların konumunun, kamusal alanda nasıl yeniden üretildiğini vurgular. Farklı toplumlarda kamusal/özel alan ayrımı ile kadın alanı-erkek alanı ayrımının ne ölçüde örtüştüğünü açığa çıkarmaya çalışırlar. Aslında bu yazarlar kamusal alanın cinsiyetin çeşitli etkilerine açık olduğunu, bunun da hem kadınların konumu açısından hem de kamusal alanın niteliği açısından anlamlı sonuçlarının olabileceğine işaret ederler, ama bu noktayı çalışmalarının odağı haline getirmezler.³ Bu konudaki üçüncü yaklaşım kadınların kamusal alana katılımlarının hem kamusal alanı hem de cinsiyeti nasıl değiştirdiğini odağa alır, özel alan ile kamusal alan arasındaki geçişliğe işaret eder ve konunun farklı bir boyutunu öne çıkarır⁴.

Çalışma Hayatı ve Cinsiyet

Kadınların kentsel kamusal alanda yer almaları ve çalışma yaşamı arasındaki ilişkiye odaklanan araştırmalarda; kadınların hane içindeki konumuna, üstlendikleri rollere ve kamusal/özel alan

3 Bu gruplaşmanın keskin olduğunu ileri sürmüyorum. Söz konusu olan sadece bir vurgu farklılığıdır.

4 Bkz. Davidoff, 1995; Jordanova, 1993; Ortner, 1974. Bu tartışma hakkında bkz. Pilcher ve Whelehan, 2004: 124-128. Türkiye bağlamında bu konuyu ele alan önemli çalışmalardan bazıları için bkz. (Kandiyoti, 1997; Özbay, 1995, 2015 ve 2019; Durakbaşı, 2000; Göle, 2004; Özyeğin, 2003; Bora, 2005).

ayrımı bağlamındaki ekonomik faaliyetlerinin özelliklerine sıklıkla dikkat çekilir. Emek tarihini ve kadınların çalışma hayatındaki yerini inceleyen sosyal bilimciler, özellikle feminist sosyologlar ve iktisatçılar kamusal ve özel ayrımının, çalışma yaşamında kadınlar açısından ne tür eşitsizliklere yol açtığını göstermişlerdir⁵. Siyasal düşünce açısından kamusal/özel fikri çok daha eskiye dayansa da 18. Yüzyıldan itibaren bu düşünce başka bir biçime (liberal "ayrı alanlar" fikrine) dönüşmüştür. Modern dünyanın kuruluşu sürecinde bu fikir birçok değişime kaynaklık etmiştir. Kamusal mekânın yeniden tanımlanması, özel alanın yakınlık ilişkilerine ve aileye indirgenmesi, kadınların politika dünyasına katılmalarının yasaklanması ve kamusal alanlardan biri olan iş piyasasının cinsiyetli bir yapıya dönüştürülmesi bu değişimlerin birkaçını oluşturur. Temelde liberal teoriye dayanan kamusal/özel karşıtlığında, erkekler kamusal olanla tanımlanır. Nitekim 1970'lere kadar çalışma yaşamı ve girişimcilik denildiğinde, erkeklerin girişimcilik faaliyetleri ve erkeklere ilişkin piyasa değerleri akla gelir. Feminist araştırmacıların işaret ettiği gibi bütün bunlar da kadınların çalışma yaşamından ve piyasadan dışlanmasına hizmet eder (Lamoureux, 2015: 215-220).

Bruni, Gherardi and Poggio ise İtalya'da küçük işletme sahipliği ve girişimcilik konusundaki etnografik çalışmalarında, klasik sosyal bilimler literatürünü, evrensel ve cinsiyetsiz olduğunu iddia ettiği bir ekonomik rasyonalite modeline dayandığı ve "girişimci"yi uzunca bir süre erkeklikle eşleştirdiği için eleştirir. Literatürde epey bir zamandır varlığını koruyan "girişimci", "müteşebbis erkek" tipini sorgular ve kamusal alan/özel alan zıtlıklarının günümüzde de kadınların ekonomik faaliyetlerini görünmez kıldığını ileri sürer (2004: 406-429).

5 Massey (1984, 1994), McDowel, L. ve Massey, D. (1984), Hayden (1984) ve Spain'in (1992) çalışmaları oldukça değerli kuramsal açılımlar sağlıyor. Ayrıca bkz. Crompton, 1997. Bu çalışmalar hakkında özlü bir değerlendirme için bkz. (Doan, 2010: 298-299 ve bkz. Pilcher ve Whelehan, 2004: 126).

Medyada ve akademik çalışmalarda girişimcilik veya işletme sahipliği hakkındaki cinsiyet söylemlerini ve steryotiplerini ele alan çalışmasında Eleanor Hamilton, medyada kadın girişimcilerin sıklıkla ev/haneyle ilgili işlerle çerçevelenerek temsil edildiklerini belirtir. Dolayısıyla medyada girişimcilik esas olarak bir tür erkeklik biçimi olarak tasvir edilir. Akademik çalışmalarda da girişimcilik kuramsallaştırırken çoğunlukla erkek deneyimine dayanılır ve kadınlar ise ancak "farklılıkları" nedeniyle konu edinilir. Yukarıda ifade edildiği gibi temelde kamusal/özel ayrımına dayanan bu görüş, böylelikle bir yandan kadınlara atfedilen işleri ve konumları açıklar görünürken bir yandan da hem bu ayrımı hem de kadınların farklılığını inşa eden ideolojiyi yeniden üretme işlevini üstlenir. Hamilton, Helene Ahl'ın çalışmalarından (2004) hareketle kamusal alan/özel alan zıtlıklarının bu açıdan bir kez daha sorunlu olduğunu vurgular ve bunun kadın girişimcileri, işletmecileri nasıl "farklılığa mahkûm ettiğine" ve nihayetinde ise kadınların ekonomik faaliyetlerini nasıl görünmez kıldığına dikkat çeker. Girişimcilik ve küçük işletmelerle ilgili çalışmaların, cinsiyet ve kamusal/özel alan konusunda sürekli olarak tetikte olması gerektiğini ileri sürer. (Hamilton, 2013: 90-94; Ayrıca bkz. Ahl 2004 ve 2006). Aslında kadınların girişimciliği ve işletme sahipliğiyle ilgili çalışmalarda, kamusal ve özel alan ayrımı günümüzde de hafife alınır ve genellikle de sorgulanmaz.

Cinsiyet ve Kentsel Mekân

Cinsiyet ve kentsel mekân arasındaki ilişki özellikle kent, kentsel coğrafya ve kentsel planlama üzerine çalışan feminist araştırmacıların merkezi konularından birini oluşturur. 1970'lerin sonu ve 1980'lerden başlayarak feminist araştırmacılar kentlerde ve kentsel kamusal mekânda kadınların konumlarına yönelik eleştiriler yapar. Mekânın kadınlar ve erkekler tarafından farklı biçimlerde deneyimlendiğine işaret ederek, kadınlar açısından kentsel mekânın yol açtığı eşitsizlikleri göstermeye çalışır. Özellikle ekonomik ve politik

sistemin ve erkek egemen yapının kentlerdeki kadınların ekonomik faaliyetleri ve çalışma yaşamı üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekilir. Bu çalışmalarda kadınların çalışma yaşamına girmelerinin ve iş sahibi olmalarının mekânı dönüşümündeki rolüne işaret edilir⁶.

Yine feminist coğrafyacılar kadınların çalışma yaşamına girmelerinin ve iş sahibi olmalarının mekânın dönüşümündeki kritik rolüne ve mekândaki belirleyiciliğine dikkat çeker. Kadınların ekonomik faaliyetlerinin ve kadın girişimciliğinin, cinsiyeti ve mekânı dönüştürdüğü, yani cinsiyeti değiştirerek mekânı, mekânı değiştirerek de cinsiyeti değiştirdiği ifade ederler. Bu durum hem fiziksel mekânda ve mekânın toplumsal kullanımında hem de mekâna ve cinsiyete ilişkin söylemde gözlemlenebilir⁷ Ayrıca yeterli düzeyde olmasa da günümüzde giderek daha fazla sayıda çalışma, kadınların işletmeleri ile kamusal alan ve mekânlar arasındaki ilişkiyi ele alıyor.

Bondi ve Davidson, "Situating Gender" başlıklı makalelerinde, feminist coğrafyacıların temel katkısının kamusal/özel kategorilerini yerinden etmeleri, böylelikle belirli gruplarla ilişkilendirilen mekânların, insanlar tarafından nasıl farklı biçimlerde deneyimlendiğini tartışmaya açmaları olduğunu belirtir (2005: 15; Bkz. Burgess, 1998). Kendi çalışmalarında da cinsiyet ve mekânı tek bir biçimde tanımlamadıklarını, aralarındaki grift ilişkiye odaklandıklarını anlatır. Doreen Massey'in çalışmasını hatırlatarak (1984) cinsiyeti ve mekânı, durağan veya verili kavramlar olarak değil içiçine geçen ve karşılıklı inşa edilen etkileşim süreçleri olarak görür (2005:16).

Ayrıca feminist araştırmacılar tarafından mekânları kamusal/özel kategorilerine sıkıştırmanın mümkün olmadığını ileri sürülür.

6 Bu konudaki tartışma hakkında bkz. (Pilcher ve Whelehan, 2004: 124-128 ve Doan, 2010: 298-299).

7 Bu çalışmalara dair bazı değerlendirmeler için bkz. (Hanson ve Blake 2005:179-193 ve 2009:135-149; Hanson, 2009: 245-267; Addo, 2017: 1-19; Hanson and Pratt, 1995).

Kamusal ve özel mekân ayrımının net bir biçimde yapılamayacağı veya tek bir tip kentsel mekândan söz edilemeyeceği belirtilir. Kentsel mekânda kadınların çalışma yaşamının; kamusal/özel alan kategorileri içine sığdırılamayacağını anlatır. Dolayısıyla bu çalışmalarda kentsel mekânın heterojen, değişken ve çok anlamlı (*polysemic*) olduğu vurgulanır. Bu bakımdan mekân, cinsiyet kimliklerine benzer nitelikler taşır. Gillian Rose'un kullandığı (1993: 159) "paradoksal mekân" terimi bu yaklaşıma temel oluşturan önemli kavramlardan biridir (Bondi ve Davidson, 2005: 20-21). Benzer şekilde Nancy Duncan (1996), kamusal ve özel mekân ayrımının, kentlerdeki kadınların üzerindeki baskıyı arttırdığını ve meşrulaştırdığını ifade ederek, "yarı özel mekân" (*quasi-private space*) kavramını önerir. Bazı yazarlar ise kentsel kamusal mekânın bir kısmının ne tam olarak kamusal ne de özel olabileceğini ileri sürer ve alışveriş merkezleri, barlar ve restoranlar gibi yerler de içinde olmak üzere "ara mekânlar" (*intermediate spaces*) kavramını kullanmanın anlamlı olacağını düşünür. Dolayısıyla mekân konusunda, kamusal ve özel alan ikiliğine dayanan bir bakış açısına değil, mekân ve cinsiyet arasındaki ilişkiyi ve cinsiyetin mekânda süregelenliğini görmeye ihtiyaç bulunuyor (Bkz. Doan, 2010: 300-301). Bu aynı zamanda cinsiyet kimliğinin keyfi bir biçimde veya bir anda değiştirilebilir değil, direngenliğini de gösterir.

Pek çok çalışmada cinsiyet ve kentsel mekân arasındaki ilişki anlatılırken, özellikle de cinsel saldırı, taciz ve gözetlenme gibi kadınların kentlerde karşı karşıya geldikleri tehditlere dikkat çekilir. Bu çalışmalar kentsel mekânın kadınlar için ne anlama geldiğini odaklarına alarak, bu açıdan önemli bir soruna işaret eder. Buna karşın Hille Koskela'nın vurguladığı gibi kadınların aynı zamanda kentlerde bulundukları yerlerde, kentsel mekânı nasıl ehlileştirdiklerini çoğunlukla göstermez. Koskela mekânla ilgili korkularını yok etmek için kadınların bilinçli bir şekilde cesaretli davranarak mekânı nasıl müzakere ettiklerini anlatırken, "ehlileştirilmiş mekân" (*tamed space*) kavramını kullanır (Koskela, 2005: 257-270). Bu

çalışmada ise kadın esnafın Moda'da ağırlığının ve kamusal alandaki görünürlüğünün semtte gündelik yaşamdaki "keskinlikleri ve gerilimleri" azaltıcı bir etkisi bulunuyor. Ayrıca kamusal alanın ve mekânın değişmez ve homojen bir bütün olarak görülemeyeceğini, çeşitli faktörlere bağlı olarak ne kadar nüanslı ve çok yönlü olabileceğini bu araştırma gösteriyor.

Küçük İşletmeler, Cinsiyet ve Sosyal Ağlar

Küçük işletme sahibi kadınlarla ilgili çalışmalarda sıklıkla iki noktaya dikkat çekilir. Birincisi, kadınların kurdukları sosyal ilişkilerin ve ağların rolü, ikincisi ise kadınların işletmelerinin "aile işletmesi" veya "ev temelli" ekonomik faaliyetlerle olan ilişkisidir. Bu çalışmalar kadınların işletmelerini ele alırken genelde kamusal ve özel alan ayrımını sorgulamaz ancak mesafeli dururlar. Cinsiyet, ekonomik faaliyet ve sosyal ağlar arasındaki etkileşimi asıl olarak öne çıkarırlar. Hanson ve Blake, *Gender and Entrepreneurial Networks* başlıklı çalışmalarında (2009), küçük işletmelerde cinsiyet, sosyal ağlar ve mekân arasındaki ilişkiye odaklanarak, küçük işletmecilerin işyeri açmalarında ve işlerini sürdürebilmelerinde sosyal ağların rolünü, özellikle de kadınların kurdukları sosyal ağların önemini vurgular (Hanson ve Blake, 2009: 135-149; Bkz. Hanson, 2009). Onlara göre mekânsal hareketliliğin cinsiyet boyutuna bir hayli ilgi gösterilmesine rağmen, cinsiyetin sosyal ağları nasıl etkilediği ya da sosyal ağların cinsiyete bağlı olarak nasıl değiştiğine yeterince ilgi gösterilmez. Hatta kadınların sosyal ağlarının erkeklerinkinden farklı olduğu uzun bir zamandır bilinmesine rağmen bu konu gerektiği kadar araştırılmaz. Bununla birlikte kadınların sosyal ağlarının, erkeklerinkiyle benzerlikler içerdiği söylesen de pek çok araştırmacı birbirinden ayrı görür. Kadınların sosyal ağlarının erkeklere göre daha fazla akraba ve komşuları içerdiği ve genellikle birbirini iyi tanıyan kişilerden oluşma eğilimi taşıdığı ifade edilir (Hanson ve Blake: 1990; bkz. Moore, 1990 ve 1997; Ridgeway and Smith-Lovin, 1999).

Ping-Ann Addo, genellikle "güvene dayalı" olan bu ağların, kadın girişimciler ve azınlık göçmen gruplar açısından büyük önem taşıdığına işaret eder (2017: 14-16). Kadın işletmeciler ise gerek dükkânlarını açarken gerekse sonrasında sosyal ilişkilere ve "güvene" özel bir rol atfederler. Bu bulgular, Moda'da görüştüğüm kadınların anlattıklarıyla ve gözlemlerimle örtüşüyor. Bu araştırmadaki kadınlar dükkânlarının dayandığı kaynakları anlatırken, hem aile ilişkilerini ve bunun kaynaklık ettiği sosyal sermayeyi hem de diğer sosyal sermaye biçimlerini öne çıkarıyorlar. Bununla birlikte bu tür sosyal ilişkileri ve sermayeyi tek başına anlatmak yerine dükkân ve semte ilişkin bir anlatının parçası kılarak ve bütün bir öykü içine yerleştirerek aktarıyorlar. Ancak yukarıdaki çalışmalarda konunun bu boyutuna dikkat çekilmez. Daha önemlisi sınıf konumunun ve aile kökeninin kadınların sosyal ağlarını nasıl şekillendirdiği üzerinde yeterince durulmaz. Oysa sosyal ağların kuruluşunda, biçiminde ve zaman içindeki seyrinde sınıf en temel belirleyicidir.

Çeşitli araştırmacılar tarafından bu konuda eleştirilse de Pierre Bourdieu, kadınların ev içindeki faaliyetlerine ayrı bir değer yükler. Kurumsal sermayenin ve formel ağların oluşumunda kadınların ev içi faaliyetlerine, aile ve akrabalığa atfedilen ilişkilerdeki rolüne vurgu yapar ve bunları bütünlüklü bir şekilde görür. Pek çok feminist araştırmacı da kadınların ev içi ve ev dışındaki konumlarının bir bütünsellik içinde ele alınmasının gerekliliğine ve bu bağlamdaki sınıfsal farka işaret eder. Diane Reay, kadınların ev içinde çocukların eğitimindeki rollerini ve bunun kadınlar açısından bedellerini anlatırken Bourdieu'den esinlenerek "duygusal sermaye" kavramını önerir (2000 ve 2004; Bkz. Öztimur, 2007: 599). Duygusal sermayenin kullanılmasında kadınlar arasındaki sınıfsal farka dikkat çeker ve sonuçlarını tartışır. Duygusal sermaye de diğer sermayeler gibi sınıfsal farkı içerir.

Bu araştırmada görüştüğüm kadınlar annelerine ve onların kaynaklarına nasıl baktıklarını, kendi çalışma hayatları üzerindeki etkilerini atlatırken esas olarak annelerinin duygusal sermayesini

öne çıkarıyorlar. Annelerinden aldıkları somut maddi kaynakları da duygusal sermayeye dönüştürerek anlatıyorlar. Araştırmada alt orta sınıf kadınlar ile "klasik orta sınıf" ve üst-orta sınıf kadınlar arasında bu yönden de önemli bir fark vardır. Aşağıda gösterileceği üzere üst-orta sınıfa doğru çıkıldıkça, ilginç bir biçimde ekonomik sermayenin ve duygusal sermayenin kamusal alana çıkış biçimi farklılaşıyor.

Bunun dışında yukarıdaki çalışmalarda kadınların ve erkeklerin sosyal ağlarında bulundukları sınıfın ne tür etkilerinin olduğu, hangi kadınların nasıl dışlandığı ya da kadın ve erkek esnaf arasında sınıfsal konum üzerinden alternatif ne tür ağların oluşturulduğu hakkında yeterli bilgi verilmez. Ayrıca sosyal ağların nasıl işlediği, hangi ilişkilerinin sosyal ağ olarak görülüp görülemeyeceği, dolaşısıyla kuramsal ve ampirik olarak sosyal ağdan tam da ne anlaşılması gerektiğini açıklamak her zaman kolay olmayabilir. Sınırlı da olsa bunu açabilmek için yaptığım görüşmelerden ve gözlemlerden örnek verebilirim. Bu araştırmanın önemli boyutunu da araştırma yaptığım yerdeki kadın ve erkek esnaf arasında kimlerin birbirini tanıdığı sorusu oluşturuyordu. Görüşmede hangi esnaftan söz ettikleri veya bana görüşmem için kimleri önerdikleri konusuna özel olarak dikkat ediyordum. Kendilerini "esnaf" veya "küçük işletmeci" olarak görmeyen, nispeten daha fazla ekonomik sermayeye sahip kadın ve erkek esnaf, beni genellikle daha düşük bir ekonomik sermayeye sahip olduklarını düşündükleri kadınlara yönlendiriyorlardı. Ayrıca ikinci gruptaki kadınların işlettikleri dükkânları anlatırken bu tür mekânları kadınsallaştırıyorlardı.

Birinci gruba göre "tanıdık" olma ile "bir sosyal grubun mensubu olma" arasında belirgin farklar vardı. Dolayısıyla düşük ekonomik sermayeye sahip kadın işletmecileri çok iyi tanıyorlardı, ancak sosyal ağları içine asla dâhil etmiyorlardı. Bu ağların dışında kalan kadınlar da durumun farkındaydılar. Buna karşı hem akrabalık ilişkilerini hem de geldikleri kentlerin kimliğini öne çıkararak alternatif başka sosyal ağlar kuruyorlardı. Ayrıca daha önemlisi semtin

ahalisinden üst-orta sınıf kadın ve erkeklerle dayanışarak başka sosyal ağlar da inşa ediyorlar, daha nitelikli ürünler satarak ve daha iyi hizmet vererek semtten kişileri kendilerinin sürekli müşterisi haline getiriyorlardı.

Bunlardan başka erkeklerin sosyal ağları ile karşılaştırılırken, kadınların formal ağlara (ve kurumlara) daha zor ulaşabildikleri veya tamamen dışlandıkları için enformal sosyal ağlara başvurmak zorunda kaldıkları pek çok çalışmada anlatılır (Hanson ve Blake, 1990 ve Bkz. Aldrich ve diğerleri, 1997). Turner (2007) küçük işletmelerde sosyal ağlar açısından etnik gruba mensubiyetin önemine işaret eder. Addo, Boston'daki (ABD) Karayipli göçmen girişimci kadınlar üzerine yaptığı antropolojik çalışmada (2017), kadınların işlerini sürdürebilmek için aile üyeleri, tanıdıklar ve arkadaşlardan oluşan sosyal ağları ve etnik mensubiyeti etkin bir biçimde kullandıklarını ileri sürer. Ona göre, bu tür bir sosyal sermaye, kadınların hem bireysel olarak güçlenmelerini sağlar hem de gruba aidiyetlerini pekiştirir. Dolayısıyla bu tür ilişkileri sadece özel alanla sınırlı görmez, kadınlar için hem özel hem de kamusal alanda işlevsel olduklarını düşünür.

Addo'nun çalışmasındaki tartışmalardan biri de kadınların dükkânlarının mekânsal olarak eve yakınlığının ve kadınların işlettikleri dükkânları genellikle "evin devamı" olarak görmelerinin özel alanın kamusal alana taşınması olarak nitelenip nitelenemeyeceğidir. Pek çok çalışmada, kadınların çalıştıkları mekânın, eve veya özel alana fiziksel yakınlığının, aile veya yakın ilişkilerin aynı yerde bulunmasının, kadınları daha fazla kırılgan hale getirdiği belirtilir. Addo'ya göre ise kadınların işyerlerinin bulunduğu yerin fiziksel olarak eve yakınlığını farklı açılardan da düşünmek gerekir, dükkânın eve yakınlığı bir takım parasal maliyetleri azaltır. Ayrıca işyerlerini açmadan kadınlar önce ev işleri, çocukların bakımı, aile fertlerinin çeşitli gündelik işlerinin planlanması gibi önemli meseleler hakkında mekân ve zaman kısıtlamalarını göz önünde bulundurarak

çok çeşitli müzakerelere girmek zorunda kalırlar. Buna karşın Addo kadınların bu durumunu aile ve özel alana hapsolmak olarak yorumlamaz. (Addo, 2017:12-14).

Küçük İşletmelerde Aile, Akrabalık ve Cinsiyet

Güney Kore'de Seul'ün belli bir bölgesine odaklanarak yaptığı etnografik çalışmasında Antti Leppanen, 1990'ların sonlarında ülkenin karşı karşıya kaldığı ekonomik krizden küçük işyerlerinin nasıl etkilendiklerini ve başa çıkma yollarını anlatır. Mahalle dükkânlarında en fazla kadınlarla görüşme olanağını bulduğunu ifade ederek küçük dükkân işletmeciliği ile aile ve akrabalık ilişkileri arasındaki bağlantılara dikkat çeker. Hem bu ilişkileri hem de semtteki sosyal ilişkileri kastederek, dükkânlarda kamusal ve özel alanın iç içe geçtiğini ve özelliklerinden birinin bu olduğunu kısaca belirtir (Leppanen, 2007: 17-22). Ancak bu konuyu çalışmasında ele almaz. Kadınların bu tür ekonomik faaliyetlerinin, mekâna ve cinsiyete olan yansımalarına dair bilgi vermez. Çalışması belli bir mekânda cinsiyet (mekândaki cinsiyet) ve ekonomik faaliyetin işleyişi ve anlamına ilişkin bir merakı taşımaz. Araştırmacı küçük işletmelerde aile ve akrabalık ilişkileri ile kaynak aktarımında cinsiyetin ne anlama geldiği veya anne ve babaların sermayelerini nasıl bölüştükleri hakkında da ayrıntılı bir tartışmaya girmez.

Annika Rabo ise Halep'de yaptığı etnografik çalışmasında, araştırmasındaki kişilerin işlettikleri mekânları nasıl gördüklerini ve farklı zamanlarda ne tür sosyal etkinlikler için kullandıklarını ayrıntılı betimler. Bu açıdan bu tür yerlerin kimi kez özel ve kimi kez de kamusal mekân özelliği taşıdığına işaret eder. Bununla birlikte çarşıda ve dükkânlarda kamusalın içinde özel alanın nasıl temsil edildiği veya özel alanın hangi yollarla kamusal hale getirildiğini sorgulamaz. Öte yandan çalışması, kamusal/özel alan ayrımının net bir biçimde yapılamayacağını yansıtır. Dolayısıyla kamusal/özel ayrımını mutlak ve değişmez olarak göremeyiz. Bir mekânın ne derece kamusal ve ne

derece özel olabileceği ve bu ayrımın hangi parametrelere göre değişebileceği gözlemlemek daha heyecan vericidir.

Ayrıca Rabo erkeklerin işletmelerine odaklanır. Aslında genel olarak bakıldığında kadınlar ile erkeklerin dükkânları arasında kamusal ve özel alanın ağırlığı değiştiği söylenebilir. Ancak görebildiğim kadarıyla her ikisi açısından da "olması gereken" belli bir denge korunmasıdır. İşletmecilerin dükkânlarındaki kamusal ve özel alana ilişkin müzakere ve denge arayışları bu noktada önemlidir.

Bunun dışında Rabo çalışmasında aile ve akrabalık ilişkilerini ele alırken Halep'teki çarşıda rahat edebilmek ve belli bir konum edinebilmek için erkek çocuğu sahibi olmanın önemli kıstas olduğunu belirtir. Bunun aynı zamanda görüştüğü grupta aile içi ilişkileri gerilimli hale getirdiğini vurgular (2005). Bu araştırmadaki kadınların ailelerinde de dükkân açma sürecinde ve sonrasında pek çok gerilim yaşanmıştı. İlginç bir biçimde bazı örneklerde kadınlar "oğullarıyla" ve zaman zaman da kızlarıyla gerilimler yaşıyorlardı. Bazı örneklerde ise erkekler oğulları yerine damatlarıyla daha yakın bir ilişki kurarak gerilime neden oluyorlardı. Ailede kaynakların paylaşımı, iş bölümü ve dükkân işinin nasıl yürütüleceği, kimin ön planda olması gerektiği konularında da anlaşmazlıklar yaşanmıştı. Yine de bu araştırmadaki kadınlar en fazla anneleriyle dayanışma içindedir.

Aygören ve Nordqvist ise Türkiye'den İsveç'e göç etmiş kişilerle yaptıkları derinlemesine görüşmelere dayanan çalışmalarında (2015) "aile işletmesi" bağlamında bireysel kimliklerin (ve cinsiyetin) nasıl inşa edildiğini inceler. Çalışmalarındaki örnekler, iş yeri açma sürecinden başlayarak aile ve yakın ilişkilerdeki dönüşümü, kadınların bu süreçte ne tür rolleri üstlendiğini gösteriyor. Çalışma aynı zamanda aile fertlerinin tüm bu süreci nasıl aile ilişkilerinin bir parçası kıldıkları, "aile işletmesinin" kadınlar açısından ne anlama geldiği, kadınların kendi kimliklerini ve varoluşlarını bunun üzerinden nasıl tanımladıkları konusunda önemli bir bilgi veriyor.

Dolayısıyla küçük işletmeler ve kadın emeğiyle ilgili literatürde genellikle arka planda kalan ekonomik faaliyet ile aile ilişkileri ve cinsiyet kimlikleri arasındaki bağlantıları incelikli bir biçimde görür kılıyor.

İstanbul, Tabakalaşma ve Emek İncelemelerinde Kadınların Ekonomik Faaliyetleri ve Kadın Esnaf

Kitabın bu kısmında önce İstanbul çalışmalarında hangi konuların, ne tür yaklaşımların öne çıktığı kısaca gösterilmeye çalışılıyor. Kadınların ekonomik faaliyetlerinin, İstanbul, tabakalaşma ve emek incelemelerindeki konumuna ana hatlarıyla bakılıyor. Özellikle de dükkân işletmecisi kadınların deneyimlerinin bu çalışmalarda ne kadar yer aldığı ve yer aldığı anda ise esas olarak nasıl konu edildiği tartışılıyor. Ardından işkolları, sınıf ve meslekler hakkındaki çalışmalarda, esnaf tanımlanırken ne tür özelliklerinin öne çıkarıldığı ve hangi sosyal katmana dâhil edildiği üzerinde duruluyor.

Kadın emeğini ve bunun değişen biçimleri ile statüleri arasındaki ilişkiyi ele alan, erkek egemen ideolojiye dikkat çeken genişçe sayılabilecek çok değerli bir literatür bulunuyor. Ayrıca küçük girişimciler konusu içinde kadın emeğinin çeşitli boyutlarını ele alan çalışmaların giderek sayıca artıyor olması da çok sevindirici. Aşağıda genel olarak kentsel mekânda kadın emeğinin odağa alan çalışmalar ile kadın girişimciliği hakkındaki çalışmaları birlikte ana hatlarıyla değerlendiriliyor. Her iki literatürde de kentsel mekânda kadın emeğinin farklı biçimleri ele alınarak, kadınların iş yaşamında ne tür engellerle karşı karşıya kaldığına dikkat çekiliyor. Kadınların harcadıkları emek ile kendileri hakkında karar verebilir duruma gelmeleri ve güçlenebilmeleri arasındaki gerilime işaret ediliyor. Birçok araştırmacının gözlemlediği gibi gerek ev içinde gerekse evin dışında kadınların girişimlerinin ve ekonomik etkinliklerinin önemli bir özelliği genellikle "cinsiyet gerilimini" içermeleridir. Aile içindeki cinsiyet gerilimini en fazla görebileceğimiz yerlerden

birinin kadınların dükkân açma süreci ve ailelerdeki kaynak aktarımı konusu olduğunu düşünüyorum.

İstanbul Çalışmaları, Meslekler ve Kadınların Ekonomik Faaliyetleri

Çeşitli araştırmacıların ileri sürdüğü gibi, İstanbul çalışmaları esas olarak konutlaşma süreçleri ve yerleşim alanları odaklı geliyor. Daha önce gecekondu ve kentleşme, günümüzde ise neoliberalleşme, kentsel dönüşüm ve ayrışma, "güvenlikli siteler" daha fazla öne çıkıyor.⁸ İstanbul çalışmaları içinde önemli bir damarı mahalle incelemeleri oluşturuyor. Odakları açısından geniş bir yelpazeye sahip olan bu çalışmaların önemli bir bölümünde mahalle esas olarak zanaatlar, esnaf ve çıraklık gibi geçmişe ait bir olgu olarak tasvir ediliyor. İlginç bir biçimde "gelenegin" ancak mahallede bulunabileceği fikri bu literatüre de egemen. Dolayısıyla bu çalışmaların en temelde "ideal bir geçmiş" üzerinden kurgulanan bir mahalle ve gelenek anlayışına sahip olduğu söylenebilir. Şaşırtıcı olan hem daha önceki çalışmalar hem de günümüze yakın olan çalışmaların mahalleye yönelik bu gelenek kurgusunu ve bu nostaljik imgeyi taşıyor olması (Özsan, 2016d ve 2017). Perouse, "Büyüyü Bozma Pahasına, İstanbul Yaklaşımını Merkezden Çıkarmak" başlıklı yazısında (2011), İstanbul'a ilişkin çalışmalarda giderek artan bakış açısı sorunlarına işaret ediyor.

"Bu noktada, İstanbul'a ilişkin yazma ve okuma çalışmalarını tehdit eden pek çok tehlike bulunduğunu söylemeliyim. Bunların en önemlileri "nostalji", "oryantalizm" ve "Avrupa merkezcilik", "kötü analiz mekânı çerçevesi" ve "resmî veya geleneksel sosyal bilimlerin "çalışma değeri" olarak tanımladığı şeye odaklanma", yani "varolan söylemlere bağımlı kalma" tehlikeleridir. Bu tuzaklara, "kaynak sorununu" da ekleyebiliriz (Perouse, 2011:20).

8 Türkiye'de kent ve İstanbul araştırmaları hakkında değerlendirmeler için bkz. (Erder, 2014; Erman 2010; Arlı, 2005; Uğurlu ve diğerleri, 2010; ayrıca bkz. Güçlü, 2014).

Ona göre son yıllarda "binalara, mahallelere, özel olaylara veya kişilere yönelik "sınırları dar" anlatımların" sayısı da bir hayli artmış gözüküyor. Bu çalışmaların ortak özelliği, ağırlıklı "nostaljik bir hava taşımasıdır" (2011: 20). Kimi çalışmalarda ise mahalle aidiyet ve kimlikle sınırlanıyor. Mahalle ve semtlerin dönüşümü, gündelik yaşamda bunların nasıl konu edildiği, mahalle dışında aidiyet ve dayanışma biçimlerinin olduğu konu edilemiyor. Bu çalışmada ise "mahalle" kavramını hem anlamaya çalışıyorum hem de sosyal bilimlerde yakın tarihli çalışmalardaki mahalle çözümlemelerine eleştirel bir gözle bakıyorum. Dükkân işletmecilerini, kadın ve erkek esnafı geçmişe ait kılmamak, günümüzü görebilmek için de Moda semtini mahalle olarak kavramsallaştırıyorum. Mahalle ile esnafı birbirinin olmazsa olmaz koşulu haline getirmeden, her ikisini de bugünün olguları olarak görüyorum. Bu konularda araştırmacılar farkında olmadan, hazır düşünme kalıplarına başvurabiliyor. Örneğin mahalle deyince ilk anda esnaf düşünülüyor veya tersinden esnaf denildiğinde önce mahalle akla gelebiliyor. Dolayısıyla bu tür tekrarların kendini nasıl hızla ürettiği, başka bir düşünme biçimini nasıl engellediği konusunda dikkatli olmak gerektiğine inanıyorum⁹

İstanbul hakkındaki çalışmalarda önemli bir sorun, tarihsel geçmiş olan yerlerin, "tarihi" görülen mahallelerin daha çok öne çıkarılmasıdır (Perouse, 2011: 24). Bu özellik, İstanbul'un kentsel dönüşümü konusundaki çalışmalarda da gözlemlenebilir. Bu da tarihi olsun veya olmasın pek çok yerin ancak kentsel dönüşüm içinde konu

9 Lütfi Sunar ve Yunus Kaya'nın 2014 yılında Türkiye çapında 2500 kişilik kır-kent örnekleme dayanan araştırma projelerinin verilerinden hareketle oluşturdukları mesleki itibar ölçeği, Türkiye'de belli mesleklerin içinde yer aldığı anlam yelpazesi ve meslek stereotipleri hakkında önemli ipuçları içeriyor. Günümüz Türkiye'sinde mesleki itibar açısından sınıf, cinsiyet ve eğitimin hangi anlamlara geldiği bu çalışmada görülüyor. Ayrıca araştırmalarındaki örneklerin bir kısmında bu kategoriler arasında anlamlı örüntüler gözlemlenirken kimilerinde ise belirgin farklılıklar bulunuyor. Türkiye'de belli meslekler ile statü konumu arasındaki ilişki ve mesleklere ilişkin bakış açısının nasıl dönüşmekte olduğu da araştırmalarından takip edilebiliyor. (2016: 267-312).

olabilmesine yol açıyor. Bazen de Moda'da olduğu gibi semt, ancak anı ve nostalji konusu olarak ele alınabiliyor. Bu çalışmada ise asıl olarak bu bakış açısına karşı çıkıyorum. Aşağıda semtle ilgili genel verileri ve semtin imgesini ele aldığım yerlerin dışında semtin tarihsel geçmişine ve daha sonra geçirdiği değişimlere değinmeyeceğim. Hatta söz konusu kısımda da bu literatürü eleştirel bir gözle yorumluyorum. Moda'yı araştırma mekânı olarak seçerken, tarihi bir semti anlatma isteğimin değil, günümüzde yaşananlara merakımın belirleyici olduğunu vurgulamak isterim.

Ayrıca İstanbul çalışmaları çok geniş bir yelpaze oluştursa da¹⁰, bu çalışmaların esas odağında toplumsal sorun olarak görülen konular bulunuyor. Çalışmalarda "geleneksel mahallenin kaybı" ile gecekondular ve kentleşme sorunları, neoliberalizmin yol açtığı konutlaşma ve yerleşim alanları sorunları; kentsel dönüşüm ve ayrışma, "güvenlikli siteler"in neden olabileceği sorunlar daha fazla öne çıkıyor. Semtlerin sosyal dokusu, sosyo-ekonomik kompozisyonu, bunun zaman içindeki değişimi, dahası gündelik yaşamda bunun nasıl konu olduğu hakkında çalışma ise bilebildiğim kadarıyla çok sınırlı. İstanbul çalışmalarında dükkân işletmeciliği başlığı esas olarak yer almıyor. Esnafı konu edinen çalışmalarda da bu toplumsal kesim sıklıkla şehirlerin veya toplumun geçmişine ait görülüyor. Şentürk'ün işaret ettiği gibi kent çalışmalarında, bir takım toplumsal pratiklerin ve ekonomik faaliyetlerin kentsel mekândaki tezahürleri çoğu kez arka planda kalıyor (2014:135).

Kadınların ev içi emeğinin görünmezliği çok işlenmiştir, ama dışarıdaki emeğinin ne ölçüde görünür olduğu daha az sorunsallaştırılmıştır. Cinsiyet, ekonomik faaliyet ile kamusal alan arasındaki ilişki sınırlı da olsa ele alınmıştır. Kadınların dükkânlarının kamusal alanın dönüşümündeki rolü ve semtteki toplumsal ilişkilere yansımaları ise hiç incelenmemiştir. Bu çalışma, kadınların dükkânlarını merkeze alarak bu konuya bakıyor.

10 Bkz. Eda Güçlü, 2014, *İstanbul Bibliyografyası (2000-2013)*.
Ücretsiz PDF Kitap Arşivi - <https://iranthey.org>

Kadın Emeği ve "Girişimci Kadınlar" Kurgusu

Ev içi ve ev dışında kadın emeğini ve bunun değişen biçimleri ile statüleri arasındaki ilişkiyi sorunsallaştıran, erkek egemen ideolojiye dikkat çeken genişçe sayılabilecek değerli bir literatür bulunuyor ve son zamanlarda gittikçe bu çalışmalar ivme kazanıyor. Gecekondu kadınların, fabrikalar ve hazır giyim atölyelerinde çalışan kadınlar ile doğrudan cinsel sömürüyle karşı karşıya olan kadınların yaşadıkları sorunlar ele alınıyor. Bu çalışmalardan farklı biçimlerde de olsa patriyarkinin ve sınıf eşitsizliğinin kadınlar için ne anlama geldiğini ve nasıl işlediğini görebiliyoruz. Kadınların, cinsiyet kimliklerini, özel alana ait görülen kimi özelliklerini nasıl kamusal alana taşıdığı konusu giderek artan oranda ele alınıyor.

Deniz Yüksek'in ve Saniye Dedeoğlu'nun, bu bağlamdaki çalışmaları aslında kent, emek ve cinsiyet araştırmalarında hem yöntem hem de konuya yaklaşım açısından kritik bir eşiği temsil ediyor. Yüksek (2003), İstanbul Laleli'de ağırlıklı Rus kadınların yaptığı bavul ticaretini, araştırdığı yerle sınırlamayıp ulusaşırı ilişkiler eksenine yerleştirerek ele alıyor. Laleli'deki bavul ticareti ile cinsiyet kimliklerinin iç içeliğini, "kayıt dışı" ticaretin dayandığı geniş ilişkiler ağını açığa çıkarıyor. Çalışmadan kadın-erkek ilişkileri ile belirli ekonomik faaliyet biçimlerinin birbirini nasıl dönüştürdüğü ve karşılıklı etkileri görülüyor. Dedeoğlu (2014), İstanbul'da hazır giyim sanayinde çalışan kadınlar örneğinden hareketle, kadınlar açısından eşitsiz olan cinsiyet rollerinin yeniden üretilmesinde ve toplumların cinsiyete yükledikleri anlamda mekânın rolüne dikkat çekiyor. Her iki çalışma da genel olarak belli bir ekonomik faaliyet ve mekân üzerinden kurulan geniş toplumsal ilişkiler ağının, cinsiyete ilişkin deneyimi nasıl şekillendirdiğini gösteriyor.

Buna karşın kadınların çalışma yaşamı, mekân ile cinsiyet kimlikleri arasındaki bağı ele alan araştırma bilebildiğim kadarıyla yine de sayıca çok az. Ayrıca varolan çalışmalarda cinsiyet kimliklerinin mekâna olan etkilerinden söz edilirken, cinsiyetin kendisindeki

dönüşüme gerektiği kadar ilgi gösterilmiyor. Cinsiyet, ekonomik faaliyetler ile mekân arasındaki ilişki ise birlikte ele alınmıyor ve genellikle bu konu muğlak kalıyor. Dahası İstanbul gibi kentlerin belli semtlerinin, cinsiyet ve ekonomik faaliyet üzerinden nasıl anlamlandırıldığı da ele alınmıyor. Bu kitapta ise Kadıköy Moda'da dükkân işleten kadınların deneyimlerinden hareketle, hem kentsel kamusal mekânın hem de cinsiyetin nasıl değişebildiği gösteriliyor. Dolayısıyla cinsiyet, dükkân ve semt kategorilerinin kesişimine bakılıyor.

Kadın emeğini, küçük girişimcilik veya girişimcilik başlığı altında ele alan önemli başka bir literatür daha bulunuyor. Bu çalışmalarda 1990'lı yılların sonundan itibaren başlayan neoliberal politika ve uygulamaların, kadın istihdamı üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekilerek, bu süreçte kadın emeğinin hem ev içi hem de ev dışında nasıl değersizleştirildiği vurgulanır. Ayrıca girişimcilik ve kadın girişimciliği politikalarının, bazı ülkelerde kadın emeğinin önemini öne çıkarmak, kadın ve erkek emeğini eşit bir konumda görmek yerine, bu konuyu sadece söylem olarak öne çıkardığı belirtilir. Türkiye'de devlet söyleminde kadın girişimciliğine vurgu yapılmasına karşın, "kamu kurumları tarafından tutarlı ve yapıcı bir somutlukta" bu konunun ele alınmadığı ifade edilir. Bunun yanı sıra kadın girişimciliği uygulamalarının temelde cinsiyetçi olduğu anlatılır. Nitekim bu konudaki eğitim ve kursların, "dikiş-nakış gibi geleneksel kadın meslekleri ya da çiçek düzenleme gibi hobi kazandırma eğitimleriyle sınırlı" kaldığına, istihdama hazırlamak ve çalışma yaşamına eşit katılımlarını sağlamaktan ziyade kadınların eşitsiz koşullarını pekiştirici rol oynadığına işaret edilir (Özar, 2015:21). Kadınların emeklerinin ve ekonomik faaliyetlerinin, sadece "girişimcilik" başlığı altında görülmesinin özellikle Türkiye gibi ülkelerde kadın emeğinin kamusal alandaki temsilinde önemli sorunlara yol açacağına dikkat çekilir. Özlem Altan-Olcay'ın belirttiği gibi "kadın girişimciliğine" yönelik uygulamalar kadınların yaşam şartlarını iyileştirmek ve sınıfsal konumlarını yukarıya taşımak

yerine "ailenin yararı için" kadınların işgücünü araçsallaştırıyor (2016: 130-134).

Ayrıca bu konudaki araştırmalarda Türkiye'de kadınların genellikle belli alanlarda, özellikle hizmet sektöründe girişimci olmayı tercih ettikleri, "girişimci kadınların", erkeklere göre daha küçük işletmelere ve daha az kazanca sahip oldukları vurgulanır (Keskin, 2017: 67,68). Dikkat çekilen bir diğer nokta ise kadınların sıklıkla işsizlik nedeniyle "girişimci" olmak durumunda kaldıklarıdır. Kadınların işyeri açarken çoğunlukla aileden yakın kişilerden ve arkadaşlarından borç almak zorunda kaldıkları ifade edilir. Çeşitli araştırmalarda belirtildiği gibi bankadan kredi alabilmek veya başka teminatlarda bulunmak, pek çok kadın girişimci için ciddi engeller taşır. Türkiye'de gayrimenkul ve başka biçimlerdeki servet sahipliğine bakıldığında, kadınların erkeklere göre kaynakların çok küçük bir kısmına sahip olması da önemli bir sebep olarak gösterilir (Keskin, 2017:69-71).

Bundan başka, kadın girişimciliği konusundaki kamusal tartışmalarda girişimci kadınlar genellikle tek bir profil üzerinden anlatılır ve çoğunlukla da kadınların girişimci olduktan sonraki "başarılarına" vurgu yapılır. Oysa girişimci kadınlar pek çok yönden farklılık gösterirler. Ayrıca kadınların daha önceki birikimleri ve mücadeleleri, girişimci olmalarında aslında daha belirleyicidir. Yine kamusal tartışmalarda "başarı öykülerinin" arkasındaki gerçek toplumsal faktörler arka planda kalır. Kadınların bu süreçte çeşitli biçimlerde ödedikleri bedellerden ise neredeyse hiç söz edilmez.

Yine kamusal tartışmaların önemli bir kısmında kadın emeği ve girişimciliği sıklıkla "destek" ve "yardım" kavramları üzerinden anlatılır. Bu konudaki bakış açısı da kadınların eşitsiz olan konumlarını yeniden üretmeye yarıyor. Aşağıda ayrıntılı olarak ele alınacağı gibi bu araştırmadaki kadınlar da büyüklüğü ne olursa olsun aile veya yakın çevrelerinden aldıkları kaynakları, "aile yardımı" veya "aile desteği" gibi terimlerle ifade ediyorlar. Özellikle de

annelerinin emeğinden ve kaynaklarından söz ederken bu terimleri kullanıyorlar.

Türkiye'de kadınların işgücüne katılımı ve girişimciliği tartışmalarının, 1980 sonrası neoliberalizmin etkilerine odaklanarak, kadın emeğinin içinde yer aldığı enformal emek piyasasına, makro-ekonomik dönüşümlere dikkat çekmesi aslında büyük bir anlam taşıyor. Ayrıca bu çalışmalar yeni araştırmacılara çok değerli bakış açıları sağlıyor. Bununla birlikte kadınların bireysel olarak ekonomiye katılımı ile aile içi güç ilişkilerini, bunun bir parçası olan kaynak aktarımını, kadınların dayanışma ve güçlenme mücadelelerini bir arada düşünmek gerekiyor (Addo, 2017).¹¹ Kadınların hangi örneklerde güçlendiklerini, kadın emeğinin hangilerinde daha değersiz hale geldiğini görebilmek için derinlemesine incelemeler önemli bir potansiyele sahip. Dolayısıyla ailede cinsiyet ilişkilerindeki iktidar mücadelelerini ve denge arayışlarını bu konudaki araştırmaların asıl odağına taşımak anlamlı olabilir. Aslında toplumlardaki genel servet aktarımının biçimi ile aile içinde kaynak bölüşümü de birlikte ele alınabilir.

İşkolları, Meslekler ve Esnafın Sınıf Konumu

İstanbul'daki sınıf profilleri, işkolları, meslekler ve çalışma hayatına ilişkin de yine geniş bir literatür bulunuyor¹². Yıldırım Şentürk, bugüne kadar yapılmış çalışmaların önemine rağmen, İstanbul ve emek araştırmaları açısından bakıldığında görüşülen kişilerin iş süreçleri ile bulundukları mekânın özellikleri arasındaki ilişkinin analize taşınmamasının, araştırmanın yapıldığı semtin ve mekânın gözden kaçırılmasının önemli bir eksiklik olduğunu söylüyor. Ona göre, özellikle işkolu ve çalışma hayatı hakkındaki araştırmalarda,

11 Türkiye'de köy kadınlarının aile içinde ve evlilikteki güçlenme mücadelelerini ele alan önemli bir çalışma için bkz. (Sirman, 1995).

12 Bunlardan bazıları için bkz. (Boratav, 2004; Güvenç ve Işık, 1996 ve 1997; Akgeyik ve diğ., 2004; Müftüoğlu, 2005; Akdemir, 2008; Şentürk, 2014).

toplumsal olarak ve mekânsal açıdan birbirinden çok farklı gözükten işlerin birlikte devam edebileceğini, benzer iş ve meslek biçimlerinin "aynı zamanda farklı toplumsal ve mekânsal örgüler içinde" sürebileceğini göz önünde bulundurmak gerekiyor (2014:142-144). Bu konudaki çalışmalarda, ele alınan meslek veya zanaatın pratikte nasıl bir emek sürecine dayandığını (kültürel ve tarihsel bir özcülüğe kaçmadan) ve mekânın emek süreci üzerindeki etkilerini birlikte görebilmek de anlamlı olur. Önemli olan işin ve mekânın, daha önce olduğundan nasıl farklı bir duruma geldiğini veya karşılıklı dönüşümünü gösterebilmektir.

Meslek ve iş kollarında mekânın rolünü düşünürken hem her bir meslek arasında hem de bir mesleğin kendi içindeki üretim süreçlerini ya da çeşitli boyutlarını ayırmak gerekiyor. Demircilik işi, berberlik, eski saatlerin tamiri veya terzi ve dikiş işi pek çok yönden birbirinden çok farklı meslekler ve zanaatlar olmanın ötesinde, bulundukları semte ve toplumsal mekâna bağlı olarak da çok farklı özellikler gösteriyorlar. Sadece terzilik işi üzerinden buna biraz açıklık getirebilmek için bir örnek vereceğim. Görüştüğüm kadınlardan biri terzilik mesleğini ve uzun bir süre işlettiği dikiş atölyesini anlatırken, işinin model oluşturma, üretim işi, ürünlerin sergilenmesi ve satış gibi ayrı adımlarının 1970'lerde şehrin farklı yerlerinde olmasını yaptığı iş için önemli bir avantaj olduğuna dikkat çekerek, kendi mesleği açısından bunu şart olduğunu düşünüyordu. Osmanbey, Şişli ve Kadıköy'ün ise 1970'lerde hem üretim hem de satış için çok uygun semtler olduğunu belirtiyordu (Özsan, 2008, 2010a ve 2017).

Meslekler, iş kolları ve her bir mesleğin kendi içindeki farklılıkları açısından bakıldığında, akademik literatürde şaşırtıcı bir durum özellikle esnaf konusunda yaşanır. Genel olarak sosyal bilimlerde esnaf araştırma konusu olarak merkeze alınmaz. Çoğunlukla başka makro tartışmaların bir parçası olarak bu gruptan söz edilir. Daha önemlisi varolan çalışmalarda da "geleneksel esnaf" ve "geleneksel

zanaatkâr" kategorilerinin kendisiyle hiçbir zaman hesaplaşılmaz. Bu meslek erbabının ve toplumsal grubun kendi içerisindeki farklılıkları genellikle konu edilmez. Bu toplumsal kategori içinde sayılan grupların sosyal sınıf, aile kökeni ve dünya görüşlerinin nasıl farklılaştığı, toplumların kritik dönemeçlerinde esnafın konumundaki değişim çalışmalarda genellikle geri planda kalır.

Türkiye'de sınıf profilleri, meslekler ve işkolları hakkındaki çalışmalarda esnaf ve zanaatkâr (küçük esnaf) esas olarak "kendi hesabına çalışan" olarak tanımlanır ve "geleneksel küçük burjuvazinin"¹³ bir kesitini temsil eder (Yalçın, 1946: 35-36; Boratav, 2004: 23-24; Güvenç ve Işık, 1996: 19)¹⁴. Ancak "kendi hesabına çalışan" kategorisi içerisinde başka meslekler ve işkolları da yer alır. Dolayısıyla dikkat edilmediği takdirde, bu kategori içinde yer alan başka kişiler (örneğin özel muayenehane sahibi bir doktor veya bürosu olan bir avukat gibi) ile küçük sanayi üreticileri veya esnaf birbirine karıştırılabilir (Güvenç ve Işık, 1996: 19). Korkut Boratav'a göre gruplar arasında hem ana kategoriler hem de alt kategoriler arasında sürekli geçişlilikler bulunduğundan küçük esnaf ve zanaatkârlara, sınıftan ziyade büyük bir ara tabakanın mensupları olarak bakılabilir (2004: 23-24). Boratav'ın çalışması (2004), Güvenç ve Işık'ın (1996 ve 1997) İstanbul'da statü-konut mülkiyeti farklılaşmasına ilişkin çözümlmeleri, Türkiye'de sınıf konusunda çalışacak araştırmacılara pek çok açıdan değerli bakış açıları sağlıyor. Ancak kuramsal çerçeveleri ve analizleri gereği bu çalışmalar esnafa farklı bir noktadan yaklaşıyor.

13 Antti Leppanen, Güney Kore'deki akademik çalışmalarda da esnaf konusunda benzer bir sınıflamanın olduğunu anlatır. Ayrıca ülkenin sosyal gelişmesi ve modernleşmesi açısından bu grubun önemli görülmediğine vurgu yapar. Bkz. Leppanen (2007: 17).

14 Ahmet Kal'a, *İslam Ansiklopedisi*'nde Osmanlı bağlamında esnafı "el sanatları ile uğraşanlarla geçimlerini mal ve hizmet üretimi, alım ve satımı ile sağlayanlar" olarak tarif ediyor (Kal'a 1994: 423-430). Ayrıca bkz. (Toprak, 1994 ve 2004). Esnafın Türk Ticaret Kanunu'nda tanımı için bkz. 13.1.2011 tarihli 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/02/20110214-1-1.htm>.

Esnaf-Zanaatkâr Araştırmalarında Hazır Düşünme Kalıplarının ve İkili Karşıtlıkların Ötesine Geçebilmek

Sosyal bilimlerde esnaf ve zanaatkâr, konu olarak merkeze alınmaz. Bu gruptan söz etmek gerektiğinde de çoğunlukla belli kalıplara başvurulur. Loncalar genellikle zanaatların altın çağı olarak düşünülür. Akademik literatürde esnaf ve zanaatkârlar hakkındaki yaygın anlam şemalarını görmek için pek çok örnek verilebilir. Bunlar arasında en fazla dikkat çekenlerden biri de mesleki becerinin kuşaklar arasındaki aktarımı ve usta-çırak ilişkisidir.

Hem gündelik yaşamda hem de literatürde usta ile çırak arasındaki ilişki anlatılırken sıklıkla loncalara ve buralardaki olumlu örneklerle yer verilir. Genellikle de ustanın ve "ustalığın" ön planda olduğu tarih mitlerine başvurulur. Bu ilişkinin gerçekte ne olduğuna ve farklı örneklerine ise ilgi gösterilmez. Dahası usta ile çırak arasındaki "gerilim" (mesleki ve varoluşsal gerilim) çoğunlukla görülmez.

Ne var ki elimizdeki çalışmalarda usta-çırak ilişkisi hakkındaki olumlayıcı genel savların tersi örnekler daha fazladır (Dilley, 1989; Lane, 1996; Snell, 1996; Lancy, 2012). Çıraklık da içinde olmak üzere çalışmaların önemli bir bölümü, esnaf ve zanaatkârlar konusunda tarih ve etnografinin kuramsal birikimini ve somut kanıtlarını bir araya getirmek yerine, hazır düşünme kalıplarının dışına çıkmayan, tersine bunları yeniden üreten bir yaklaşımı tercih eder. Tarihsel ve etnografik çalışmaların verileri bir araya getirildiğinde ise esnaf, zanaatkârlık ve çıraklık hakkında bambaşka sonuçlara varılabilir (Özsan, 2017).

Suraiya Faroqhi'nin (2011), Heidemarie Doğanalp-Votzi'nin Safranbolu'da 1980'lerin başında yaptığı araştırmasından (2005) hareketle anlattığı gibi günümüzde veya yakın bir tarihte yapılmış çalışmalar esnaf ve zanaatkârlara ilişkin bakış açımızın genişlemesine katkıda bulunur. Daha önemlisi geçmişteki örnekleri günümüzle bağlantılı düşünmek için somut örnekler sunar (Faroqhi, 2005 ve 2011; Özsan, 2017).

Avrupa bağlamında 18. ve 19. Yüzyıl imalat sektöründeki kadın ve çocuk emeğinin kullanımına odaklanan Maxine Berg'in çalışması (2014) esnaf ve zanaatkâr, "geleneksel meslekler" ve "geleneksel çıraklık" hakkında uzun bir zamandır bulunun hazır düşünme kalıplarını gözden geçirmemiz gerektiğini gösteriyor (Özsan, 2017). Antropolojinin kuramsal birikiminden giderek Türkiye'de çocuk işçiliğini ve çocukların bedensel gelişimlerini ele alan çalışmalarında İzzet Duyar ve E. Barış Özener (2003), kendi araştırma verilerinden ve yakın tarihli akademik çalışmalardan hareketle sanılan aksine, aslında sanayileşmenin çalışan çocuk sayısında önemli artışlara yol açmadığını, ancak "çocuk emeği ve istismarının niteliğinde" büyük bir değişime neden olduğunu ifade eder. Bugün yapmaz gereken bu konularda belirli bir disiplinin bakış açısıyla yetinmek değil, tersine ayrı alanlarda yapılmış çalışmaların verilerini biraraya getirip, daha kapsamlı analizlere varmak. Ayrıca bir araştırmacının gözünde loncalar dışındaki çırakların çalışma yaşamı ve deneyimleri çok daha ilginç olmalı (Özsan, 2017). Az sayıda değerli çalışma olsa da¹⁵ bu grup da yeterince ele alınmamıştır.

Donald Quataert'in (2008:24-26) ve Faroqhi'nin (2011:24) esnaf ve zanaatkâr hakkındaki tarih yazıcılığı ve bakış açısı sorunlarını anlatırken vurguladığı gibi bilimsel ürünlerin ortaya çıktığı sosyo-politik, kültürel bağlam ile araştırmacıların kendi zihinsel haritası, aynı zamanda bir tarih yazıcılığı sorununu da gündeme getirir. Esnaf ve zanaatkârlığın gündelik yaşamdaki çağırışları ve tarih yazımından kaynaklanan boyutları sorgulanmadığı takdirde oluşabilecek tehlikelerden biri, esnaf ve dükkân işletmeciliğinin gelenek-modernlik tartışmasına sıkıştırarak, sadece ya geleneğin ya da yakın tarihli çalışmalarda yapıldığı gibi modernin parçası olarak görmek olabilir. Birinci yaklaşımda, gündelik yaşamda mahalle ve esnaf üzerine olan tartışmalarda sıklıkla yapıldığı üzere esnaf geçmişe ait veya geleneğin kalıntısı görülür, ikincisinde ise konu

15 Bunlardan sadece biri için bkz. (Erder Köksal S. ve Lordoğlu, K. 1993).

modernin "beklenmeyen", şaşırtıcı taraflarından biri olarak anlatılır. Aslında bu iki görüş pek çok yönden birbirine yakındır. Şöyle ki her iki yaklaşım da bu grupları temelde günümüze ait görmediğinden incelemeye ya da konu olarak çalışmaya değer görmez ve onları aktör kılmaz. Hatta çoğunlukla akademik olarak bu grupları çalışmak küçümsenir.

Osmanlı Esnaf ve Zanaatkârı Çalışmalarında Yaygın Bakış Açıları

Osmanlı esnaf ve zanaatkârı hakkında elimizde başta tarih ve iktisat alanları olmak üzere pek çok değerli çalışma bulunuyor¹⁶. Bu araştırmacıların konuya yaklaşımları belirgin farklılık gösterir. Osmanlı esnaf ve zanaatkârı ve imalat sektörü konusundaki tarih yazıcılığında esas bakış açısı değişiminin ise 1980'ler sonrasına denk geldiği ifade edilir (Faroqhi 2011: 43-48; Quataert, 2008). Faroqhi, iki önemli araştırmacının çalışmalarının dışında (Taeschner, 1979 ve Baer, 1980) Osmanlı bağlamında zanaatlara gösterdikleri ilgi ve dayandıkları tarihi belgeler ile Osmanlı'da kadın ve çocuk emeğinin kullanımına dikkat çekmeleri açısından Robert Mantran (1962) ve Fahri Dalsar'ın (1960), özellikle de Haim Gerber'in çalışmalarının (1980) esas olarak bu paradigma değişimini sağladığını belirtir (Farroqhi, 2011: 42-47).

Farroqhi'den farklı bir döneme, 19.yüzyıla odaklanan Donald Quataert'in çalışması ise Osmanlı loncaları ve imalat sektörü konusunda tarih yazıcılığı sorunlarına dikkat çeken çalışmaların en önemlilerinden biri. Faroqhi ve Quataert, herhangi bir konuya, onu inşa eden hegemonik söylemin dışında yaklaşmanın olanaksızlığına işaret ederek, Osmanlı zanaatkârları ve esnafı hakkındaki

16 Bunlardan bazıları için bkz. (Ergin, 1936 [1922], Gölpinarlı, 1949-1950; İnalçık, 1960; Gerber, 1980; Genç, 1986; Kal'a 2003; Faroqhi, 1998a, Faroqhi ve Randi, 2005 ve Faroqhi, 2011; Quataert, 1999).

çalışmalarda belli dönemlerdeki yerleşik düşünme kalıplarının dışına çıkmanın önemine vurgu yapar (2011 ve 2008).

Faroqhi'nin ve Quataert'in dikkat çektiği üzere Osmanlı esnaf ve zanaatkârları çalışmalarının önemli bir bölümü esas olarak loncalara merkezi konum verir. Osmanlı'da loncalar dışındaki imalat biçimleri ve dükkânlar hakkındaki tarih yazımı ise geri planda kalır (Faroqhi, 2011; Quataert, 2008 ve Yıldırım, 1999/2000). Dolayısıyla esnaf ve zanaatkârlar hakkındaki hâlihazırdaki bilgi belli yerlerle ve temelde loncalarla bağlantılı olan kişilerle sınırlıdır (Faroqhi, 2005 ve 2011).

Önemli bir nokta ise Osmanlı esnaf ve zanaatkârı hakkındaki çalışmalarda, bu toplumsal kesimlerin gündelik sorunları, iş yapma biçimleri, dayanışma biçimleri ve bulundukları yerlerdeki sosyal ilişkilerini ele almak yerine uzunca bir süre törensel uygulamalara odaklanılmıştır. Çalışmalarda küçük dükkân işletenler ise neredeyse yer almaz (Bkz. Faroqhi, 2011; Yıldırım, 1999/2000). Elimizdeki çalışmaların büyük bir bölümünün Osmanlı erkek esnaf ve zanaatkârı üzerine olduğu söylenebilir. Yine bu çalışmaların önemli bir kısmında esnaf ve zanaatkâr esas olarak Osmanlının son dönemiyle sürekliliğin bir göstergesi olarak görülür (Özsan, 2016d ve 2017). Esnaf ve zanaatkâr hakkındaki kaynaklarda bu toplumsal kesim çoğunlukla "geleneksel mahalle yaşantısının" bir parçası ve turistik bir tasvirin konusu olarak temsil edilir (Özsan, 2011).

Osmanlı'da Kadın Esnaf ve Zanaatkârlara Farklı Bir Noktadan Bakabilmek

Gündelik yaşamda esnaf ve zanaatkâr konusunda önemli bir bakış açısı sorunu esnaf ve zanaatkârlığın esas olarak erkeklere ait bir alan olarak görülmesidir. Kadınlar tarafından birtakım meslekler icra ediliyor olsa bile erkeklere mal edilir. Esnaf, zanaatkâr, usta ve çırak kavramları temelde erkek çağrışımlıdır. Kadınlar özellikle belli işlerde ve mekânlarda öne çıksalar da esnaflığın erkeklere ait

bir sosyal konum sayılması, onların görölmelerini engeller (Özsan, 2017). Loncalar da genellikle erkeklerle ilişkilendirilir. Oysa tarihçilerin çalışmaları kronolojik olarak tarandığında, kadınların loncalarda giderek daha çok yer aldıkları görülür. Hatta kadınlara ait görülen zanaat loncalarından söz edilir. Çamaşır dikip satanlar, iplikçiler, tezhipçiler, hububatçılar bunlar arasındadır. Hatta bazı erkek zanaatlarında da kadınlar bulunur (Kergoat, 2015:320-323). Yine de esnaf ve zanaatkârlığa dair yaygın eğilim, erkeklerle sınırlama yönündedir.

Faroqhi ve Quataert, 1980'lerde tarih yazımında meydana gelen paradigma değişimi sonucunda araştırmacıların Osmanlı'da kadın zanaatkâr ve kadınların ücretli emeğine yönelik ilgilerinin arttığına işaret eder (Faroqhi, 2011; Quataert, 2008). Kadınlara ait pek çok örneğin olduğu daha yeni kaynaklarda görülüyor. Zanaat tarihçilerinin eserlerinde 16. yüzyılın sonlarında ayinler için gerekli kumaşları işleyen Ortodoks kadınların, bazı girişimciler için çalıştıklarını ve bu girişimcilerden bir kısmının da kadın olduğu belirtilir. Bunlardan birinin Theodosia Pouloupos adlı bir kadın olduğu tahmin edilir. Hereke'de 1843'de halı imalatına başlayan fabrikada 19. yüzyılın sonundan kalan fotoğraflarda Müslüman ve gayrimüslim çok sayıda kadının çalıştığı görülmektedir. Kaynaklardan, bir önceki yüzyılın başlarında, Despoineta adlı bir kadın terzinin Ankara'daki bir kiliseden sipariş aldığını öğreniyoruz. Faroqhi, belgelerin az olmasıyla birlikte bu konuda ünü yayılmış ve başarılı olmuş daha fazla sayıda kadın esnaf ve zanaatkârın bulunabileceğini belirtir (Faroqhi, 2011:16,183-184). Quataert, kaynakların kadınlar konusundaki tutumunu şöyle aktarır.

Kaynaklar bir imalat faaliyetini yeterince ayrıntılı olarak anlatınca, genellikle kadın emeği kendini gösteriyor. Kimi zaman, çalışanların kadın olduğu açıkça görüldüğü halde, bizzat kaynaklar bunu yadsımaya çalışıyor, çalışanlardan erkek diye ve cinsiyetlerini belirtmeden bahsediyorlardı. Kadın emeği, 19. yüzyıl Osmanlı imalatçılığının ayrılmaz bir parçasıydı. Olağanüstü veya alışılmadık bir durum

değil, tersine merkezî bir yer tutan, her zaman rastlanan ve günlük bir olguydu (Quataert, 2008: 304, Aktaran: Özsan, 2017).

Michael Herzfeld, esnafın ve zanaat örgütlenmesinin (ve çıraklığın) cinsiyetli ve erkek egemen olduğuna dikkat çekerek, bunun kadınların kamusal alanda olmalarına hoş bakılmamasına ve tarihsel olarak loncaların erkeklere tanıdığı imtiyaza bağlar. Ona göre kadınların dışarıda ücret karşılığı çalışmalarının "uygun" olmadığı yolundaki inanış, bu iş bölümünü pekiştiren önemli bir faktör olarak sayılabilir (2004: 5). Ancak Herzfeld, loncalar hakkındaki tarihsel verilerin tarih yazıcılığı açısından doğruluğu ve kadınların loncalar ve dışındaki konumu hakkında bir kuşku taşımaz. Oysa elimizdeki kanıtlar çok az sayıda kadının loncalara üye olabildiğini ve bu kurumların esas olarak erkeklerin çıkarlarını gözettiğini yansıtsa da bu alanda kadınların görülmeysi aslında tarih yazıcılığı alanındaki sorunlardan ileri gelir. Kadın esnaf ve zanaatkarlar hakkında sonuçlara varmak için araştırmacıların bu konulardaki keskin yargılarını, Faroqhi'nin ifadesiyle "zihinsel haritalarını" gözden geçirmeleri gerekir. Az sayıda da olsa zanaatkarlar ve imalat sektörü üzerine yazan bazı zanaat tarihçilerinin eserleri, bölgelere göre ve dönemsel olarak ağırlığı değişse de imalat alanlarında ve atölyelerde genellikle kadınların çalıştığını gösterir (Gerber, 1980; Faroqhi, 2011; Quataert, 2008).

Günümüz Esnaf-Zanaatkârı ve Meslek Çalışmalarında Nostalji, Gelenek Kurgusu ve Gelenek/Modern Karşıtlığı

Günümüzde esnaf ve zanaatkâr denildiğinde, ilk olarak İstanbul'un belirli semtleri ve Kapalıçarşı gibi belli mekânlar aklı gelir. Akademik çalışmaların büyük bir çoğunluğu belli semtlere ve mekânlara odaklanır. Bu konuda en temel sorun esnafın sıklıkla "gelenek"le özdeşleştirilmesi ve geleneğin de kentin ancak belli yerlerinde bulunabileceğinin düşünülmesidir. Eski semtler, eski çarşılar ve semt pazarları bu tür bir gelenek kurgusu bu tür çalışmalarda

anlamalı mekânlar olarak görülüyor. Sonuçta bu konu "gelenekselin" olduğu alanla sınırlanıyor. Bu literatür büyük oranda gelenek ve modernlik karşıtlığına dayanıyor.

Birçok araştırmacıyı etkilemiş olan Michael Herzfeld (2004), gelenek konusuna eleştirel yaklaştığını ileri sürerek, bu kavramın egzotikleştirici etkisine ve gelenek-modernite karşıtlığındaki hiyerarşiye, esnaf ve zanaatkârlar açısından bunun yol açtığı olumsuz sonuçlara vurgu yapar. Ne var ki çalışmasında geçmişte "saf ve bozulmamış" bir gelenek olduğu şeklindeki anlayışı yeterince sorgulamaz, hatta eserinde bu bakış açısını yeniden üretir. Verdiği örnekler ve ileri sürdüğü savlar bu açıdan çelişki taşır. Maxine Berg, zanaatların "geleneğe", "eski" olana ait görülmesi ile kolonyalizm arasındaki ilişkiye işaret eder. Berg'e göre (2014), Hindistan gibi ülkelerde kolonyal rejim sırasında sadece belli zanaatlar ve nesneler değil, aynı zamanda bu meslekleri icra edenler de geçmişe ait kılınmıştır.

Türkiye bağlamında geleneksel sanatları inceleyen Henry Glassie ise, Kütahya'da 1980'li yıllarda görüştüğü "geleneksel çini ustalarının" eserlerinde sürekli değişiklikler yaparak günümüze hitap ettiğine dikkat çeker. Görüştüğü kişilerin Modern Türk Çiniciliğinin temsilcileri olduğunu ve bu bağlamda geleneğin sadece geçmişe ait görülemeyeceğini vurgular (1993). Richard Sennett, zanaatkârlığın insanın aklına "sanayi toplumunun gelişmesiyle birlikte silinmekte olan bir hayat tarzını" getirse de bunun doğru olamayacağını belirtir. Ona göre de zanaatkârlık, toplumsal ve ekonomik koşullardaki değişmeye rağmen varlığını değiştirerek sürdürür. Zanaatkârlığı ise yapılan nesnenin kendisine odaklanmak olarak tarif eder (2009:19,20). Ancak Sennett, zanaatkârların önemli bir kısmının ürettikleri nesneleri aynı zamanda sattıklarını, pazarlama ve satış becerilerinin¹⁷ mesleklerinin ayrılmaz bir parçası olduğunu

17 Faroqi, geçmişte olduğu gibi günümüzde de belli bir malı üretenlerin önemli bir özelliğinin, aynı zamanda bu kesimlerin kendi ürünlerini satması olduğunu belirtir. Özellikle Osmanlı bağlamında, zanaatkârlar ile ticaret yapanlar arasında ayrım yapmanın güç olduğuna dikkat çeker (2011).

analizinin dışında tutar. Bu açıdan da eleştirdiği yukarıdaki çerçevenin dışına çıkmaz.

Faroqhi ve Deguilhem (2005; viii), Türkiye'deki esnaf ve zanaatkârları sosyolog veya antropologlardan ziyade tarihçilerin incelemesinin, akademik alandaki yaygın bakış açısını yansıttığını vurgular. Yukarıda vurgulandığı gibi esnaf ve zanaatkârlar genellikle geçmişe ait bir kategori içinde sayılır, bugüne dâhil edilmez. Günümüzde yapılan çalışmaların da önemli bir bölümünde esnaf ve zanaatkâr, esas olarak tarihi mekânların, "bu tür yerlerde olduğu düşünülen geleneğin" bir parçası olarak görülür. Araştırmalarda, görüşülen kişilerin farklı yollarla işlerini nasıl tarihin bir parçası kıldığı hakkında bilgi verilmez. Dahası bu çalışmalar "geleneksel meslekler" kategorisinin kendisini sorgulamaz.

Ayşe Şatıroğlu ve Oya Okan'ın 2011'de İstanbul Kapalıçarşı'daki araştırmaya dayanan çalışmaları, mekânın ve ele aldıkları meslek gruplarının özgül koşulları hakkında önemli bilgiler içeriyor¹⁸. Tanıl Bora'nın (2009:9-15) ve Pınar Ögünç'ün (2009) çalışmaları ise günümüzün esnaf ve zanaatkârını sosyal bilimlerin gündemine taşıyarak yeni araştırma soruları ortaya atıyor. Gül Özsan'ın 1960'lardan beri Beyoğlu'nda berberlik yapan iki erkek kardeşle yaptığı derinlemesine görüşme ve etnografik gözleme dayanan çalışması (2010a), görüştüğü kişilerin yaşam öyküleri ve anlatı biçimlerinden hareketle farklı anlatı tarzları ile erkeklik biçimleri arasındaki ilişkiye dikkat çekiyor. Ayrıca bu çalışmasında Özsan, tarihsel olarak bakıldığında berber dükkânlarının hem cinsiyet hem de meslek kimliklerinin oluşturulduğu, yeniden üretildiği önemli sosyal mekânlar olduğunu ileri sürüyor (bkz. Özsan, 2010a)¹⁹.

18 Fatma Güliz Erginsoy'un (1984) Beşiktaş'taki semt pazarını ve pazarıcı esnafını ele aldığı araştırması, bilebildiğim kadarıyla Türkiye'de sosyal bilimlerde bu konuda yapılmış oldukça az sayıdaki çalışmalardan biri.

19 Berberler üzerine yakın tarihte yayınlanmış, konuya çeşitli açılardan yaklaşan çalışmaları içeren önemli bir derleme için bkz. Erkoçak ve Bora (2015).

Gelenek, modernleşme ve küreselleşme gibi olgulara dayanan analizlerin, günümüzdeki esnaf ve zanaatkârlığın çeşitli boyutlarını görmeyi engelliyor. Oysa esnaf ve zanaatkârların yaptıkları işlerin tarihsel süreç içinde ne tür dönüşümler geçirdiğini ve günümüzde nasıl bir çeşitlilik gösterdiğini ortaya çıkarmak, bu konudaki araştırmaların odak noktası olabilir. Söz konusu mesleklerden bazılarının şaşırtıcı bir biçimde fazla değişmeden devam ettiği, pek çok mesleğin ise "geleneksel sanat" etiketiyle seçkinleştiğini, özellikle üst tabakalara hitap edecek hale geldiği rahatlıkla söylenebilir. Bu bağlamda da gerek geçmişteki gerekse günümüzdeki işkollarını, meslekleri ve ürünleri homojenleştirmeden, somut araştırmalara dayanarak genellemelere varmaya çalışmak gerekir. Yukarıda belirtildiği gibi pek çok mesleğin kendi içinde de becerinin aktarımı, eğitim süreci, emeğin örgütlenme biçimi ve anlamı açısından önemli farklar bulunur. Ayrıca zaman içinde her bir basamaktaki değişim aynı olmayabiliyor. Yine terzi ve dikiş işinden örnek vermek gerekirse, işin basamakları ve bunlar arasındaki hiyerarşi, eğitim süreci ve usta-çırak ilişkisinin şekli görebildiğimiz kadarıyla bu alanda kendine özgü birtakım özellikler sergiliyor. Günümüzde terzilikteki adımların bazıları daha öncekine oldukça benzer bir biçimde devam ediyor. Kimi yönleri ise küçük farklarla veya tümüyle değişmiştir. Dolayısıyla bu alandaki örneklerin bir kısmının, endüstri devrimi, gelenek ve modernlik gibi kategorileri merkeze alarak analiz yapan makro tezlere karşıt örnekler olduğu fark edilebilir. Eski saatlerin onarımı konusunda uzun zamandır çalışan kişilerin mesleki aktarım ve deneyimleri, emek süreçleri göz önüne alındığında ise başka zanaat ve mesleklere göre günümüzde bazı yönlerden oldukça farklılaştıkları söylenebilir (Özsan, 2017).

Sonuçta hem gündelik yaşamda hem de akademik literatürde çok yaygın olan "esnafın ve zanaatkârın kaybolmakta olduğu" miti, esas olarak belirli bir grup esnafı ve zanaatkârı seçkinleştirmeye yarıyor. Bu yaklaşım günümüz kentlerinin önemli bir toplumsal ve iktisadi kesitini oluşturan esnaf ve zanaatkârları araştırma konusu olarak

görmeyi de engelliyor. Dolayısıyla araştırmacı açısından buradaki güçlüklerden biri, çeşitli meslekler ve esnaf hakkındaki zihinsel kategorileri, sosyal bilimlerdeki egemen anlayışları bir yana bırakarak konuyu inceleme sorusu haline getirebilmek. Aksi takdirde, ne denli kapsamlı ve titiz ampirik araştırmalar yapılsa da analizler dar bir eksen sıklığı kalıyor. Esnaf, zanaatkârlar ve belli mesleklere ilişkin gelenek-modernlik karşıtlığının akademik alanda yarattığı düşünme kalıplarını aşabilmenin araştırmacılar için kolay olmadığı da anlaşıyor. Geleneksel olarak görülen mesleklerin ve esnafın bugünün kentlerinin bir konusu olarak görülmesi büyük bir önem taşıyor. Bu çalışma bu tür bir iddiaya dayanıyor. Moda semtinde ve akademik toplantılarda karşılaştığım, esnaf ve kadın dükkân işletmecileri konusundaki basit bir gözlemle bu çalışmaya başladım.

İKİNCİ BÖLÜM

KADINLARIN DÜKKÂNLARINI VE SEMTİ KATMANLI BİRER METİN OLARAK OKUMAK



Araştırma Hakkında

Bu çalışma, Caferağa Mahallesi sınırları içinde bulunan Moda semtindeki küçük dükkân işleticisi toplam 38 kadınla, Nisan 2015-Temmuz 2015 tarihleri arasında yaptığım derinlemesine görüşmelerin verileri ile semtteki esnaf dükkânlarında 2009 tarihinden itibaren başlayıp çok yakın bir tarihe kadar sürdürdüğüm ayrıntılı gözlemlerimin sonuçlarının incelenmesine dayanıyor. Araştırmada görüştüğüm kadın ve erkek dükkân işletmecilerinin sayısı daha fazla olmakla birlikte, toplam 38 kadınla yaptığım görüşmeleri (36 dükkânı dâhil ediyorum) değerlendiriyorum. Bazı dükkânlarda daha fazla sayıda kadınla görüşme olanağım oldu. Ancak bu kadınlar hakkındaki bilgilerde eksiklikler olduğu için analiz dışında bıraktım.

Araştırmaya dâhil ettiğim dükkânları seçerken önemli olan, bir kadın işletmeci tarafından çalıştırılıyor olmalarıydı. Dükkânların neredeyse tümü kira karşılığında işletiliyor. Kira olmayan dükkânlardan da sadece birinin mülkiyeti işleten kadına ait. Birinin mülkiyeti

görüştüğüm kadının erkek kardeşi üzerinde. İki dükkânın mülkiyet hakkı ise yakın bir arkadaşlarında. Kira bedeli karşılığında işletilen dükkânların üçünün işletme ruhsatı görüştüğüm kadınların eşi veya oğlu üzerindeydi. Bazı dükkânlarda eşleriyle birlikte çalışıyorlardı ancak bu dükkânlarda da işin planlanmasından başlayarak gündelik işlerin yürütülmesinde, özellikle müşterilerle ilişkilerin kurulmasında ve satışta esas olarak kadınlar ön planda bulunuyor. Dükkânların büyük bir kısmında düzenli bir biçimde olmasa da aileden kişiler, bazen kadınların anneleri, bazen erkek çocukları kimi kez de kızları çalışıyor. Görüşmelerin çoğunda, dükkân açma sürecinde ailede ekonomik ve duygusal sermayenin aktarımındaki sorunlar, aile içi dengeler ve çatışmalar, kız ve erkek çocuklar arasındaki iş bölümü ve cinsiyet gerilimi görülebiliyor. Araştırmadaki kadınların önemli bir kısmı araştırma sırasında Moda'da veya yakın semtlerde ikamet ediyorlardı.

Dükkânların önemli bir kısmı (24 dükkân), semtin tarihiyle ilgili kaynaklarda ve gündelik konuşmalarda "asıl Moda" olarak görülen Moda Burnu'na oldukça yakın olan sokaklar üzerinde yer almaktaydı. Tümü idari açıdan Caferağa Mahallesi sınırları içinde bulunmaktadır. Moda Burnu'na yakın sokaklarda olduğu gibi mahalledeki diğer sokaklar arasında da belirgin sosyo-ekonomik farklar mevcut. Dükkân işleten kadınların semt, semtin sakinleri ve esnaf hakkındaki konuşmalarında bu sosyal ve ekonomik ayrımlar görülebiliyor. Dükkânların kiralari Moda Burnu'na yakın veya Moda Caddesi üzerinde olup olmamasına, caddenin sağında veya solunda bulunmasına, sokağın çeşitli özelliklerine bağlı olarak değişiyor.

Pek çok araştırmacının yaptığı gibi görüştüğüm kadınlara önceden araştırmayla ilgili ayrıntılı bilgi verdim, araştırmanın hangi soruları içerdiğini, bilimsel amacını somut bir biçimde anlattım ve izinlerini almak koşuluyla görüşme sırasında kayıt cihazı kullandım. Mümkün olduğu kadar ayrıntılı demografik bilgi elde etmeye çalıştım. Kadınların aile kökeni ve sınıf konumlarıyla ilgili bilgiyi

ise birçok yolla edindim. Yine de bu konuda derinlemesine görüşme tekniğinden veya hazırladığım sorulardan çok etnografyanın olanaklarından faydalandım.

Araştırmada kadınlarla görüşmek için karşılaştığım zorluklardan biri kadınların eşleri ya da yakınlarındaki diğer erkeklerin tutumlarıydı. Kadınların bazılarıyla eşi veya yakınlarındaki erkeklerin izniyle görüşebildim ve bu erkeklerin kadınların ne söyledikleriyle yakından ilgilendiklerini ve kimi kez müdahale ettiklerine tanık oldum. Kadınların önemli bir bölümüyle kendi istekleri doğrultusunda dükkânlarında görüşme yaptık.

Araştırmadaki kadınların önemli bir kısmı bu araştırmanın sonuçlarının nasıl bir çalışmaya dönüşeceğini ve daha önce ne tür çalışmalar yaptığımı büyük bir ilgi gösterdiler. Bir kısmı bu çalışmaları talep etti ve okudu, bazıları görüşlerini ve eleştirilerini benimle paylaştı. Önemli bir bölümüyle araştırma süreci bittikten sonra da görüşmeye devam ettik ve çok yakın bir dostluğumuz oldu. Bu sentteki evimden taşınmam gerektiğinde kadınlarla birlikte düşündük ve birkaç eve birlikte baktık. 2015 yılının ağustos ayında Kadıköy Söğütözü'ne yakın kısmında bulunan bir apartmanın giriş katındaki çok küçük bir eve, yine kiracı olarak taşındığımda çok üzüldüler. Görüşmelerimizin tümünü çok soğuk olan o evde çözdüm. Bu kitabı başka bir evde yazdım. Yazma aşamasında da kadınların pek çoğuyla görüştük ve uzun uzun fikir alışverişinde bulunduk. Kadınların bazıları bu süreçte çok ciddi hastalıklar geçirdiler. Böylelikle bu çalışmaya daha fazla bağlandım. Umuyorum ki bu kitabı yazmakta gecikmedim.

Sosyal bilimcilerin genellikle kendi yaşadıkları sentleri inceledikleri ya da buna değer bulmadıkları söylenebilir. Hatta bu tür araştırmaların görece daha kolay olabileceği varsayılır. Oysa araştırmacının aynı sentte oturması onu pek çok güçlük de karşı karşıya getirir. Bu araştırmada görüştüğüm kadın ve erkek esnafın bir kısmı pek çok kez bulunduğum sokağın ve yaşadığım apartmanın

özelliklerini çeşitli yönlerden sorguladı, hayatımdaki değişmelerin her aşamasından haberi oldu. Ayrıca araştırma sırasında aynı mahallede ikamet etmem, mahalleden kişilerle ve esnafla oldukça yakın sosyal ilişkilerimin olması, daha önceki araştırmalarıma göre daha büyük bir dikkat ve özeni göstermemi gerektirdi. Kadın ve erkek dükkân işletmecilerin kendi aralarındaki ve mahalleli kişilerle yürüttükleri toplumsal ilişkiler, onların oldukça ince bir dengeyi gözetmelerini gerektiriyordu. Bu ilişkilere zarar vermemek için görüşmelerim ve gözlemlerim sırasında tanık olduğum ve konuşulan pek çok şeyi belli ölçülerde "uzaklaşarak" dinleme ve bana gelen yöneltilen soruları dikkatli bir biçimde yanıtlama çabasında oldum. Aynı semtte yaşıyor olmamın sağladığı esas kolaylık ise görüşme zamanımızın büyük ölçüde kadınlar tarafından belirlenmesi oldu.

Esnafın ve Dükkân İşleten Kadınların Deneyimlerini Yorumlamak

İstanbul'un Moda semtinde yaptığım araştırmalar basit bir gözlemlerle başladı. Günümüz kentlerinde esnafın giderek yok olduğu iddiasının gündelik yaşamda ve akademik toplantılarda çok sık dile getirilmesi dikkatimi çekmişti. Sunumlarımda ve ayaküstü karşılaşmalarımızda yaşadığım semtteki, Moda'daki esnafın, semtteki gündelik ve toplumsal yaşamın üzerine olan güçlü etkisinden söz ettiğimde birçok kişinin şaşkınlıkla baktığını gördüm.

Konuştuğum kişilerin önemli bir kısmı esnafı mahalle ve semte ilişkin bir nostaljinin veya çocukluk anılarının bir parçası olarak görüyordu. Bu konuşmalarda esnaf ve zanaatkârlar konusu genellikle mahalle ve köy romantizmine benzer bir biçimde otantikleştiriliyor. Zanaat ustalığı ve çıraklık gibi esnaflık da anlatılırken geçmiş büyük ölçüde mistifiye ediliyordu.

Gündelik yaşamda ve literatürde esnafa ve diğer işlere kıyasla zanaatkârın yaptığı işin "biricik" olduğu fikri daha güçlü. Görüştüğüm pek çok esnaf ve zanaatkâr da meslekleri konusunda

benzer bir tasavvura sahipler. Mesleklerini ancak "nostaljik bir geçmiş" atıfla anlatabiliyorlar veya anlamlı bir metne dönüştürebiliyorlar. Ancak bu durumda da meslekleri tarih dışı bir kategori haline geliyor. Bunun yanı sıra anlatılarında nostalji çoğunlukla politik bir işlev görüyor. Nitekim esnaf ve zanaatkârlar mesleki çıkarları söz konusu olduğunda "nostaljik geçmiş" daha fazla öne çıkarıyorlar. Böylelikle de "geçmiş nostaljisi" işlevi olan bir şeye dönüşüyor. Sonuçta, duruma ve konuştukları bağlama göre bu konudaki bakışları değişebiliyor.

Yukarıdaki gözlemim dışında, taşındığımda diğer semtlere göre bu Moda'da dükkân ve atölye işleten kadın sayısının daha fazla olması, kamusal alan ve mekânlardaki görünürlüğü de beni şaşırtmıştı. Moda gibi semtlerde günümüzde önemli bir toplumsal konuma sahip esnafın, özellikle dükkân işleten kadınların burada olduğu ilk anda insanın aklına gelmez. Bu konudaki literatürde olduğu gibi gündelik yaşamda esnaf deyince genellikle Moda gibi semtlerden daha çok tarihi çarşılar, pazarlar ve kentin kenar mahalleleri düşünülür. Burayı İstanbul'un başka yerlerinden farklı kılan özelliği, dükkân ve atölye işleten ihmal edilemeyecek sayıdaki kadın esnafı barındırmasıdır. Hatta Moda bu yönden çok özel bir örneği temsil eder. Kadınların dükkânları ve semt aslında katmanlı birer metin olarak okunabilir.

Bu çalışmada esnafın, kadınların dükkânlarını ve deneyimlerini tahlil ederken, daha önceki araştırma deneyimimin sağladığı bakış açısı ile bu çalışmadaki sorularıma güvendim. Bununla birlikte Clifford Geertz'in, "muhataplarımızın" kategorilerini dikkate almak olarak ifade ettiği, anlamı ve bir sistem içindeki anlamlar arası ilişkiyi öne çıkarın yaklaşımını izledim. Esnafı, kadınların dükkânlarını, dükkânı ve semti katmanlı birer metin olarak yorumlayamaya çalıştım. Bazı yerlerde ise Geertz'in yöntemi ve bakış açısı (2008 [1989]) ile Bourdieu'nün "ilişkisel düşünme tarzı" dediği yaklaşımını (1992, 1986) farklı da olsalar birarada kullandım. Pek çok araştırmacının vurguladığı gibi Pierre Bourdieu, araştırmacıya kolaylık

sağlayacak yöntem veya teknikler önermez, ama "yeni bir görme biçimi sunar." (Aktaran, Öztimur, 2007:584 ve Wacquant, 2003).

Yukarıda belirtildiği gibi "esnaf", "zanaatkâr", "kadın esnaf", "dükkân işleten kadınlar" veya "esnaf kadınlar" gibi adlandırmaları gerek gündelik yaşamda gerekse literatürde gelenek, modernlik, "geleneksel mahalle" ve "modern kent" gibi kategorilerin beraberrinde getirdiği düşünme biçimleri ve anlam şemalarının dışında tutmak kolay değil. Kadınların dükkân işletmeciliğini, kamusal alanı ve kentsel mekânları ele alırken bunlarla hesaplaşmamak büyük bir eksiklik olur.

Clifford Geertz ise bir olayı veya durumu anlamak için araştırmacıların birkaç şeye bakmaları gerektiğini ileri sürer. Bunlardan ilki, gözlemlenen şeylerin içinde yer aldığı anlam ve sembol sistemlerinin nasıl yapılandığını görebilmeleridir. Buradaki maharet, her bir anlamlandırma eyleminin yanı sıra anlamların kendi arasındaki çapraşık ilişkileri ve bağıntıları ("ne ile" ya da "ne yolla" algılandıkları) ortaya koymaktır. İkinci olarak Geertz, kendinden önceki yorumsamacıların ileri sürdüğü gibi yaşanan ve anlatılan şeyin her zaman aktif bir yorumlama ve anlamlandırma faaliyetinin konusu olduğunu belirtir. Geertz'a göre yorumsamada olayın içindeki özne, yani deneyimleyen (muhataplar) ile araştırmacı benzer bir konumda bulunur. Araştırmacının, muhatapı olduğu kişilerin kendi toplumsal gerçeklerini, başa çıkmaları gereken sosyal meseleleri sadece iyi gören değil aynı zamanda da yetkin bir biçimde analiz edebildiklerini görmesi gerektiğini de anlatır (Geertz, 2008 [1989] ve 2010 [1977]; Bkz. Addo, 2017: 17 ve Altuntek, 2009). Ancak Geertz için araştırmacı, sadece düz bir biçimde "anlam" peşinde koşan yorumcu değildir. Araştırmacıların, muhataplarının hangi kavram ve kategorilerle konuştuğunu ve nasıl anlamlandırıldığını fark etmesini çok önemli bulur, ama etnografik metni ve analizi bununla sınırlamaz. Hatta bu aşamada araştırmacıyı odağa koyar ve "kültür"ün olduğu gibi toplumsal dünyadaki pek çok şeyin ancak "katmanlı birer metin

olarak" okunabileceğini vurgular. Sosyal bilimlerde Geertz'in bakış açısı ve yöntemi "yorumcu etnografya" ve "yoğun betimleme" olarak tarif edilir. Bu çalışmada kadınların deneyimlerinden ve çeşitli düzlemlerdeki sosyal ilişkilerinden hareketle kentsel kamusal mekândaki değişimi görmeye çalıştım. Bunun için kadınların aile ilişkilerine ve annelerinden aldıkları kaynaklara bakışlarını, dükkânın, semtin ve semtteki sosyal ilişkilerin onlar için hangi anlamlara geldiğini görmeye çalıştım. Uzun süren derinlemesine görüşmeler yaptım ve farklı farklı zamanlarda dükkânlarında bulundum. Alex Stewart, aile işletmelerini veya küçük işyerlerini çalışırken, araştırmacıların etnografik yöntem ve analizin yanı sıra aile ve akrabalık ilişkilerini ele alan antropoloji literatürü hakkında da donanımlı olmalarının gerekliliğine dikkat çeker (Stewart, 2003 ve 2012). Bunu göz önünde bulundurmakla birlikte çalışmada akrabalık konusunda klasik antropoloji literatürünü kullanmadım.

Kültürel ve toplumsal pratikleri, ikili karşıtlıklar çerçevesinde yapılandırılmış ilişkisellikler olarak gören Pierre Bourdieu, seçkin/sıradan, estetik/kullanışlı ve benzerleri gibi örneklerde olduğu gibi, her bir ögenin öteki ögeyle ilişkisi ve bir sistem içinde ele alınması gerektiğini söyler (1992). Ona göre "eyleyicilerin bakış açısı, öznel toplumsal alanda işgal ettikleri yere göre sistematik olarak değişir". Daha önce belirtildiği gibi Bourdieu, eyleyicilerin bir konu üzerine nasıl konuştuklarının kritik bir önemi bulunduğunu ve bunun sadece kişisel özelliklerle açıklanamayacağını ileri sürer. Dolayısıyla eyleyicilerin sınıf konumunu odağa alır (2003:7-45 ve 58,59 Aktaran: Wacquant ve Bourdieu, 1986 ve 2001).

Pierre Bourdieu'nün bu yaklaşımından, kadınların aile içi ilişkilerini, annelerinin sermayelerini, semte ve semtteki toplumsal ilişkilere bakışlarını çözümlemede yararlandım. Araştırmadaki kadınların bu konulardaki bakış açıları sınıfsal konumlarının etkilerini yansıtıyor. Yukarıda ifade edildiği gibi araştırmadaki kadınlar için anneleri ile babalarından edindikleri kaynaklar birbirinden farklı

anlamlar taşıyor ve onlardan sağladıkları kaynaklara ayrı ayrı değerler atfediyorlar.

Babalarından aldıklarını, parasal değer üzerinden düz bir biçimde aktarırken ve daha fazla değer atfedilirken, annelerinin sağladığı kaynakları ekonomik terimlerle değil, aile ilişkileri ya da anne-kız ilişkisinin bir parçası haline getirerek ifade ediyorlar. Eğitimli ve üst orta sınıfa mensup kadınlarda bu ayrım daha da belirginleşebiliyor. Kadınların annelerine yönelik yaklaşımlarında eğitim ve sınıf önemli faktörler. Yukarıda işaret edildiği gibi kadınların eğitiminin bu konudaki rolünü görmek gerekiyor. Araştırmadaki kadınlar eğitimleri yoluyla kamusal alana esas olarak girebilmişler. Bu da annelerinden ve kaynaklarından konuşmalarını güçleştirebiliyor¹. Bunun dışında da nedenler var.

Genellikle ev içi alana ve aileye ait görülen kadın emeğinin ve kadınların kaynaklarının kamusal alana çıkışı ancak aile ilişkileri üzerinden mümkün olabiliyor. Daha az eğitimli ve alt orta sınıfa mensup veya orta sınıfa yakın olan kadınlar ise annelerinin ve yakınlarındaki kadınların sermayelerine farklı yaklaşıyorlar. Bu kadınlar, kadın dayanışmasını ve annelerinin rolünü daha fazla öne çıkarıyorlar. Bunun da nedenlerini ayrıca incelemek gerekiyor. Yine semtteki kadın ve erkek esnafın, başka esnafı ve semtten kişileri anlatırken başvurdukları "eski zengin/yeni zenginler", "köklü esnaf/yeni veya geçici esnaf" ve benzeri kategorileri görmede ve analiz etmede Bourdieu'nün yaklaşımının büyük bir katkısı oldu. Dükkân işletenlerin sahip oldukları ekonomik, sosyal ve kültürel sermayenin ağırlığı ve dağılımına göre bu konuda da farklılık bulunuyor. Aşağıda vurgulanacağı üzere çeşitli faktörlere göre değişse de yine de bu kategorileri üretmede daha avantajlı olanlar söz konusu sermayeler açısından daha güçlü olanlardır.

1 Yüksek uzmanlık eğitimi gerektiren ve profesyonel işlerde bu örüntü değişebilir. Ancak bu çalışmada bu tür örnekler yer almıyor.

Pek çok araştırmacının belirttiği gibi derinlemesine görüşme, etnografinin veya benzeri tekniklerin kullanılmasında araştırmanın konu, temel sorusu ve amacı belirleyici olur. Belli örüntülerin ve anlam şemalarının ortaya çıkarılması için niteliksel yöntemin ve ayrıntılı gözlemin olanaklarına işaret edilir. Niteliksel araştırmanın olanaklarından biri, araştırmacıların kuramsal bilgi ile veriler arasındaki bağıntıları daha kolay kurabilmelerini sağlamasıdır (Atkinson et al, 2007; Thornberg-Charmaz, 2014; Maxwell-Chmiel, 2014; Kümbetoğlu, 2005; Güler, Halıcıoğlu ve Taşgın, 2015; Holliday, 2007; Yıldırım-Şimşek, 2013). Birçok araştırmacı sadece niteliksel yöntemle çalışmanın yetmediğine, kadınların öznel deneyimlerinin ve başarılarının görünür kılmanın daha fazla önemli olduğuna dikkat çeker. Araştırmacıların kadınlar için neyin değiştiğini açığa çıkarmalarının, kadınların hikâyelerini dikkatli dinlemelerinin büyük bir önemi bulunduğu belirtilir (Harding, 1990; Stanley ve Wise, 1983 ve 2002). Yukarıdaki araştırmacıların uyarıları yöntem konusundaki bakış açımı genişletti. Derinlemesine görüşme tekniği ile etnografik gözlem ve etnografik bakış açısını birarada kullanmamda belirleyici oldu. Bunun dışında bu çalışmanın ana konusunu (sorularını) doğru bir biçimde inşa etmemi sağladı. Cinsiyet, dükkân ve kamusal alan ve mekânlar arasındaki ilişkiyi görebilmemi kolaylaştırdı. Kadınların hikâyelerinin, dükkân açma öykülerinin pek çok yaratıcı boyutu vardır.

Araştırmadaki derinlemesine görüşmeler, özellikle de kadınların dükkâna, mekâna ve semte ilişkin anlatılarını görmemi sağladı. Dükkân ve Moda semti kadınların kişisel anlatılarının, öznellik biçimlerinin, deneyimlerinin çok önemli bir parçasını oluşturuyor. Dükkânlarından ve gündelik iş rutinlerinden söz ederken, kendilerinin, ailelerinin, yakınlarının, mahalleden kadınların ve erkeklerin içinde olduğu kültürel ve toplumsal dünyayı anlatıyorlar. Dahası Moda'nın semt olarak taşıdığı özellikler nedeniyle ("kadın semti") bu deneyime temel oluşturduğunu düşünüyorlar. Kamusal alanın ve mekânların kadınların deneyimleri yoluyla nasıl dönüştüğü,

kamusal alanın ve cinsiyetin birlikte hangi biçimlerde inşa edildiği kadınların anlatılarından fark edilebiliyor. Kadınların dükkânlarını açma sürecinde neler yaşadıkları, aile ilişkilerine, annelerine ve sermayelerine bakışları, annelerinin kaynaklarını nasıl dönüştürdükleri görülebiliyor.

Serpil Altuntek etnografyanın, antropoloji disiplini içindeki konumunu ve gelişimini anlatırken, etnografyanın yöntemle aynı anlama gelmediğini, yöntemden daha fazla bir içerime sahip olduğuna dikkat çeker. Etnografyanın *yöntemden* ziyade "verilerle kuramsal önermeler arasındaki ilişkiyi kurarken kullanılan 'mantığı' gösteren *yöntembilime* karşılık geldiğini ifade eder (Altuntek, 2009:10-11). Bourdieu'nün araştırma prağinin ve sosyolojisinin özgünlüğünden söz ederken Wacquant, Onun yaklaşımını anlatmak için "modus operandi" terimini kullanır (Wacquant, 2003:7-8). Bourdieu'ye göre araştırma pratiğinin esasını, konunun veya soruların ele alınış ve işleniş tarzı oluşturur.

Etnografik araştırma ve etnografya, kuram ile araştırma verileri arasındaki ilişkileri görmemin dışında daha önce düşündüğüm belli noktaların zihnimde daha açık hale gelmesine, billurlaşmasına katkıda bulundu. Etnografik araştırmaların bir elverişliliği de araştırma sırasında göze çarpmayan ancak çalışma açısından büyük bir önemi olan olaylar ile bunlar arasında bağlantıların görülmesini mümkün hale getirmesidir. Özellikle toplumsal ve kültürel dokunun çalışılmasında etnografik yaklaşımın kritik bir önemi vardır. Etnografik gözlem ve tahlil yoluyla, bir olgunun sayısı ve tekrar edip etmediğine bakılmaksızın belli veriler ve gözlemler temsil edici hale getirilebilir ve bu konuda yapılmış başka çalışmalardaki bulgularla karşılaştırılabilir.

Dükkânlarda ne tür konuşmaların yapıldığını ayrıntılı gözlemlerim sırasında görebildim. Semtte ve dükkânlarda yaptığım uzun ve ayrıntılı gözlemler, semtte yenilen esnaf ve semtin geleceği üzerine yapılan tartışmaları, dükkânlardaki bilgi akışının nasıl sağlandığını fark etmemi sağladı. Bu tür bir bilgiye soru sorarak ulaşılabilir.

Bunun için farklı zamanlarda elde edilebilecek gözlem verileri daha güvenilir duruyor.

Araştırma sırasında kimi kez derinlemesine görüşmelerin verileri ile gözlemlerim birbirini doğrulamıyordu. Böyle zamanlarda da farklı farklı kişilerle dikkatli bir biçimde görüş alışverişinde bulundum ve çoğunlukla uzun bir zaman üzerinde düşündükten sonra bir karara varabildim.

Bunlardan başka araştırmada daha önceki araştırma deneyimlerimin sağladığı yöntemsel ve kuramsal bilgiden çok faydalandım. Uzun bir zaman Türkiye'de taşra burjuvazisi ve eşraf aileleri (Durakbaşı, Karadağ ve Özsan, 2008; Özsan, 2010b, 2015 ve 2016a) ve esnaf-zanaatkar ve çıraklık hakkında (Özsan, 2008, 2010a, 2016d ve 2017) çalıştım. Eşraf aileleri hakkında çalışmak ve yazmak, bu araştırmada görüştüğüm kadınların ve ailelerin sınıf konumlarını daha hızlı fark etmemi, başka kentlerde karşılaştığımız bazı eşraf ve varlıklı esnaf ailelerinin İstanbul'daki izlerini bulmaya yaradı. İkinci gruptaki çalışmalarım ise bazı ekonomik faaliyet biçimleri ve meslekler hakkındaki zihinsel kategorileri daha kolay görmemi sağladı.

Bu kitabın dayandığı araştırmada, İstanbul gibi kentlerin kamusal alanlarında ve mekânlarında Türkiye'nin yerel elitinin varlığını ve sürekliliğini sınırlı da olsa gözleme şansım oldu. Sentilerin "eski ve köklü aileleri" ile bu özelliklere sahip olduğu anlatılan esnaf arasındaki ilişkilere tanık oldum. Daha önemlisi Türkiye'de belli toplumsal kesimlere mensup kadınların tarihsel olarak ne tür fırsatlara sahip olduklarını ve hangi engellerle karşılaştıklarını, kız ve erkek çocuklar arasındaki iş bölümünü ve sıklıkla da kaynakların aktarımındaki eşitsizlikleri de bu araştırma görmemi mümkün kıldı. Türkiye'de sınıfın ve toplumsal cinsiyetin kentsel bir mekânda ne tür görünümler aldığı yönündeki ipuçlarını yakalamamda kolaylık sağladı. Türkiye'de kadınların kız sanat okulları gibi çeşitli orta ve yüksek eğitim kurumlarında aldıkları eğitim, belli tarihsel ve sınıfsal eksenler öne çıkarılarak çalışılmayı bekliyor.

Feminist araştırmacılar, kamusal ve özel alan veya informel ve formel ayrımı gütmekten, kadınların ekonomik faaliyetlerinin ve deneyimlerini ortaya çıkarılmasının önemini öne çıkarır. Sadece niteliksel yöntemle çalışmanın yetmediği, kadınların öznel deneyimlerinin ve sorularının, dahası yaptıkları işleri nasıl gördükleri ve anlattıklarının görünür kılmanın önemli görmenin gerekliliğine dikkat çeker. Yukarıda belirtildiği üzere kadınların kentsel alanda çalışma yaşamına katılımı, özellikle de iş yeri ve işletme sahibi olmalarının, kamusal alanın ve mekânın dönüşümü açısından ne anlama geldiği çok az çalışılmış bir konudur.

Bununla birlikte işletme sahibi veya dükkân işleten kadınlar, kamusal alan-özel alan tartışmalarında odağa alınmaz. Buna karşın kadınların kamusal alanda yer almaları ve çalışma yaşamı arasındaki ilişkiye odaklanan az sayıdaki çalışmada ise kadınların hane içindeki konumuna ve kamusal/özel alan ayrımı bağlamındaki ekonomik faaliyetlerine dikkat çekilir. Bu çalışmada, dükkânı ve kadınların dükkân işletmeciliğini odağa alıyorum. Bu dükkânlarda ve semtte kamusal alanın nasıl görüldüğünü, kamusalın içinde özel alanın nasıl temsil edildiği veya özel alanın hangi yollarla kamusal hale getirildiğini göstermeye çalışıyorum. Yani ekonomik faaliyetleri üzerinden kadınların hem kamusal alanı hem de cinsiyeti nasıl dönüştürdüklerini inceliyorum. Aile ve ev temelli faaliyetler ile kamusal alandaki ekonomik faaliyetin iç içeliğine vurgu yapıyorum. Ancak bunu birincisini zayıf veya olumsuz kılarak yapmıyorum. Bütün kadınlar için geçerli olmasa da eşit görmeye ve birlikte ele almaya çalışıyorum. Tüm bunlara karşın Güvenç ve Işık'ın (1996), Harvey'den (1969) esinlenerek vurguladıkları gibi çalışmanın sorusu ve çözümleme birimi ne olursa olsun temelde "hiçbir yöntem, bize çözümlememizi hangi ölçekte ne tür araştırma birimleriyle yürütmemiz gerektiğini dikte edemez" veya göstermez. Dolayısıyla araştırmacının bakış açısına ve daha önceki birikimine bağlı olarak başka yollar da denenebilir.

Kadınların Demografik ve Sosyal Sınıf Özellikleri

Sosyal bilimlerde çalışmaların büyük bir kısmında demografik veri aktarılırken, araştırmadaki niteliksel verilerle birlikte yorumlamak yerine sadece sayıların öne çıkarıldığı düz bir aktarım tercih edilir. Bu çalışmada ise kadınların demografik özelliklerini etnografik gözlem ve derinlemesine görüşme sonucunda elde edilen verilerle birlikte yorumluyorum. Amacım, araştırmadaki kadınların demografik, aile ve sosyal sınıf özellikleri konusunda temel birkaç örüntüye işaret ettikten sonra önemli gördüğüm yeni araştırma konuları önerebilmek. Kadınların sosyal sınıf konumlarını öğrenebilmek için gelir durumlarıyla ilgili sorular sormadım. Derinlemesine görüşme verileri ve etnografik gözlemlerim sınıf konumlarıyla ilgili pek çok veri içeriyor.

Bu çalışmadaki kadınların büyük bir kısmı klasik orta sınıfı temsil ediyor ve yukarıda belirtildiği gibi genellikle eğitilmiş, özel veya kamu sektöründe maaşlı çalışan veya küçük ve orta girişimci olan annelere ve babalara sahipler. Daha az sayıdaki kadının ise alt-orta sınıf veya işçi sınıfı kökenli ailelerden geldikleri görülüyor. Bu kadınların araştırma sırasındaki gelir düzeyleri nispeten daha düşüktü. Az sayıdaki kadın da üst-orta sınıfı temsil ediyor. Bu kadınların çoğunun anneleri ve babaları İstanbul dışındaki kentlerden gelmiş eşraf ailelerine ve/veya nispeten varlıklı olan esnaf kesimine mensuplar.

Araştırmadaki kadınların yaşlarına bakmak gerekirse, 86 yaşında olan bir kadının dışında, 60-66 yaş aralığında dört kadın bulunuyor. Araştırmadaki sekiz kadın, 50-59 yaş, 11 kadın 40-49 yaş, 10 kadın 30-39 yaş ve dört kadın ise 25-30 yaş aralığında yer alıyorlar. Dolayısıyla bu çalışmada otuz sekiz kadının, otuzu 30-59 yaş aralığındadır. Bu durum araştırma yaptığım grup açısından esas yoğunlaşmanın orta yaş grubunda olduğunu gösteriyor.

Kadınların yaş, sınıf konumu ve eğitim durumlarını birlikte değerlendirdiğimizde, 86 yaşında ve 60-66 yaş kategorisinde bulunan beş kadının ortak özellikleri kendilerini iyi eğitilmiş, meslek sahibi, "profesyonel" görmeleri ve kendi eğitimlerinin somut faydalarına inanmalarıdır. Bu kadınların kendisi gibi anneleri ve babaları da klasik orta sınıf ile üst-orta sınıf özelliklerini taşıyor.

Bu kadınlardan yaş olarak en büyüğü, İstanbul Cerrahpaşa Tıp Fakültesi Hemşirelik Bölümü'nü okumuş. Eşinin 1970'lerin ortasında Bahariye'de açtığı dükkânı, onun kaybıyla 1983'de kendisi devralmış. Kadınlardan ikisi Zonguldak Kız Enstitüsü'nden ve biri ise Gaziantep Olgunlaşma Enstitüsü'nden mezun. Yine bu yaş grubunda yer alan (60-66 yaş dilimi) kadınlardan biri de İstanbul'da bir ticaret lisesinden mezun olduktan sonra hostes olarak uzun süre çalışmıştı. Kız Enstitüsü mezunu kadınlardan biri eğitim sürecini şöyle anlatıyor:

Ben Kız Enstitülüyüm. Ama bitirdikten sonra Akşam Sanata da gittim. Şöyle o zaman ortaokuldan sonra gidiliyordu. Yani ortaokuldan sonra Kız Enstitüsüne gittim. Zonguldak'ta. Ama o zaman şöyle bir sistem vardı. Yani bölüm bölümdü. Ortaokulu okuduktan sonra şapka bölümü vardı. Dikiş bölümü vardı. Yemek bölümü vardı. Ne bileyim çocuk bölümü vardı. Ama ben dikişi çok seviyordum.... Numune, hani okula ilk gittiğimizde, dikişe başlamadan önce böyle numuneler yaptırırlar. İşte yok ince dikiş, yok kalın dikiş, yok zikzak. Ama her verdiği şeyin sonunda benimkini alır, model olarak gösterirdi. Çok temiz çalışırdım ve hâlâ öyle çalışırım. Ama benim en çok istediğim bir şeydi... Başka bir amacım yoktu. Yok doktor, yok avukat... Yok öyle bir amacım hiçbir zaman olmadı. Ama mutluydum ben. Ben okulumdan çok mutluydum. Öğretmenlerimi de çok seviyordum. Okulumu da çok seviyordum. Özellikle o dikiş öğretmenlerimi çok severdim, yani çok seviyordum. Bu belki okuldan da gelen birşey bilmiyorum, içten de gelen bir şey bu sevgi.

-Nasıl karar verdiğinizi hatırlıyor musunuz?

Ortaokuldan sonra, lisedeki dersleri sevmedim ben. Hiç hoşlanmıyordum o derslerden yani. Onun için ben dedim bir sanat okuluna gideyim. Normal okuldayken. Yani o ortaokuldaki dersleri sevme-

dim, çalışan bir talebe de değildim. Ama böyle sanatla ilgili şeyleri seviyordum.

-Bugün o okullara baktığınızda ne düşünüyorsunuz?

Ben hiç şikâyetçi değildim. Servislerle gidip, gelirdik okula. Hatta gittiğimiz arabalar böyle arkası açık. Hani asker arabaları vardır ya, böyle dizilirler, öyle arabalarla okula giderdik. Okuldaki arkadaşlarımız, her şeyimiz ama o zaman çok güzeldi. Öğretmenlerimizle ilişkimiz çok güzeldi. Keşke o okullar olsaydı şimdi. Ben kendimi başarılı bi iş kadını görüyorum ve bunu da o okula bağlıyorum. Öyle görüyorum kendimi yani gerçekten. İstedığimi başardım gerçekten. Şimdi şu an çok kötü. Dikiş sanatı diye bir şey kalmadı. Çinde yaptırıyorlar. Burdan gönderiyorlar ve kalitesi iyice düştü yani. Bizim zamanımızda kalite çok iyiydi. Ben de bu kaliteyi aldığım derse bağlıyorum. Çok güzeldi. Öğretmenim de çok iyiydi. (66, terzi ve tedilat dükkânı).

Kız Enstitüsü mezunu veya Olgunlaşma Enstitüsü'nde² okumuş bu kadınların dışında, bu araştırmadaki beş kadının da anneleri veya aileden yakın kadınlar Kız Enstitüleri mezunudur. Bu kadınlardan birinin annesi de İstanbul Üniversitesi'nden aldığı hukuk eğitiminin üzerinden uzun bir süre geçtikten sonra İstanbul'daki bir olgunlaşma enstitüsünden bıçkı dikiş eğitimi almıştı. Kızının anlattığına göre 1970'lerde de kadınlar arasında bu tür okullardan eğitim almak oldukça itibarlıdır. Kadınlar arasında günün Moda'sına göre giyinmek, bıçkı dikiş ve nakıştan anlamak önemli bir konudur.

Annesinin daha önce Olgunlaşma Enstitüsü'ne gitmediği için hayıflandığını, ancak sonradan bunu telafi ettiğini anlatıyor. Annelerinin veya aileden yakın kadınların Kız Enstitüleri veya Olgunlaşma Enstitülerinde eğitim almış olması, görüştüğüm kadınların gözünde onları çok değerli kılıyordu.

2 1928-29 döneminde başlayan Kız Enstitüleri, 1938-39 ertesinde Olgunlaşma Enstitüsü'ne ve ardından da teknik liselere dönüşme sürecine girseler de İkinci Dünya Savaşı'nı izleyen dönemde Kız Enstitüsü programları büyük ölçüde korundu. Bu okulların tam olarak sona erişe ise esas olarak 1960'ların ortasına denk gelir. Buna karşın Elif Ekin Akşit'in belirttiği gibi bu okullar 1974-75 dönemine kadar Kız Enstitüleri olarak anıldı (Bkz. Akşit, 2005: 165).

Gül hanım! Ben 18 yaşından beri hayatı tırmalıyorum. Güzel bir ailede yetiştim. Çok sevgi doluydu. Bütün arkadaşlarım özenir ne güzel bir ailen var diye. 7 kardeşdik. Annem kız sanat okulundan. Ev kadınıydı ama terziydi. Müthiş bir biçki, dikiş... Şu anda 80 yaşında. Babam Elazığlı. Annem Bingöllü. Babam memur olduğu için dolaştık. Antalya, Adıyaman, en son İstanbul'a geldik. (56, emlak dükkânı).

Yani şimdi şöyle bir şey. Ben tasarımcıyım ama el işiyle ilgili olan merakım anneannemden kaynaklı. Anneanne eee... *haute couture* terzi. Ondan sonra gençliğinde terzi olarak çalışmıştı. Ben anneannemle büyümüş bir torun olarak, annemle değil, anneannemle büyüdüm, dolayısıyla çocukluğumda beri hep iğne ve makine sesiyle büyümüşümdür. Yani dolayısıyla konuya yakındım ve çok seveirim. Bu işe geri dönüş yapmış olmanın başka sebepleri de var... Anneannem, işte gençken daha Beyoğlu Olgunlaşma Enstitüsü'nde zaten bu işi öğrenmiş. Onlar kendi dönemlerinde o dönemin, ee anneannem çok özel, özel bir yer Beyoğlu Olgunlaşma çok güzeldi. Nazan Hanım da çok iyi bilir. İstanbul'un en önemlilerinden biri. Anneannem hep onu anlatıyor. Çok özenli ve çok dikkatli bir kadın olması sebebiyle, mesela Mevhibe İnönü, Adnan Menderes'in hanımını vesaire. Bütün o dönemin başbakanları, bakanlarının hanımlarını tüm *haute couture*'lerini anneannem dikmiş mesela. Eee bize gelen müşterilerin tesadüfi bir durumu pek olmuyor. Yüzde 40 gibi bir oran güzel sanatlarda hoca, ee diğer ciddi bir oransa anneleri, anneannelerinin anormal bir ilgisi var ve onları çocuklarına geçirmeyi başarmışlar ya da onlara öğretmişler... (48, takı, giysi, hediye-lik eşya üretimi ve satışı).

Elif Ekin Akşit'in çalışmasındaki (2005) Kız Enstitülü kadınlar çalışma hayatına giremediklerini, kamusal alandaki başarıları engellenmiş olarak kendilerini anlatıyorlar. Mine Demir, Cumhuriyet döneminde biçki ve dikişin kadınların eğitimindeki rolünü ele alırken, bu konudaki eğitimle esas yapılmak istenenin kadınları ev içindeki geleneksel rollere özendirmek olduğunu vurgular (2019:201) ve kız sanat okulları, kız enstitüleri ve olgunlaşma enstitülerine de temelde bu çerçevede bakar. Eşraf ailelerinde karşılaştığımız kadınlar (Durakbaşı, Karadağ ve Özsan 2008; Özsan, 2010b) ve bu

çalışmadaki kız enstitülü kadınlar ise eğitimleri konusunda çoğunlukla tersi bir durumu ifade ediyorlar. Kız enstitülerinden öğrendikleri bilgiyi kamusal hayata taşıdıklarını ve bunun avantajından faydalandıklarını belirtiyorlar. Dolayısıyla "evde kalmayı" ve "geleneksel rollere sıkışmışlığı" değil evden çıkış öyküsü anlatıyorlar. Onlara göre hem evde hem de dışarıda özgürleşmişlerdi. Bu kadınların kendi eğitimleri ile annelerinin eğitimlerini karşılaştırmaları, çalışma yaşamına girmelerinde eğitimlerinin onlara sağladığı fırsatlar hakkındaki değerlendirmeleri dikkate değerdir. Ayrıca Türkiye'de kadınların eğitimi hakkında genelleme yapmak için özellikle de lise eğitimiyle ilgili daha fazla araştırmaya ihtiyaç bulunuyor. Bu tür çalışmalar sonucunda farklı sınıflardan kadınların eğitimleri (lise eğitiminde sınıf etkisi çoğunlukla gözden kaçırılıyor) ile Türkiye'de kadınların eğitimi ve çalışma yaşamlarıyla ilgili genel makro dönemsel değişimler birlikte yorumlanabilir.

Bu çalışmada aile kökeni ve sosyal sınıf açısından dikkat çeken başka bir grubunu da başka kentlerde uzun süre esnafılık yapan veya oranın eşrafı olup belli bir tarihte İstanbul'a gelmiş ailelerin kızları oluşturuyor. Bunların da önemli bir kısmının özellikle kültürel sermayeleri ve eğitim açısından Türkiye'nin büyük kentlerinin klasik orta sınıfını temsil ettiği, bir bölümünün de üst-orta sınıfının önemli bir kesitini oluşturdukları söylenebilir. Araştırmada büyük bir çaba göstermeme rağmen kendilerinden görüşme izni alamadığım tuhafıye dükkânı işleticisi kadınlarla yaptığım ayaküstü konuşmalardaki veriler, gözlemlerim ve çevredeki esnaftan topladığım bilgi bu kadınların da esas olarak başka kentlerden gelmiş nispeten varlıklı ailelerin kızları olduğu yönündedir.

Kadınların aile ve sosyal sınıf özellikleri açısından dikkati çeken bir nokta ise aileleri bulundukları kentin köklü ve varlıklı esnafı olanlar ile daha küçük bir ekonomik sermaye sahip olanlar arasındaki farktır. Bu iki grup arasında ekonomik ve sosyal sermaye yönünden belirgin farklardan söz edilebilir. İkinci grupta bulunanların

ailelerinin daha fazla dükkân açma deneyimine sahip olmasına rağmen gerek makro-ekonomik ve siyasi değişimler gerekse ailedeki kaynakların aktarımındaki sorunlardan uzun ömürlü olmadıkları görülüyor. Bu tür ailelere mensup kadınlar, ekonomik ve diğer koşulları göz önünde bulundurup, işi baştan iyi planlayabilmek ve öngörülerde bulunmak için gerekli olan kültürel ve sosyal sermayeye sahip değil. Bu da onların daha fazla girişimde bulunsalar da dükkânlarını çoğunlukla kapatmak zorunda kalmalarına neden oluyor.

3 yıl önce, dedim ki bu medikal burda dursun, ben bir de butik açayım dedim. Caddebostan'a gittim. Oralarda kiralar inanılmaz pahalıydı. Yine burada Moda'da ileri sokakta, burda esnaf olan bir arkadaşımın dükkânı vardı. Hiç araştırmadan sırf dükkân kirası ucuz diye tuttum orayı. Ciddi masraf da yaptım. İşte evimin yarısı o yüzden gitti zaten. Gittim, hiç kimsede olmayan kıyafetler seçtim... Sürekli Merter'e, oralara buralara gidip iş kovalamak zorundasınız tek başınıza. Orda da çok ağladığım günler oldu. Yine sırtımda taşıdım. Metrolara bindim oralara buralara bindim, param olmadı. Yine de devam ettim. 6 ay sonra, hepsi arkadaş, eş, dost geliyordu ve kör bir sokaktı. 6 ay sonra anladım ki kesinlikle ve kesinlikle ben ordan çıkmalıyım. Bir seneyi tamamlamadan, 3 sene önce orda çok para kaybettim. Ürünler de elimde kaldı. Sokak çok kör bir sokaktı." (47, medikal ürün satışı dükkânı)

Ayrıca daha önce birden fazla dükkân açma deneyimine sahip kadınların ailelerde işin planlanması aşamasından başlayarak, maddi kaynakların hangi yönde kullanılacağı, kız ve erkek çocuklar arasındaki dağılımı ve iş bölümü konularında pek çok tartışma olduğu görülüyor. Bu kadınlar aslında tümüyle kendi güçleri ve çabalarına dayanarak çeşitli işleri deniyorlar. Bu kadınlardan biri, "annesi olmadığı" için ailede ve iş yaşamında pek çok zorluk yaşadığını ifade ediyor. Aslında annesi yaşıyor olmasına karşın ilişkilerini sürdürmemişlerdi. Araştırmadaki pek çok kadın "bir anneye sahip olmak" ile "annesiz olmak" arasındaki farkı çok önemli buluyor. Kadınlar için ikincisi, yani "annesiz olmak" hayat boyunca ciddi bir zorluk yaşamak ve dezavantajlı olmak anlamına geliyor. Denediği işlerin

büyük bir kısmını, büyük borçlarla kapatmak zorunda kalan bu kadınlardan biri kendi dükkân deneyimini şu şekilde anlatıyor:

Lades tavuğu bayiliğini aldım ve bizzat kasaplık yaptım. Bir süre onu öyle götürdüm fakat talihsiz bir şey oldu. Yani bir akşam oğluma dedim ki oğlum tabelaları kapat. 40 yılda bir arkadaşımı ziyarete gittim. Geldim, baktım, tabelalar kapalı, oğlum da evde uyuyor. Ben de dedim ki aferin vazifesini yapmış filan. Sabah dükkâna bir gidiyorum. Sabah dört buçuk, beşte mal geliyordu. Bir gidip baktım. Her taraf sıırım sıkılam. Meğer oğlum kapatmamış, sigortalar atmış. Motor yanmış. Buzdolabının motoru. Tabii orada bir sukûtu hayal... Dedim ki ben yine emlağa döneyim. Hayatımda yaptığım en büyük hatayı yaptım. Yani yaz-boz tahtası gibi oldu. Sonra ben emlakçılığı sürdürdüm, dedim ki bu iş, evet, tamam, ama bu arada tabii oğullarımı okutuyorum. Onların masraflarını karşılıyorum. Dükkân kira, evim kira. Bunları karşılıyorum. Hani yastığa başını koyduğumda rahat uyuyor muydum? Asla rahat uyumuyordum. Bugün kirayı ödedim, 30 gün sonra acaba ne olacak, onu düşünüyorum. Çünkü emlak işi çok istikrarsız bir iş. Daha sonra gıdaya geçtim. Dükkânı fast food yaptım, bundan sonra bir yer geldi bana kiralık olarak, bu arada da bana ortaklık teklif eden bir beyefendi vardı o da aynı işi yapıyordu. Ben ortaklığa çok sıcak bakmadığım için kiralık olan yeri onlara göstermeye gittim. Çünkü görmek istedi falan. Bu sefer tutturdular da burada beraber olalım. Onlar beni ikna ettiler. Biz de oraya geçtik. Yani, benim emlak dükkânım 9 metre kareydi. Orayı kendi çapıma göre lavabo yaptırdım. (58, kafe işletmeciliği ve ev yemeği üretimi ve satışı).

Bu gruptaki kadınların bir kısmı ise ailelerinin ekonomik ve sosyal sermayenin yetersizliğinin yanı sıra eşleriyle ayrılma sürecinde yaşadıkları sorunlar ve çocuklarının sağlık problemleri nedeniyle işlerini sürdüremeyip farklı farklı işleri denemek zorunda kalmışlardı.

Ben bu işi 9 senedir yapıyorum. Onun öncesinde esnaflığın başka yerlerinde bulundum. İşte çiçekçilik yaptım. Bir kimyevi madde şirketinde ithalat müdürüyken, ben bu ülkeye kimyevi madde getirmek istemiyordum diyip, çiçekçi dükkânı açtım. 20 yaşındaydım. Sonra oğlum oldu, özel durumu olan bir çocuktu. Ondan sonra bıraktım işte çiçekçi dükkânını, işte oğlumun sağlık problemlerinden

dolayı. Kısa bir süre Mango'da çalıştım. Mango'ya 5 gün çalışmak için gitmişim. 5 gün için gittim 2 sene çalıştım. Bırakmadılar beni. Sonra oğlum ameliyat oldu, falan. Kalbinde ciddi bir delik vardı. Sonra tekrar iş yapmaya karar verdim. Hasanpaşa'da bir restoran açtık, bir kız arkadaşım. Öğlen yemekleri. Şirketler, tabildot falan çıkarıyorduk. Böyle mahalle arasında, şirketlerin falan olduğu bir yerde. İşte böyle bir sürü müşterimiz vardı. Ben aslında işimi seçme şansım olsa, yemek... Sonra onu da bıraktım. Sonra, burada yakın bir arkadaşım çalışıyordu. Onla konuşurken ve şey dedi. Burası büfeydi o zaman, alt kat faal değildi. Biz dedi bu büfede yardım edecek birini arıyoruz. İşte gelip konuşur musunuz? Dedim yok. Benim zaten kendi işim var. Hani ikisini biden yapamam falan. O zaman oğlum konuşmuyordu. Konuşma zorluğu çekiyordu ve çok ciddi bir paraydı. Dedim, tamam. Üç ay çalışırım dedim. Başladım. Ben yemek yapıyorum. Sonra, buranın sahibi büfeyi istemediğine karar verdi, dedi sana vereyim. Çok yoruldu dedim. Bu mesleki deformasyonu çok yüksek bir iş dedi. Tamam dedim. Ben dedim ki yapamam. Hani gece hayatı, müzikten çok iyi anlamam ben. Dedim ki ben iki konuda söz verebilirim. Buraya gelen herkes burdan memnun ayrılır dedim ve senin hiçbir zaman paran çalınmaz. Benim için bu ikisi yeterli dedi. Ben, baya bir direndim aslında burayı almamak için. Oğlum küçük. Eşimden yeni ayrılmıştım. Baya iş aramaya başladım. Burdan çünkü ayrılmak istiyorum. Bu arada patronum da burayı devretmek için birilerini arıyor. Fakat bir türlü olmadı. Ben iş bulamıyorum. O da burayı devredemiyor. Sonra, ben bir gün eve gittim: annem, oğlum ve ben. Evin elektriğini kesmişler ödeyemediğimiz için. O kadar üzüldüm ve o kadar ağladım ki anlatamam. Sonra dedim ki ben burayı kabul ediyorum dedim. İki sene başka bir arkadaşım ile birlikte çalıştım. Yedi sene dir de ben. (38, bar işletmecisi)

Araştırmadaki kadınların büyük bir kısmı zorluklar yaşadığını belirtsede söz ettikleri güçlükler aslında aynı anlama gelmiyor. Bu kadınların ailelerinin hem daha önce bulundukları yerde hem de İstanbul'a göç ettikten sonra uzunca bir süre yeterli ekonomik ve kültürel sermayeye sahip olmadıkları görülüyor. İşlerini açma ve sonrası süreçte pek çok güçlükle karşılaştıklarını, azim ve mücadeleleri sonucunda bulundukları konuma geldiklerini anlatıyorlar.

Biz burayı 99'da açtık. Şubat'ın biriydi. Barış Manço'nun öldüğü zaman. Çünkü ordan iyi hatırlıyorum. On beş gibi de dükkânı açtım. Zaten ayakkabacı dükkânıydı. Çok da harabe gibi bir yerdi. Eski kömürlükler olur ya. Aynı kömürlük gibi bir yerdi. Biz işte kendimiz belki dört, beş kat boya sürdük. Kimseye de sormadık. Para da yoktu elimizde öyle fazla. Ancak emlakçıya verdik. Kira parası iki tane aldılar. Evdeki buzdolabını getirdik işte. Evdeki tabağı, çanağı, tutacak mı, tutacak. (46, mantı ve ev yemekleri üretimi ve satışı)

Bu işe normalde memleketten kalkıp dersaneye gidip üniversiteye okumak için gelip, ama olmadı. Geriye, Sivas'a dönmem lazım ve-yahut iş bulmam lazım. Sivas'a dönmek benim işime gelmiyordu. 87 falan. Gidip orada kalmak bana göre sistem değildi. Onun için İstanbul'da kalmaya karar verdim, iş buldum. Pazarlama işi, bir şirkette. Yine kitaptı. İngilizce kitaplar. Okullardan öğrencilerin adreslerini almak, ailelerle görüşmek. Okuldan öğrencilere form doldurtuyorduk. Bize geliyorlardı, biz adrese teslim ediyorduk. On yedi, on sekiz yaşlarındaydım. Ama o aradaki sıkıntı, ben İstanbul'u hiç bilmiyorum. İstanbul'a yabancıydım. Her türlü insanla karşılaşma durumu var. Sonra işi bıraktık. Eylül ayıydı, Gençlik kitapevi vardı, Kadıköy'de. Oraya girdim, çünkü o zaman onlar işçi alıyorlardı. Tabii işe başlayınca kitap işinden daha da çıkmadım. İlk işim bu. Yaklaşık 30 yıl oldu. Gençlikte bir sene çalıştım. Sigorta olayı yüzünden ayrıldım. Sonra Kadıköy Kültür, yani Eski Gençlik'te iki seneye yakın çalıştım. Sonra da Beyazıt sahafta. Orası farklıydı. Orada iyice kemik oluyorsun. Çok şey öğreniyorsun. Beyazıtta beş sene çalıştım. 90'ların ortasında. Oradan da buraya Akmar'a geldim. Bir buçuk sene de birinin yanında. Ondan sonra da buraya, yani Akmar'da kendi yerime geldim. Kendi işime. (46, kitap ve kırtasiye dükkânı işletmecisi)

Yukarıda vurgulandığı gibi hem ekonomik sermaye yönünden dezavantajlı bir konumda olan hem de anneleri veya yakınlarında ki kadınlarla dayanışmaya girememiş kadınlar daha büyük sorunlar yaşıyorlar. Bu kadınlar genellikle birtakım işleri ayrıntılı olarak değerlendirip karar vermek yerine buldukları işleri aceleyle denemek zorunda kalıyorlar.

Yani ben dönüp arkama baksam, o günlerin içine tekrar girersem, herhalde yani şöyle söylüyorum. Yaşadıklarımı rüyamda görsem, sabah uyandığımda her halde uçuklarla falan kalkarım. Hakikaten çok şiddetli zorluklar yaşadım. Çok şiddetli... Emlak işi yaparken karşılaştığım bazı talihsiz olaylar oldu. Eğer piyasada sizi kadın olarak görüyorlarsa mutlaka altında bir şey arıyorlar. Yani şöyle söyleyeyim: Cebinde bir kuruş parası olmayan, Antalya'dan gelip, İstanbul'da o günün fiyatlarıyla ki bu dediğim 93, 94, 95. O yıllarda, işte ben bu rakamlara kadar ev arıyorum dedikten sonra, bir tanesine öyle gösterdim, ettim. Ama hepsine bir bahaneler buldu. Ondan sonra ben akılandım, bir erkek emlakçı arkadaşşıma paslıyordum, bu tür müşterilerimi. Sonra dedim ki kendi kendime ben bu emlak işini yürütemeyeceğim. Bu arada tabii benim dört buçuk ve ondört buçuk yaşında iki oğlum vardı yanımda. Onlara bakmakla sorumluydum ve biz babadan hiçbir kuruş bile yardım görmedik. Dolayısıyla bir taraftan da evimde hayvan pansiyonerliği yapıyordum. Yani aşağı yukarı dört sene falan böyle hem emlak hem de pansiyonerliği birlikte götürdüm. (58, kafe işletmeciliği ve ev yemeği üretimi ve satışı)

Bu kadınların karşılaştıkları güçlükler, daha yüksek ekonomik-kültürel sermayeye sahip dükkân işletmecisi kadınlar tarafından esas olarak anlaşılmıyor. Ayrıca ikinci gruptaki kadınlar, iş hayatındaki kendi somut deneyimlerini anlatmak yerine, genellemelere ve klişelere daha çok başvuruyorlar, adeta başarı ölçütlerinden oluşan bir listeyi sıraladıkları görülüyor. Bu açıdan, erkeklerinkine son derece benzer bir anlatı kuruyorlar.

Bu araştırmada 50-59 yaş grubunda bulunan sekiz kadının, üçü ilkokul, üçü lise, ikisi ise üniversite mezunudur. Lise mezunu olan bu kadınlardan biri Almanya'daki bir meslek lisesinde eğitimini tamamlamış. Bu gruptaki kadınların doğum tarihi aralığı, 1956-1965 gözüküyor. Bu durumda lise ve üniversite eğitimi alanlar, yaklaşık olarak 1974-1983 tarihleri arasında liselerini tamamlamış oldukları söylenebilir. Aynı biçimde 40-49 yaş diliminde bulunan toplam 11 kadın arasında lise ve üniversite eğitimi alabilenler, lise eğitimlerini yaklaşık olarak 1984-1993 yılları arasında tamamlamış sayılabilir.

Bu kadınların biri ortaokul, üçü lise (biri Almanya'daki meslek lisesinden mezun), yedisi ise üniversite eğitimini tamamlamış. On kadının yer aldığı 30-39 yaş dilimindekilerin yaklaşık liseyi tamamlama dönemleri ise 1994-2003 yılları arası gözüküyor. Bu kadınların da biri ilkokul, üçü bir meslek lisesinden, altısı ise bir üniversiteden mezundur. Son olarak yukarıda en küçük yaş aralığında (25-29 aralığı) bulunan toplam dört kadının, üçü bir üniversiteden mezun ve biri de araştırma sırasında açık öğretim fakültesi kamu yönetimi alanında eğitimine devam ediyordu³.

Araştırmadaki kadınların doğum yerlerine baktığımızda, araştırmadaki 38 kadının 13'ü İstanbul doğumludur. Kadınlar için İstanbul doğumlu olmak önemli bir gösterge. Aslında kentli yaşam tarzına sahip olmayı semtteki kadın ve erkek esnafın tümü önemli buluyor. Araştırmadaki kadın ve erkek esnaf için İstanbul doğumlu olmak kentli yaşam tarzına sahip olmak anlamına geliyor. Kadınların önemli bir kısmı İstanbul doğumlu olmayı ekonomik faaliyetleri için avantaj görüyor. Bazıları bunu çeşitli biçimlerde ekonomik sermayeye de dönüştürüyor.

Araştırmadaki kadınların doğum yerlerine bölge düzeyinde bakıldığında, Marmara Bölgesi'nden toplam on beş kadın bulunuyor. Bunların da on üçü İstanbul, yedisi Karadeniz, üçü Ege, beşi İç Anadolu, beşi Doğu ve Güney Doğu Anadolu Bölgesi, ikisi Almanya, biri Yugoslavya ve bir kadın ise Kıbrıs doğumludur. Araştırmada Almanya'da uzun süre yaşamış olan üç kadın bulunuyor. Bunların ikisi Almanya'dan bir meslek lisesinden mezun olmuş. Bu kadınlar Almanya'dan bir meslek lisesinden mezun olmanın, hayatları üzerinde çok olumlu etkileri olduğunu belirtiyorlar. Ancak bu veriye dayanarak belli bir örüntüden söz etmek güç. Bununla birlikte küçük dükkân işletmeciliği ve göç eksenindeki çalışmalarda, kendi ülkelerinde düşük bir ekonomik sermayeye sahip olan işçi

3 Kadınların doğum yeri, yaş ve eğitim durumları hakkında ayrıntılı veriler için bkz. EK 1.

sınıfına ve/veya alt-orta sınıfa mensup kesimlerin, gittikleri ülkelerde hizmet sektörüne ve daha çok da küçük işletmeciliğe yöneldiği ifade edilir. Bu kişilerin önemli bir kısmının da zaman içinde aileden başka kişileri de yanlarına alarak lokanta, kafe ve restoran gibi yerler açmayı tercih ettikleri anlatılır⁴. Ancak bu çalışmalara karşın, başka bir ülkeden kendi ülkelerine dönen kişilerin çalışma yaşamına ilişkin veya dükkân işletmeciliğine yönelip yönelmediği konusunda çalışma bilebildiğim kadarıyla bulunmuyor.

Araştırmadaki kadınların evli olup olmadıklarına ve çocuklarının durumlarına baktığımızda, araştırmadaki kadınların yedisi hiç evlenmemiş. Bu kadınlardan dördü, araştırma sırasında 25-30 yaş aralığındadır. Araştırmadaki kadınların beşi eşini kaybetmiş. Genellikle bir veya iki çocukları olan bu kadınlar görüşmemiz sırasında özellikle oğullarının eğitimi konusunda ve iş bulamadıkları için büyük sorunlar yaşıyorlar. Araştırmadaki toplam 38 kadının 23'ü, yaklaşık üçte ikisi araştırma sırasında evli değildir. Dolayısıyla araştırma sırasında evli olan kadınların sayısı 15'ti. Bu kadınlardan dördünün çocuğu bulunmuyor, diğerlerinin bir veya iki çocukları bulunuyor.

Araştırmadaki kadınların önemli bir bölümü Türkiye'de son zamanlarda yaşanan çeşitli sorunlardan dolayı çocuklarının geleceği konusunda kaygı duyuyor. Genellikle çocuklarının işsiz olduklarını ifade ediyorlar. Eşlerinden ayrılmış olan kadınlar ile evli de olsa ekonomik ve kültürel sermayeleri nispeten daha az olan kadınlar bu endişeyi daha fazla yaşıyorlar. Birinci gruptaki kadınların (toplam on bir kadın) biri dışındakilerin bir veya iki çocukları var. Bu kadınlar daha önceki eşlerinden hiçbir maddi kaynak veya başka "destek" alamadıklarını belirtiyorlar. Yine bu kadınlardan çocukları ilkokulda olanlar, evlerinin dükkânlarına oldukça yakın olmasının avantajından faydalananarak, okuldan sonra çocuklarını dükkâna getiriyorlardı ya da kısa sürelerle eve gidip çocuklarıyla ilgileniyorlar.

4 Bu tür çalışmaların bazıları için bkz. Addo (2017) ve Aygören ve Nordqvist (2015).

Ancak bunu çoğunlukla anneleriyle dayanışarak, onların emeği üzerinden yapabiliyorlar. Bu kadınların dükkânla ilgili dışarıdaki işleri (ürün seçimi ve tedariki, faturaların ödenmesi bunlardan bazıları) yapılabilmesi için de genellikle anneleri dükkânda bulunuyor.

İşlettikleri Dükkânların Özellikleri ve Dükkân Açma Nedenleri

Kadınlar arasında doğrudan terzilik yapan bir kadın gözüküyor⁵. Ancak tişört tasarımı, ev tekstili ve hediyelik tasarımı ve daha büyük çaptaki kadın giyimi satışının yapıldığı dükkânlarda da satışın yanı sıra aynı zamanda üst-orta ve üs sınıfın beğenileri gözetilerek oldukça özelleşmiş bir terzilik işi yapılıyor. Tasarım atölyelerinin bir kısmında Türkiye'nin çeşitli yerlerinden getirilen ve belli dönemleri temsil eden ikinci el giysi, takı ve süs eşyaları, küçük ancak günün modasını yansıtan ve aynı zamanda her yaş grubunun talep gösterebileceği değişiklikler yapılıyor. Kimi dükkânların işletmecileri bu tür giysileri temizleyip, ayrıntılı tadilatın geçirdikten sonra tasarım ürünü veya geri dönüşüm etiketiyle satıyorlar. Böylelikle ürettikleri veya dönüştürdükleri ürünler daha yüksek fiyatlara alıcı bulabiliyor. Bu dükkânları işleten kadınlar bu ürünleri, bazen semtte veya yakın yerlerdeki terzilerle anlaşarak kimi kez de yakınlarındaki kadınların emeklerinden faydalanarak diktiriyorlar. Takı, süs eşyası ve tekstil dükkânlarının önemli bir bölümünde tasarım, dikim, yani üretim ve satış işi birarada yapılıyor. Dolayısıyla ilk anda terzilik işi giderek azalıyor gözükse de farklılaşarak, çeşitli biçimlerde dönüşerek devam ediyor.

Çizelgede kafe olarak gözükten yerlerin de bir kısmı, aynı zamanda ev yemeği veya özel üretim biçiminde pastane ürünü satıyor. Bu dükkânların bazılarında tabelalarında belirtilenlerin dışında kalan hizmet ve mal da sunuluyor. Bu tür yerleri işleten kadınlar üretimi

5 Kadınların bulundukları yaş aralıkları, araştırma sırasındaki dükkânlarını açtıkları/devraldıkları yıl ve dükkânlarında yaptıkları iş hakkında bkz. Ek 2.

veya satılacak ürünleri çeşitlendirerek ve üründe hızlı değişiklik yaparak kendilerini avantajlı kılıyor. 1990'larda Güney Kore'de yaptığı araştırmasında Leppanen (2007), Seul'deki dükkânlarla ilgili bu konuda benzer bir noktaya dikkat çekiyor.

Dükkânların kadınlar tarafından ne kadar zamandır işletildiğine baktığımızda, araştırma sırasında işletme süresi henüz bir yıl olan dükkân sayısı 4'tür. 13 dükkân 2-4 yıl, beş dükkân 5-7 yıl, beş dükkân 8-12 yıl ve sekizi ise 15-18 yıllık bir işletme süresine sahip. Araştırmaya dâhil edilen 36 dükkânın 17'sinin, dolayısıyla yaklaşık yarısının dört yıl ve daha az süreye sahip olduğu fark ediliyor. Araştırmadaki dükkânların toplamda ortalama işletildikleri süre ise 8 yıldır. Dükkânların işletme süreleri, Türkiye'de küçük işletmeler, kadınların bu tür ekonomik faaliyetleri konusunda ana hatlarıyla fikir verse de yeterli bilgiyi sağlamaz. Çünkü pek çok faktöre bağlı olarak işletme süresi kısalabiliyor. Ortalama konusunda bir sonuca varmak için sayısal değerlerin toplamına ve aritmetik dağılımına, özellikle de bunu açıklayabilecek niteliksel verilere bakmak gerekiyor. Araştırmada kadınların kendi mücadeleleri ve birikimlerinin yanı sıra ailelerinden yakın kişilerden, özellikle de annelerinden ve babalarından çeşitli sermayeleri edinmenin, dükkânın işletme süresi üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülüyor.

Araştırmada 1970'lerin ortalarında eşi tarafından açılmış olan ve eşinin ölümüyle kendisinin 1983 yılında devraldığı dükkânı dışarıda bırakarak dükkânların açıldıkları yılları gruplarsak; 1993-1999 tarihleri arasında açılan toplam altı dükkân, 2000-2007 arasında toplam sekiz, 2009-2011'de toplam 10 dükkân ve 2012-2015 tarihleri arasında ise toplam 11 dükkân açılmış. Araştırmadaki dükkânların çok büyük bir kısmı 2000'den itibaren, özellikle de 2008 ve sonrası açılmış. Bu araştırmadaki veriler dükkân sayısındaki söz konusu artışı daha öncekiyle (1990'lar öncesiyle) karşılaştırmaya el vermiyor. Bununla birlikte, 1990'ların sonlarında başlayan genel ekonomik kriz ile ülkelerin ekonomilerinde küçük işletmelerin artan rolü

arasında paralellik kuran yaklaşımı doğruluyor. Bu tür çalışmalarda, krizle birlikte artarak etkisini hissettiren neoliberal politikaların hem erkeklerin hem de kadınların çalışma yaşamı üzerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekiliyor (karşılaştırma için bkz. Leppanen, 2007, ayrıca bkz. Özar ve Özertan, 2008). Türkiye'de söz konusu dönemde kamusal tartışmalarda küçük işletmelerin, özellikle de kadın girişimcilerin giderek daha fazla öne çıkarılmasının ekonomik krizle olan bağlantısına vurgu yapılıyor (Özar ve Özertan, 2008).

Bu araştırmadaki kadınların bir kısmının dükkân işletmeciliğine yönelmesinde 2008 ve sonrasında belirgin bir biçimde yaşanan ekonomik krizin, özellikle de kadın işsizliğinin ve kadınların çalışma yaşamında giderek artan sorunların neden olduğu görülüyor. Alt-orta sınıf veya işçi sınıfına mensup kadınlar, ücretli bir işte çalışmak istedikleri halde iş bulamamışlardır (karşılaştırma için bkz. Yetim, 2002). Hangi sınıfsal konumda olursa olsun araştırmada önemli orandaki kadın ise karşılaştığı ekonomik zorlukların dışında Moda ve yakın çevresinin diğer semtlere göre kadın esnaf için daha kolay ve güvenli olmasını dükkân açma nedeni olarak ifade ediyor. Kadınların çalışma yaşamı açısından sentin kamusal alanının ve toplumsal dokusunun olumlu özelliklerine dikkat çekiyor. Senti düzeyine bir cinsiyet ayrımının olup olmadığına bakıyor.

Bunların dışında, araştırmadaki kadınların hemen hemen tümü bir dükkân açmayı zaten hayal ettiğini (başka işlerde çalıştığı zamanlarda dahi) belirtiyor. Bankacılık ve benzeri işleri örnek göstererek, "yaratıcılığa imkân vermeyen ve fazla düzen gerektiren" bir çalışma yaşamını tercih etmediklerini vurguluyor. Onlara göre bir ekonomik faaliyet tipi olarak dükkân işletmeciliği, zor da olsa kadınlar için daha özgürleştiricidir. Bu niteliksel veri aslında kadınların sınıf konumları üzerinden hakkıyla değerlendirilebilir. Yukarıda belirtildiği gibi araştırmadaki kadınların büyük bir kısmı, klasik orta sınıfa atfedilen özelliklere sahiptir (karşılaştırma için bkz. Ayata, 1988). Anneleri ve babaları genelde eğitilmiş, özel veya kamu sektöründe çalışan veya küçük ve orta girişimci kişilerdir. Araştırmada

üst-orta sınıfı temsil eden az sayıdaki kadının anneleri ve babaları da İstanbul dışındaki kentlerden gelmiş eşraf ailelerine ve/veya nispeten varlıklı olan esnaf kesimine mensup. Bu iki sınıfsal özellik, onların dükkân açma ve işleri hakkındaki gelecek tasavvurlarını etkileyebiliyor. Nitekim başka araştırmalarda da kentli, eğitilmiş ve gelir düzeyi yüksek olan kadınlar arasında "kendini gerçekleştirme" ya da "kayda değer bir şey yaratma" motivasyonunun, girişimde bulunmada etkili olduğu belirtiliyor (Sallan Gül-Altındal, 2016: 1368).

Bu araştırmada daha az sayıdaki alt-orta sınıf veya işçi sınıfı kökenli ailelerden gelen kadınlar, genellikle başka işlerde çalışıp pek çok zorluk yaşadıkdan sonra dükkân açmaya karar vermiş. Çoğunlukla ailelerindeki küçük kaynakları ve kendi birikimlerini biraraya getirerek girişimde bulunmuşlar. Dolayısıyla bu gruptaki kadınların dükkân açma nedenleri, yaşadıkları süreç ve bu konudaki anlatıları da yukarıdaki iki gruptan farklılık gösteriyor.

Daha Önceki İş Deneyimleri/Eğitimlerinin İşleri Üzerindeki Etkisi

Araştırmadaki kadınları bir kısmı dükkânlarını açmadan önce çeşitli sürelerle başka alanlarda çalışmış⁶. Bazılarının ise daha öncesinden tamamen farklı işlere yöneldikleri görülüyor. Kadınların önemli bir bölümünün de araştırma sırasındaki işleri daha önce yaptıkları işlerle benzer. Dolayısıyla kadınların önemli bir kısmı uzun bir zamandır bu işi yapıyor. Kadınların bazıları da günümüzdeki dükkânlarına çok yakın bir sokakta başka bir dükkân işletmiş. Kadınların iş deneyimleri açısından önemli bir bulgu, büyük bir kısmının daha önce evlerinde bu işi veya buna yakın bir işi yapmış olmalarıdır. Kimi kadınlar evde yemek yapıp veya evde ev içi kullanıma uygun küçük eşyalar, giyim eşyası üretip komşular ya da yakın çevreden kişilere satmış.

6 Kadınların araştırma sırasındaki ekonomik faaliyet tipi ile daha önce yaptıkları işler için bkz. EK 3.

Görüştüğüm kadınlar yaptıkları iş konusunda ve dükkân işletmeciliği alanında büyük bir birikime sahip. Güçlü olduklarını ve bu işi yapmada kendilerine güvendiklerini ifade ediyorlar. Evde yaptığı terzi, dikiş ve nakış işi, hayvan pansiyonerliği işlerinin ardından tavuk kasapçılığı, emlak satışı işi ve Kadıköy'de farklı sokaklarda denediği lokanta ve kafe işletmeciliği işlerinin ardından araştırma sırasında kafe ve yemek dükkânı işleten kadınlardan biri yaşadığı zorlukları ve sonuçta nasıl güçlendiğini şöyle ifade ediyor:

Öncekilerden başlayayım. Milad olarak eşimden ayrıldığım tarihi konuşayım. Çünkü ondan önce de evde çiçek yaptım, gelin başı diktim, nakış yaptım filan, kuaförlüğüm de var ama aynı zamanda milad olarak eşimden ayrıldıktan sonra ben işe emlakçılıkla başladım. Emlak komisyoncusuydum. Danışmanıydım. Hatta şu anda hâlâ daha emlak işi yapıyorum ama bu İstanbul dışında ve yurt dışındaki müşterilerimin gayri mülkleriyle ilgileniyorum aynı zamanda bilir kişiyim emlak konusunda. Ondan sonra emlak işi yaparken karşılaştığım bazı talihsiz olaylar oldu. Eğer pisasada sizi kadın olarak görüyorlarsa mutluka altında birşey arıyorlar. Yani bunu şöyle söyleyeyim. Cebinde bir kuruş parası olmayan, Antalya'dan gelip, İstanbul'da o günün fiyatlarıyla ki bu dediğim 93, 94, 95. O yıllarda, işte ben bu rakamlara kadar ev arıyorum dedikten sonra, bir tanesinde de öyle takıldım, gösterdim ama hepsine bir bahaneler buldu. Ondan sonra ben akıllandım, bir erkek emlakçı arkadaşına paslıyordum, bu tür müşterilerimi..... Sonra dedim ki kendi kendime ben bu emlak işini yürütemeyeceğim. Bu arada tabii benim dört buçuk ve ondört buçuk yaşında iki oğlum vardı yanımda. Onlara bakmakla sorumluydum ve biz babadan hiç bir kuruş bile yardım görmedik. Dolayısıyla bir taraftan da evimde hayvan pansiyonerliği yapıyordum... Yani aşağı yukarı 4 sene falan böyle hem emlak hem de pansiyonerliği birlikte götürdüm. Fakat dedim ki ben emlak işini yapmayacağım. Ne yapabilirim? Lades tavuğu bayiliğini aldım ve bizzat kasaplık yaptım. Bir süre onu öyle götürdüm fakat talihsiz bir şey oldu. Yani bir akşam oğluma dedim ki oğlum tabelaları kapat. 40 yılda bir arkadaşımı ziyarete gittim. Geldim, baktım, tabelalar kapalı, oğlum da evde uyuyor. Ben de dedim ki aferin vazifesini yapmış. Sabah dükkâna bir gidiyorum. Her taraf sırım sıklam. Meğer oğlum kapatmamış, sigortalar atmış. Motor yanmış.

Buzdolabının motoru. Tabii orada bir sükutu hayal. Dedim ki ben yine emlağa döneyim. Burda hayatımda yaptığım en büyük hatayı yaptım. Yani yaz-boz tahtası gibi oldu.... Sonra ben emlakçılığı sürdürdüm, dedim ki bu iş, evet, tamam, ama bu arada tabii oğullarımı okutuyorum. Onların masraflarını karşılıyorum. Dükkân kira, evim kira. Bunları karşılıyorum. Hani yastığa başını koyduğumda rahat uyuyor muydum? Asla rahat uyumuyordum. Bugün kirayı ödedim, 30 gün sonra acaba ne olacak, onu düşünüyorum. Çünkü emlak işi çok istikrarsız bir iş... Bu arada ben annesiz büyüdüm. Yani annesizim. Ben bir yaşındayken annemle-babam ayrılmış. Ee ben çocuklarınm annesiz kalmasın diye, hiç sorgusuz sualsiz onları yanıma aldım. Daha sonra şey, gıdaya geçtim. Dükkânı fast food yaptım, bundan sonra bir yer geldi bana kiralık olarak, bu arada da bana ortaklık teklif eden bir beyefendi vardı o da aynı işi yapıyordu. Ben ortaklığa çok sıcak bakmadığım için kiralık olan yeri onlara göstermeye gittim. Çünkü görmek istediler falan. Bu sefer tutturdular da kafeğ ve yemek işi yapalım, beraber olalım. Onlar beni ikna ettiler. Ben dönüp arkama baksam, o günlerin içine tekrar girersem, herhalde yani şöyle söylüyorum. Yaşadıklarımı rüyamda görsem, sabah uyandığımda her halde uçuklarla falan kalkarım. Haketen çok şiddetli zorluklar yaşadım. Çok şiddetli... Yani 2010'da buraya geldim. 2003'de Alaca'nın sokağına geçtim. İşte o kadar komik şeyler ki. Bakın, ben kendi kendime baktığımda diyorum ki hakikaten *ben büyük kadını*m. Diyorum ama burda da tutmuyorum. O kadar da şeyimdir. İşte ben bunları başardım. Mühim değil, ben onları da yaparım diyorum.... (58, kafe işletmeciliği ve ev yemeği üretimi).

Bu kadının anlattığı olaylar ve anlatısının geneli, aslında sık karşılaşılabılır bir durum değil. Buna karşın anlattıkları dükkân işleten kadınların deneyimlerini ve bu konudaki zorlu mücadelelerini görebilmek için oldukça temsil edici. Aslında daha önce pek çok işi denemiş olmak ve gelecekte de farklı işleri denemeyi düşünmek araştırmadaki diğer kadınların da sıklıkla söyledikleri bir husus. Yukarıdaki kadının anlattıklarının başka bir önemi ise, bütün olarak iş öyküsünü anlatırken, annesi ile ayrıldığı eşini anlatısının genelindeki konumudur. Aslında annesi yaşamaktadır. Ancak aile içindeki sorunlar nedeniyle kendisiyle hiçbir ilişkisi kalmamıştır. Bu

durumu "annesizlik" olarak tanımlıyor. Gerek dükkân açma ve "hayat mücadelesinde" gerekse iki oğlunun bakımında ihtiyaç duyduğu yakın desteği annesinden alamamış. Dolayısıyla Ona göre çalışma yaşamındaki en büyük talihsizliği de aslında budur. Araştırmada tüm kadınların anneleriyle olan ilişkileri, biçimi ve niteliği onlar için çok önemli. Özellikle de dükkânlarını açarken anneleriyle veya aileden yakın kadınlarla olan dayanışmanın ve birlikte iş yapmanın önemine dikkat çekiyorlar. Aşağıda ayrıntılı olarak söz edileceği üzere annelerinden ve babalarından aldıkları kaynaklara farklı değerler yüklüyorlar.

Anneleri gibi eşlerinden çeşitli nedenlerle destek alamadığını söyleyen kadınlar da sıklıkla yukarıdaki kadına benzer bir anlatı kuruyor. Görüştüğüm kadınlardan biri daha önceki ve bugünkü dükkânını nasıl açtığını anlatırken, eşinin kaybını anlatısının merkezine koyuyor. Ancak aileden veya yakın çevreden kadınlarla dayanışarak karşılaştığı güçlükleri aşabildiğini ifade ediyor.

90 senesinde ani biçimde eşimi kaybettim. Eşimi kaybettikten sonra biz 96'da eşim Ayvalıkta Komili Fabrikası müdürüydü. Ayvalıkta oturuyorduk. Eşim böyle olunca, ben o zaman Ayvalık'taki evi toparlayıp İstanbul'a gelmek zorunda kaldım. İstanbul'a yerleştikten sonra da mutlaka bir şey yapmam gerekiyordu.... Önce evde başladım, arkadaşlara yemek yapmaya... Yani günler baya dolu geçiyordu. Sonra da bir arkadaşımın torunu oldu. Dedi ki bakar mısın? Dedim ki sıkılırım, bakamam. Ama bakacak kimse de yok çocuğun annesi çalışıyor. Babaanne ben üç gün bakarım, daha fazla bakamam. O zaman dedim üç gün sen bak öbürünü ben bakarım. Üç yaşına kadar bebeği büyüttük. Ama akşamları altıdan sonra gece oturup yemek yapıyordum. Sipariş yemekleri. Gece üçe dörde kadar yapıyordum. Daha sonra bu kafeyi açtım... (60, pastane ürünleri ve ev yemeği üretimi ve satışı).

Araştırmadaki kadınların çok önemli bir kısmının, araştırma sırasındaki dükkânlarını açmak için hazırlıkları çok daha öncesine dayanıyor. Dükkân açmadan önce eğitimlerini, kendi maddi birikimlerini ve aileden alabilecekleri kaynakları ve semtin özelliklerini

ayrıntılı olarak değerlendirmişler. Büyük bir bölümü işleri ve dükkân yeri konusunda, özellikle anneleriyle ve yakın kadınlarla görüş alışverişinde bulunmuş.

Kadınların gerek araştırma sırasındaki gerekse daha önceki işleri bağlamında kalarak, eğitimlerinin işleri üzerindeki etkisine baktığımızda ise, birinci gruptaki (86 yaş ve 60-66 yaş aralığı) kadınların eğitimlerinin yaptıkları işler üzerinde etkisinin belirgin olduğu, genelde eğitimleriyle paralel işlere yöneldikleri söylenebilir. Genel olarak elli yaş ve üzerindeki kadınların kendi eğitimlerinden daha fazla faydalanabildikleri ileri sürülebilir. Bu kadınlar, kızlarıyla, aileden kadınlarla veya benzer bir ekonomik faaliyeti yapan kadınlarla kendi eğitimlerinin sonuçlarını karşılaştırıyorlar. Kendilerinin çok daha nitelikli bir eğitim alabildiklerini düşünüyorlar. Günümüzde eğitimdeki bozulmanın ise en fazla kadınların yaşamını olumsuz etkilediğini ileri sürüyorlar.

Yukarıdaki tespitlere karşın, diğer faktörlerden bağımsız bir biçimde ele alınamayacağı için kadınların eğitiminin, yaptıkları iş üzerindeki etkilerinin tam da ne olduğu konusunda fikir belirtmek güç. Çünkü yukarıdaki kadınların eğitim konusundaki demografik özellikleri, ailelerinin ekonomik, sosyal ve kültürel sermayeleriyle sıklıkla örtüşüyor. Üst-orta sınıfa doğru çıkıldıkça daha fazla ve daha iyi eğitim almış oluyorlar. Ailelerin de çocuklarının eğitimleri ve işleri konusunda kararlar verirken, kendi sermayelerini ve sermaye biçimlerini esas olarak göz önünde bulundurdıkları biliniyor. Ayrıca bu araştırmadaki veriler, ailelerin kız çocuklarının eğitimleri, iş ve gelecekleri konusundaki planlamalarının erkek çocuklarından büyük ölçüde farklılık taşıdığını gösteriyor. Eşraf ailelerinin kız çocukları için iş olarak eczacılık gibi belli alanları uygun gördükleri ve bu yönde eğitim almalarını destekledikleri çeşitli araştırmacılar tarafından ifade ediliyor (Durakbaşı, Karadağ ve Özsan, 2008; Özsan, 2010b, 2015 ve 2016a). Bu araştırmada ise varlıklı esnaf ailelerinin de kız çocukları için toplumda ağırlıklı kadınların

yaptığı işler olarak düşünülen alanları ve genellikle "iyi sentleri" tercih ettikleri görülüyor. Bunun dışında üst-orta sınıf ailelerde kız çocukları çeşitli nedenlerle dükkân işletmeciliğine yönlendiriliyor. Çünkü kız çocuklarına sermaye aktarımının bir yolu olarak dükkâna işletmeciliği görülüyor. Bu çalışmanın önemli bir bulgusunu da bu oluşturuyor. Görüştüğüm kadınlar arasındaki kimi örnekler bu yöndeki eğilimi doğruluyor. Dolayısıyla bu konuda belli bir örüntüden söz edilebilir.

Buna karşın kadınların eğitimleri ile yaptıkları işler arasındaki ilişkiyi kapsamlı bir biçimde değerlendirebilmek için, Türkiye'deki eğitim politikalarındaki dönüşüm ile kadınlara yönelik emek ve istihdam koşullarındaki değişmeyi birlikte analiz etmek gerekiyor. Pek çok çalışmada kadınların eğitimleri ve çalışma hayatları ile toplumların sosyal ve kültürel yapısındaki değişimler arasındaki ilişkiye dikkat çekilir. Eğitimde başarı ile toplumsal konumlar arasındaki ilişkinin cinsiyete göre şekillendiği, kız ve erkek çocuklarının, onları çok farklı konumlara götürecek bir biçimde toplumsal olarak yönlendirildiği anlatılır. Bu durum belli alanlarda daha fazla görünür bir biçimde karşımıza çıkar (Gök, 1995;181-197). Bu çalışmadaki dükkân işletmecisi kadınlar da gayet cinsiyetli olan hizmet sektörü alanında bulunuyorlar. Çoğunlukla kadınlara atfedilen yemek yapımı ve satışı, giyim, aksesuar, hediyeelik eşya gibi işlerde çalışıyorlar. Sonuçta, kadınların eğitimleri ile yaptıkları işler arasında önemli ilişkiler bulunduğunu söylemek mümkünse de eğitimin kadınların ekonomik faaliyetleri üzerinde tam da ne tür bir etkisinin olduğu, bunun gerçekte nasıl ve hangi biçimlerde olabildiği hakkında daha fazla araştırmaya ihtiyaç bulunuyor.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

MODA SEMTİ VE ESNAFI



Semte İlişkin Genel Veriler

Ülkelerin nüfus hareketlerindeki yayılma, şehirleşmelerinin sosyo-ekonomik sonuçlarından biri olarak görülse de İstanbul'da mekânsal ilişkiler yönünden gözlenen özellik, kentin içindeki ve çevresindeki yolların daha fazla belirleyici olduğudur (Tümertekin, 1997:25). Buna karşın İstanbul'un 1960'lı yılların başına kadar kentsel fonksiyonlarının çoğunun uzun zaman esas olarak Tarihi Yarımada, Galata-Beyoğlu ve Kadıköy'de kümелendiği görülür (Tümertekin, 1997:15). Sahip oldukları kıyı düzlüğü özelliğiyle başta Eminönü ve Karaköy olmak üzere Kadıköy, Beşiktaş, Üsküdar uzunca bir süre İstanbul'un merkezi iş alanlarının oluşturmaktadır. Anadolu yakasında Üsküdar ve Kadıköy gibi İstanbul'un eskiden beri şehrin en yoğun kısımlarını oluşturan kesimlerinde 1965-1975 arasında nüfustaki yoğunlaşma hızlanmış ve bu ilçelerin merkezi kısımları da gittikçe genişlemiştir (Tümertekin, 1997:187, 205).

Anadolu yakasındaki Kadıköy, merkezi iş alanları açısından hem daha çeşitli hem de hızlı gelişim gösteren yerdir (Tümertekin, 1997: 194). İstanbul'da nüfus artışının ilçeler düzeyinde belirgin

hale gelmesi de 1965-75 yılları arasına denk gelmiştir. Bu dönem içerisinde İstanbul'da en çok nüfus artışı görülen iki ilçeden biri Bakırköy diğeri Kadıköy'dür (Tümertekin, 1997: 205-208; Aktaran Yanıkkaya Aydemir, 2003). Kadıköy-Pendik arasında 1965-75 yılları arasında gözlenen hızlı nüfus artışına ise sadece İstanbul'daki gecekondulaşma değil Suadiye, özellikle Cevizli-Kartal kıyı kesiminde çoğunlukla mülk sahiplerinin isteğiyle yapılan bloklar halindeki apartmanlar neden olmuştur (Tümertekin, 1997: 232).

Aslında İstanbul'da modern apartmanların giderek artması özellikle 1920'lerin sonundan başlayarak 1930'lara denk gelmektedir (Duben ve Behar, 1996:44). Kadıköy Yeldeğirmeni İstanbul'da ilk apartmanların yapıldığı yerlerden biridir (Bkz. Akbulut, 1994: 334,338). Moda, Kadıköy ve çevresinde blok apartmanların sayısındaki artış ise esas olarak 1960'lı yıllarda olmuştur (Belge, 1994: 479; Aktaran Yanıkkaya Aydemir, 2003)¹.

1965-1975 arasında Kadıköy ve Üsküdar ilçelerinin merkezi kısımlarının nüfus olarak yoğunlaşması ve genişlemesi konut alanlarının yerini işyerlerinin almasıyla sonuçlanmıştır. Bu dönemde Kadıköy'de iskele meydanından Altıyol ve Rıhtım Caddesi boyunca dizilmiş olan merkezi iş faaliyetleri, giderek Bahariye Caddesi ve Acıbadem'e doğru genişlemiştir. Bu kesimlerdeki eski binalar ise çoğunlukla sahipleri tarafından yıktırılarak hızla iş hanlarına dönüş-türmüşlerdir (Tümertekin, 1997: 226).

İstanbul'un ilçeleri arasındaki hızlı nüfus artışı değişik dönemlerde meydana gelmiştir. Kadıköy'de en çok nüfus artışı 1970-75 döneminde olmuştur. İlçenin 1975'deki nüfusu 362,578 kişidir (Tümertekin, 1997:206, 209). 2000 yılı nüfus sayımı verilerine

1 19. Yüzyılın sonundan itibaren ve Cumhuriyet döneminde ise 1950'lerden başlayarak Kadıköy, Moda ve yakın çevresi pek çok keskin müdahaleyle karşı karşıya kalmıştır. 1950'li yıllardaki uygulamalar, ilçede birinci köprü'nün açılmasından sonra hızlanan imar uygulamaları ve 1980 sonrası çevre yolu ve sahil yolu projeleri, bölgenin hem tarihi ve coğrafik dokusunu hem de konut özelliğini ve toplumsal yaşayışı olumsuz bir biçimde etkilemiştir (Bkz. Akbulut, 1994: 338,339; Güvenç ve Işık, 1996: 32; Köksal, 2003: 132-135; Kütükcü, 2014: 25).

göre ilçede 663,299 kişi yaşamaktadır. Bunun 348.057'si kadın ve 315.242 kişi ise erkektir. 2016 yılı nüfus verilerine göre ilçede 247.920 kadın, 204.382 erkek olmak üzere toplam 452.302 kişi yaşamaktadır. 2018 verilerine göre ise Kadıköy'de toplam 451.453 kişi yaşamaktadır ve bunların 247.877'si kadın, 203.576'si erkektir. Ancak toplam nüfus yoğunluğu değerlendirilirken zaman içinde ilçenin yüzölçümünün de değiştiğini göz önünde bulundurulmalı. Dolayısıyla bu sayılar doğrudan nüfus artış hızını veya nüfusta azalmayı göstermez².

İstanbul'da mahalleler düzeyindeki nüfus artışına bakıldığında, 1960-1965 döneminde belediye sınırları içindeki mahallelerde mutlak nüfus artışı az olmasına karşın, kentin Caferağa Mahallesi gibi tek katlı evlerin yerini apartmanların aldığı merkezî kısımlarda daha fazla nüfus artışı görülmüştür (Tümertekin; 1997:213,217; Yanikkaya Aydemir, 2003). Söz konusu dönemde Kadıköy Caferağa Mahallesi'nde 10.429, Acıbadem 10.212, Eminönü Seyit Ömer 10.110, Üsküdar İcadiye 8.999, Selimiye 7.930, Beşiktaş Türkalı 9.638, Bebek 7.321 ve Hasköy Kaptanpaşa'da ise 14.477 dolayında nüfus artışı yaşanmıştır (Tümertekin, 1997:217). Yukarıda ağırlıklı apartmanlaşmanın rolüne işaret edilse de mahallerin aritmetik nüfus artışında 1965-1975 arasında İstanbul'daki genel nüfus artışının, her bölgeden İstanbul'a yapılan göçün de büyük bir etkisi bulunmaktadır. Bu dönemde nüfus alanlarının çoğunun genellikle dış çevrede bulunan, göç sonucu oluşmuş gecekonduların yer aldığı mahalleler olmasına karşın eski şehrin iç kısımlarının da giderek dolduğu fark edilmektedir. Bu tarihte İstanbul'da yoğun nüfus alanları olan mahaller³ arasında Kadıköy Caferağa Mahallesi de yer almaktadır (Tümertekin, 1997:215-227).

2 TÜİK Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi 2016 ve 2018 verileri ile Kadıköy İlçe Belediyesi tanıtım sitesi, <http://www.kadikoy.bel.tr/Kadikoy/Gunumuzde-Kadikoy>. 14.10.2018 tarihinde erişildi.

3 1965'de eski şehrin iç kısımları yer yer dolmuştur. Bu dönemde yoğun nüfus alanları barındıran mahallerin başlıcaları şunlardır. Yeni Mahalle, Sakızağacı (Bakırköy), Sümer-Nuripaşa ve Yeşiltepe (Zeytinburnu, karşılaştırma için bkz. Hart, 1969),

Caferağa Mahallesi'nin genel olarak dönemsel nüfus yoğunluğuna baktığımızda, 12 Ekim 1980 tarihli sayımda mahallede toplam 33,717 kişi yaşamaktadır ve bunların 16,420'si kadın ve 17,297'si ise erkektir. 2000 yılı nüfus sayımı verilerine göre 128.13 hektarlık bir alanı kapsayan Caferağa Mahallesi'nin, 16,045'i kadın ve 14,395'i erkek olmak üzere toplam nüfusu 30.739 kişidir (Teoman, 1984; Aktaran Yanıkkaya Aydemir, 2003). 2018 verilerine göre toplam nüfusu 23.379 olan mahallede, 13.033 kadın ve 10.346 da erkek yaşamaktadır.

Kadıköy'ün 21 mahallesinden biri olan ve alan olarak 128.13 hektarlık bir bölgeyi kaplayan Caferağa Mahallesi, belediye nizamında 10 bölgeye ayrılmış olan Kadıköy'ün 2. Bölgesi'nde bulunmaktadır. Haydarpaşa Koyu çevresi ile Moda Burnu'nun bulunduğu alan, Kadıköy'deki yerleşmenin başlangıcını temsil eden tarihi çekirdeği oluşturmaktadır. Bu alanda Kadıköy Çarşısı, Yeldeğirmeni ve Moda gibi yerleşme alanlarını içeren Rasimpaşa, Osmanağa ve Caferağa mahalleri yer almaktadır (Akbulut, 1994: 329).

Caferağa Mahallesi, Moda Burnu olarak anılan yarımada'yı, Küçük Moda denilen Şair Nefi Sokak'tan başlayıp Şifa Sokağı'na kadar devam eden kısmı, Mühürdar'ı, Kadıköy Çarşısı'nın ve Bahariye'nin büyük bir bölümünü kapsar. Moda semti idari açıdan Caferağa Mahallesi'ne bağlıdır. Semt, batıda ve güneyde Marmara Denizi, kuzey batıda Mühürdar, kuzeyde Bahariye ve doğuda ise Şifa ve Yoğurtçu olarak isimlendirilen bölgeyle çevrelenir.

Semtin tarihiyle ilgili kaynaklarda, Kadıköy ve Moda semtinin esas olarak yaşayış biçimi ve ticari etkinlikler açısından daha önce "kendi içine kapalı ve durağan bir yapıya" sahip olduğu, uzun bir süre çayırılık ve bağlarla dolu küçük bir yerleşim yeri niteliği

Apti Çelebi (Fatih), Rami Cuma (Eyüp), Sarıgöl (Gaziosmanpaşa), Silahtar ve Merkez (Eyüp), Altınbakkal, Eskişehir ve Pangaltı (Şişli), Sinanpaşa, Türkali, Cihan-nüma (Beşiktaş), Mecidiyeköy ve İcadiye (Üsküdar) ve Caferağa (Kadıköy). Bkz. (Tümertekin, 1997, 221-222).

taşıdı anlatılır. 19. Yüzyılın ortalarından itibaren ise levantenlerin ve Osmanlı bürokratik elitinin bölgeye ilgisinin artmaya başladığı ifade edilir. Semtteki binaların belirli bir plan gözetilerek inşa edilmesinin sebebi bu gösterilir ve bu durumun yaklaşık 1950'lere kadar devam ettiği belirtilir (Akbulut, 1994:331-336; Yanıkkaya Aydemir, 2003; Kütükçü, 2014: 12-17; Ayrıca karşılaştırma için bkz. Ekdal, 2008: 16; Önce, 1998)⁴.

Semtle ilgili kaynaklarda Kadıköy ve Moda'da yaşayanların belli dönemlerdeki dini kompozisyonu konusunda yeterli verinin mevcut olmadığı belirtilir. Ancak pek çok tarihçi tarafından itibar edilen Evliya Çelebi'nin Seyahatname'sinde kendi yaşadığı zamanda Kadıköy'ün, 1 Müslüman ve 7'i de Rum mahallesinden oluştuğu anlatılır. İstanbul'un bütününe etkileyen genel nüfus değişiminin (özellikle 20. Yüzyılın ilk çeyreği ile 1950'lere kadar) Moda gibi önemli bir azınlık grubunu ve levanten nüfusu barındıran bölge açısından daha fazla olumsuz ekonomik, sosyal ve kültürel sonuçlarının olabileceği söylenir. Ancak çeşitli araştırmacıların işaret ettiği gibi yazılı kaynaklarda 1950'deki olaylar sırasında semtte önemli bir olay yaşandığına ilişkin somut bir bilgiye rastlanmamaktadır (Belge, 1994; Yanıkkaya Aydemir, 2003; Bkz. Akbulut, 1994; Kütükçü, 2014). Bu özelliklerinin yanı sıra semtin 19. Yüzyılın sonlarından başlayarak, Cumhuriyet'in kuruluşu ve sonrası süreçte bürokrasi, eğitim ve sağlık alanlarında olmak üzere Türkiye'nin modernleştirici elitinin önemli bir kesiminin yerleşim yeri olduğu ifade edilir (Yanıkkaya Aydemir, 2003; Kütükçü, 2014: 17-22; Bkz. Ekdal, 2008). Kütükçü, Cumhuriyet elitinin Kadıköy ve Moda'ya rağbet etmeye başladığı dönemin esas olarak 1940'lı yıllar olduğunu ifade eder (2014:24,25).

Bunların dışında Türkiye'nin taşra kentlerinin yerel seçkinlerinin (eşraf ailelerinin) hatırı sayılır bir kısmı büyük kentlerin Moda

4 1950'lerde şehrin eski ve tarihi alanları olan başka semtlerinde de bina sayısında belirgin artış gözlemleniyor. Vefa Semtiyle karşılaştırma için bkz. (Bulut, 2009).

gibi seçkin semtlerinde uzun bir zamandır yaşıyorlar. Denizli'nin eski eşraf ailelerinden olan Cillov Ailesi ve Gaziantep'ten Atay Ailesi bunun günümüzde Moda'daki örnekleridir. Ayrıca bu kişiler aynı zamanda Cumhuriyetin modernleştirici elitinin önemli bir kesimini oluşturuyor (Özsan, 2015a ve 2016a). Ancak Türkiye'de modernleşme, merkez ve çevre konusundaki akademik literatürde bu grup büyük ölçüde göz ardı ediliyor. Bu tür ailelerden bazı kişilerin Moda'yla olan bağları daha eskidir. Kütükçü'nün anlattıklarına (2014) benzer bir biçimde 1940'lardan sonra, özellikle 1950 ve 1960'lı yıllardan itibaren semte yerleşmişlerdir. Bu ailelerin semtte geçmişte olduğu gibi günümüzde de önemli bir nüfuza sahipler ve semtle ilgili kararlarda ağırlıklarını esas olarak sürdürüyorlar. Ayrıca günümüzün Türkiye'nin düşünce, edebiyat, sağlık, sanat ve spor alanlardaki öncü ve kurucu elitinin önemli bir kısmı da bu semtte yaşıyor. Semtin tarihinde ve gündelik yaşamında bu kişilerin de önemli etkileri bulunuyor (Bkz. Yanıkkaya Aydemir, 2003; Kütükçü, 2014; Ekdal, 2008, Ayrıca bkz. Giz, 1988).

Semtin Modernlik ve Seçkinlik İmgesi

19. Yüzyılın ikinci yarısından başlayarak kozmopolit bir nüfus yapısına sahip olan Moda'da batı tarzı yaşam biçiminin etkisi Tanzimat'tan sonraki yıllarda daha fazla görülmeye başlanmıştır (Akbulut, 1994: 334; Yanıkkaya Aydemir, 2003; Kütükçü, 2014: 17-20). Semt üzerine yazılmış kaynaklarda, ahalisinin kentin diğer bölgelerindeki kişilerden keskin bir biçimde ayıran "kentli" ve "seçkin" özelliklerine dikkat çekilir. (İleri, 1994: 339-340). Refik Halit Karay'ın Cumhuriyetin hemen sonrasında anlattığı Kadıköy bu özellikleriyle öne çıkıyor (Aktaran Akbulut, 1994: 336). Semtin isminin nereden geldiği konusunda Zeki Teoman, "Kadıköy ve Kadıköy'ün Öyküsü" başlıklı eserinde şunları anlatır:

1770 yılında III. Sultan Mustafa'nın komutanlarından Moldavani Ali Paşa'nın Mühürdarı Ahmet Efendi, Moda, Cevizlik ve Mühürdar tarlalarını satın alıp bağ yapmıştır. Onun için 1770-1839 yılları arasında buraların adı Mühürdar bağlarıydı. 1839 yılından sonra Fransız, İngiliz ve İtalyan halkından İstanbul'da yaşayanlarla onlara yakın olan Rum ve Ermeniler şimdiki Moda İlkokulu'nun bulunduğu Cevizlik ve yöresinden Moda Burnu'na kadar parça parça yer satın alıp, yerleşmeye başladılar. Bunların giyim kuşamı ve diğer yaşamları yerli halkın geleneğine uymuyordu. Türkçe de konuşmuyorlardı. Burada bir yenilik, bir değişiklik doğdu. Bir söylenceye göre, halk yeni gelenlere bu nedenle MODA demeye başladı. Fransızca'da Mode "yeni" demektir. Böylece yörenin adı MODA oldu. (Aktaran Yanıkaya Aydemir, 2003; Bkz. Zeki Teoman, 1984).

Semt, "Moda" kelimesinin çağrışımından ötürü de pek çok kişinin zihninde "Batılı" yaşam biçiminin simgelerinden biri olarak yer alır. Hatta bazıları tarafından "gelip geçici heves ve beğenilere" sahip, "Batı özentisi taşıyan seçkinlerin" mekânı olarak sayılır. Samipaşazade Sezai'nin 19. Yüzyılın sonunda yazdığı *Sergüzeşt*'te, Moda ve Kadıköy semtinin alafranga, aşırı batı özentisi taşıyan konak ortamına ve insan dokusuna dikkat çekilir (İleri; 1994:339).

İstanbul'daki başka semtlerle karşılaştırıldığında Moda pek çok kişi tarafından uzun bir zamandır "kentli ve modern yaşam tarzına sahip olma" vasfıyla tanımlanıyor. 1900 yılında yapılan bir sayımda Yeldeğirmeni, Kızıltoprak ve Moda Osmanlı'nın en yoğun okullaşma bölgesidir (Önce, 1998). Dolayısıyla semtteki önemli eğitim kurumları, Moda'nın modern ve seçkin bir yer olduğu yönündeki imgeyi pekiştirir. Semtle ilgili kaynaklarda bu konu neredeyse diğer tüm özelliklerinden daha fazla öne çıkarılır. Ancak gözden kaçırılan önemli bir nokta Moda'nın sadece modern-üst sınıf yaşam tarzıyla sınırlanamayacağıdır.

Günümüzde de yerleşim düzeni açısından Moda, hizmet sektörü ve çeşitli ticari etkinlikleri barındırsa da ticaret veya sanayi bölgesi değildir. Bazı araştırmacılar orta gelirli de barındırsa da

esas olarak yüksek gelirli kişilerin oturma bölgesi olarak tarif eder. Akbulut 1990'ların ortalarında Moda ve çevresini, alt-orta ile üst gelir gruplarını birarada barındıran konut alanı olarak betimler (1994: 339).

Murat Güvenç ve Oğuz Işık'ın 1990 nüfus sayımına dayanarak İstanbul'da statü-konut mülkiyet farklılaşmasını ele alan çalışmaları, Anadolu Yakasında Moda-Bostancı arasındaki uzantı, varlıklı yerleşim bölgelerine örnek olarak verilir ve "en az iki konuta sahip ücretli kategorisinin" Anadolu Yakasında Kadıköy'de yoğunlaştığı anlatılır (1996:32). İlçede yaşayanların bulundukları gelir grubunu tespit etmek için çalışan hane reislerinin yer aldıkları sektörler ve hizmet alanları, eğitim durumları ile hane halkı büyüklüğü dikkate alınarak, Caferağa Mahallesi'nin tüm bu göstergeler göz önüne alındığında üst gelir grubunda yer aldığı ifade edilir (1996: 46-50; Ayrıca Bkz. Güvenç, 2000). Daha sonra yapılan çalışmalarda da Moda'nın esas olarak orta ve varlıklı üst sınıf ailelere hitap ettiği belirtilir⁵. Ancak bu çalışmalarda sözü edilen orta sınıf "klasik orta sınıfın" özelliklerini taşır (karşılaştırma için bkz. Ayata, 1988). Yani iyi eğitilmiş, özel veya kamu sektöründe maaşlı çalışan veya küçük ve orta girişimci kişilerden oluşur. Bu kesimler özellikle de "kentli hayat tarzı" itibarıyla öne çıkar. Ayrıca semt kentlilik vurgusu açısından üst-orta sınıfın dikkati değer bir kesitine de ev sahipliği yapıyor.

Aslında "Modalılık" pek çok kişi için sınıfsal bir göstergeye dönüşmüştür. İstanbul'un çeşitli semtlerinde karşılaşılabileceğimiz gibi "Modalılık" da sıklıkla nostaljinin konusu edilir. Moda nostaljisi semtle ilgili kaynaklarda ve gündelik yaşamda da oldukça belirgindir. Bunun da pek çok somut nedeni bulunuyor. Ancak bu nostalji pek çok kişi tarafından daha çok muhayyel bir geçmiş ("yitirilen Moda") üzerinden inşa edilir.

5 Karşılaştırma için bkz. (Güvenç ve Işık, 1996 ve 1997; Yanikkaya Aydemir, 2003; Kütükcü, 2014; Şentürk ve Kurtkapan, 2017).

Bunun dışında, Moda nostaljisinin üretilmesinde sentin toplumsal ve coğrafi dokusundaki kritik değişimlerin ve çeşitli müdahalelerin önemli rolü vardır. 1960'lı yıllarla birlikte başlayan çeşitli kentsel uygulamaların ve aynı zamanda Moda'nın köklü ailelerinin tercihi sonucunda yaşanan apartmanlaşma süreci ile 1970'li yıllarda Boğaziçi Köprü'sünün açılmasıyla Kadıköy'ün kentsel gelişme alanı olarak belirlenmesi Moda ve yakın semtlerde pek çok değişime yol açmıştır (Belge, 1994: 479; Güvenç ve Işık; 1996; Yanıkkaya Aydemir, 2003). Murat Belge, Moda'nın esas olarak 1960'larda nostaljinin konusu olduğuna dikkat çekerek, semte ilişkin nostaljinin somut tarihsel nedenlerinin olduğunu anlatır.

İstanbul son otuz, özellikle yirmi yıllık dönem içinde, belirgin bir biçimde "nostaljik" bir konu haline geldi. Bunun birkaçınılmazlığı var. Böylesine hızlı bir büyüme, sindirilmesi güç bir değişim yaratıyor. Bu şehirde daha uzun süre yaşamış olanlar, her şeyden önce değişenin bilincine varmak durumunda kalıyorlar. Dikkatleri zamanla, kalandan çok kalmayana yöneliyor. Bu ruh halini doğrusu ben de paylaşıyorum" (Aktaran Yanıkkaya Aydemir, 2003).

İlginç bir biçimde semtte uzun süre yaşamış kişilerin dışında nispeten daha yeni olanlar da günümüzde bu nostaljiyi farklı biçimlerde yeniden üretiyorlar. Ayrıca bu nostaljinin çeşitli toplumsal kesimler için farklı anlamları olduğu gibi pek çok işlevi bulunuyor. Hatta farklı kesimleri ve yaş gruplarını biraya getiren unsurlardan birinin de bu nostalji olduğu söylenebilir. Semte ilişkin toplumsal belleğin devamlılığı açısından bunun önemi vardır.

Semtte pek çok kişinin memnun olmadığını belirttiği belirgin değişimlere karşın gündelik konuşmalara ve sosyal medyada semtle ilgili yazılanlara bakıldığında Moda'nın "seçkin" veya "nezih" bir yer olduğu yönündeki imge değişmemektedir. Bu araştırma sırasında kendileriyle bu konuyu konuştuğum kadın ve erkek esnafın bir kısmı semte ilişkin bu nostaljiyi çok önemli buluyor. Dahası "Modalılık" nostaljisini, dükkânına ilişkin anlatısının ve mesleki kimliğinin ana bir parçası haline getiriyor. Sembolik sermaye olarak bu anlamlı olabiliyor.

Kadın ve erkek esnafın bir kısmı ise semtin kendine özgü veya tarihsel özelliklerini benimsiyor ancak "Moda nostaljisine" sıcak bakmıyor. Günümüzde semtte bu yaklaşımın çok olumsuz sonuçlarının olduğunu belirtiyor. Onlara göre özellikle de son zamanlarda "kentsel dönüşüm" uygulamalarını savunun kesimlerce bu anlatı kötüye kullanılıyor. Ayrıca semtte görüştüğüm bazı kişiler son zamanlarda giderek sayıları artan ve birbirine benzeyen "nostaljik kafelere" de aynı biçimde iyi gözle bakmıyor. Bunların bölgenin özgünlüğünü, tarihi dokuyu ve modernliği birarada taşıyan semt niteliğini bozduğunu ve semti tek tipleştirebileceğini savunuyor.

"Modalı" Olmanın Önündeki Engel Nedir?

Bu araştırmada semtle ilgili en önemli tartışmalardan birini de kimlerin Modalı olup olmadığı konusu oluşturuyor. "Modalı" olmak ve "Modalılık" semtteki gündelik konuşmalarda pek çok kez yer alır. Dolayısıyla "Modalı" olmanın toplumsal ve coğrafi sınırları süreklilik gösteren bir tartışmanın konusudur. Semtte uzun bir süre yaşamış kişilere göre "Asıl Moda", Devriye Sokağı'nın kuşattığı küçük burundur (Belge, 1994: 478, Martin, 2010). Günümüzde de semtteki pek çok kişi aslında bu coğrafi sınırı önemli bulur. Buna karşılık bu coğrafik sınırın ve "Modalılığın" toplumsal sınırları netlik taşımaz. Bu konuda da gündelik yaşamda farklı toplumsal kesimler arasında pek çok müzakere yapılır.

İlginç bir biçimde "Modalı" olmaya esas rengini veren üst sınıf normları gözüксе de bu zihinsel şema sadece üst sınıfla sınırlı değildir. Daha önemlisi semte nispeten yeni gelen kadın ve erkek esnaf, "Modalılık" kimliğini benimser ve devam ettirme çabası taşır. Bu zihinsel şemanın, esnafın kendi arasında ve semtin sakinleriyle kurduğu sosyal ilişkilerde karşılıkları bulunur. Şöyle ki semtteki esnaf, semtteki kadınlarla ve erkeklerle bu tür ayrımları kullanarak esas olarak sosyal ilişkileri kurar. Yani semt ve sakinlerine ilişkin nasıl konuştuğunun ve ifade biçiminin, hangi sosyal ve dilsel kategorileri

(Moda Kültürü gibi) kullandığının büyük bir önemi vardır. Sonuçta bu tür ayrımlar aracılığıyla "semt hakkında bilgisinin olduğunu" ve benimsediğini gösterir. Bu da pek çok kişinin gözünde onu semtin esnafı yapar. Tüm bunlar onun aynı zamanda muhhayyel bir semt ve toplumla kurduğu ilişki biçimini yansıtır.

Görüştüğüm kadın ve erkek esnaf, "Modalı" olmayı, "kibar olmak", "kültürlü olmak", "sosyal yaşamı sevmek" ve "bütün canlılara saygı duyan insan olmak" ve benzeri bakış açıları ve davranış biçimleri üzerinden tanımlıyorlar. Ancak bir kez daha vurgulamak gerekirse böyle anlatmanın, semt ve sınıf seçkinliğine işaret etmenin ötesinde işlevleri vardır. Aslında bu göstergelerin farklı kuşaklarca yeniden üretilmesi, semt komünitesine dâhil olabilmenin koşullarını ve yollarını göstermeye yarar. Moda'nın günümüzde ilginç bir özelliği, üst orta sınıfın ağırlığını hissettirmesine karşın orta ve daha az gelirli gelirli katmanların da dâhil olabileceği bir yer olmasıdır. Dolayısıyla kamusal tartışmalarda senti salt üst sınıf kimliğiyle sınırlamak doğru olmaz, hatta onu marjinalleştirmek anlamına gelir.

Ayrıca yukarıda ifade edildiği gibi semtin coğrafi sınırlarının olduğu gibi "Modalı" olmanın toplumsal ve kültürel sınırları da büyük ölçüde bir toplumsal müzakereye dayanır. Moda'nın sınırları konusundaki tartışmaların İstanbul'un diğer semtlerinden daha fazla bir biçimde farklı toplumsal kesimler arasında karşılıklı konuşma konusu olduğu da ileri sürülebilir. Aslında Moda'nın neresi olduğu, kimlerin ve hangi esnafın Moda'lı sayılabileceğinin toplumsal sınırları, başta semtteki sosyal ilişkilerde aldığı konum olmak üzere ve başka parametrelere bağlı olarak da değişir.

Bu nedenle de araştırmada "Modalı" olmak sadece semtte uzun bir süre yaşamış olmak veya üst sınıf olmak üzerinden tanımlanmıyor. Semte ilişkin bu kimlik, esnafın kendi arasındaki ilişkiler ile müşterileri ve semt sakinleriyle yaptıkları konuşmalar üzerinden temelde kuruluyor. Dükkân işletmecisi kadınların, semtte ayrı toplumsal kesimlerle girdikleri sosyal ilişkilerdeki becerileri bu

bağlamda çok önemlidir. Aynı biçimde kadın ve erkek esnafın semtin tarihini ve kendi iş öykülerini nasıl anlattıklarının ve kendilerini oradaki yaşama nasıl dâhil ettiklerinin de büyük bir değeri bulunur. Bunları "iyi yapabilmek" onları, diğer dükkânlarla rekabette avantajlı kılar. Nitekim bu araştırmadaki dükkân işleticisi kadınların öne çıkan özelliklerinden biri, semtteki sosyal ilişkileri çok önemli görmeleri ve bunları incelikli bir biçimde sürdürme çabası taşımalarıdır. Dükkânlarda yapılan uzun sohbetler, alışveriş sırasındaki konuşmalar ve mahalle kaldırımlarında ayaküstü fikir alışverişleri şeklinde yürütülen bu ilişkiler aynı zamanda gündelik hayatın olağan akışı içinde kurulur.

Semte yeni gelenlerin Moda'ya "yerleşmiş" ya da "yabancı" olarak değerlendirilmeleri de görebildiğim kadarıyla semtteki kadın ve erkek esnafla olan ilişkisine bağlı olarak değişir. Dolayısıyla esnaf için hem kendisinin hem de başka birinin geldiği semte "yerleşmesini", diğer esnafla ve semtte yaşayanlar ile sosyal ilişkileri kurup kurmaması şekillendirir. Semtte ilk anda görünür olmayan, kolaylıkla da "önemsiz" kılınabilen esnaf ve "yeni gelenler" arasındaki ilişkiler, gündelik yaşamın akışının sürdürülmesi ve normalleştirilmesinde aslında kritik bir işleve sahiptir.

Tüm bu süreçlerde gerek esnaf gerekse ikâmet edenler birtakım konulardan konuşurken büyük bir özen gösterir. Dolayısıyla bir denge gözetilir. Bir yandan semtle ve orada yaşayanlarla ilgili bazı konulardan haberdar olmaya çalışılır bir yandan da bu konuda ölçüyü kaçırmamaya dikkat edilir. Hem sakinleri hem de esnaf için birincisi, yukarıda ifade edildiği gibi "semte yerleşmiş" olmak anlamına gelir. Ölçüyü kaçırmak ise semtte geçici olduğunu gösterir. Dolayısıyla önemli olan semtle ilgili konularda nasıl konuşulacağını az çok "bilmek"tir.

Bu görüş alışverişi ve konuşma hali aynı zamanda geniş bir kamusal alanın oluşabilmesini ve nispeten daha kapsayıcı olmasını mümkün kılan faktörlerden biri. Ayrıca bu durum dükkân işletenlerin

kimi kez açık ve sıklıkla da zımni olarak sentle ilgili çeşitli konularda dayanışmaya girmelerini kolaylaştırır. Semte yeni gelenlerin bulundukları semtteki tartışmalara katılabilmelerini, dolayısıyla semt komünitesinin mensubu haline gelmelerini sağlayan ana mekânizmalardan birinin de bu olduğu söylenebilir. Semtte görece olarak eski ya da yeni olanlar, böylelikle de "Modalı" olmak tasavvurunu hem gerçek hem de hayali olarak yeniden üretmiş olurlar.

Burada da önemli nokta, dükkân işletmecilerinin birbirine göre farklı avantaj ve dezavantajlara sahip olmasıdır. Dolayısıyla yukarıdaki sosyal ilişkiler konusundaki becerilere ve kamusal alanın kapsayıcılığına rağmen kadın ve erkek esnaf bu süreçlerde eşit bir konumda değildir. Burada ise başka ayrımlar devreye girer ve bunlar üzerinden de kadın ve erkek esnaf ile semtin sakinleri karşılıklı olarak birbirine statü kazandırıp, çeşitli seçkinlik biçimlerini üretir. Araştırmalarım sırasında gözlemleyebildiğim kadarıyla bu bağlamda müzakere edilen ilk konu, "kimin köklü ve semte yakışan esnaf" olup olmadığıdır. Dolayısıyla sosyal ilişkiler ve kamusal alanın kapsayıcılığı, hem semtin coğrafi ve toplumsal sınırlarının geçirgen olmasını sağlıyor hem de yeni statüleştirme ve seçkinlik biçimlerinin üretilmesine yarıyor. Yani kolektivitenin parçası olma ve statüleştirme aynı anda gerçekleşiyor.

Bu araştırmadaki dükkân işletmecilerinin, kendi konumlarını yükseltmelerinin yollarından biri Moda'nın İstanbul'daki diğer semtlere göre sahip olduğu sosyal konumunu ve imgesini değerli kılmalarıydı. Onlara göre kendi konumları ile semtin konumu ancak birlikte yükselebilir. Başka bir ifadeyle, "köklü semt ve köklü esnaf" imgesinin yaratılması ile semt toplumuna aidiyeti pekiştirme aslında beraber işleyen süreçler. Genel olarak bakıldığında ise gündelik yaşamda ve çalışmalarda esnaf en temelde güçlü bir kolektivite duygusu ile tanımlanır. Oysa bu kolektivite aynı anda hem güçlü bir ortaklık hem de güçlü statü ayrımlarını içerir. Önemli olan bunların derecesidir. Moda'da dükkânlarda ve kamusal alanlarda

gözlemleyebildiğim kadarıyla varolan statü ayrımları yine de keskin değildi.

Bundan başka, genel olarak semtler arasındaki hiyerarşi ve kentteki mekânsal konumlanma, semtin kendi içindeki mahalle ve yerleşim yerinin özelliği, dükkânın semtin neresinde bulunduğu da esnafın kendi arasındaki statü farklarının oluşmasına katkıda bulunur. Başka bir ifadeyle, statü kazandırmak ve seçkinleştirebilmek için pratikte zaten pek çok neden vardır.

Bu çalışmadaki görüşmeler, Moda'da esnafın belli statü ayrımları yaparak, kendinin yanı sıra semti ve semtte oturanları nasıl ayrıcalıklı kıldıklarını gösteriyor. Dolayısıyla Moda örneğinde kadın ve erkek esnafın her ikisini de yaptığı söylenebilir. Sonuçta, esnafın semtteki konumu ile semt imgesi ve çeşitli seçkinlik biçimlerinin üretilmesi birbirini gerekli kılan unsurlar. Örneğin Moda'ya ilişkin meta-anlatı olan, "nezih bir semt" vurgusu ile esnafı konusunda söylenen "semte yakışan esnaf" terimi birbiri dolayısıyla ve karşılıklı olarak inşa ediliyorlar. Bu nedenle semtin imgesinin nasıl kurulduğunu görmek için semtin hem gerçek hem hayali sınırları üzerine olan müzakere biçimlerini açığa çıkarmak gerekir.

Toplamda bakıldığında ise "Modalı" olmak sadece belirli gruplar tarafından değil, kolektif olarak üretilen ve herkes için semtte kalıcı olmanın koşullarına işaret eden bir gösterge ve toplumsal bir sözleşme niteliği taşır. Ancak yine de bunun üzerinden yürütülen statü kazandırma ve seçkinleştirme en temelde belirli grupların lehine işler. Avantajlı olanlar esas olarak uzun bir zamandır çeşitli sermaye biçimine sahip olanlardır. Nisbeten zayıf bir ekonomik veya kültürel sermayeye sahip olan kadın ve erkek esnaf ise bir yandan işlerini sürdürmeye çalışır bir yandan da statü mücadelesi verir. Semte "layık" bir esnaf olmak ve aynı zamanda da diğerlerini buna inandırmak için de başkalarından daha fazla çaba gösterir. Araştırmada bu konumda olan esnafın, "Modalılık", "nezih semt" meta anlatısını çok daha güçlü bir biçimde kurduklarına tanık

oldum. Sentiin ahalisinin ve esnafının "köklü ve kültürlü" olduğunu da daha fazla bu esnaf öne çıkarır.

Moda'da "kimlerin köklü esnaf" olduğu ve bunun için nelerin yapılması gerektiği de büyük bir tartışmanın konusudur. Bu sembolik sermayeyi kadın veya erkek esnafın bir kısmı ekonomik sermayeye de dönüştürür. Böylelikle diğer dükkânlara göre daha ayrıcalıklı konum edinir ve daha fazla sürekli müşterileri olur.

Sentte "Köklü Esnaf" Kim ve Olmak İçin Ne Yapmak Gerekir?

Sentte kiraların son zamanlarda neden hızlı arttığı, dükkânın mülkiyet hakkını elde bulunduran dükkân sahiplerinin ve emlakçıların nasıl bir tutum aldığı, sentiin ve genel olarak ekonominin geleceğinin ne olacağı veya sentteki bazı dükkânlarda satılan ürünlerin fiyatının "gerçekte" ne olması gerektiği gibi konularda pek çok tartışmaya dükkânlarda tanık oldum. Dükkân işletmecisiyle yakın sosyal ilişkileri bulunan ve onu ziyarete gelen sentiin sakini kadın ve erkekler ya da müşteriler de bu tartışmalara katılır. Bu tür karşılaşmaların bazıları orada bulunanlar arasında yeni sosyal ilişkilerin kurulmasına aracılık eder.

Dükkân işletmecisi kadınlar, sentiin sakinleri ve müşteri olarak gelen kişilerle bu veya başka vesilelerle sosyal ilişkileri kurmayı ve sürekli kılmayı çok önemli bulur. Daha sonra da bunun neden önemli gördüğünü ve kendisinin başka esnafa göre bu konudaki farkını bir başka kişiye anlatır. Kadınların kendi ve sentteki diğer esnafın konumuna bakışını, sentte statü konumu açısından kimleri nasıl gördüğünü veya ne tür durumlarda statü ayrımlarına ("köklü esnaf" ve köklü sent" gibi) başvurulduğunu açığa çıkarabilmek için bu konuşmanın içeriğinin ve biçiminin büyük bir önemi bulunur.

Pek çok sentte olduğu gibi Moda'da da köklü esnaf ya da sentiin eski esnafı olmanın somut göstergeleri vardır. Bunlar epeyce bir

süredir semtte dükkânları olan ve esas olarak da uzun bir geçmişe dayanan bir ekonomik ve sosyal sermayeye sahip olan dükkân işletmecileridir. Bazı esnafa göre ise Moda'da köklü esnaf sayılabilmek için önce İstanbul'un başka köklü semtlerinde dükkân sahibi olmak gerekir. Ancak köklü esnaf olmak sadece bu ölçütlerle sınırlı değil.

Dolayısıyla kimlerin "Modalı" olduğunun toplumsal sınırları gibi "Moda'nın köklü esnafı" olmanın koşulları da değişebiliyor. Yukarıda vurgulandığı gibi görüştüğüm kadınlara göre Moda'da "köklü ve kalıcı esnaf" olmak her şeyden önce semtin tarihi, bugünü ve genel olarak sakinleri hakkında bilgiye sahip olmayı ve bu konuda konuşabilecek beceriyi taşımayı gerektirir.

Buna karşın semtte dükkân işleten herkesin köklü esnaf olduğunu iddia etmesi ve konuşarak kendisini bu grubun bir parçası olarak anlatması kolay değildir. Buradaki kritik sorular, hangi esnafın, ne tür sermayelerle ve yollarla bunu yapabildiğidir. Semtte uzun süredir bulunan ve ekonomik sermayeleri nispeten daha fazla olan dükkân işletmecileri kuşkusuz kendilerini "köklü esnaf", dükkânlarını ise "gerçek kentliliğin" simgesi olarak görüyorlar.

Bu tür dükkânların işletmecileri sadece sattıkları malların fiyat ve kalitesiyle ilgilemezler. Aynı zamanda semtteki "nezih kadın ve erkekler" nasıl davranılması gerektiğini de bilirler. Bunun için yakın yerlerdeki ve İstanbul'un başka semtlerindeki diğer esnafla, hatta marketlerle sık sık karşılaştırıp, kendilerini ayrıcalıklı kılarlar. Bu esnafın bir kısmı "semte yeni gelen esnafın kendilerinden farklı bir "karaktere" sahip olduğunu, semtin tarihsel ve toplumsal dokusu hakkında bilgilerinin olmadığını" ileri sürer. Yeni açılan birbirine benzer kafelerin sahiplerini (çünkü kadınlara göre yeni yerlerin hiçbir özgün değildir) bu açıdan yetersiz görürler. Bu nedenle buralara "geçici yerler" olarak bakarlar. Semtte "köklü esnaf" hakkındaki ana anlatıyı kuran ilk grubu bu oluşturuyor. Kendilerine ait olan binanın giriş katında 1990'ların ortalarından itibaren dükkân işleten kadınlardan biri kendisinin semtin tarihini en fazla bilen kişilerden

olduğunu anlatıp sadece kendisi gibi kişilerin "köklü esnaf" olabileceğini düşünüyordu.

Daha önce İstanbul'un Fatih, Üsküdar, Şişli gibi tarihi semtlerinde dükkân işletmiş kişiler ise köklü esnaf anlatısını kurmada ikinci sırada yer alır. Bu grup da yakın bir zamanda Moda'da dükkân açsalar da kendilerini tıpkı birinci gruba benzer bir biçimde semtin "köklü esnaf"ı olarak görür.

Köklü esnaf olmayı önemli bulan, hatta semtte kimlerin köklü esnaf sayılabileceği konusunda kendisini aktör kılan üçüncü grubu ise nispeten semte yeni gelmiş olan kadın ve erkek esnaf oluşturur. Ancak bu kişiler yukarıdakiler gibi bir kültürel ve ekonomik sermayeye sahip olmadığı için de kimi esnaf ve semt sakinleri, bu kişilerin "dışarıdan" geldiklerini sürekli olarak söyler. Dolayısıyla bu tür esnaf semtteki konumu açısından, oranın esnafı sayılıp sayılmamada sınırda bulunur.

Bu dükkânların işletmecileri bu durumun farkındadır. Bu nedenle müşterileri, semtin ahalisi veya diğer esnafla sosyal ilişkilerini çok daha önemser ve genellikle gündelik konuşmalar içinde "Moda'da yaşamanın gerekte ne anlamlara geldiği? Kimlerin daha çok bu kültüre sahip olduğu? Kimlerin esas olarak bu kültürü benimsediği ve sahip çıktığı? Kendi rolünün bunda ne olduğu? ve benzeri konulardaki görüşlerini ayrıntılı olarak dükkâna gelenlere ve çevredeki ahaliye aktarır. Bu kişiler kendilerinin doğrudan köklü esnaf olduğunu genellikle anlatmaz. Buna karşın bu iddayı güçlü bir biçimde taşıdığı için anlatısında kendini merkeze yerleştirir. Onlara göre önemli olan semtte uzun bir süre bulunmak değildir. Semti sahiplenmek ve yaşayış biçimini benimsemek daha fazla önemlidir.

Genellikle de bu tür kadın ve erkek esnaf, semtin toplumsal dokusu ve yaşayanlarının sosyal yaşantısı hakkındaki önemli bilgilere sahiptirler. Ayrıca Moda'nın bu konularda özgün ve farklı olduğuna vurgu yaparlar ve bu özelliğine büyük bir paye verirler. Kendi dükkân ve yaşam öykülerinin önemli ve kurucu bir parçası olarak

anlatırlar. Dolayısıyla semte ve sakinlerine ilişkin ana anlatılardan en önemlilerinden birini "Köklü Semt ve Köklü Esnaf" veya "Moda Kültürü" anlatısını inşa eden en önemli kesimi bu tür kadın ve erkek esnaf oluşturuyor.

Öte yandan ise bu kişilerin, diğer esnaf gibi bir kültürel ve ekonomik sermayeye sahip olmadığı için de bu anlatıya daha fazla ihtiyaç duydukları görülüyor. Başka biçimde söylemek gerekirse semtte ekonomik olarak tutunabilmek için de buna başvurmaları gerektiğinin farkındadır. Bu kişilerin bir kısmı oldukça küçük bir sermaye ile başka kentlerden İstanbul'a gelebilmişler. Başta eğitim olmak üzere semtte itibarlı görülen kültürel ve sembolik sermayeler yönünden (geldikleri kentin sosyal itibarının düşüklüğü de içinde olmak üzere) diğerleriyle eşit konumda değiller. Onların varlıklı esnafa göre semti ve sakinlerini daha fazla öne çıkarmalarını ve bu konuda güçlü bir motivasyona sahip olmalarını sağlayan şeyin esas olarak bu olduğunu düşünüyorum. Aşağıdaki alıntılar bu tür esnafın, bulundukları semti ve yaşayanlarını nasıl gördüklerini yansıtıyor.

Şurda berber vardı, Starbucks'ın sokağında. Görümcem, yeni açmıştı dükkânını. O da berber. Biz dedi 5 kişi çalışan her gün senden yiyeceğiz. Onun sokağındaki esnaf geliyordu. Burdan geliyorlardı. Yanımız o zaman erkek berberiydi. Edip Akbayram burdaydı. Çok yardımcı oldu. Hadi diyordu bugün öğlen Gönül Abla'da yiyeceğiz. Öyle öyle... Ama ben çok seviyorum bu muhiti. Müşterilerim de çok nezih insanlar. Hakaten güzel. Burun ayrı... Ben orda oturdum (araştırmacının oturduğu sokak) ama buranın (Moda Burnu denilen yer), daha bir halkı... daha güzel yeri burası. Sizin orası çok gelip geçici bir yer. Ama burası evler var burda. Bayağı benim evden müşterilerim var. Hiç buraya gelen olmazsa oraya paket göndersem gene yeter. Burun ayrı bir yer. Güzel hakaten."(46, mantı ve ev yemekleri üretimi ve satışı)

Burası bir kültürel, benim için bir hazine. Ekvator, merkez, benim için dönüm noktası. Bu dükkân hayat tecrübesi... Ben Cemal Süreyya'yı çok seviyorum. Rıhtım'da oturuyorum. Önceden Moda Burnu'nda oturuyordum. Ev çok küçüktü. Olsun. (25, bakkal dükkânı işletmecisi)

Burası benim için çok önemli bir yer... Burası bambaşka. Burdan başka bir yerde yaşayamıyorum. Yani, hem özel hem de çok farklı. Bu fark dediğiniz şey nedir?

Bazan insanlar, mesela Acıbadem'e gittim. Ben burda oturdum 8 yıl. Sadece burdan kaçış benimki o tarafa. Burası benim tamamlıyor. Ben burda çok mutluyum. Yani başka bir yerden geldiğim için sadece burası bana iyi hissettiriyor. Başka hiçbir yer hissettirmiyor. Bu işi yapmakla mı ilgili?

Hayır, hayır. Hiçbir ilgisi yok. Hayır. Burası benim için çok özel bir yer. Burda kendimi güvende hissediyorum... Bir başka yerde yaşayabileceğime inanmıyorum. Asla!

Etiler'de bir dükkân açtım, ama 2 ayda kapadım... Ordaki insanlar çok farklı... Burada aile yaşamımız var. Orda yaşam yok. Hayatları çok farklı... İnsanların sıcaklığı yok.

Şişli?

Oralar beni korkutuyor... Kadıköy bir başka... Mesela diyorum ya! Nefes aldığımı hissediyorum. Buraya ait olduğumu biliyorum. Burdan gittiğim zaman kesinlikle bu memleketten gideceğime inanıyorum. (38, falcı dükkânı).

Moda'nın geniş bir entelektüel grubu, sanat ve başka alanlarda oldukça tanınmış kişileri barındırması zaten gündelik yaşamda önemli konuşma konularından biridir. Bu açıdan bakıldığında, kendi konumunu diğer esnafa göre nispeten daha dezavantajlı gören kadın ve erkek esnafın, Moda'da tanınmış simalara atıfta bulunması onu diğer gruplardan ayıran keskin bir fark değildir. Ama önemli bir vurgu farklılığıdır. İşçi sınıfı veya alt-orta sınıfa mensup kişiler anlatılarında semtin entellektüellerini ve tanınmış kişilerini varlıklı esnaftan daha fazla ve görünür bir biçimde kendi dükkân deneyiminin ve hayatının odağına yerleştirir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

MODA'DA "KADIN ESNAF" OLMAK



Farklı toplumsal kesimlerin semti zihninde nasıl canlandırıldığını ve toplumsal imgede semte atfedilen özelliklerin nasıl anlatıldığını görmek için dükkân işleten kadınların deneyimlerini çalışmanın araştırmacılara epeyce imkân sunduğunu düşünüyorum. Semti hesaba katmadan, belli bir mekân üzerinden cinsiyetin nasıl yeniden kurulduğu ve belirli bir ekonomik faaliyetin bir yerde ve mekânda ne anlama geldiği görülemez. Kadınların dükkânları hakkındaki anlatıları, belli mekânlara ve semtlere ilişkin tasavvurlar ile oraya attettikleri "yaşam tarzı" üzerinden anlamlı ve bütünlüklü bir öyküye dönüşüyor.

Bu bölümde araştırmadaki kadınların, cinsiyete ve dükkâna dair anlatılarında Moda'yı nereye konumlandırıdıklarını ve nasıl anlatıklarını odağa alacağım. Kadınlar arasındaki sınıf farkı, Moda'ya bakışları konusunda keskin bir ayrım yapmaya elverişli olmasa da ana eksenlerden birini oluşturuyor. Dolayısıyla burada da keskin bir farktan ziyade bir vurgu farklılığına dikkat çekiyorum. Konuyu bu şekilde ortaya koymak, kentsel kamusal alanın ve mekânların cinsiyet ve sınıf dinamikleri hakkında önemli bilgi sağlayabilir.

Kadınların Bakış Açısından Moda'da "Kadın Esnaf" Olmak

Bu araştırmadaki kadınlar semti anlatırken, "modern ve kentli bir yaşama biçimine sahip" olmasını buranın en önemli özelliği görüyorlar. Onlara göre semtin kimliğini yansıtan belli başlı mekânların ile semtteki kadın ve erkekler arasındaki sosyal ilişkilerin şeklinin verdiği duygu esas olarak budur. Dolayısıyla semti İstanbul'un diğer pek çok yerinden farklı kılan özelliğinin bu olduğuna vurgu yapılıyor. Kadınlar bu bölgeyi başka semtlerden ayıran ana özelliklerinden birinin ise tarihi bir yer olması olarak gösteriyorlar. Görüştüğüm kadın ve erkek esnaf (ve eczane sahipleri) semtte tarih ile modernliğin birarada bulunmasını semtin büyük bir avantajı olduğunu söylüyor. Hatta bunun çelişki yaratmadığını, tersine bu açıdan ilginç bir birleşimle karşı karşıya olduğunu iddia ediyor.

Dükkân işletmecisi kadınlar, dükkânlarının semtteki varlığı ve kendilerinin güvenliği açısından semtte olduğunu düşündükleri modern ve seküler toplumsal dokuyu çok önemli buluyor. Ayrıca esnaf arasındaki bağları, esnafla ve semt sakinlerinin sosyal ilişkilerinin niteliğini başka yerlerden daha iyi buldukları için de dükkân yeri olarak Moda'yı seçtiklerini belirtiyor. Semtteki sosyal ilişkilerin biçimini anlatırken sık sık başka semtlerle karşılaştırıyorlar. Dükkânın nerede açılacağı ve nasıl bir yer olacağı soruları, semtte olduğunu düşündükleri "medeni insan ilişkileri" üzerinden ayrıntılı olarak anlatılıyor.

Kadınların anlatılarındaki Moda hem hayal edilen bir yerdir hem de somut bir deneyime karşılık gelir. Kendi kimlik ve öznellik biçimleri açısından semtin bu özellikleri onlar için vazgeçilmezdir. Kadınların anlatılarında kendileri ile semt arasındaki sınır zaman zaman muğlaklaşıyor.

Aslında kafamdaki şey, böyle bir şeydi. Hiç gelip, geçici olsun müşterilerim hayalim hiç yoktu. Devamlı müşterilerim olsun, insanlar birbirleriyle bir şeyler paylaşsınlar. Sadece amaç yemek yemek ol-

masın. Bizim dükkâna gelenler birbirlerini tanımasalar bile birbirlerine selam verirler. Afiyet olsun derler. İnsan ilişkileri var. Onu çok istedim ben. Hani düz bir lokanta olmasın, girsin yemeğini yesin, parasını ödesin... O değil amacım benim. Bir şeyler paylaşalım, o sıcaklığı yayalım onu istedim. O tür bir şey kurmaktı. Eğer öyle bir lokanta isteseydim, Çengelköy'de yapabilirdim. Ümraniye'yi seçerdim... Benim hergün gelen müşterim var. Gelmediğinde merak ediyorsun. Telefon ediyoruz. Çünkü yaşlılarda hele. Bir şey mi oldu.

Geçen mesela, bir müşterimize araba çarpmış, kimsesi yok. Kızı Almanya'da yaşıyor. Gene bir müşterimiz görüyor bana getiriyor. Çünkü benden tanıyor onu. Yani öyle ilişkimiz de var insanlarla. (40, yemek üretimi ve satışı).

Araştırmadaki kadınlar Moda'daki dükkân deneyimlerini ve semtin gündelik yaşamda kendilerinde yarattığı toplumsal izlenimi çeşitli yönlerden tahlil ediyorlar. Görüştüğüm kadınların çoğu semtin "kadın" bir havasının olduğunu ifade ediyor. Hem kadın esnafın hem de erkek esnafın semtte rahat ettiğini vurguluyorlar. Son zamanlarda bu bölgeye daha geniş ve farklı dünya görüşlerine sahip bir müşteri yelpazesinin gelmesinin de esas nedeninin de "rahatlık" olduğunu düşünüyorlar.

Semt çok önemli. Gerçekten önemli. Düşünüyorum şu anda. Üsküdar'da. Medikalci... İşte biraz daha ezik olurum orda. Geceleri sokağa çıkmazdım. Ben. Burası. Burda ben gece on birde, on ikide arkadışıma gidebiliyorum. On ikide bir de sokağa çıkabiliyorum. Burda geceleri açık olan ardaşlarım var, başıma bir şey geldiğinde hop! diyen bir esnaf dayanışması var burda." (47, medikal ürün satışı dükkânı)

Araştırmadaki pek çok kadın ürettikleri veya dükkânlarında sattıkları ürünlerin niteliğinin, Türkiye "özel beğenilere sahip kadınlar ve erkekler" ile Batılı turiste daha fazla hitap ettiğini anlatıyorlar. Semtin hem modern hem tarihi bir yer olması da Onlar'a göre bunu kolaylaştırıyor. Son zamanlarda, özellikle batı ülkelerinden gelen kişilerin alışveriş için daha çok Moda ve Kadıköy merkezini tercih ettiği söylüyorlar. Ayrıca kimi resmî kurumların başka ülkelerden

getirdikleri misafirlerini şehrin başka yerleri göstermeyip sadece Kadıköy ve Moda civarında gezdirdiğini ileri sürüyorlar. Annesiyle birlikte ikinci el giysi alıp, bakım ve tadilat sürecinden geçirdikten sonra dükkânında satışa sunan kadınlardan biri ise semtin kendileri için önemini şöyle anlatıyor:

Bu semt doğru bir semt. Çünkü Moda, yurtdışından çok fazla insan geliyor, başka bir yerde böyle bir mağazayı açıp da aa ben bir başkasının giydiği kıyafeti giymem deyip, küçültüyorken bu tarz mağazaları. Şımarıklıkla alakası var, dünya görüşüyle alakası var. İnsanları yurt dışına çıkan ve burada okuma oranı biraz daha yüksek. Hayata bakışı farklı. Şey diyor. Kaynaklarım neden tükensin, tüketim hızını azaltmak istiyor buradaki halk. O yüzden Moda doğru bir bölge. Küçümsemek anlamında söylemiyorum ama bir İkitelli'de, bir Güneşli'de açsak buraya hiç kimse girmez. Dediğim gibi onlar pazardan alırlar ama sıfır. Çünkü zaten ezilmişliğin getirdiği bir şey var. Buradaki insanlar biraz daha aşmış. Daha kaliteli alırım ama daha ucuza alırım. O kalan paramızı da sosyal hayatımıza harcarım, sinemamıza, tiyatroma, yemeğime harcarım diyor. Bakış açısı bu, bu yüzden bu bölge doğru bir bölge. (35, tekstil geri dönüşüm dükkânı).

Buna karşın araştırmak için az sayıda kadın ise Moda ve Kadıköy'ün kendisinin yaptığı iş açısından olumlu bir katkısının olmadığını belirtiyor. Bu kadınlardan biri Türkiye'nin farklı kentlerinden "geleneksel giysi ve süs eşyasını" topluyor. Bu ürünleri, dükkânında çalıştırdığı kadınların emeği üzerinden üst sınıf kadınların beğenilerine uygun bir biçime dönüştürüyor. Dükkânında "tasarım ürünleri" etiketiyle sergilenen bu ürünler semtten ve başka yerlerden gelen üst-sınıf kadınlar tarafından yüksek fiyatlarla alıcı bulabiliyor. Moda'da bulunmaktan memnun olmadığını ise şöyle ifade ediyor:

Bu işi yaparken ben Sultanahmet'de ya da Nuruosmaniye'de olsaydım, ihya olmuştum. Yani bizim yerimiz turistlerin olduğu yer olmak zorunda (48, takı, giysi, hediyelik eşya üretimi ve satışı).

Araştırmadaki kadınların çok büyük bir kısmı ise "turistik semtlerin" kendi dükkânları için uygun olmadığını, bunun hem kendi

ürünlerinin özgünlüğünü ve niteliğini bozacağını hem de esnaf arasındaki ilişkileri olumsuz etkileyeceğini düşünüyor. Hatta bu durumun müşteri ile esnaf arasındaki ilişkiyi yüzeysel hale getireceği görüşündeler. Ayrıca turistik ürünün veya sınırlı bir müşteriye yönelik ürünlerin pazarlandığı semtlerde sadece büyük sermayelere sahip belli firmaların ve şirketlerin öne çıktığını, böyle yerlerde semtin esnafının ise bir süre sonra işini sürdürülemez hale geldiğini vurguluyorlar.

Her şey para da değil zaten. Sevmek çok önemli. Müşterinin nabzını bilmek çok önemli. Nelerden zevk alır, neyi beğenir. Bir kere müşteriyle işyeri arasındaki güven çok önemli. Çünkü buralar geçici değil, bizler geçici yerler değiliz. Yani semt olarak zaten çok iyi bir semt. Kalıcı olmaya çalışan insanlarız. Zaten yapı olarak böyleyiz. Bugün burdayım, yarın ordayım mantığı hiçbir zaman yürütmedik... Semt kesinlikle önemli. Çünkü müşterinin, ee şimdi herhangi bir şey koyduğun zaman, semt önemli olmayabiliyor. Üç aşağı beş yukarı aynı ürünlerden koyarsan, hani bugün yolunda geçerken, evine giderken benden alır, yarın öbüründen alır. Burada öyle değil tabii. Burda bu ürün almaya gelen insan var. Bir de daha kalabalık bir semt, daha çok insanın geldiği bir yer, o yüzden tabii tercih ettik. (41, gıda satışı ve üretimi).

Yukarıda belirtildiği gibi kadınların önemli bir kısmı Kadıköy ve Moda'nın diğer semtlere göre kadınlar açısından "daha rahat ve güvenli bir yer" olduğunu düşünüyor. Hatta kadın esnafın semtteki sayıca ağırlığını en fazla bu özelliğe bağlıyorlar.

Kadıköy'de, Moda'da kadın esnaf olmak zor değil. Medeni bir yer olduğu için hani ben kadın olduğum için hiç zorlanmadım onda. Yani çok onun şeyini yaşamadım. Hani belki başka bir yerde olsa zor olurdu.... Burada çoğu esnaf kadındır. Pasajımızda da öyle. Çay ocağımızı bir kadın işletiyor. Karşı dükkânımız kadın. Yani çevrede çok var kadın esnaf ama hiç bugüne kadar bir dezavantajını görmedim... Semt olarak. Moda'nın köklü insanları var, çok gelen müşterimiz var. Yani aslında ağırlıklı onlar. Orta yaşlı. Ama etraftan gelen tabii genç insanlar var ve bir de yerleşik olmamızın da verdiği bir güven var. Şimdi on beş yıldır karşılarında gördüğü insan belli, tanıyorlar sonuçta. Yani bir yerde güven duygusu belki.

Size gelip, işte bir şey alırken iki şey konuşmak. (47, takı ve ev içi kullanıma yönelik küçük süs eşyası satışı).

Araştırmadaki kadınların önemli bir bölümü son zamanlarda semtle ilgili olumsuz haberlere rağmen semtin güvenli olduğunu ifade ediyor. Her yaş, cinsiyet ve gelir grubundan kişinin giderek artan bir oranda semte gezmeye gelmelerinin nedeninin de temelde bu olduğu görüşündeler.

Öyle düşünüyorum. Evet. Yani bir şekilde kendimi burda güvende hissediyorum. Ben burda gece 12'ye, 1'e kadar oturup, çalışabiliyorum. Kapım açık. (35, takı ve tişört tasarımı ve satışı)

Bir de bu Moda'da Kadıköy'de şöyle bir şey var. Şu olay var. İnsanlar günaydın diyebiliyor. İnsan da kendini güvende hissediyor. Dükkâna, hocalar, sanatçılar ve gençler geliyor. Daha çok da kadınlar (35, tekstil geri dönüşüm dükkânı).

Buna karşın kadın ve erkek esnaf ile semt sakinlerinin bir kısmı, son zamanlarda kent düzeyinde yaşanan sorunlar nedeniyle başka semtlerden çok fazla kişinin ve esnafının buraya gelmek zorunda kaldığını ve bunun da büyük mekânsal sıkışmaya yol açtığını düşünüyor. Bunun semtte ve civarında hızlı kira artışlarına yol açtığını söylüyor. Araştırmada bunun en fazla kadın esnafa zararının olduğuna dikkat çekiliyor. Nitekim özellikle son zamanlarda semtte kadınlar tarafından işletilen dükkânların sayısında bir azalma olduğu görülüyor. Kadın esnafa göre bu durum semtteki iş piyasasının, kamusal alanın ve mekânların giderek erkekleşmesine yol açıyor.

Şöyle söyleyeyim, bu dükkânın Barlar Sokağında olmaması da benim için çok büyük bir avantaj. Mesela Barlar Sokağında olsaydı cesaret edemezdim. Mesela Çarşının içinde olsaydım cesaret edemezdim. Çarşı..., sahil orası... Rıhtım başka bir yer. Hasanpaşa, Rasimpaşa bambaşka bir şehir. Moda başka bir şehir. Moda'da (Moda Burnu) olsaydı cesaret ederdim. Burada olmasından memnunum. Ama Barlar Sokağında ve Çarşı içinde olsa cesaret edemezdim. Orası böyle daha böyle bir erkek dünyası oldu, daha böyle kavgaya, daha böyle şeye açık bir yer oldu. (38, bar işletmecisi)

Kadife Sokak'ta ("Barlar Sokağı"nda") dövme dükkânı işleten bu kadın, yaptığı iş açısından daha avantajlı olacağını düşünerek bir süre önce bu sokağa taşınmış. Ancak Ona göre son zamanlarda çeşitli kentsel uygulamalar nedeniyle başka semtlerden esnaf bura-ya gelmek zorunda kalmıştı. Bu da semtteki dövme dükkânlarının sayısında büyük bir artışa neden olmuştu. Hem dövme işi yapan kişilerin hem de semte gezmeye kişilerin sosyal profilinde de giderek büyük bir değişim olduğu fikrinde. Son zamanlarda gelen kişilerin çoğunlukla kısa süreli eğitime sahip olduğunu ve bunun da semtte haksız bir rekabete yol açtığını belirtiyor. Bu tür dükkân-larda genellikle "nitelikli bir hizmet" verilmese de kendi gibi dükkânların, dükkân sayısındaki bu hızlı artışın olumsuz sonuçlarını yaşadıklarını ifade ediyor. Kendilerine gelen müşteri profilinin de özellikle son zamanlarda çok değiştiğini anlatıyor. Yeni gelenlerin, genellikle "işin niteliğine" önem vermediğini, dövme hakkında hiçbir bilgiye sahip olmadıklarını gözlemlediğini paylaşıyor. Yine Ona göre son zamanlarda pek çok kişi genellikle gezmek ve bakmak için dükkânlara gelmektedir.

Kadınların Semtteki Kişilerle Kurdukları Sosyal İlişkiler

Dükkân işleten kadınların dayandıkları temel sosyal ağlardan en önemlilerinden birini iş yerlerinin bulunduğu semtteki sosyal ilişkiler oluşturuyor. Bu bölümde kadınların sadece semtteki ve ekonomik faaliyetleriyle ilişkili olan sosyal ilişkilerine odaklanacağım. Yukarıda belirtildiği gibi araştırmadaki kadınlar semtte ayrı düzlemlerde ve genellikle "güvene dayanı" olarak kurulan kişilerarası yakın ilişkileri çok önemli buluyorlar. Dükkân işletmecisi kadınlar, kendi ekonomik faaliyetleri açısından sosyal ağların önemini erkek esnaftan genel olarak daha iyi biliyorlar ve bu konuda da daha hızlı davranıyorlar. Görebildiğim kadarıyla kurdukları sosyal ilişkilerin niteliğine ve şekline de genellikle erkek esnaftan daha fazla dikkat ediyorlar.

Bundan başka, araştırmadaki kadınların bir kısmının semtle ilişkileri ve semtin sakinleriyle olan sosyal bağları öncesine dayanıyor. Pek çok kadın dükkânını açmayı düşündüğü sokaktaki esnafın toplumsal yapısını ve aralarındaki ilişkileri ayrıntılı olarak hesaplamış olduğunu ifade ediyor. Kadınların bir bölümü ise öğrenci olduğu dönemde arkadaşlarıyla Moda'yı ve Kadıköy merkezi sosyalleşme mekânı olarak seçtiklerini ve bunun için de semti ve toplumsal dokuyu bildiğini anlatıyor.

Şöyle ki ben Kadıköy'ü çok severim. Sonuçta burada okudum. Ee bütün Üniversite ve sonrası, bütün sosyal çevrem hep Kadıköy'de. Biz arkadaşlarla hep Kadıköy'de buluşuruz. Karşıya geçmeyiz hiç. Hep burda takılırız, burda eğleniriz. Anılarımız hep burda geçer. O yüzden aslında hiç başka bir alternatif düşünmedim bile. Moda olmasının sebebi de burda daha çok sanat atölyelerinin olmasıydı. Kendim de hani çok katılırdım burda atölyelere. Workshoplar olur, onlara katılırdım. Sergiler olurdu, gezerdim vesaire... O yüzden hani buranın esnafını ve halkını da böyle bir şeye hazır olduğunun farkındaydım. Semt önemli. Moda çok rahat bir semt bu açıdan. İnsanları daha toleranslı. Çünkü esnaf ilişkileri de önemli. Benim yan tarafımda belki fark etmişsinizdir, bir kahvehane var. Orda her gün, hep aynı saatlerde ve hep aynı adamlar var. Çok farklı olsak da her gün görüşüyoruz, selamlaşıyoruz. Yan tarafımda yeni bir butik açıldı, çok tatlı bir kadın O da. Onla da şu anda şey çok yakın arkadaş gibiyiz. Birbirimize sürekli yardımcı oluyoruz. (30, takı, tişört tasarımı, üretim ve satış işi).

Bununla birlikte hem kadın hem de erkek esnafın sosyal ilişkilerinin sadece bir kısmı bir sosyal ağa, yani nisbeten sürekliliği olan bir grup mensubiyetine dönüşebiliyor. Bunda sosyal sınıf önemli bir etken. Yukarıda ifade ettiğim gibi bu konudaki savım aile kökeni ve sosyal sınıfın sosyal ağları büyük ölçüde belirlediğidir. Nasıl ve hangi biçimlerde belirler? Dükkân işleten kadınların sosyal sınıfları ile sosyal ağları arasında nasıl bir ilişki vardır? sorularına yanıt vererek bu sav bir ölçüde de olsa dayanaklı hale getirebilir.

Aslında genel olarak bir kişinin "sosyal ilişkileri" ile "sosyal ağları" veya "sosyal sermayesi" arasında yakın ilişkiler olsa da her zaman bu kategoriler birbiriyle örtüşmez. Görüştüğüm kadın ve erkek esnafa göre de sosyal ilişkiler ile sosyal ağlar ayrı şeylerdir. Ayrıca semtte tanıdık veya çeşitli sosyal ilişkileri olmak kişileri her zaman bir sosyal ağın parçası kılmaz. Kişinin kendisinin kurduğu sosyal ağlar ile aileden sağlanan sosyal sermaye üzerinden kurulan sosyal ağlar da aynı anlama gelmez ve benzer sonuçları olmaz. Yukarıda vurgulandığı gibi sınıfı ne olursa olsun genel olarak dükkân işleten kadınlar için sosyal ağlar önemlidir. Sanıldığıının aksine sosyal sınıf açısından daha dezavantajlı olan kadınlar da semtte önemli sosyal ağlara sahiptir. Bu kadınlar için semtteki sosyal ilişkileri "iyi kurabilmek" çok daha büyük bir ihtiyaçtır. Ayrıca kişinin kendisinin kurduğu sosyal ağı ile aileden sağlanan sosyal sermaye üzerinden kurulan sosyal ağ aynı anlama gelmez ve aynı sonuçları da olmaz.

Bütün bunlara karşın aile kökeni, anne ve babalarının sosyal ilişkileri ve ağlarından tüm kadınlar hem dükkân açma hem de sonrasında çeşitli biçimlerde faydalanırlar.

Bunlar açısından daha avantajlı olanlar bunlara sahip olmayanlara göre daha şanslıdırlar. İlginç bir biçimde normalde üst-orta sınıf kadınların sosyal sermayesinin ve ağlarının önemli bir kısmı "görünmezdir". Ancak kritik zamanlarda daha çok işe yarar.

Alt orta sınıf veya klasik orta sınıfı mensup kadınların da bu tür görünmez sosyal ağları vardır. Ancak genellikle biçimi farklıdır ve kritik zamanlarda işe yarayıp yarayamayacağını önceden kestirmek zordur. Dolayısıyla sosyal ağın kullanımı ve işe yararlılığı açısından esas bir ölçütün sınıfsal fark olduğunu düşünüyorum. Tıpkı "armağan" da olduğu gibi sosyal ağlar dikey olarak eşitsiz işler. Başka bir ifadeyle denk sosyal sınıflar arasında sosyal ağların işlerliği ve faydası arasında karşılıklık varken, aşağıya doğru, yani alt sınıf veya alt-orta sınıf söz konusu olduğunda üst sınıf aynı karşılığı vermez. Diğer bir ifadeyle alt sınıflar ile üst sınıflar arasında sosyal ağın gücü eşit işlemez. Birinci grup aralarındaki ilişkiye dayanarak

daha fazla şey yaparken, ikinci grup karşılığını vermekte isteksiz davranır.

Ayrıca pek çok çalışmada belirtildiği gibi dükkân işletmecisi kadınların ağlarının önemli bir kısmını aile fertleri aracılığıyla ve akrabalık ilişkileri üzerinden kurulan ağlar oluşturur. Görebildiğim kadarıyla araştırmada sınıf olarak dezavantajlı konumda bulunan kadınların akrabalık sosyal ağları diğer ağlardan daha etkindi. Yani sosyal ağların kuruluşunda sınıfın mı yoksa akrabalığın da daha önemli olduğu önemli bir tartışmadır. Buna karşılık akrabalığın da sınıfı vardır. Bu araştırmadaki kadınlar aile içinde ve akrabalar arasında, özellikle de kaynakların aktarımında cinsiyet açısından önemli tartışmaların yaşandığını anlatıyor. Akrabalar arasında kimlerin zengin olup olmadığı da ana bir konudur. Sınıfsal fark akrabalıkta da varlığını sürdürür.

Bunların dışında, dükkân işleten kadınların semtteki sosyal ağlara dâhil olabilmelerinde ailelerinin ekonomik, sosyal ve kültürel sermayelerinin önemli bir payı bulunuyor. Dükkân açma sürecinde anneleri ve babaları yeterli bir ekonomik ve sosyal sermayeye sahip olmayan kadınlar pek çok sorunla başetmek zorunda kaldıklarını ifade ediyorlar.

Ben burayı açarken çok büyük güçlüklerle karşılaştım. Eee en başta yapamayacağımı düşündükleri için. Bir kadın olarak... Bunu algılamam şöyle oldu. Devletle olan işlerde hep aksama. İki defa, üç defa hep tekrar... Eee bir şey arandığında... Eşinin olmamasını önce soruyorlar, neden yalnızsınız sorusunu soruyorlar... Fakat şöyle bir şey de var. Bunu da belirtmek istiyorum. Bazen de erkek yardım etmeye çalışıyor. Onun da farklı bir düşüncesi var... Sanki çalışmak sade erkeğe aitmiş gibi görüyorlar. Bunun gibi zorluklarla karşılaşıyorsun ama hedefin varsa çözüyorsun ve bu yapma zorunluluğu hissediyorum. Biraz zor da olsa kazanıyorsun. Daha sarılıyorsun işine. Bunu gördüm. (56, ev yemeği üretimi ve satışı).

Kadınların dükkân açmadan önce ve sonrası süreçlerde belli izinleri alabilmeleri ve bu süreçte çıkabilecek sorunları çözebilmek

için yerel ve resmî kurumlarla (büyük şehir ve ilçe belediyelerinin ilgili birimleri ve semtteki asayişten sorumlu birimlerle) görüşmeleri gerekir. Bu da belediye ve kent düzeyindeki kamusal aktörlerle olan ilişkilerin kadınlar tarafından dikkatli bir biçimde sürdürmeleri anlamına gelir. Özellikle de hızlı ekonomik ve toplumsal değişimlerin olduğu dönemlerde bu tür ilişkilerin nasıl sürdürülebileceği dükkân işleten kadınlar açısından önemli bir konudur. Araştırmadaki bazı kadınlar için toplumsal ve ekonomik makro dönüşümlerin yaptıkları işler üzerindeki olumsuz sonuçlarını önceden kestirebilmek güç. Ancak dükkânlarının geleceği açısından genel olarak "kaygı duyduklarını" ifade ediyorlardı. Bu araştırmada az sayıdaki kadın ise dönemselsel bir takım ekonomik ve politik değişimleri kendi lehine çevirerek ve kamusal aktörlerle çeşitli düzeylerdeki ilişkileri sürdürerek dükkânlarını büyütebilmişti.

Görüştüğüm kadınların tümü semtteki sosyal ilişkileri incelikli ve "doğru" bir biçimde yürütmeleri sonucunda semtteki sosyal ağlara dâhil olabildiklerini ifade ediyor. Yukarıda vurgulandığı gibi semtte "kalıcı olmak", erkek esnaf gibi kadınlar için de yaşam öykülerinin önemli bir parçasıdır. Dükkân işleten kadınlar da semtte bulunan diğer esnafla, semtin sakinleriyle, özellikle itibar sahibi aileleleriyle kurdukları sosyal ilişkiler yoluyla "semtin esnafı" olabilmektedir. Zaten bu tür sosyal ilişkileri gözetken esnafın her zaman daha kalıcı olabileceği düşünülür. Semttten kişilerle yaptığı sohbetleri ve ayaküstü konuşmaları bu nedenle kadınlar önemli bir fırsat olarak görürler.

Görüştüğüm kadınların büyük bir kısmı semtte yaşayanlarla çok iyi ilişkilerinin olduğunu anlatıyor. Gözlemlerim de bunu destekliyor. Bu ilişkilerin kuruluşunda esnafın, özellikle kadın dükkân işletmecilerinin önemli rolü bulunduğunu belirtiyorlar. Semtte giderek sayıca artan kafe veya benzeri dükkânlardan bu açıdan kendilerini ayırıyorlar. Onlara göre bu tür dükkânlar genellikle "günümüzün yüzeysel tasarım ve tüketim trendlerini" takip ediyorlar. Gerek semtin tarihi gerekse sakinleri hakkında hiçbir bilgiye sahip

değillerdir. Semtteki sosyal ilişkilere ve semtin dokusuna özen göstermedikleri için de genellikle büyük masraflarla açılışlar da kısa sürede kapanmak durumunda kalırlar. Bunun yanı sıra görüştüğüm kadınlar semtte giderek erkek esnafın sayısının arttığını düşünüyorlar. Bunun da semtin sosyal ve kültürel dokusu açısından büyük bir sorun olduğu görüşündeler.

Çok büyük paralarla açıyorlar. Sonra hemen kapanıyorlar... Mesela burası öyle o kadar büyük bir paraya açılmadı. Hani çok kendi kendine. Olduğu kadar açılıp, kazandıkça eklenen bir şey oldu. Ama böyle şaşıyorum duydukça. Hani 40 binler, 50 binler. O kadar para yatırıyorlar. Kredi falan çekiyorlar. Bizim sokağın başında. Hani çok fazla şey duyuyorum. Bir kafe açmak istiyor. Hani herkesin hayali haline geldi. Ama şey yok mesela. Hani öğrenilebilir bir şey. Ben de de bilmiyordum buraya geldiğimde ama bir fikrim vardı en azından. Nasıl açıldığını ve nasıl kurulduğunu biliyordum. Hangi mantıkla kurulduğunu biliyordum. (37, kafe işletmeciliği, yemek üretimi ve satışı).

Yukarıda ifade edildiği gibi semtin tarihi, sosyal ve kültürel dokusu, esnafı ve yaşayanları hakkındaki bilgi aslında pek çok sebeple büyük önem taşıyor. Bu bilgiyi sahip olmak ve semti benimsemek, Moda gibi semtlerde kent toplumunun bir parçası olmak anlamına geliyor. Bu bilgiye sahip olmanın pratik sonuçları da bulunuyor. Örneğin çeşitli yerlerden daha nitelikli ürünler bulmak üzere kendilerine gelen kişilerle konuşmak için ortak konu bulmayı kolaylaştırıyor. Bu tür müşteriye yönelik dili kurmada ve hitap etme biçiminde bu tür esnaf daha az güçlük yaşıyor. Hitap biçimi ve dil, gelen kişileri onların sürekli müşterileri haline getiriyor. Kadınların ifade ettiği gibi "aslında esnaf kendi müşterisini oluşturur". Bu durum semtteki barlar için daha da fazla geçerlidir.

Yanılmıyorsam Kadıköy Çarşı içinde küçük bir yer var (bir kadının işlettiği) ama zannediyorum orası bar değil. Küçük bir meyhane tarzında olabilir. Yanılmıyorsam Kadıköy'de 35 civarı bar var... Ama bizde mesela müşteri portföyü çok fazla değişmiyor. Hep aynı insanlar geliyor. Benim müşteri kitlemin biraz yaşı fazla. Bana gelen

müşterilerin hepsi okumuştur nerdeyse... Zaten burası kendi klasmanın dışında bir bar. Biz bir müşterimiz gelmediğinde mesela merak ediyoruz. Çoktandır gelmedi falan soruyoruz ya da ben bir şey oluyor, mesela iki gün dükkâna gelmiyorum, müşteriler soruyor, iki gündür yoksun neden? Çünkü ben hergün gelirim. Hani hangi müşterimiz iş yapıyor, bir müşterimiz var işini bırakacak, falan falan konuşuyoruz. Yazın çok sıcak, dışarıda bulunduğumuz için nadir tanımadığımız insanlar geliyor. Kışın içerde olduğumuz için hiç almıyoruz yabancı müşteri. (38, bar işletmecisi).

Görüştüğüm kadınlar uzun mücadeleler sonucunda ve genellikle daha mütevazı kaynaklarla dükkânlarını açtıklarını belirtiyorlar. Yeni dükkânların, özellikle kafelerin sahipleri ise kısa sürede ve daha çok da "paraları" ile bunu yapmaya çalışıyorlar. Oysa önemli olan, "semte uygun ve yakışır bir dükkân" olmayı amaçlamak. Semtte kalıcı olabilmenin ancak böylelikle mümkün olabileceğini düşünüyorlar.

Çünkü Moda'yı tanımıyorlar. Mesela bu köşedeki çiğ köfteciyi düşünün. Yakın zamana kadar çok güzel zeytin ve peynir çeşitleri satılıyordu burda. Moda'ya gelen insan çiğ köfte yiyip, yiyemeyeceğini veya ne kadar yiyeceğini düşünüp de gelmesi lazım... (30, takı, tişört tasarım, üretim ve satış işi).

Araştırmadaki kadınlar semtte ayrı zanaat ve üretim biçimlerinin birarada olmasını, kendi dükkânları ve semt açısından önemli bir fırsat olarak görüyor. Onlara göre Kadıköy ve Moda, Tophane ve başka semtlere bu açıdan benzemez. Moda bu kesimler arasında toplumsal ve kültürel karşıtlıkları içermez. Buna karşın son zamanlardaki dükkân tabelaları ve isimleri birçok kadına göre aslında esnaf dokusundaki değişmeyi en fazla yansıtan göstergelerdir. Yeni gelen erkek esnaf sıklıkla elektrikli tabelaları tercih etmesi gözlemleyebildiğim kadarıyla semtteki pek çok kişiyi rahatsız ediyor.

Semtteki dükkân isimleri, özellikle semt insanı motive edebiliyor. Evet, yakında farklı atölyelerle birarada olmak çok güzel. Çünkü hepimiz birbirimizden beslenen insanlarız. Çünkü bazen ihtiyacımız

oluyor. Tişört diktirmek gerekiyor. Bir arkadaşım seramik sehpa yapıyor ama demir ayakları için demirci gerekiyor. Zanaatkâr atölyelerine ihtiyacımız var. Hatta konuştum bir arkadaşla, zanaatkârlar listesini oluşturalım. Biz kendi aramazdı bile böyle yapıyoruz." (30, Takı, tişört tasarımı, üretim ve satış işi).

Sonuçta kadınların işlerini sürekli hale getirmeleri için semtteki sosyal ilişkilerde beceri sahibi olmalarının çok büyük bir önemi bulunuyor. Pek çok kadın bu ilişkileri kurmayı gerekli ve birinci koşul olarak görüyor. Dükkânlarının mülkiyet hakkını elde bulunduran bu kişilerle olan ilişkileri de çeşitli biçimlerde gözetiyor. Dükkân sahiplerinin kendilerine, özellikle de kadınlara yönelik olumlu davranışlarını semtin bir özelliği olarak anlatıyorlar.

Burayı kolay buldum. Ama kolay bulunmuyor. Kadıköy'ün tam ortası. Şöyle, çok büyük bir bütçeyle açmadım ben burayı. Mal sahibim sağolsun çok destek oldu falan. Onlar da çok iyi insanlar... Yanda komşum. Yani ben yokla başladım. Öyle söyleyeyim. Olmayan bir şeyle başladım. Yani gidiyim daha pahalı, daha güzel bir yer bulayım gibi şansım yoktu. Yani bir tek bu dükkândı. Ama çok da severek. Çünkü dediğim gibi tam Kadıköy'le Moda'nın arası. Hem insanların kolay ulaşabileceği bir yer hem de sakin bir sokak... Çok güzel... (35, hediyelik ve tekstil tasarımı, üretim atölyesi).

Kadın Dükkânlarındaki Kamusal ve Özel Alan

Bu bölümde kadınların işlettikleri dükkânlarda, kamusal ve özel alanın nasıl inşa edildiğini ve çeşitli görünümelerini ele alacağım. Çalışmada, özel ve kamusal ikili karşıtlık olarak görmek yerine kamusalın içinde özel alanın nasıl temsil edildiğini veya özel alanın hangi yollarla kamusal hale getirildiğini göstermeye çalışacağım. Ray Oldenburg'un, kafe, bar, kitabeve ve benzeri mekânlar için kullandığı "üçüncü yer" (third place) terimi ile bazı araştırmacıların alışveriş merkezleri, barlar, restoranlar gibi yerleri anlatmak için önerdiği "ara mekân" (*intermediate spaces*) kavramı üzerinden Moda'da kadınların dükkânlarının özellikleri anlatılabilir. Bu tür

çalışmalar kamusal ve özel alan ikiliğine dayanan bir bakış açısını taşımaz. Bunun yerine mekân ve cinsiyet arasındaki ilişkiyi ve cinsiyetin mekândaki süreğenliğini öne çıkarır (Bkz. Doan, 2010: 300-301). Dolayısıyla mekânla bağlantılı olarak cinsiyet kimliğinin değişebilirliğini kabul etseler de aynı zamanda direngenliğine de işaret ederler.

Bu çalışma ise cinsiyet, dükkân ve semt arasındaki ilişkiyi ele alırken; cinsiyet, kamusal alan ve mekânlardaki dönüşüme odaklanıyor. Ayrıca çalışma kamusal ve özel alanın aralarındaki geçişliliğe bakıyor. Kamusalın içinden özeli, özelden ise kamusalı görmeye çalışıyor. Moda'daki kadınların dükkânlarında kamusalın ve özelin sınıfa göre nasıl değişebileceğini inceliyor. Dükkândaki mekânı anlatırken de cinsiyet ve sınıfı asıl öne çıkarıyor.

Kadınların kamusal ve özel alanları inşa etmeleri daha dükkânlarını açmayı planladıkları sırada başlar. Bu aşamadan itibaren genel olarak ailelerinin sahip olduğu sermayelerin ve kendilerinin maddi birikiminin dışında özellikle anneleri veya kızkardeşleri gibi aileden yakın kadınların ya da yakın arkadaşlarının kendilerine verebilecekleri maddi ve duygusal "destek" konusunda ayrıntılı bir planlama yaptıkları görülür. Bunu yapabilmeleri, aşağıda gösterileceği üzere daha baştan mekân olarak evi, mutfak gibi özel alan olarak görülen yerlerdeki işleri, aile ilişkilerine ve arkadaşlararası ilişkilere özgü konuları önemli görmelerini gerektirir. Bu araştırmadaki kadınların önemli bir kısmı özel alana ilişkin dilsel kodu ve söylem biçimini işlerine taşımışlardı. Ailesinden maddi kaynak alamayan bir kadın uzun bir süre evde yemek yapıp sattıktan sonra evinin mutfağını nasıl dönüştürdüğünü anlatıyor.

"Evimin mutfağını buraya taşıdım"

Desteğim yoktu. Aile durumum yoktu. O yüzden evimin mutfağını buraya taşıdım. Çevremden, arkadaşlardan şöyle bir destek istedim. Evinizde kullanmadığınız, kenara ayırdığınız bir tabağınız, çanağınız, tencereniz, mutfakta kullanılacak kavanoza kadar... Yeni alın-

masını istemedim. Asla... Öyle destek aldım, getirdiler. Tabaklarım oldu, değişik çatallarım oldu. Hiçbir zaman takımım olmadı. Çok mutluydum. Onların kullanılmış olmasından. O anki durumum da müsait olmadığı için onları kullanmak hoşuma gidiyordu. Yani her şeyi kendim yarattım ve çok mutluydum. On, on beş sene sonra çocuklar büyüdü, kızım okulu bitirdi. Onların da biraz daha yükleri sırtımdan inince. Daha rahatladım... Ben burada herkesin annesi oldum. Ev yemeği yapıyorum, tencere yemeği ve bir sürü çocuklarım oldu, dünya kadar. Yaşlı çocuklarım da oldu. Çünkü ev yemeği çok önemli. Anlamayana da anlattım... Burada sadece yemek yapmıyorum. Ders de veriyorum. Neden yemediğini soruyorum, neden beslenmediğini soruyorum. Çünkü merak ediyorum. Ne kadar biliyor. Ne dokunuyor? Bunu nasıl öğrendi. Merak ediyorum. Sonra yemeklerin, sebzelerin nasıl faydalı olduğunu, etin nasıl piştiğini? Bunları da merak ediyorum. Onları da hep tekrar, deneye deneye daha iyisini yapmaya çalışıyorum. Hâlâ yapıyorum.

-Evde yapmaya başladım dediniz, müşterilerinizi nasıl buluyordunuz?

O zaman aşçılık yaptığım lokantada ev yemeğine hasret olduklarını gördüm. Lokantada bu işin olamayacağını söyleyerek ben bu işi evimin mutfağında yapabileceğimi söyleyerek. Fakat sayı 50 kişinin üzerine çıkınca mutfak bana ufak geldi. Fatura istedikleri için döndüm. Yoksa bu işi evde de çok rahat yapabiliyorsun. Bu şekilde müşterilerimi tanıdım. O müşterilerim burada da devam ettiler. Geliyorlar. Hâlâ da. Çocuklar askere gitti, evlendiler... Ben 19 senedir buradayım... (56, ev yemeği üretimi ve satışı).

Araştırmadaki kadınlar aile içi ilişkilere, özellikle dükkânlarının da yemek işi yapıyorlarsa mekân olarak kendi evlerinin mutfağına sık sık atıfta bulunuyorlar, bu tür metaforları yaptıkları işin asli bir parçası haline getiriyorlar. Dükkânlarına gelen kişilere evlerinin mutfaklarından anlatırken özel alan ile kamusal alana ait bir dili birarada kullanmayı tercih ediyorlar. Hiçbir dükkân işletmecisi kadının dükkânının fazla özel alan haline gelmesini istemiyor. Çünkü bu diğer esnafın ve semtten kişilerin olduğu gibi müşterilerinin de esas olarak hoşuna gitmeyen bir durum.

Ancak bir yandan da bu tür küçük dükkânların ayırıcı özelliklerinden biri, araştırmada ifade edildiği gibi "evin mutfağı"na veya "evin odası"na benzemeleridir. Bu tür dükkânlar girildiği andan başlayarak, dükkânın kokusu ve atmosferi; kabul edilme, sizi karşıladıklarındaki beden dili, verilen hizmetin, örneğin kahve veya yemeğin sunumu, ürünün pazarlık ve satış biçimi insana bir dükkândan daha çok bir eve girdiğiniz izlenimi veriyor.

Dizi film oyuncularını, tiyatrocular, proflar, ev hanımları geliyor... Yani kimilerine göre rakamlar yüksek geliyor ama kumaşın ne olduğunu söylediğim zaman... İpek olmasaydı da şey olsaydı yani. Bir de arka taraftan açık pek hissedilmiyor ama buraya girdiğiniz zaman bu dükkân ne kadar güzel kokuyor. Nedir bu diye soruyorlar. Sabun kokusu. Yani beyaz sabun sıvısı. Hergün buraya kadar siliniyor ve o koku siniyor. Hatta kimisi tütsü mü diyor. Hayır, değil. Anneannelerin eski şeyi, beyaz sabunun sıvısı. Yani Ankara'da oturup da tesadüfen alış-veriş etmiş bir kişi daha sonra geldiğinde, tekrar mutlaka geliyor... (60, giysi ve hediye eşya satışı).

Dükkânında hem kadın iç giyimi satan hem de önceden randevu almak koşuluyla kahvaltı hizmeti veren bir kadın, müşterilerini doğrudan "kendi evinize hoş geldiniz" diyerek karşılıyor. Bu tür dükkânlarda yaratılan özel alan ilk kez gelenlerde şaşkınlık uyandırıyor. Bunun birçok işlev ve anlamının olduğuna gözlemlerim sırasında tanık oldum. Dükkânın iç atmosferi kolay kolay bulunmayacak küçük ve seçkin bir topluluğun mensubu olduğunuz izlenimini verir. Dükkândaki ortam ve mekândaki her bir nesne ve mekânın düzenlenme biçimi bu duyguyu vermeye hizmet ediyor. Yukarıda belirtildiği gibi bu tür dükkânların müşterileri tesadüfen oraya gelmiş kişiler değildir. Dükkânın uzun zamandır müşterisi olan kişiler veya dükkân işletmecisinin yakınlarının referansı ile gelir. Daha çok belli bir seçkin gruba hitap eden "deneysel yeni yemekler" yapan yerlerde veya yine bu tür kesimlere yönelik giysiler satan dükkânlarda yaşanabilecek bir deneyim bu.

Küçük dükkânlar, özellikle de kadın işletmeciler açısından semt-
te uygun olmak ile kalıcı bir dükkân olabilmek zaten birbirinin yeri-
ne geçen ve gerektiren unsurlardır. Görüştüğüm pek çok kadın, özel
alana ilişkin; aile ve ev ortamını çağrıştıran nesneleri dükkânda bu-
lundurmaya ("eski bir babaanne koltuğu" gibi), semtte oturanlarla,
gelen müşterilerle ve çalışanlarla ilişkileri bu açıdan da çok önemli
buluyor. Böylelikle de dükkân "ticari bir yer" değil, "özü olan bir
yere" dönüşmüş olur.

"Hani amaç içeriye kişi buyurun etmek, orda mutlu olmak. Ne kazanıyorsak."

Hani böyle çok doğal bir biçimde açıldı. Eski eşyalar, işte'nin
babaannesinin koltukları. Ne varsa o koyuldu. Evden aldığı çatal-
bıçak takımını oraya koyduk, falan. İşte çok güzel bir kilimi...
Evet. O da arkadaşımızdı. O da ben yapayım dedi. Hani böyle ta-
sarım olsun diye hiçbir şey yapılmadı böyle. Ev rahatlığında diyor
herkes. Hani gerçekten böyle bir hava var. Babaanne örtüleri. Ne
varsa o koyuldu... İlk başta çok bir şey de yoktu. Kazandıkça ek-
lendi. Bir masa daha koyuldu, falan, filan. Hani yavaş yavaş gelişti.
Onun için çok güzel oldu. Oldu bence. Şu an açılan yerler çok böyle
tasarım yerler gibi geliyor bana ve batmaya başladı aslında. Hani
şöyle bir mekân açalım, böyle bir mekân açalım.

Buraya daha çok kimler geliyor?

Mahalleyi düşünüyoruz. Yaşlılar var... Dışarıda banklarda otu-
ruyorlar. Yukarıdakiler, apartmandakiler rahatsız olmasın diye
sandalye değil, bank koyduk. Bu sabah mesela bir kadın geldi.
Banklarda biraz oturayım, çok yoruldu, dedi. Onunla muhabbet
ettik. Ev muhabbetini seviyorlar aslında. Karşı apartmanda, bura-
sı ilk açıldığında, alkollü bir yer olacak diye çok korktuk. İyi ki
siz geldiniz dediler. İşte ben sana kek tarifi vereyim, apartmandan
gelen teklifler, seviyorlar hani. Şirin de bir yer olduğu için gelen
giden de böyle hafta içi müşterisi, genelde ders çalışan, kitabını
okuyan, sakın insanlar, müziği öyle çok açmıyoruz. Dışarıya müzik
vermiyoruz... Şey galiba onun ayrımı; ticaret için şey yapmak ya da
bir şeyi severek yapıp onun zaten para getiriyor olması. Eskiciler
sokağında bir çaycı vardı, gidiyorduk, çok güzeldi. Özü olan bir
yerd. Sonraki ticari bir yer açtı. Hani daha öncekinde amaç içeriye

kişi buyurun etmek, orda mutlu olmak." (37, kafe işletmeciliği, yemek üretimi ve satışı).

Bu tür dükkânlar üzerine önemli bir tartışma, buralardaki kamusal ve özel alanın sınırları ve ne tür dengelerin gözetildiği üzerine yapılabilir. Kadınlar ile erkeklerin dükkânlarını karşılaştırdığımızda, birincisinde özel alan diğerinde ise kamusal alan daha fazla öne çıkar. Kadın ve erkek esnafa göre makbul olan, belli bir dengenin korunmasıdır. Çünkü bir dükkân fazlasıyla özel alana döndüğünde başka sorunlar yaşanabilmekte. Hatta bir süre sonra bu dükkânların işlerini sürdüremez hale geldiği anlatılır. Yukarıda belirtildiği gibi dükkânda yapılan işe göre bu değişse de bir dükkânın fazlasıyla özel alan izlenimi vermesine, pek çok kişi kuşkuyla bakar. Çoğunlukla bu tür yerlerin profesyonel bir hizmet vermediği düşünülür. Araştırmada bu tür dükkân örnekleriyle karşılaştım ve dükkânı işleten kadınlar için bu büyük bir sorundu.

Dükkânda verilen hizmetin türü, özel alan izlenimini vermeye uygun değilse gelen kişilerde bu daha büyük bir kuşkuya neden olur. Örneğin bakkal dükkânlarında, kamusal ve özel alan arasındaki denge gözetilmediğinde büyük bir şaşkınlık yaşanır. Erkek esnaf için de bu konu önemli olsa da özellikle kadınlar açısından kamusal ve özel alan arasındaki dengeyi tuturmak büyük bir çabayı gerektirir. Çünkü genel olarak kadınların olduğu yerleri özel olarak adlandırma eğilimi bulunur. Kadınların olduğu veya çalıştıkları hangi mekânları kamusal veya hangilerini özel olarak görüyoruz? Tam olarak kamusal alan gördüğümüz yerlerin neresidir? soruları hakkında ayrıntılı araştırmalara ihtiyaç vardır. Kadınların işlettikleri dükkânların ise özel ile kamusal en fazla tartışacağımız yerlerden birinin olduğunu düşünüyorum.

Yukarıda dükkânlardaki özel alana ilişkin tespitlere karşın bir dükkânın fazla kamusal alan olarak gözükmesi de onun "firma" veya "mağaza"ya dönme ihtimalini artırır ve çoğunlukla böyle yorumlanır. Bu bazı müşteriler açısından daha baştan orayı tercih

etmemek anlamına gelir. Nitekim semtte açılan yeni mağaza ve firmaların bir kısmı müşterileriyle ve semtten kişilerle, özel alanda karşılaşılabilir yakın hitap biçimlerini kullanarak ilişkiyi kurmaya çalışırlar, ancak bu dükkânlardakiyle aynı nitelikte değildir. Ayrıca erkeklerin işlettikleri küçük dükkânlarda karşılaşılabilir bir sorun ise sadece erkeklerin dâhil olabileceği bir özel alan duygusunu vermeleridir. Bunun tipik örnekleri kimi erkek terzi, erkek berberi dükkânlarında görülebilir. Yorgan gibi evde uzun süre kullanılabilir ürünlerin üretildiği dükkânların ise kamusal ve özel dengenin en güç kurulduğu ve bunun fazla gözetildiği yerlerden biri olduğu söylenebilir.

Kadın ve erkek esnaf, yukarıdaki nedenlerle dükkânlarının nasıl bir izlenim verdiğiyle ciddi bir biçimde ilgilenir. Bunu başarmış sayılanlar hem kendileri hem de dükkânlarına gelenler açısından, özel ve kamusal alan izlenimini aynı anda veren, dolayısıyla belli bir dengenin gözetildiği yerler. Bunun için de hem dükkânlarının iç düzenine, mekânın atmosferine hem de kendilerinin ifade biçimine, hal ve duruşuna, dahası kullandıkları sözcüklere dikkat eder. Kadınların bir bölümü, oldukça nitelikli olan ürünlerini iyi anlatabilmek için özel alanı çağrıştıran terimleri ve nesneleri kullanıyorlar. Bazıları ise verdikleri hizmetin niteliği ne olursa olsun mallarını seçkinleştirmek ve fiyatlarını artırmak için buna başvuruyorlar.

Özel alan çağrışımı veren pek çok özellik, kadınların dükkânlarında düşündükleri bir kamusal alanın -özel alanı barındıran bir kamusal alanın- oluşturulmasına yarıyor. Sonuçta bu tür dükkânlarda özel ve kamusal alanın belli bir dengenin gözetilmesi koşuluyla, bir arada üretildiği söylenebilir. Burada asıl olan kamusal ve özel alan arasındaki dengenin kurulmasıdır. Ancak bu araştırmadaki kimi örnekler, her dükkân işletmecisi kadının bunu yapmasının kolay olmadığını gösteriyor. Buradaki temel sorular, kadınların dükkânlarındaki özel ve kamusal alanı ne tür nedenlerle inşa ettikleri, nasıl yapabildikleri ve daha önemlisi hangi kadınların bunu yapabilme

olanağına sahip olduğudur. Bunlara yanıt vermek için de dükkân açma sürecinde ve sonrasında yukarıda vurgulanan dengelerin gözetilmesinde olduğu gibi aileyle ve ailelerindeki kaynak aktarımıyla ilgili birtakım işlerin kadınlar tarafından nasıl yürütüldüğüne bakmak gerekir. Aşağıda bu konu ele alınacak. Böylelikle bu dükkânlardaki kamusal ve özel alanın inşasının hangi süreçlerde olabildiğini sınırlı da olsa göstermek mümkün olur.

Kadınların ev içi alana, annelerinin sermayelerine nasıl yaklaştıklarının dükkânlarındaki mekânın kamusal ve özel alanın inşası açısından kritik bir rolü bulunuyor. Daha önceki bölümlerde belirtildiği gibi bu araştırmadaki kadınlar dükkân açma sürecinde özellikle de annelerinden sağladıkları sermayelere dayandıklarına, aileden yakın kadınlarla iş birliği yaptıklarına veya "birlikte iş gördüklerine" işaret ediyorlar. Bununla birlikte sınıfsal konum ve eğitim, kadınların hem annelerine ve ev içi alana hem de semte ve semtteki toplumsal ilişkilere bakışlarını farklılaştırıyor.

Ayrıca kadınlar arasında üst orta sınıfa doğru çıkıldıkça ailelerindeki ekonomik ve duygusal sermayenin kamusal alana çıkış biçimi değişiyor. Aşağıda ele alınacağı gibi annelerinin emeğinden ve kaynaklarından söz etme biçimleri farklılaşıyor. İyi eğitilmiş ve yeterli sermayelere sahip olan üst orta sınıfa mensup kadınların annelerinin sermayelerini kamusal alana taşımaları daha kolayken öbürleri için bu rahatlıkla yapılacak bir şey değildir. İkinci gruptaki kadınlar yukarıda işaret edildiği gibi annelerinin emeğini ve kaynaklarını değerli görüp, kamusal alana taşımak isteseler de alt orta sınıfa mensup oldukları için bunu yapmakta güçlük yaşarlar. Dolayısıyla dükkânlarında özel ve kamusal alanı dengeli, yani göze batmayan bir biçimde kurabilenler esas olarak üst sınıf veya üst orta sınıfa mensup olanlardır. Bu nedenle de kadınların aile sermayeleri, bulundukları sosyal sınıf ile kamusal ve özel alanı oluşturma biçimleri arasında çok yakın bir ilişki bulunuyor.

Bunun dışında üst sınıf kadınların ailelerinden, annelerinden söz etmeleri ve buna ilişkin metaforları kullanmaları, dükkânlarının bulunduğu semtte dükkânlarının itibarlarını arttırıyor. Bu da dükkân işleten kadınların ekonomik sermayesini aynı zamanda bu yolla artırmasına yardımcı olur. Daha önce eşraf ailelerinden fertlerle yaptığımız görüşmelerde, bu kişilerin gerek işlerini açarken gerekse işlerini büyütürken sıklıkla aile anlatılarına başvurduklarını gözlemlemiştik (Durakbaşı, Karadağ ve Özsan; 2008; Özsan, 2010b, 2015a ve 2016b). Bu araştırmadaki varlıklı dükkân işletmecisi kadınlar için de bu durum geçerli. Ayrıca işlerini ilerlettiklerini düşündükleri bir aşamada bu tür esnafın, eşrafta olduğu gibi daha güçlü bir aile ideolojisi üretebildikleri görülüyor. Bu tür esnaf semtte kalıcı hale geldiği ve kendisini daha güçlü hissettiği için bu tür metaforları daha kolay üretebilmekte. Oysa yeterli bir ekonomik sermayeye sahip olmayan kadın ve erkek esnaf ise, aile ideolojisine daha sınırlı dayandığı gibi aileyle ilişkili metaforları kullanmaktan çekiniyor. Aşağıda işaret edileceği üzere kimi örneklerde ise birinci gruptan farklı bir biçimde bu dili kurabilmekte.

Yukarıdaki örnekte olduğu gibi küçük dükkân işletmecisi kadınların bir kısmı ailelerinin ekonomik sermayeleri sınırlı olduğu için ailelerinden söz etmiyorlar veya bu tür metaforları kullanmıyorlar. Dükkânlarının atmosferin fazla özel alanı çağrıştırdığını düşünen kadınlar, ailelerinden çok farklı bir biçimde söz etseler de daha çok da semtte yaşayanlarla kurdukları ilişkiler ile semt üzerinden dükkânlarında kamusal alanı inşa etmeye çalışıyorlar. Dolayısıyla dükkânda kamusal ve özel alanı dengeli bir biçimde üretebilme sınıf ve aile olanaklarına sahip kadınların daha kolaylıkla sağlayabilecekleri bir şey. Bu kadınlar için mekânizma basit bir biçimde, ailedeki veya kadınlararası yakın ilişkileri gözetme, kendinin ve ailenin sermayelerini aileden kişilerle müzakere etme, sonunda ise özel alana ait bir jargonla kamusal alana taşımak biçiminde işler. Sonuçta, dükkânlar arasındaki ekonomik rekabet esas olarak dükkânlardaki

özel-kamusal alan üzerinden yapılır. Aslında kadın ve erkek esnafın dükkânlarda kamusal ve özel alanın oluşumu üzerine devamlı bir mücadele vardır. Önemli olansa ne tür bir karışım veya denge arayışından söz edebileceğimizdir.

"Burası yemek sofrası, aile sofrası gibi"

Ben bu işletmeyi açtığım zaman hayatımda bir başka okuldan da aynı zamanda okumaya başladım, çalışmaya başladım. Çünkü o kadar farklı kültürde, farklı deneyimi olan kişiler geliyorlar ki. Yani bizim bu kafe-restoranımızın özelliği başka yerlerdeki gibi yemek ye, iç git şeklinde değil. Yemek sofrası, aile sofrası gibi. Yemek sonrası sohbetlerimiz oluyor. Hep şunu düşündüm, bizim kafenin halleri diye bir yazı yazacağım diye." (52, iç giyim eşyası ve kahvaltı sunumu).

Bu görüşmede sadece dükkânın içi değil, kapının önünde bulunduğumuz ortam da burada kamusal ve özel alan arasında herhangi bir mesafenin olmadığı duygusuna kapılmama yol açmıştı. Bir esnaf dükkânının, dahası kadınların işlettiği dükkânların, ne zaman özel alana dönüştüğü ve nelere göre bunun değişebildiği yeni araştırma konularıdır. Yukarıda ifade edildiği gibi kendi evinin mutfağına referansta bulunma, çok yakın akrabalık kodları kullanarak işini anlatma bu tür dükkânlardaki hizmetin ve satışın genelde önemli bir parçasını oluşturuyor. Dükkân işletmecisi kadınların bunu yapmak için de ayrıca yaratıcı ve etkin olmaları gerekir. Daha önce vurgulandığı üzere, ekonomik ve sosyal sermayeleri az olan kadınlar, bunu farklı biçimde yapmak durumunda kalırlar. Görebildiğim kadarıyla aileleri, ev içi alan ve ev içi emek hakkında konuşurken de genellikle egemen toplumsal normların dışına çıkarlar.

Bu araştırmadaki kadınlar dükkânlarını açarken ailelerindeki birtakım kaynakları elde edebilmek için ne tür yolları deniyorlar? Ailede en fazla kimlerle dayanışma kuruyorlar? Annelerinden ve babalarından hangi sermayeleri esas olarak alabiliyorlar? Kadınların annelerinin ve babalarının sermayelerine bakışları nedir? Bu

kaynakları kamusal alana nasıl taşıyorlar ve nasıl dönüştürüyorlar? Bunlar bu bölümde cevaplamaya çalışacağım sorular. Aynı zamanda araştırmada karşılaştığım bazı örneklerden hareketle babalar, oğullar ve damatlar arasındaki ilişkilere dikkat çekeceğim. Burada amaçladığım, dükkân açma sürecinde ailelerde kaynak aktarımında yaşanan cinsiyet gerilimini ve kadınların işlerini açabilmek ve sürdürebilmek için nasıl organize olduklarını gösterebilmek.

BEŞİNCİ BÖLÜM

AİLEDE KAYNAK AKTARIMI VE CİNSİYET GERİLİMİ



Kişilerin kendi birikimleri ve eğitimlerinin dışında, dükkân açılırken sıklıkla ailedeki kaynaklara başvurulur. Dükkân işletmeciliği, aile ilişkilerini ve sermayelerini görebilmek için dikkate değer bir ekonomik faaliyet tipini temsil eder. Çeşitli araştırmacıların belirttiği gibi dükkân açabilmek çoğunlukla aile fertlerinin katkısını ve aile sermayelerini gerektirir (Rabo, 2005; Leppanen, 2007; Addo, 2017). Ailelerindeki kaynakların türü, hangi sermayenin öne çıkarıldığı, cinsiyete göre kaynakların nasıl dağıtıldığı bu süreçte kritik bir rol oynar. Kaynak aktarımında annelerin ve babaların kız veya erkek çocukları konusundaki tercihleri çeşitli parametrelere göre değişir.

Kadın emeği ve girişimciliği konusundaki feminist literatürde, ailelerde kaynak aktarımında toplumdaki patriyarkinin rolüne işaret edilir. Kadınların bu konuda sıklıkla cinsiyet eşitsizliğiyle karşı karşıya kaldıkları anlatılır. Ayrıca ülkelerin yönetimlerinin çoğunlukla bu durumu görmemezlikten geldikleri, hatta cinsiyet eşitsizliğine hizmet eden uygulamaları tercih ettikleri vurgulanır. Aile içi kaynakların dağılımı ile toplumdaki cinsiyet politikaları arasındaki ilişkilere dikkat çekilir¹.

1 Türkiye'de bu konudaki değerlendirmeler hakkında bkz. (Ecevit, 2007, Özar, 2012; Sallan Gül-Altındal, 2016).

Yine kadınların iş sahipliği ve kadın girişimciliği hakkındaki literatürde, kadınların girişimde bulunabilmek ve birtakım sermayeleri edinebilmek için ailelerinde ne tür müzakerelere ve denge arayışlarına girdiklerine sınırlı da olsa vurgu yapılır². Ancak kaynak aktarımında aile içi ilişkilerin kendisine ve anne-kız, baba-kız ve/veya oğul arasındaki ilişkilere odaklanılmaz. Anne-kız arasında bu konuda yaşanan gerilim, kızların annelerinin sermayelerine yönelik bakışları veya annelerin kızlarına ne tür kaynakları verdikleri ve hangi biçimlerde aktardıkları da irdelenmez. Genel olarak dükkân açma sürecinde ailelerdeki kaynak aktarımındaki sorunlara çok az ilgi gösterilir.

Ailelerde kaynak aktarımındaki örüntüleri görebilmek ayrıntılı araştırmaları ve belli bir bakış açısını gerektirir. Ayrıca araştırmacıların bu veya buna meseleleri odaklanmaya değer görüp görmedikleri ve konuları ele alış tarzı büyük bir önem taşır. Dolayısıyla belli konularda nasıl bir araştırmacı konumu aldıkları dikkate değerdir. Yukarıda ifade ettiğim gibi kadınların iş yeri açma sürecinin, ailedeki kaynakların dağılımı hakkındaki tartışmaları ve gerilimleri en fazla görülebileceğimiz yerlerden biri olduğunu düşünüyorum. Araştırmadaki kadınların dükkân açma sürecindeki deneyimleri, ailelerdeki kaynak aktarımının biçimlerini ve farklı boyutlarını görmek için çok değerli ipuçları sağlar.

Daha önce ifade edildiği gibi kadınların işyeri açma ve dükkân deneyimi, belli bir ekonomik faaliyetin, cinsiyet ile kentsel kamusal alanı nasıl şekillendirdiği ya da aralarında nasıl bir etkileşim olduğunu gösterir. Ama aynı zamanda da aile içindeki ilişkilerin ve kaynak paylaşımının biçimini, kişilerin aldıkları farklı konumları ve buradaki güç ilişkilerini yansıtır. Kaynak dağılımının ailelerde cinsiyet temelinde nasıl yapılandığını görmek için çok elverişlidir. Bunların yanı sıra ailelerin sahip oldukları sermaye türleri ve bunların kritik zamanlardaki dönüşümünde kadınların üslendikleri roller hakkında önemli bilgiler verir.

2 Bu çalışmalardan biri için bkz. Addo, 2017.

Temelden, dedelerden, atalardan kalma böyle bir yapımız var. Eee serbest olmayı işte yenilikler yapmayı seviyoruz ama gerçekten çok zor meslek... Yani benim şimdi çok şükür, hiçbir zaman nakit problemim olmadı. Ailemden dolayı. Yani hep belli bir seviyedeydik zaten. Ben kendim de çalışırken, kendim de para kazanabildim. Hakikaten işkolik derler ya öyle çalıştım...Babam benim o da esnaf. Kendi mesleğinde çok iyi bir yerde olan birisi. Et işi yapıyor babam da. Çocukluğumdan beri hep öyle bir yere çırak olarak girmiş ve kendini yetiştirmiş, şu anda gelebileceği en iyi yerde diyebilirim...Yani böyle böyle getirilmiş bir dükkân aslında burası... Anneannemlerin çok güzel bir tarihi konakları vardı. Tabii yıkıldı. Yıkıldı derken, yandı. Tabii orda yaşanmayınca, göremiyoruz... Yani bilinen, nüfuzlu bir aile. Öyleydi. Özellikle anne tarafım. Konaklar vardı. Onlar hem eşraf hem de başka yerlerde esnafılık yapıyorlarmış...

Ben aslında yüksek okul mezunuyum. İşletme. Daha önce bir sigorta şirketinde finans bölümünde çalıştım. Beş buçuk, altı sene kadar. Sonra işte orda da başkalarıyla çalışmak, ne bileyim... Gerçi çok büyük bir şirketti ama el değiştirmeler falan oldu diye çıkmak istedim. Daha sonra da abimle birlikte bu dükkânı açtık. Aslında ben ortaklardan biriyim. Onbeşinci senemiz bitmek üzere. Zaten gıda işi yapıyordu benim ailem. Hep gıda içindeyiz. Çok yabancı bir meslek değil. Tabii benim işletme mezunu olmam, finans bölümünde çalışmam da ee buranın muhasebe, finans bölümünü yürütmede kolaylık sağladı... Tabii bütün ailem, kuzenlerim, kardeşim üniversite mezunu, ama herkes bir şirkette çalışmaya başlasa da hemen esnaflığa dönüyoruz. Çünkü alışmışız... (41, gıda satışı ve üretimi).

Kadınların Dükkân Açma Süreci

Dükkân açabilmek için gerekli olan ilk maddi giderlerin karşılanması, ihtiyaç duyulan alet-edavatın sağlanması, belediye'deki işlerin yürütülmesi gibi sorunların çözümü büyük bir çabayı gerektirir.

Görebildiğim kadarıyla kadınların bir kısmı ve erkek esnafın yaptığı gibi bu tür işleri yaparken aynı zamanda ailenin ve yakın çevrenin "desteğine" başvurmuş. Araştırmadaki bazı kadınlar ise tüm işleri tek başına yapmak zorunda kaldıklarını ifade ediyor.

Araştırmadaki kadınların birçoğu işyeri açma sürecinde ailelerinin maddi kaynaklarından veya diğer sermayelerden yararlanmışlar. Ancak ailelerinden aldıkları ekonomik sermaye genellikle küçük miktarlardadır. Pek çok çalışmada ifade edildiği gibi dükkân açarken ve sonrasındaki risklerle baş edebilmek için aile kaynakları, aileye dayanan sosyal sermaye ve başka sosyal sermaye türleri büyük bir önem taşır (Lundy, Patterson ve O'Neill, 2017). Bu araştırmada da benzer kaynakların öneminden söz ediliyor. Araştırmadaki kadınların bir kısmı ise banka kredisine başvurmuş. Ancak aldıkları krediler genellikle küçük miktardadır. Bu durum kadınların son zamanlarda artan kredi faizlerini yüksek buluşu, özellikle de banka kredisine sıcak bakmamalarından kaynaklanıyor. Banka kredisi veya başka kurumlardan aldıklarını da gördüğüm kadınlar temelde "destek" veya "yardım" olarak görüyorlar.

Şey düşünüyorum, yani burayı geliştirebilmek adına, Kosgeb'in kadın girişimlerine vermeyi düşündüğü, yardım, yani desteğe başvurmayı planlıyorum gelecek ay. O da hani bir sene içerisinde, işte dükkâna yapılan işletme giderlerini karşılayabilir. İşte kirasına destek oluyor. Yanında birini çalıştırırsan onun sigortasına yardımcı oluyor, o kadar." (30, takı, tişört tasarımı, üretim ve satış işi).

Kadınlara göre dükkân açma süreci aile ilişkileri açısından pek çok zorluğu içerir ve bu nedenle de kadınlar için kritik bir eşiktir. Ailelerdeki fertler arasında bu süreçte pek çok tartışma yaşanır. Annenin ve babanın kaynaklarını kime aktaracağı, verme biçimi ve miktarı büyük bir önem taşır. Dükkân açmayı düşünen kızlar için bu konular dikkatli bir biçimde konuşmayı ve sürekli mücadeleyi gerektirir. Yukarıda belirtildiği gibi aileden, özellikle de annelerinden aldıkları kaynakları türü ne olursa olsun kadınlar genellikle "aile

yardımları" veya "anne desteği" gibi terimlerle anlatıyorlar. Kadınların annelere ve sermayelerine bakışları aşağıda tartışılacağı gibi dikkat çekicidir. Annelerinden aldıkları kaynakları, aile ve anne-kız ilişkileri bağlamı içine yerleştirerek ve temelde duygusal sermaye üzerinden anlatıyorlar.

Araştırmadaki kadınların bazıları dükkân açarken sadece kendi ailelerinin, kimileri ise hem kendi ailesinin hem de eşinin ailesinin sermayelerinden faydalanmış. Bu tür kaynakları teminat gösterecek banka kredisi alabilmişler. Kadınların büyük bir kısmı ise dükkân açarken maddi kaynak bulmada büyük sorunlarla karşılaşmış. Genel olarak ailelerde varolan maddi kaynaklar kız çocuklarından ziyade genelde erkek çocuklarına aktarılmış.

Bu araştırmadaki kadınlar dükkânlarını açarken esas olarak anneleriyle iş birliği yapmışlar. Aşağıdaki alıntı "ev yemeği ve yöresel yemekler" dükkânı işleten bir kadınla yaptığım görüşmeye ait. 2011'de dükkânını açtıktan çok kısa bir süre sonra ciddi bir hastalık geçirmiş ve ardından da eşinden ayrılmış. İlk zamanlarda hastalığı nedeniyle dükkânda olamadığını, bu süreçte annesinin ve kızkardeşinin dükkândaki işleri üstlendiğini ve aynı zamanda oğluna baktıklarını ifade ediyor.

Bu dükkânı 6 aydır falan internetten izliyordum sürekli. Takip ede ede çok cüzzi bir miktara düştü. Devir parasını gördüm. O zaman evliydim. Eşime söyledim işte. Gördü, fena değil dedi. Sonra kız kardeşimle paylaştım bu konuyu. O da bana destek olabileceğini söyledi. O bana cesaret verdi. Gene bir bayan işletiyordu burayı. Ona nasıl yapacağımı sordum. Gelip, görüştük, bana yardımcı olacağını söyledi ve çok iyi bir indirim yaptı... Annem ilk başta geldi yardım için. Yardımcı oluyordu o zaman işte. Yeni açıyorsunuz, ne olacağını bilmeden bir şey yapamıyorsunuz. Sonra ben hastalanınca zaten, çok emeği geçti bir yıl. Annem hep destek verdi, ben yine çalıştım ama hastaneye gidip, gelmem gerekiyordu. O süreçte sabahları geliyorduk, birlikte yemekleri yapıyoduk. Kız kardeşim geldi hafta sonları. O çalışıyor çünkü. Tabii o süreçte annem bende kaldı. (40, ev yemeği ve yöresel yemekler dükkânı).

Dükkân açarken en fazla güçlük yaşayan hem ekonomik hem de başka sermaye türlerine sahip olmayan ailelerden gelen kadınlardır. Bu kadınlar çok istemelerine rağmen eğitimini sürdürememiş. Buna sebep olarak ailelerindeki ekonomik ve kültürel sermayenin yetersizliğini gösteriyorlar. Pek çok alanda büyük bir mücadele vererek dükkânlarını açabilmişler. Bu kadınlardan biri Sivas'tan İstanbul'a göç edip, farklı farklı işlerde ve Kadıköy'de tanınmış bir kitapevinde, ardından da Beyazıt'da çalıştıktan sonra 1990'ların sonunda Kadıköy Akmar Pasajı'nda dükkân işletmeciliğine başlamış. Dükkân açabilmek için düğününde kendisine takılan takıları bozularak elde ettiği para ile Almanya'daki kız kardeşinin verdiği maddi kaynağı biraraya getirmiş. Dükkânını açtığı yerdeki esnafın da bu süreçte büyük bir desteği olmuş.

Param hiç yok. Yeni evlenmiştim. Elime takılan takılarım var, başka hiç bir şey yok. Takılar. Bir de Almanya'da çalışan *ablam* var, işçi olarak. 4 bin mark bana borç para verdi. Çünkü o zaman pasajın bir hava parası var. Kiracı da olsanız var. O zaman dükkânın hava parasını verdik ve kiracı olduk. O dükkâna raf yaptıracak param yoktu. Hatta abartmayayım, evin ekmeğini götürecek paramızın olmadığı günler oldu. Pasajdaki eski arkadaşlar elindeki fazla malı ya da satamadıkları kitapları bana bırakarak, o şekilde açmaya çalıştım.

-Eşiniz?

İkimizin de 10 yılı vardı kitapçılıkta. Eşim de olmasa ben yapardım. Zaten eşimden çok ben işi yapıyordum. Nasıl diyeyim, kitap şeydir, bağımlılık gibidir. O kokuyu aldıktan sonra... Başka zaten mesleğin de yok, o zaman o sana meslek oluyor.

-O zaman burada kadınlar var mıydı?

-Şimdi sahibi olarak kadın 5 kişi gözüküyor, yani dükkân sahibi değil, işletme sahibi demek lazım. Kitap işi çok zor... Yani kitapçı kadınlar çok yıpranmış. Biraz daha böyle öğretmen tipleri... Genelde burada, bana soruyorlar. Öğretmen misiniz? Eğitimci misiniz? Bu ama yıpratıcı... Çünkü bu toplumda kültür hizmeti yapmak zor...

-O zaman nerede oturuyordunuz?

-Halitağa'da. İş yerine yakınlık açısından. Bir de ablamın yanında kalırdım. Kadıköy bana hiç uzak değildi. (46, kitap ve kırtasiye dükkânı işletmecisi).

Yeterli sermayelere sahip olmayan kadınların bazıları ise çok küçük kaynakları aileden yakın başka kadınlarla birlikte ayrıntılı olarak değerlendirecek ve çeşitli ihtimalleri göz önünde bulundurarak dükkânlarını açmış. Eşleri başta kendilerini desteklememelerine rağmen dükkân açtıklarını anlatıyor.

Burda görümcemin berber dükkânı vardı. Hani bize yakın olsun ki biz beş kişi hergün senden yiyelim dedi. Eşimin işi bozulunca karar verdim. Çocuklarım okuyorlardı o zaman. Öyle karar verdim. Eşim de istemedi hatta. Zamanında gelmedi ama sonra işi bozulmuştu zaten. Geldi. Bir aya yakın ben tektim. Sonra geldi eşim. Pazarcılık yapıyordu, çok güzel işi vardı ama bozuldu işi. Çekler falan çıktı... İş bozulunca da pazar tezgahı sattığı parayla borcunu bile kapayamadı. (46, mantı, ev yemekleri üretimi ve satışı).

Araştırmada az sayıdaki kadın ise yine bir kadın arkadaşıyla sermayelerini birleştirerek dükkânlarını açabilmiş. Bu kadınlar, uzun zamandır bir kadın arkadaşıyla dükkân açmayı hayal ettiklerini ve bu konuda esas olarak kadınlara güvendiklerini vurguluyor. Başka araştırmacılar da kadın işletmecilerin birlikte iş yapmak konusunda kadın arkadaşlarına daha fazla güven duyduklarına işaret eder (Hanson ve Blake, 2009; Bkz. Hanson, 2009; Addo, 2017).

Çok ani oldu. Biz çok eski arkadaşız. Yani 25 yıldan fazla. Kardeş gibiyiz öyle söyleyeyim. Her ikimiz çalışıyorduk. İkimiz de turizmciyiz. Evlenip, çocuklar olunca çok büyük aralar verdik. Son iki üç yıldır, her ikimiz adına da konuşabilirim, tekrar çalışmaya karar verdik. Ben emlak işine yöneldim. Çünkü turizmle çünkü örtüşen bir şey gözükiyordu. Severek çalışmadım açıkçası. Bir yıldan fazla o işe devam ettim ama hep şeyimiz, eee merakımız vardı. Bu yeteneği zaten uzun yıllardır olan bir şey. Ama ticari olarak bir şey yapmıyordu. Hani bir atölye tecrübesi falan olmuştu, ama yeteneğine, takı konusundaki, çok güvendiğim için onun yarattığı şeylerin çok güzel olduğunu düşündüğüm için kendi işimiz olsun çok

istedik. Benim aklıma ilk gelen O oldu. Bunu değerlendirmeliyiz bi şekilde... Ben bir ucunda turizmciyim, o bir ucundan tutsun şeklinde. Hani öyle bir fikir olarak vardı. Sonra bir gün ben Kadıköy'de dolaşırken yine böyle takıyla ilgili bir dükkân gördüm. Dedim ki bu işi mutlaka yapmalıyız. Çok ani bir şekilde oldu. Onbeş, yirmi gün içinde karar verdikten sonra dükkân aramaya koyulduk. (45 ve 46, takı üretimi ve kadın giyim eşyası satışı).

Aralarında aynı zamanda akrabalık bağları bulunan dört yakın arkadaşın ortaklık kurarak açtığı bir dükkânda, işyerinin yer aldığı bina ve gerekli olan ilk ekonomik sermaye erkek ortaklardan birine aittir. Satılacak ürünlerin seçimi, tedariki ve satış işleri ise esas olarak iki kadın tarafından yürütülüyor.

Şimdi burası bir ortaklık işi. Aslında resmi olarak iki kişiden, ama o iki kişinin arkasında başka çalışan arkadaşımız var.... Çünkü tek başına yapması mümkün değil. Mesela burdaki takının böyle asılmış hale gelene kadarki aşaması inanılmaz yani. Gidip Tahtakale'den mallar alınıyor. Onlar önceden seçiliyor. Piyasa araştırmaları yapılıyor. İşte çevredeki esnaf ne kadara satabiliyor. Şimdi biz bu işi kurduk. Aslında hepsinin başka işleri vardı. ... seyahat acentasında çalışıyordu. Ben ısıtma, soğutma sektöründe çalışıyordum. İşte Kıbrıs'ta çalışıyordu. Onun eşiyle ayrılması söz konusu oldu. Zaten her şey onunla başladı. İşte o olay bizim patlama noktamız oldu. İşte böyle bir girişimde bulunmak istiyorum arkadaşlar dedi! Böyle bir fikir var kafamda, ne dersiniz? Zaten bina Ona aitti... Şimdi bizim burda aslında dört kişilik arkadaş grubu var ve ben sırtımı onlara yaslıyorum... (49, takı ve süs eşyası satışı dükkânı)

Araştırmadaki kadınlara göre dükkân işletmeciliği, genelde sınırlı bir sermaye dayanır. Bu yönden arkadaşlarla dükkân açmak çoğunlukla iyi bir çözümdür. Bununla birlikte kadınların büyük bir kısmı bunun gerçekte öyle olmadığını düşünüyor. Bu kadınlar ortaklık biçiminde açılan dükkânların ("arkadaş dükkânlarının") işletme ömrünün diğerlerine kıyasla daha kısa olduğu görüşündedir. Onlara göre dükkân işletmeciliği pek çok ayrıntı ve zorluk içerir. İşin özelliği gereği sık sık anlaşmazlıklar yaşanır ve bu durumlarda

ortaklığı sürdürmek güçleşir³. Oysa aile fertleriyle de sorunlar yaşanabiliyor. Ama kadınlara göre bunlara çözüm bulmak yine de daha kolaydır. Bu nedenle arkadaş yerine aileden kişilerle birlikte dükkân açmak daha çok önerilir.

Bununla birlikte dükkân açma sürecinde aile ilişkilerinde pek çok tartışma yaşadıklarını anlatıyorlar. Bu süreçte kadınlar genellikle ailelerindeki yakın kişilerden, özellikle annelerinden "destek" bekliyorlar. Annelerinden ve babalarından aldıkları maddi kaynaklar ve başka sermayeler bu süreçte kritik bir önem taşıyor. Dükkânın açılabilmesi veya beklenmedik ihtiyaçlar için gerekli olan ilk giderler bu kaynaklarla karşılanıyor.

Ancak daha önce ifade edildiği gibi kadınlar için anneden veya babadan alınmasına bağlı olarak alınan kaynağın anlamı ve değeri değişiyor. Annelerinin kaynakları söz konusu olunca kızları asıl olarak duygusal sermayeyi öne çıkarıyor. İlerleyen sayfalarda anne ve kız arasındaki kaynak aktarımı ve anne-kız ilişkisi ekseninde duygusal sermayenin nasıl işlediğini ve hangi anlamlara geldiğini ele alacağım.

Kadınlar dükkân açma kararı verdiklerinde ilk önce bu konuyu kendi ailesindeki kadınlarla özellikle de anneleri ve kız kardeşleriyle konuştuklarını ve onların "desteği" ve "yardımıyla" ticaret hayatına atılmayı başardıklarını belirtiyorlar. Araştırmadaki iki kadından biri 1970'lerde diğeri ise 2012'de doğrudan anneleriyle birlikte dükkânlarını açmışlar. Aşağıda araştırmadaki kadınların, annelerinin ve babalarının sahip oldukları kaynaklara nasıl baktıklarını ve adlandırdıklarını, ne tür anlamlar yüklediklerini göstermeye çalışacağım.

Kadınların Sermayesi ve Erkeklerin Sermayesi

Diane Reay, çocukların eğitiminde annelerin duygusal sermayesinin önemine ve farklı sınıflardan kadınlar için bu tür bir

3 Suriye Halep'teki dükkânlar örneğinde benzer bir tartışma için bkz. Rabo, 2005.

sermayenin ne anlama geldiğine dikkat çeker. Pierre Bourdieu'den esinlenerek kullandığı duygusal sermaye kavramının, ailelerdeki kaynak aktarımının genellikle görmezlikten gelinen bir veçhesini, kadınların kilit rolünü açığa çıkarmada ne kadar işlevli olabileceğini gösterir. Aynı zamanda cinsiyet ile aile kaynaklarının kuşaklararası aktarımı arasındaki ilişkinin kültürel ve sosyal arka planına işaret eder (Reay, 2000 ve 2004).

Aslında bunu dışında da ekonominin ve çeşitli kaynakların anlamının ve aktarımının, toplumsal ve kültürel bağlamla olan bağına ele alan geniş bir antropoloji ve sosyoloji literatürü bulunur. Bunların bir kısmı klasik kaynaklar ve bir bölümü ise günümüze daha yakın çalışmalardır. Bu literatür en temelde iki ana önermeye dayanır. Birincisi, ekonominin sosyal ve kültürel bir mesele olduğu, ikincisi ise ekonomik sistemlerin ve kişilerin ekonomiyle ilgili eylemlerinin ancak toplumların diğer özellikleriyle olan karşılıklı ilişkisine bakılarak anlaşılabilirliği. Dolayısıyla bu çalışmalar, ekonominin ve toplumdaki çeşitli kaynakların dağılımının, sosyal ve kültürel bütünün bir parçası olarak ele alınması gerektiğini vurgular⁴.

Feminist araştırmacılar, kadınların ev içi ve ev dışındaki konumlarının bütünsellik içinde ele alınmasına, özellikle de kamusal/özel alan karşıtlığına mesafeli durulması gerektiğine uzun zamandır dikkat çeker (Davidoff, 1995). Pierre Bourdieu'nün bu noktada en önemli katkılarından biri, sermaye kavramını analizinin merkezine taşıması, kavramın sınıfsal işlevine dikkat çekmesi⁵ ve aynı zamanda da kadınların hanedeki üretimdeki ve sermaye dönüştürmedeki rolünü ele alırken kamusal/özel alan veya formel/informel ayrımlarından hareket etmemesidir (Bourdieu, 1986 ve 2001).

4 Bu konudaki tartışmalar için bkz. (Plattner, 1989; Gudeman, 2001: Bourdieu, 2005; Wood, 2010).

5 Türkçede Bourdieu ve kavramları konusunda fikir açıcı bir çalışma için bkz. (Çeğin, Göker, Arlı ve Tatlıcan, Der. 2007).

Bu araştırmadaki kadınların aile kaynaklarına bakış açıları ise kamusal/özel alan ayrımını yansıtıyor. Diğer bir ifadeyle araştırmadaki kadınlar dükkân açma sürecinde annelerinin sermayelerini, aile hikâyesinin ve bir bütünün parçası olarak anlatırken babalarınınkini kamusal alana ait kılarak veya doğrudan ekonomik terimlerle ifade ediyorlar. Babalarından aldıkları kaynakları daha formel ve ekonomik bir ilişki çerçevesine yerleştirirken annelerinden aldıklarını ise ekonomik mantığın dışına koyarak, anne-kız ilişkisinin bir parçası olarak niteliyorlar. Dolayısıyla araştırmadaki kadınlar için aileden kadınlar ile erkeklerden alınan kaynaklar birbirinden çok farklı anlamlar taşıyor.

Bunun yanı sıra kadınların anlattıklarından ekonomik sermayenin esas olarak erkeklere ait olduğu, kadınlar tarafından çoğunlukla öyle görüldüğü anlaşılıyor. Ailelerdeki kaynak aktarımının yönü temelde cinsiyete göre şekilleniyor. Ailelerde kız ve erkek çocuklar arasında en fazla kaynakların paylaşımında ayrım yapılıyor. Kadınlar işyeri açarken ve benzeri durumlarda ailelerindeki kaynaklara esas olarak başvurduklarını belirtiyor. Dolayısıyla kadınların iş yeri açma kararı ve bu süreç cinsiyete ilişkin ayrımı tam da görünür kılan bir durum.

Kamusal ve özel alan ayrımının, aile sermayelerine ve bunların aktarımına bakışı nasıl şekillendirdiği üzerine yeniden düşünmek gerekiyor. Parasal veya parasal olmayan kaynakların kamusal alana dil ve söylem üzerinden nasıl taşındığı ve temsil edildiği, sermaye aktarımının cinsiyete bağlı olarak nasıl bir örüntü izlediği? bu bağlamda önemli sorular. Bu araştırmadaki kadınlar genelde annelerinin rolünü ve sermayelerini duygusal sermaye ile tanımlıyor. Az sayıdaki kadın ise annelerinin kaynaklarını birbirinden ayırmaya özen gösteriyor.

Şimdi ben zaten öğrenciyken açtığım için burayı, otomatikman birikmiş param yoktu. Annemin desteğiyle açtım burayı. Maddi ve manevi destek öyle söyleyeyim. Çünkü annemin manevi desteği

inanılmaz büyüktür bana. Hani maddiyi geçtim, bir kenara koydum. Mesela burada sattığım bir ürünün parasını bir kenara koydum. Birikim yaptım. Gelen parayla başka bir şey yaptım. İşte onun parasıyla başka bir şey. O şekilde dönüştürmeye çalıştım. Annem çok verici bir kadındır. Bana da kardeşime de..." (29, takı ve tişört tasarımı ve satışı).

Daha önce vurgulandığı üzere kadınlar anne ve babalarından aldıkları kaynakları genellikle "aile yardımı" veya "anne desteği" biçiminde ifade ediyorlar. Miktarı ne olursa olsun ailerinden aldıkları onlar için "yardım" anlamına geliyor. Gündelik yaşamda da ailelerin sahip olduğu kaynağın aile fertlerine aktarımı sıklıkla "yardım" veya "destek" kavramları üzerinden anlatılır. Bu da aktarılan sermayenin hem türünü hem de miktarını görünmez kılıyor. Ayrıca ailelerde kız ve erkek çocuğa göre kaynak aktarımının biçiminin nasıl değişebileceğini görmeyi de güçleştiriyor.

İlginç olan araştırma sırasında aileden, anne veya babadan alınan kaynaklar hakkında konuşurken karşılıklı olarak "aile yardımı" ya da "anne desteği" terimlerini kullanıyorduk. Bourdieu araştırmacının kendi başvurduğu kategorileri sorgulamasının, araştırma etkinliğinin asli bir parçası olduğuna dikkat çeker (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 52-53; Bourdieu, 1986.). Böyle bakıldığında, "aile yardımı", "destek", "anne desteği", "maddi ve manevi destek" gibi basit görünen isimlendirmelerin, ne denli farklı anlam çağrışımlarına sahip olduğu görülüyor. Ailedeki kaynakların, aile fertlerine aktarımı söz konusu olduğunda, sosyal bilimlerdeki "sermaye" kavramı farklı anlam tonlamaları içerir. Gündelik yaşamdaki yukarıdaki kullanımları anlam olarak tam karşılamaz. Ailelerdeki kaynak aktarımı üzerine konuşurken ne tür terimleri kullanabileceğimiz yeterince açık değildir. Türkçe'de daha fazla hukuk jargonu içinde geçen "aynı yardım" ve "nakti yardım", "aile yardımı" tanımlamaları da sosyal bilimlerde bu kaynakları düşündüğümüzden farklı anlam tonlamaları taşır.

Bunların dışında, kadınlar görüşme sırasında annelerinin, kız kardeşlerinin ve kadın arkadaşlarının desteğinden sıkça söz ediyorlar, ama buna karşılık babalarınıninki hakkında ise çok az konuşuyorlar. Dükkân açarken de anlatılarında anneleriyle ilişkileri öne çıkıyor. Dolayısıyla annelerinin konumu ve onlardan aldıkları toplamda yine de daha görünür. Aşağıda görüşmemizden alıntı yaptığım kadının babası, Üsküdar'ın tanınan ve köklü esnaflarından biridir. Annesi de uzun bir zamandır çeşitli biçimlerde (evde ürettiği veya ucuz fiyata aldığı ürünleri başka yerlerde satarak) esnafılık yapıyor. Araştırma sırasında ise ürünlerini kızının dükkânında satışa sunuyordu.

Annemin 20 yıllık çalışma hayatı vardı, tekelden emekli oldu. O günden sonra annemi tutamadık biz. Annem aslı boş kalmaz. Tişört satar, iç çamaşırı satar, buluz satar. Şimdi babam vefat ettiğinden bana yardımcı oluyor. Artık dükkânı açıyor. Burda satış yapıyor. İpler örer, kapının önünde sepetimiz var. Biz medikaliz ama annem de çok güçlü bir karakter. Benim annem de şu anda 65 yaşında, ama asla aç kalmaz. Yoldan geçerken bile mutlaka birine bir şey satar ve o gününün ekmek parasını çıkartır. Evde de çiçekler, böcekler yapar. (47, medikal ürün satışı dükkânı).

Yukarıda belirtildiği gibi araştırmadaki kadınlar özellikle de annelerini ve onların sermayelerini anlatırken "destek" ve "yardım" terimlerini kullanıyorlar. Annelerinden ve sermayelerinden konuşurken onları esas olarak ev içindeki rolleri ve çoğunlukla duygusal sermaye üzerinden tanımlıyorlar. Aşağıda kadınların annelerinden aldıkları kaynaklara genel olarak nasıl baktıklarını, annelerinden ve onların sermayelerinden nasıl söz ettiklerini ele alıyorum. Aynı zamanda duygusal sermayenin anneleri ve kızları açısından hangi anlamlara geldiğini, nedenlerini ve bunun hangi parametrelere göre değiştiğini göstermeye çalışıyorum.

Annelere ve Sermayelere Bakışlar

Annelerin ve babaların kaynaklarının çocuklara nasıl aktarıldığı sosyal bilimlerde her zaman önemli bir konu olmuştur. Hangi çocuğun eğitim açısından desteklenip desteklenmeyeceği, çocuklar arasındaki iş bölümü ve meslek seçimi gibi meselelerde her ailede şu ya da bu ölçüde tartışmalar ve müzakereler yaşanır. Bu araştırmadaki kadınların işyeri açma ve yürütme süreçlerinde ailelerinde bu tartışmaları yaşadıkları anlaşıyor. Özellikle dükkân açma sürecinde anneler ile kızları arasında pek çok hassas dengenin gözetildiği, karşılıklı talep ve sıkıntıların paylaşıldığı, sıklıkla da uzlaşmaya varıldığı konuşmalar yapılmıştır.

Araştırmada yer alan kadınlar ile anneleri arasındaki ilişkiler, dükkân açma sürecinde ve sonrasında çeşitli parametrelere göre değişmiş. Aralarındaki ilişkinin şeklini en fazla görebileceğimiz yerlerden biri anne ve kızın birlikte dükkân açma girişimidir. Bu araştırmadaki kadınlardan ikisi anneleriyle birlikte dükkânlarını açmıştı. Burada önce bu görüşmelerin üzerinde ayrıntılı olarak duracağım. Aile içi ilişkilerin, özellikle anne ile kız ilişkisinin farklı boyutlarının bu örneklerde net bir şekilde görüldüğünü düşünüyorum. İlk alıntı, terzi ve tadilat dükkânı işleten bir kadınla yaptığım görüşmeye ait. Bütünlüğünün bozulmaması için uzunca bir kısmı aynen aktarıyorum.

Annem çok güzel dikiş dikerdi

64'te annemle birlikte dükkân açtık. Annemle birlikte İstanbul'a gelip, dükkân açtık. Başka hiçbir yerde bir çalışma hayatım olmadı benim. Annem çok güzel dikiş dikerdi. Tabi ki anneme güvenerek yani ben açtım o dükkânı. Ben, o seneden beri bak dükkândayım, hâlâ da devam ediyorum.

Dükkânı nerede açtınız?

Kadıköy'de. Yoğurtçu Şükrü Sokağında. Evimiz de oradaydı zaten. Eviminizin yanında bir dükkân açtık. Orda ben dikiş dikmeye başladım... Yani 18 yaşında yoktum veya da vardım. Ama çok ba-

şarılı, hatta ablam da bizimle beraberdi. O da geldi, ama o beceremedi. Bıraktı, bankacı oldu sonra. Biz 71 senesinde de annemle birlikte çalıştık. Ama orda çalışırken, Çemberlitaş'ta bir kursa gittim. Benim işimle hiç alakası olmayan bir kurs. Orda da çok başarılı oldum. Teknik ressam kursuna gittim. Mesleğimi bırakacağım, teknik ressam olacağım diye. Orda 2 sene kursa gittim. Orda da çok iyi dereceyle mezun oldum. İş bırakacağım diye?

Neden?

Bilmiyorum. Ben böyle düz çizgide çok başarılı, çok başarılı oluyordum. Mesela stilistik kursuna gittim, hiç başarılı olamadım, yapamadım yani, çizemedim. Ama beynimdeki şeyi kaleme dökmek istedim. Resim şeyim yok benim. Kızkardeşim ressam. Niye resim kursuna gitmek istedim, onu da bilmiyorum. Sonra 71 senesinde, 8 Ağustos'ta bak hiç unutmuyorum, bu dükkânı açtım. Moda Caddesi'ndeki Neşe Sokağı'ndaki dükkânımı açtım. Butik olarak açtım. Ama dikiş de dikiyorum bir yandan. Ama benim amacım, orada satış da yapmaktı. O zaman yurt dışından gelen işte kazaklar falan, çok da başarıyla, yani hem dikiş yapıyorduk hem satış yapıyordum burda. Fakat benim arzum neydi biliyor musunuz? 10 sene yapabildim onu, kendi yaptığımı, kendi ürettiğimi vitrinde görmekti benim arzum. Onu başardım, orda, o dükkânda. 71'den 84'e. 14 seneye yakın Neşe sokakta. 13 sene sonra imalat yapmama, bir kız vesile oldu, benim çok sevdiğim hâlâ da çok sevdiğim Yahudi bir arkadaşım vardı. Osmanbey'de bir dükkânı vardı onun. O triko işi yapıyordu. Aynı sokakta oturuyoruz. Kadife Sokağı'nda oturuyoruz. Akşamları ben onlara gidiyorum... Ben kendi imalatımı yapmak istiyorum. Çünkü kendi yaptığımı vitrinde görmek istiyorum. Çünkü onda, A'dan Z'ye kadar siz yapıyorsunuz. Kumaşı alıyorsunuz. Kalıp çıkarıyorsunuz. Modeli siz kafanızda tasarlıyorsunuz. O tasarladığınızı kalıba döküyorsunuz ve malınız toptan satılıyor, vitrinlerde görüyorsunuz. En çok arzu ettiğim şeydi benim. Onu başardım yani. Dükkân hâlâ burdaydı, Neşe Sokakta. Bana dedi ki gel, sen çok seviyorsun bu işi dedi. hâlâ görüşüyoruz. ... Bir gecede karar verdik. Dükkân hazır duruyor çünkü. Ertesi günü gittik, ben tabii kumaşçı tanımam. Hiç kimseyi tanımam. Yani toptan, çünkü şey veriyorlar size. Vadeli alıyorsunuz. Beraber gittik. Bu Yahudilerin kumaşçı arkadaşları çok var. Kumaşları aldık, ben modelleri çıkardım. Bir atölye bulduk. Nur içinde yatsın, çok sevdiğim bir insandı. Çok usta bir atölyeciydi. Bir atölye bulduk.

O atölyeye dikiş diktirmeye başladık. Yani orda başladım ben işe. Ben atölyeciliği hiç bilmiyorum....Çünkü dikiş bildiğim için ve bir de çok seviyorum ya hemen dükkânımın yanındaki dükkânı da tuttum. 3 arkadaş biz, mezun olduk. Modelistlik kursu açtık oraya. O modelistlik bürosunun adı, yani dükkânımın adı Repete modelistlik bürosu. Şimdiki imalatamın da yeri. Tabii orada başladım ben imalata. Başladım sayıyorum ben. Kalıp çıkarmakla başladım. Birkaç büyük firmayla orda 3 ortaklık. Kalıp çıkardık. Sonra ortaklarımız ayrıldı ve ben tek başına kaldım. O zaman arkadaşım, biraz önce söylediğim kız arkadaş, bana dedi ki gel dedi, beraber başlayalım dedi. Başladık beraber. Ama o kadar çok seviyorum ki işimi, ilk sene 5 bin parça mal sattım. Kalıplar benden, modeller benden. Her şey bende. Kumaşıydı, ipliği idi, modeliydi, her şeye ben bakıyorum. Bütün tasarım bende. Yurt dışına gidiyorum, şey yapıyorum, fuarlara gidiyorum, defilelere gidiyorum, ama aşığım işime yani, aşığım, yani ben işte genç kızların hayali olur ya? İşte evlenmek isterler, gelin. Ben de bunların hiçbirini olmadı, çünkü âşıktım ben işime. Böyle, işte kısmetlerim çıkıyordu, diyordum aa! yok ben asla olmam, yani yazık olur adama diyordum. Çünkü ben diyordum önce benim işim. O kadar çok seviyordum işimi.

Modelistlik kursu neredeydi?

Mediha Yener, Çarşıdaydı. Direkli pasaj var ya, onun üst katındaydı.. Ondan sonra, sonra yine bir arkadaşım daha var, o da imalat yapıyordu. O da kalıp çıkarıyordu. Her sezon ben 60,70 tane kalıp çıkarıyorum. Sabah kalkıyorum, Moda'daki dükkânım, o Neşe Sokağı'ndaki dükkâna geliyorum. Kalıplarımı çıkarıyorum, ondan sonra atölyeye, Osmanbey'deki atölyeye gidiyorum. O atölyeden sonra baktım ki olmadı. Adamcağız hasta oldu, kaybettik. Kanser oldu, kaybettik ve çok süper bir ustaydı, yeni ben ondan, atölyeciliği ondan öğrendim. Çünkü atölyecilik hakkında bir bilgim yok. Ben siparişçiyim çünkü. Sipariş dikiyorum yani. Ama her şeyi o adamdan öğrendim. Atölyeciliği ondan öğrendim... Orda da çalışan çok iyi bir usta var, içki içiyor yalnız fazla. Ee başında da bir bayan eleman var, kadın korkunç bir kadın yani. Acayip işini seven, benim gibi işini seven, yani atölyeyi idare eden şey kadın. Ya dedik ki, orda çalışan çocuğa yardım edelim... İşte bir makina ben aldım, bir tane makine o aldı, bizimiz resmi aldık, o usta olan adama atölye kurduk. Kadını da başına aldık. Adam öldü. Atölyem dağıldı çünkü. Atölyeyi kurduk çocuğa, biz orda çalışan çocuğa. [O

zaman] bana bağlı bir atölye oldu, yani sırf bana diyor. 2007'de annem öldü, 2005'de bıraktım [annesinin hastalığı sonucunda bırakmış]. Ama ben imalatı 2005'te bıraktığım zaman çok gözyaşı döktüm, çok ağladım, çok ağladım. O kadar ağladım ki hatta vapurda genç bir çocuk geldi yanıma. Böyle nasıl akıyor gözümden yaşlar. Herkes sevgilisi için, kocası için, kardeşi için ağlar, bilmem ne için... Zannetti ki ben yani sevgilim falan bir şey oldu da ağlıyorum zannetti. O kadar üzuldüm, ölmek istedim, o zaman, o kadar çok seviyordum işimi, yani imalat acayip zevkli bir meslek. (66, terzi ve tadilat).

Bu alıntıda öncelikle dikkat çeken nokta, görüştüğüm kadının mesleğine, meslek kimliğine ve dükkânına tutkusunu öne çıkarmasıdır. Anlatısında kendi hayatının merkezine mesleğini koyuyor. Evlilik ile "mesleğini gereği gibi sürdürme" arasında yaptığı tercihi net bir ortaya koyması da aynı biçimde önemlidir. Bunların yanı sıra dükkân açarken anne-kız arasındaki dayanışma ve iş birliği fark ediliyor. Dolayısıyla bu anlatıda kızının kendi dükkân açma deneyiminde annesini nereye koyduğu açıkça görülüyor.

Kızının iş öyküsüne ilişkin anlatısında başka noktalar da aynı ölçüde dikkat çekicidir. Örneğin anne ve kızı çok uzun bir süre terzi olarak çalışmalarına ve işin pek çok yönü hakkında yetkin olmalarına karşın kızı kendisinden ve annesinden usta olarak bahsetmiyor. Hatta annesinin çok iyi dikiş diktiğini söylemesine rağmen onu "terzi" olarak anlatmıyor ya da bu noktanın altı çizilmiyor.

Kızının anlatısında, annesinin ve kendisinin işlerinin kamusal görünürlüğü söz konusu olduğunda erkeklerle olan mesleki ilişkisi daha fazla öne çıkıyor. Özellikle ustalarla kurduğu mesleki ilişkiler sayesinde dükkân işletmeciliği alanında annesininkinden çok farklı farklı bir evreye ulaşıyor. Yani "annesinin kızı olmaktan ve özel alandan" çıkıp, kamusal görünürlüğü olan bir kadına dönüşüyor. Anlatısında bir yandan annesi bir yandan da usta olarak tanımlandığı erkekler bulunuyor. Bu iki figür temelde bir karşıtlık ilişkisi içine yerleştiriliyor. Usta gördüğü kişiler esas olarak erkeklerdir. Bunun

önemli nedenlerinden biri, "ustalığın" esas olarak erkeklere özgü bir konum olarak görülmesidir. Bunların yanı sıra atölyeciliği yaptığı diğer işlerden daha fazla önemli görmesinin nedeni de model oluşturmak, çizim ve tasarlamak gibi üretim süreçlerinin "daha değerli" görülen kısımlarının ancak bir atölyede yapabilmesidir. Dolayısıyla işin onu "sıradan bir terzi" olmaktan çıkaran adımları bunlardır.

Bunların dışında, anlatısından annesiyle birlikte başka kadınlarla da yakın bir dayanışma ve iş ilişkisinin olduğu görülüyor. Ancak kendisinin yaptığı işin kamusal görünürlüğü söz konusu olduğunda bu kadınlar çoğunlukla daha geri planda kalıyorlar. Bu görüşmede kritik konulardan biri ise kendisinin kız enstitüsü mezunu olmasıdır. Kız Enstitüsü mezunu olmanın onun için çok büyük bir önemi var. Çalışma yaşamındaki başarılarını temelde bu okuldan aldığı eğitime bağlıyor. İşindeki başarı öyküsünü aldığı "sağlam eğitime" dayandırıyor. Kendi eğitimine nasıl baktığını ve bu konudaki tartışmayı yukarıda anlattığım için burada tekrar yer vermeyeceğim.

Aşağıdaki ikinci alıntı ise, giysi geri dönüşüm dükkânı işleten bir kadınla yaptığım görüşmeye ait. Fransızca öğretmenliği mezuniyetinden sonra pedagojik formasyon alarak 10 yıl ilkokul öğretmenliği yapmış. 2012'de ise kızı ile annesi birlikte ilk dükkânlarını açmışlar.

Annem inanılmaz çamaşır yıkar

Burayı açma işi, bir gün Antalya'da, benim ailem Antalya'da oturuyor. Hep beraber Antalya'da annemin evinde toplanırken... Ben çocuk doğduktan sonra işi bıraktım. Boş duramıyorum. Annem hastalık derecesinde çamaşır yıkar ve çok iyi çamaşır yıkar. Yani inanılmaz çamaşır yıkar. Annem gibi bir kadın tanımadım. O kadar muhteşem yıkar ki... Ya ben boş duramıyorum, bir şey yapmam gerekir. Antalya'da o ağustos ayında anne çamaşırhane mi açsam dedim. 3.5 yıl önce. Sonra ikinci el açsak mı dedik. Böyle bir şeye girelim. Vintage kıyafetler falan, ben de sana destek olurum diyince, ben destek olunca, annem, tamam o zaman beraber yapalım. O daha girişimci ve daha sosyaldir. Zaten hani ben onun kadar sosyal ve güler yüzlü değilimdir. Sonra aradan iki yıl geçti çok hızlı bir

şekilde geliştirdik. Ama zaten annem bu işi yapıyordu. Kıbrıs'ta. Babam iş için Kıbrıs'ta olduğu için Kıbrıs'ta yaşıyordu. Kıbrıs'ta İngilizlerle bu işi yapıyordu zaten. Hani anne dedim, bildiğin bir şey. Bana da cazip geldi. Çok farklı bir fikir, vintage kıyafetler, retro kıyafetler, böyle bir şey yapabiliriz derken Eylül ayında valla girdik. Açtık dükkânı. Ama dediğim gibi annemin biraz işi biliyor olması, ben hiç anlamıyorum ve yıkama konusunda çok hassas olduğu için bu işe girdik. Yani şeyi biliyor, onlara bir bakım yapmayı ve düzen kazandırmayı. Çünkü bu kıyafetleri yıkamak çok sorun yani yakırken ayırıştırmayı çok iyi yapmanız gerekiyor. Aslında annem eve kadını ama çok yetenekli, girişimci ruhu çok fazla olan ve Allah'tan babam hep destektir ona yani arkasında babam, sen yaparsın deyip destek olmuştur. Dükkânda ilk iki yıl annemle beraberdik, şimdi bana sadece ürün konusunda destek çıkıyor. İşte Kıbrıs'tan işte falan ürün topluyor, yıkıyor, ütülüyor, bakım yapıyor, bana kolileyip gönderiyor. Şu an o, bu şekilde beraber çalışıyoruz. O yüzden böyle bir şeye annem sayesinde girdim. Bunda anne-kız arasındaki destek önemli. Cesaret edemezdim. Ben maaşlı çalışmaya alışmış birisi olarak giremezdim. Sermaye konusunda da babam çok destek çıktı buraya. Çok destek çıktı. Maddi anlamda da yani yine cesaret edemezdim. İstanbul gibi bir yerde. Ben çok şanslıydım, benim ailem çok destek oldu, eşim, babam falan. (37, annesi 52, giysi geri dönüşüm).

Bu görüşmede annenin ve babanın sermayeleri değerlendirilirken aralarında belli bir denge gözetiliyor. Bununla birlikte anneye ve sermayelerine bakışı çelişkili ve farklı okumalara açık. Annesinin emeğini ve becerilerini birçok kez, hatta abartılı vurgulamasına rağmen bunu babasından edindiği sermayeden ayırır ve denk bir biçimde görmez. Aslında "parasal veya maddi kaynaklar" en temelde babasına aittir. Araştırmadaki başka görüşmelerde de ekonomik sermaye temelde babaya ait kılınıyor ve ekonomik terimlerle ifade ediliyor. Ne olursa olsun annelerin kaynaklarından bu şekilde söz edilmiyor. Böylelikle annelerin sermayeleri, aile ilişkilerinin (anne-kız ilişkisinin) ve annelerden kızlarına aktarılan duygusal sermayenin bir konusu haline getiriliyor. Kadınların sermayelerinin kamusal alana çıkışının ve temsilinin ne kadar güç olduğu buradan fark ediliyor.

Aslında görüşmelerin geneli, kadınların cinsiyet rollerini çok temelden sarsmadan, kendilerini değerli kılma ve güçlenme yollarını bulduklarını gösteriyor. Yine kadınların anlatılarının çoğununda babayla ilişkileri esas olarak para "desteği" ile sınırlı kalıyor. Anneleriyle ilişkilerini ise bir bütün olarak anlatıyorlar. Annelerine ilişkin anlatılarında annelerin kızlarına doğrudan para verip vermediklerinden bahsedilmiyor. Bu da önemli bir bulgu. Aşağıda daha uzun bir sürece ve anne ile kızı arasındaki ilişkiye odaklanarak bunun nedenlerine kısmen değinilecek.

Yine genel olarak baktığımızda, kızlarının anneleri hakkındaki değerlendirmeleri, toplumda kadınlara ilişkin cinsiyete dayalı iş bölümü şemasını ve kamusal/ayrımını, bunun üzerinden kurulan patriyarkiyi içeriyor. Annelerinin "iyi dikiş dikebilmeleri" ve "iyi çamaşır yıkayabilmeleri", en temelde aile içinde ve aile için değeri olan becerilerdir. Kızları annelerinin bu becerilerini anlatırken genelde sıkça karşılaştığımız hegemonik aile ideolojisine dayanan cinsiyet kodlarını kullanıyorlar. Annelerinin emeğine ve sermayelerine bakışları, ev içinde alışık olduğumuz (geleneksel) cinsiyet rolleriyle sınırlı gözüküyor.

Bununla birlikte bu konuda tersi bir sav da ileri sürülebilir. Şöyle ki araştırmanın toplam verilerine bakıldığında, dükkân açma sürecinde kızları ile anneleri arasındaki dayanışma daha fazla belirleyici. Aslında bu süreçte ve sonrasında kızları ile annelerinin ilişkileri karşılıklı olarak değişiyor. Birbirine bakışları da öncekinden çok farklılaşabiliyor. Görüştüğüm kadınlar, annelerinin evde yaptıkları işleri ve emeğini giderek daha değerli gördüklerini ifade ediyor. Bu süreçte hem kendilerinin hem de annelerinin değiştiğini anlatıyorlar. Bu da ikisini de güçlendiren bir deneyim. Giderek de annelerinin becerilerini, ev içinde sıradanlaşan faaliyetlerini çeşitli biçimlerde dükkânlarına ve semtteki kamusal alana taşıyorlar. Dolayısıyla başta annelerinin kaynaklarını ev içiyle sınırlarken ve duygusal sermaye üzerinden anlatırken, dükkân açtıktan sonra bunu

belirgin bir biçimde dönüştürme çabasına giriyorlar. İlginç bir biçimde annelerinin emeği kamusal alanda bu süreçlerde konuşulabilir hale geliyor. Annelerinin duygusal sermayesinin dönüştürülebilmesi ve kamusal alanda temsil edilebilir olması için bu süreçler gerekiyor. Moda'nın semt olarak buradaki önemi, kadınların dükânlarının nispeten fazlalığı ve kadınların evlerinde ürettiği ürünlerin Moda'da çeşitli mekânlarda zaten sık sık sergilenmesinden ileri gelir. Sergilenirken de hegemonik aile söylemine, cinsiyete dayalı iş bölümüne ve alışıldık cinsiyet rollerine genelde vurgu yapılmaz. Bu da kadın emeğinin kamusal temsiliyi kolaylaştırır.

Bunların dışında, kadınların aile kökeninin ve sosyal sınıf konumunun, onların annelerine yönelik değerlendirmelerini nasıl şekillendirdiği konusuna sosyal bilimlerde yeterince ilgi gösterilmez. Yukarıda belirttiğim gibi kadınlar, annelerinin sermayelerini ve ailedeki rolünü genellikle "duygusal sermaye" ile sınırılıyorlar. Aslında bu çok yaygın bakış açısıdır. Nitekim sosyal bilimlerde bu bakış açısına sahip, hangi konu olursa olsun kadınların duygusal sermayesini sadece öne çıkaran birçok çalışma görebiliriz. Oysa meydan okunmamız gereken ilk konulardan biri budur. Ayrıca Diane Reay, kadınların ev içinde çocukların eğitimindeki rollerini anlatırken (2000 ve 2004, Bkz. Öztimur, 2007) duygusal sermayenin de diğer sermayeler gibi sınıfsal farkı içerdiğini vurgular. Bazı kadınların söz konusu duygusal sermayenin bedellerini nasıl ödediklerine dikkat çeker. Ancak birçok çalışmada kadınlarla ilgili işin bu yönünden söz edilmez.

Araştırmadaki kadınların, annelerine ve sermayelerine bakışları, sınıf kökenlerine göre çok değişebiliyor. Kendileri veya anne-babaları üst orta sınıf kökenli olmayan kadınlar, annelerinin emeğinden ve becerilerinden söz ederken "annem çok iyi çamaşır yıkardı", "çok iyi dikiş dikerdi" gibi cümleler kuruyorlar. Buna karşın üst orta sınıf kökenli olanlar ise "annem çok iyi bir aşçıydı", "çok iyi bir terziydi" biçiminde anlatıyorlar.

Annem çok iyi bir terzi ve çok iyi bir aşçıydı

Babamı ben çok küçük yaştayken kaybettim. Annem ev kadını aslında. Enstitü çıkışlı. Yani aslında annem çok meraklıydı mutfığa. Ben de onunla meraklıydım. Yani annem çok iyi bir terzi, çok iyi bir aşçı, çok yani. Çok önemli bir katkısı olmuştur diye düşünüyorum. (56, pizza üretimi ve satışı).

Kendi ailesinin ve eşinin sermayelerini biraraya getirerek açtığı dükkânında seçkin ürünler satan kadınlardan biri de annesini anlatırken, onun sık sık "çok iyi bir aşçı" olduğunu ifade ediyor. Annelerinin duygusal sermayesini kamusal alana taşımak ve dönüştürebilmek bu kadınlar için daha kolay. Duygusal sermayeye dair sınıfsal fark, sadece bir derece farkı gibi gözükse de gerçekte öyle değildir. Bu fark, kadınların dükkânlarındaki özel alanı kamusal hale getirmelerinde ve semtteki itibarlarında kilit bir rol oynar. Aynı zamanda belli sınıflardan kadınların semtteki itibarlarını artırmanın yolu olarak görünüyor ve sıklıkla da sosyal ve ekonomik sermayeye çevrilebilir (başka bir bağlamda karşılaştırma için bkz. Ayata, 1988). Sonuçta alt orta sınıf kadınlar ile klasik orta sınıf veya üst-orta sınıf kadınlar arasında duygusal sermayeyi başka sermaye biçimlerine dönüştürmede belirgin farklılıklar vardır.

Ayrıca yukarıda vurgulandığı gibi kadınların "iyi eğitilmiş olmaları", onların annelerinin emeğinden ve becerilerinden konuşmalarının önünde engel olabiliyor. Araştırmada görebildiğim kadarıyla, iyi eğitilmiş kadınlar kamusal alana girebilmelerini aldıkları eğitime borçlu olduklarını düşünüyorlar. Bununla birlikte kamusal alana çıkışlarını eğitimle sınırlamaları, eğitilmiş kadınların annelerinin emeğini ve sermayelerini görmelerini engelliyor. Bu da hem kızları hem de anneleri için ilişkilerinde büyük bir gerileme dönüşebiliyor.

Ailede Kaynak Aktarımı: Kızlar, Oğullar ve Damatlar

Küçük işletmeler ve kadınların iş sahipliğiyle ilgili literatürde, işin kuruluşu sürecinde ve daha sonra karşılaşılabilecek risklerle başedebilmede işletme sahiplerinin aile ve akrabalık ilişkilerinin

rolüne, bu çerçevedeki ekonomik ve sosyal sermayeye dikkat çekilir (Lundy, Patterson ve O'Neill, 2017; Addo, 2017). Ancak bu süreçlerde ailelerde kaynak aktarımının tam da nasıl yapıldığı ve cinsiyet boyutu araştırılmaz. Oysa işyeri açabilmede ve kritik zamanlarda gerekli olan kaynağı edinebilmede cinsiyet en önemli parametreyi oluşturur. Ailelerdeki ilişkilerin nasıl şekillendiğini, aile içindeki güç ilişkilerinin ve kaynak bölüşümünün niteliğini görmek için cinsiyet gözden kaçırılmaması gereken en temel noktalardan biridir. Kuşaklar arası maddi veya simgesel kaynak aktarımı, cinsiyet ilişkilerinin yeniden üretiminin ve dönüşümünün odağında yer alır. Aileler tarafından sağlanan gerek parasal gerekse diğer kaynaklar (kültürel, sosyal, duygusal sermaye gibi simgesel sermayeler) alt sınıflarda daha çok yaşamın idame ettirilmesine, orta ve üst sınıflarda ise yeni kuşakların toplumsal olarak yükselmelerine yarar. Bazı araştırmacıların ileri sürdüğü gibi kadınlar, kuşaklar arası maddi yükümlülükler ekonomisinin tam da merkezinde yer alırlar.

Kız evlatlar olarak, annelerine yakınlıkları, onların akrabalarla ilgili sıkıntı ve sorumlulukların içine erkek kardeşlerinden daha çok çekilmesine yol açar; akrabalar yaşlandığında da onlardan daha çok şey beklenecektir. Anneler olarak, çocukların eğitimine ve onlara derslerinde yardım etmeye gün içinde daha fazla zaman ayırırlar; kızları anne olduklarında ise, onlara aile içi faaliyetleriyle mesleki faaliyetlerini bağdaştırabilmeleri için yardım edeceklerdir"⁶.

Bunlara karşın kadınların ekonomik faaliyetleri konusunda girişimde bulunurken ailedeki kaynaklara başvurup vurmadıkları, aile sermayelerinin kadınlar için ne anlama geldiği, aile içi ilişkiler, bu süreçte kadınların anneleriyle veya aileden yakın diğer kadınlarla girdikleri müzakerelerden sosyal bilim çalışmalarında genellikle söz edilmez⁷ Bu araştırmadaki kadınlar dükkânlarının nasıl

6 Jean-Pierre Terrail, 2015:227.

7 İstanbul'da gecekondü mahallerindeki küçük çaplı üretimde egemen cinsiyet ve akrabalık ideolojisinin, emek ve güç ilişkilerinin kuruluşundaki rolünü ele alan Jenny White'in çalışması (1999) önemli bir katkı sunuyor. Ancak çalışmasından ailelerde maddi veya diğer kaynakların aktarımı ile cinsiyet ilişkisine dair bilgi edinmek mümkün olmuyor.

açtıklarını anlatırken, aile ilişkilerini ve aile kaynaklarının çocuklara aktarımının izlediği güzergâhları öne çıkarıyor. Dükkânlarını açmadan önce ise bu konuyu aileden yakın kadınlarla, özellikle de anneleriyle konuştuklarını belirtiyorlar. Dükkânda nasıl bir iş yapmayı düşündükleri, kullanacakları kaynaklar ve dükkânın yeri konusunda tartıştıklarını, belli noktalarda uzlaştıklarını kimi yerlerde ise önemli anlaşmazlıklar yaşadıklarını ifade ediyorlar. Özellikle de ailede kaynakların paylaşımı, iş bölümü ve dükkân işinin nasıl yürütüleceği, kimin ön planda olması gerektiği konularında bu tartışmalar yaşanıyor.

Dükkân açma sürecinde ve sonrasında ailelerdeki kaynak aktarımında, aile fertlerinin meslekleri, eğitim düzeyleri, yaşları, gelir düzeyleri gibi pek çok faktör etkilidir. Ama aile içinde aktarılan kaynakların türünü ve büyüklüğünü asıl belirleyen faktör işletmecinin cinsiyetidir. Anneler ve babalar dükkân açan çocuklarının kız veya erkek olmasına göre farklı kaynaklar aktarıyorlar. Görüştüğüm kadınlar, anne ve babaların genelde erkek çocuklara daha çok parasal kaynak aktardığını ifade ediyor. Bunu bir düzeyde de "doğal" karşılıyorlar. Bunun yanı sıra kendilerinin elde edecekleri daha sınırlı ölçüdeki kaynaklar için aile içi müzakerelerde ve ilişkilerin sürdürülmesinde erkek kardeşlerine göre daha fazla gayret göstermek zorunda olduklarının farkındadırlar. Çeşitli çalışmalarda belirtildiği üzere iş sahibi olmalarında veya çalışma yaşamlarının genelinde aile içi ilişkileri bağdaştırmaları (dengelemeleri) ve müzakere etmeleri kadınlardan beklenir (Addo, 2017). Ancak pek çok kadın için bu kolay bir süreç değildir.

Bu araştırmadaki kadınların büyük bir kısmı dükkân açmadan önce anneleriyle veya aileden yakın kadınlarla bu konuyu konuştuklarını ve kararı ortaklaşa aldıklarını ifade ediyor. Dükkân açma aşamasında kaynakların kız ve erkek çocuklar arasında nasıl bölüşüleceği, hangi çocuğa ne tür ve hangi büyüklükte bir sermaye sağlanacağı, hangi çocuğun bu sermayeyi hakkıyla kullanabileceği ve

sonuçları üzerine ciddi tartışmalar yaşanmış. Aile içi gerilimlerin cinsiyet boyutunun en billurlaştığı yerlerden biri burasıdır. Dükkân açma sürecinde aile içi ilişkilerin şeklini ve buradaki konum alışları açabilmek için ailedeki kaynak aktarımı konusunu daha ayrıntılı olarak ele almak gerekiyor.

Dükkân açma döneminde anneleri tarafından kızlara sağlanan sermaye, erkek çocuklara verilene kıyasla daha küçük olsa da kritik bir önem taşıyor. Sağlanan maddi kaynaklar (annelerinin kira gelirleri, kendi veya eşlerinin emekli maaşlarının bir bölümü ile takı ve ziynet eşyaları bozdurularak elde edilen maddi kaynak), anneler tarafından genellikle uzun bir döneme yayılır. Aslında aktarılan bu tür kaynaklar zaman içinde toplamda hatırı sayılır bir düzeye ulaşır. Bunun dışında özellikle de dükkânın açılış döneminde ve daha sonraki kritik zamanlarda annelerinin kızlarına sağladığı duygusal sermaye belirleyici önemdedir. Pek çok kadın "zaten bu tür bir destek ve motivasyon olmasa bu işe girişemeyeceğini" belirtiyor. Anneleri dışında da yakın başka kadınların duygusal desteği bu süreçte önemli.

Annelerin bir kısmı kızlarının dükkânlarında düzensiz olarak çalışıyorlar. Bazıları ise özellikle iş temposunun arttığı ya da kızlarının dükkânda olamadığı zamanlarda işleri yürütüyorlar. Kimi anneler de varsa çocukların bakım işini üstlenerek de kızının çalışma hayatı açısından en zor sorunlardan birini çözmüş oluyor. Bütün olarak bakıldığında annelerin kızlarının hayatlarına çeşitli biçimlerdeki katkıları, dükkânın işinin yürütülmesi açısından olmazsa olmaz niteliktedir. Bununla birlikte anne-kız ilişkisi bağlamında aile içi kaynak aktarımının tam olarak neleri kapsadığı netleştirilmesi zor bir konudur.

Bu araştırmada annelerin, kızlarına ve oğullarına hangi sermaye türünü, ne miktarda ve hangi biçimlerde vereceği konusunda çok dikkatli davrandıkları anlaşıyor. Anneleri gerek kendilerinin

gerekse ailede ortak olan maddi kaynakları kızlarına açık ve toplu bir biçimde vermek yerine küçük parçalara bölerek, yukarıda belirtildiği gibi daha geniş bir sürece yayarak genellikle kızlarına veriyorlar. Dolayısıyla kızlarına kaynak aktarımını genellikle uzun bir zamana yayarak ve aile içi dengeleri de gözeterek çok incelikli hareket ediyorlar. Oğulları söz konusu olduğunda ise toplu para vermekten çekinmiyorlar. Bazı kadınlar konudaki kırgınlıklarını hafifte olsa ima ediyorlar.

Kaynakların bu şekilde aktarılışına neden olarak, kadınların aile içinde genel olarak erkeklerden daha az bir ekonomik kaynağa sahip olmaları, varolan kaynaklar üzerinde ise daha sınırlı söz sahibi bulunmaları gösterilebilir. Araştırmadaki bazı kadınların anlattıklarına göre anneleri, ev içinde ürettikleri ürünleri (giysi, süs eşyaları, pasta, kek ve ev yemekleri ve vb.) bazen yakın pazarlarda bazen de aile yakınları ve komşuları aracılığıyla satıyorlar. Bu gelirler de gerektiğinde kız çocuklarına aktarılıyor. Ancak küçük miktarlarda, parça parça verildiği için bu para da toplam olarak önemlice bir yekûna ulaşsa bile büyük bir miktar sayılmıyor. Aslında dükân deneyimlerinde annelerinin konumu daha öne çıksa da genelde annelerin parasal katkısı daha görünmez. Annelerin kaynaklarının, biriktirme ve verilme biçimi bu kaynakların değerini azaltabiliyor. Annelerin uzun bir süreçte verdiğinin toplamından daha az olsa bile kimi babaların verdikleri toplu para daha görünür. Zaten genellikle daha değerli sayılıyor.

Ayrıca annelerin kızlarına kaynak aktarımının miktarı, biçimi ve çoğunlukla duygusal sermayeyi öne çıkışıları onların kızlarından beklentilerine de bağlıdır. Dolayısıyla annelerin kızlarından istedikleri ve onlardan talep ettikleri erkek çocuklarından beklentilerinden farklıdır. Oğullarına giden ekonomik sermaye kızlara gidenden daha büyükken beklentiler söz konusu olduğunda ilişki tersine dönebiliyor.

Anneler ve babalar ile kızları ve oğullar arasındaki kaynak aktarımı ilişkisini, sınıf konumunun yanı sıra daha da karmaşıklaştıran bir unsur ise evlilik yoluyla aileye katılanlar, yani damatlar ve gelinlerdir. Görüştüğüm kadınların pek çoğu için babalar ile damatları arasındaki ilişkinin nasıl yürütüldüğü dikkat edilecek bir konudur. Baba oğul veya anne-oğul arasındaki ilişkiye baktığımızda, daha önce anlatıldığı üzere erkek çocukları olan kadınların tümü, eğitimi ve geleceklerini planlama konusunda oğullarıyla sorun yaşıyor. Anne ile oğul bunun dışında da pek çok konuda ciddi gerilimler yaşıyorlar. Bunun dışında, sıkışık zamanlarda oğulları dükkâna gelip "yardım etse de" her ikisi de esas olarak bunu istemiyorlar. Oğullarını geçici olarak yanlarına aldıklarını onlara hissettiriyorlar. Ayrıca bu erkek çocuklar gelecekleri veya eğitimleri konusundaki planlarında çoğunlukla babalarıyla benzer düşünüyorlar. Anneleri ile aynı fikirde değiller. Bu da görüştüğüm kadınlar açısından çok önemli bir sorun. Zamanlarını ve çok büyük bir çabayla elde ettikleri ekonomik kaynaklarının önemli bir kısmını oğullarına harcamalarına rağmen bundan esas olarak olumlu bir sonuç alamadıklarını düşünüyorlar. Annika Rabo Halep'de küçük işletmelere odaklandığı çalışmasında, ailelerin erkek çocuklarına yönelik beklentilerini anlatarak, baba ile oğul arasındaki ilişkilerin iyi olmadığına işaret eder (2005:11). Bu araştırmadaki kadınların ailelerinde de erkek çocuklarla ilgili pek çok gerilim yaşıyor.

Kadınların eşlerini doğrudan araştırmaya dâhil etmesem de gözlemlerim sırasında veya kadınların anlattıklarından, oğullarla ve kadınların eşleriyle ilgili gerilimler görülebiliyor. Kimi örneklerde ise babalar kızları veya varsa oğulları yerine "damatlarıyla" daha yakın bir ilişki kurmuşlar. Bunlar da gerilime neden olabiliyor. Araştırmamdaki başka birkaç örnekte ise görüştüğüm kadınların eşlerinin, ailenin oğlu yerine geçmek için büyük çaba gösterdiğini, bunun da aile içinde gerilime yol açtığını gözlemledim. Bu ilişkide dükkân işleten kadınların erkek kardeşlerinin olup olmaması önemli bir parametredir.

Ancak damatların öne çıktığı bazı ailelerde, erkek çocuk veya başka kız çocuğu olsa da ailenin kaynaklarının önemli bir kısmı esas olarak "damatlara" aktarılmış. Az sayıda da olsa bu erkekler (damatlar) eşinin babasına atıfta bulunarak ve sıklıkla da aile tarihini fazla değerli kılarak, aile ilişkilerinde ve işletmede kendi konumlarını olduğundan daha çok öne çıkarıyorlar. Bu, daha önce eşraf aileleriyle (Durakbaşı, Karadağ ve Özsan, 2008; Özsan, 2010b) yaptığımız araştırmada gördüğümüz ilişki tipleriyle ve erkeklerin (damatların) ailede aldıkları konum açısından benzerlik taşıyor. Eşraf ailelerindeki bu erkeklerin (damatların), evlendikleri kadınlarla sınıf konumu olarak çoğunlukla denk değildir. Dükkân işleten kadınlarda gördüğüm örneklerde de benzer bir durum söz konusu. Ancak eşraf aileleri sıklıkla sınıfsal olarak endogamik evlilikler yaptıkları için (Özsan, 2010b) de yukarıda bahsettiğim tipteki erkeklerin sayısı da yine sınırlıdır. Dolayısıyla bu konuda daha fazla araştırmaya ihtiyaç bulunuyor.

Bu bölümü özetlemek gerekirse, burada kadınların iş sahipliğinde kritik bir süreç olan dükkânın açılış sürecine ve ailelerdeki kaynak aktarımına odaklandım. Kaynak aktarımı ve aile fertleri arasındaki ilişkiyi görebilmede asıl noktalardan birinin dükkân açma süreci olduğunu ileri sürdüm. Bu bağlamdaki aile ilişkilerini, anneler ve kızlar arasındaki kaynak aktarımı konusunu ele aldım. Özellikle de anne ve kız arasındaki ilişkiyi anlatmaya çalıştım. Kadınlar bu süreci anlatırken çoğunlukla aile hikâyesini, özellikle de anneleriyle olan ilişkilerini öne çıkarıyorlar. Tüm bu süreçlerde cinsiyetin en önemli parametre olduğunu savundum. Çalışmada genel olarak dükkân işleten kadınların aile ilişkilerine ve annelerinin kaynaklarına yönelik bakışlarının, dükkânlardaki kamusal ve özel alanın inşa etmelerinde kurucu bir öneminin bulunduğunu vurguladım. Kadınların hayallerini dinlemek için, işlettikleri dükkânlara bakmanın çok anlamlı olacağını düşünüyorum.

SONUÇ

Bu çalışma Moda semtinde dükkân işleten 38 kadınla, 15 Nisan-15 Temmuz 2015 tarihleri arasında yaptığım derinlemesine görüşmelerden ve semtte uzun bir zaman diliminde yürüttüğüm etnografik gözlemlerden elde ettiğim verilere dayanıyor. Kitabı yazmamda İstanbul'da 1990'lı yılların ortalarında başladığım esnaf ve zanaatkâr konusundaki araştırmalarımın sağladığı bakış açısının ve yakın zamanlardaki akademik sunumlarımın önemli etkileri oldu. Oldukça nitelikli olduklarını düşündüğüm bu akademik toplantılarda (Özsan, 2013, 2015, 2016c ve 2016b) cinsiyet, ekonomik faaliyet ve mekân ilişkisiyi görmek için kadınlar tarafından işletilen mekânların, kadınların dükkânlarının önemine dikkat çektim. Yaklaşık son dört yıldır doğrudan bu konuda çalışıyorum.

Bu kitapta Moda'da dükkân işleten kadınların deneyimlerini tahlil ederken, kadınların dükkânlarını ve semti katmanlı birer metin olarak okuma çabasında oldum. Dükkân ve Moda semti, araştırmada yer alan kadınların kişisel anlatılarının, öznellik biçimlerinin ve deneyimlerinin çok önemli bir parçasını oluşturuyor. Dükkân açmak, hem cinsiyet hem de çalışma yaşamı açısından büyük bir deneyim olarak anlatılıyor. Uzun zamandır böyle bir hayallerinin olduğunu ifade ediyorlar. Bu hayallerini Moda veya benzer semtlerde gerçekleştirmeyi istediklerini vurguluyorlar. Kendilerinin Moda'daki dükkân deneyimlerinin (Moda ve dükkân anlatılarında

çoğunlukla birbirinin içine geçiyor) hayata ve kadınlığa bakışlarını daha öncekinden çok değiştirdiğini belirtiyorlar. Kuşkusuz kadınların iş yaşamına ve kamusal yaşama girişi pek çok şeyi dönüştürür. Ancak onlara göre dükkân işletmeciliği ise bu açıdan ekonomik faaliyet tipi olarak en ayrıksı bir örneklerden birini temsil eder.

Dükkânlarda cinsiyet ve kentsel kamusal alan birlikte inşa ediliyor. Toplumsal ve kültürel dokunun çalışılmasında etnografik yaklaşımın kritik bir önemi bulunuyor. Kadınların dayandıkları sermayeler, sosyal ağlar ve dükkânlardaki bilgi akışına dair veriye kısa bir süre zarfında veya soru sorarak ulaşamıyor. Farklı zamanlarda elde edilebilecek gözlem verileri daha güvenilir. Ayrıca pek çok sosyal bilimci kendi yaşadığı yeri incelemeyi önemli bulmaz. Oysa araştırmacının yaşadığı semti araştırmaya değer bulması önemlidir ve hatta araştırmacılar için bu bir sınama noktasıdır. Kimi kez de araştırmacıların yaşadıkları yeri incelemekle kolaylığa kaçtıkları düşünülür. Bunu doğrulamak da güç. Çünkü araştırmacının neleri kolayca aldığı ve araştırdığı kişilerle kurduğu ilişkinin biçimi esere yansır ve esas olan da budur. Aslında araştırmacının aynı semtte oturması onu pek çok güçlüklerle karşı karşıya getirir. Bu tür araştırmalarda araştırmacıya dair çeşitli bilgiler, hayat tarzı ve mahremiyeti araştırma sırasındaki tartışmaların önemli bir konusudur. Karşılıklı olarak araştırma zamanı aslında önceden başlamıştır ve bir sınırı da yoktur. Dolayısıyla bütün uzun süreli ilişkilerde olduğu gibi araştırmacı tarafından sürekli olarak araştırma süreci büyük bir özeni gerektirir.

Sosyal bilimcilerin önemli bir bölümü ekonomik faaliyet, cinsiyet ile mekân arasındaki ilişkiyi çalışmaya ilgi duymaz. Bunun için disiplinlerinin kurucu olduğunu düşündükleri ilkelerinin, bakış açılarının, yöntem konusundaki alışkanlıklarının dışına çıkmaları gerekir. Bu çalışma ise pek çok yönden belli bir disiplini takip etmiyor. Tersine disiplinlerin sınırlarının ön plana çıkmadığı bir yerde kalmayı yeğliyor. Farklı alanlardaki okumalarını ve ayrı

alanlarda uzun bir zamanı kapsayan araştırma deneyimim bunu sağladı. Neden Moda?

Neden Moda Semti?

Çünkü Moda semti dükkân işleten kadınların semtteki ağırlığı açısından şaşırtıcı özellikler barındırır. Semtin en fazla göze çarpan yönü, kadın esnafın kamusal yaşamdaki görünürlüğü ve semtte etkisini hissettirmesidir. Kadınların ekonomik faaliyetlerinin kentsel kamusal alan ve mekânlarda neden olduğu değişimler araştırmalarda çoğunlukla geri planda kalır. Ayrıca kadınların kamusal alana girişlerinin ve kamusal alanı etkilemelerinin genelde kolay olmadığı varsayılır. Oysa dükkân işleten kadınların deneyimleri bu savın doğru olmadığını gösteriyor.

Moda'da genel olarak kadınların, dükkân işleten kadınların semtin mekânları ve kamusal alanları üzerinde dikkati çeken bir ağırlığı bulunuyor. Bu yönden Moda diğer semtlerden farklıdır. Moda'nın pek çok semtten daha fazla dükkân işletmecisi kadını barındırdığını semtin sakinleri de erkek esnaf da dile getirdi. Moda'nın dükkân işleten kadınlar açısından farklılığının daha önemli bir sebebi ise semtin kadınların rahat ettiklerini belirttikleri kamusal alanlara ve mekânlara sahip olmasıdır.

Moda'da dükkân işleten kadınların varlığı ve görünürlüğü, semtteki çalışma yaşamına, mekâna ve sosyal ilişkilere olumlu olarak yansır. Semtteki kadın ve erkek esnaf, dükkân işleten kadınların görünürlüğünü ve kamusal alanda yer alış biçimini ekonomik faaliyetleri için önemli bir fırsat sayar ve örnek olması gerektiğini düşünür. "Kentli ve modern" bir ekonomik hayatın ve yaşama tarzının göstergesi olarak öne çıkarmaya çalışır.

Kadın esnafın öne çıkışı gündelik yaşamdaki çeşitli gerilimleri azaltıyor, semtin sakinleri ve esnaf arasındaki kamusal dili de olumlu bir biçimde dönüştürüyor. Dahası hem kadın hem de erkek esnaf

semtte dükkân işletmecisi kadınların ağırlığının semti "güvenli" kıldığını düşünüyor. Erkek esnaf kendi iş hayatları ve güvenlikleri için kadın esnafın varlığı önemli buluyor. Her iki kesim de kendileri ve dükkânları için bunun çok önemli olduğunu ileri sürüyor.

Ayrıca Moda genel olarak İstanbul'daki diğer semtlere göre kentsel kamusal alan ve mekânların sahip olduğu toplumsal doku ve verdiği izlenim açısından farklı özelliklere sahiptir. Yukarıda vurgulandığı gibi Moda'nın esas olarak üst-orta sınıf ve orta sınıfı barındırdığı düşünülse de aslında semt bu kesimlerle sınırlanamaz. Semtin toplumsal ve coğrafi sınırları, çeşitli grupların sürekli olarak katıldığı ve uzun zamandır devam eden geniş bir müzakerenin ve tartışmanın konusudur. Esnafın toplumsal dokusu da Moda'ya ilişkin sınıf konusundaki yaygın imgeyi yıkıyor. Çok ayrı hayat görüşlerine sahip kişiler burada ekonomik faaliyetlerini sürdürüyor. Hangi toplumsal kesimi temsil ederse etsin her kategoriden esnaf, semtte dükkânlarının olmasını çok önemli görüyor. Kendi dükkânlarını Moda'nın "nezih bir semt" olmasının simgesi olarak gösteriyorlar.

Bir yandan da "Modalı" olmak, İstanbul'un pek çok semtinden daha fazla sınıfsal bir göstergeye dönüşmüş durumda. Oysa Nişantaşı, Etiler semtlerinden veya Bağdat Caddesi gibi yerlerden farklı olarak Moda sadece varlıklı kişilere hitap etmez. Araştırmadaki kişilerin anlatılarında, semtin toplumsal imgesi ve kamusal alanları yukarıdaki semtlere benzer bir şekilde karşımıza çıkmaz.

Moda'nın coğrafi özellikleri, kıyı bölgeleri, Kadıköy merkeze ve Tarihi Kadıköy Çarşısı'na yakınlığı, mekânlarının birçok semte göre sayıca daha fazla oluşu ve kendine özgü dokusu, semti diğer yerlerden farklı kılar. Kadıköy Çarşısı, Moda için hem kapı görevi üstlenir, hem de "görünmez bir filtre" olur. Moda Çay Bahçesi pek çok yönden birbirinden farklılık gösteren toplumsal grupları biraraya getirir. Antikacılar Sokağı burada dükkân işleten farklı simaları ve müşterileri ile bugünü ve geçmişi aynı anda temsil eder.

Moda'nın tarihi ve nostaljik imgesi açısından da bu dükkânlar çok önemlidir.

Bunların dışında sosyal bilimlerde cinsiyet, ekonomik faaliyet ile mekân arasındaki ilişki genellikle alt sınıfın veya alt-orta sınıfların yaşadığı yerler ile "marjinal" olarak görülen semtler üzerinden çalışılır. Orta sınıfın, üst-orta sınıfın ya da farklı toplumsal kesimlerin bir arada yaşadığı semtler ve mekânlar hakkında ise yeterli çalışma bulunmaz. Bu çalışma pek çok yönden sık karşılaşılmayacak bir örneği tartışmaya açıyor.

Kamusal/Özel Çerçevesinde Kadınların Dükkânları

Kadıköy Moda'da (Caferağa Mahallesi'nde) dükkân işleten kadınların deneyimlerini inceleyen bu çalışma cinsiyet, dükkân ve semt arasındaki ilişkiye odaklanıyor. Çalışmada cinsiyet, dükkân ve semtin birbirini kuran öğeler olduğu savunuluyor. Cinsiyet, ekonomik faaliyet ile kentsel kamusal alan ve mekân arasındaki ilişki aslında çeşitli yönlerden incelenmiştir. Bu çalışma konuya farklı bir yerden, kadınların işlettikleri dükkânlar üzerinden bakıyor.

Çalışma sosyal bilimleri, özellikle de feminist araştırmacıları uzun bir zamandır uğraştıran özel alan ve kamusal alan ayrımını, cinsiyetin kentsel kamusal mekânda yarattığı değişimi ele alırken kadınların işlettikleri dükkânları merkeze koyuyor. Dükkân işleten kadınların deneyimlerinden hareketle kamusal alan ve özel alan kategorilerini ve aralarındaki ilişkiyi bugün yeniden düşünmek gerekiyor. Kadınların işlettikleri dükkânların, özel ile kamusal en fazla tartışacağımız yerlerden birinin olduğunu düşünüyorum. Kamusal ve özel alan kategorilerini sorgulamak için dükkân işleten kadınların deneyimlerini incelemek çok önemli fırsatlar verir. Nasıl ve ne tür olanaklar sunar?

Bu araştırmanın en çarpıcı bulgularından biri, kadınların dükkânlarında gözlemlenen kamusal ve özel alanla ve bunun taşıdığı

özelliklerle ilgilidir. Kamusalın içinde özel alanın nasıl temsil edildiği veya özel alanın hangi yollarla kamusal hale getirildiği bu araştırmadaki dükkânlardan görülebiliyor. Bu nedenle kadınların dükkânlarının kamusal/özel kategorileri açısından nereye konulabileceği ve ne tür özellikler sergilediği sorusu kilit bir önem taşır.

Bu araştırmadaki dükkân işleten kadınların deneyimleri ve kadınların dükkânları kamusal/özel alan ayrımının net bir biçimde yapılamayacağını yansıtıyor. Moda'da dükkân işletmecisi kadınların kamusal alanda yer alış biçimleri, kamusal ve özel alan arasındaki keskin ayrımın dışına çıkıyor. Ayrıca kamusal/özel ayrımını mutlak ve değişmez olarak göremeyeceğimizi gösteriyor. Bir mekânın ne derece kamusal ve ne derece özel olabileceğini (nüanslı ve çok yönlü olabileceğini) ve bu ayrımın hangi parametrelere göre değişebileceği gözlemlemek daha verimli sonuçlar doğurur.

Bu noktada dükkânlardaki kamusal ve özel alanların biçimleri, sınırları ve ne tür dengeler üzerine kurulduğu olduğu önemli bir tartışma konusudur. Genel olarak bakıldığında kadınlar ile erkeklerin dükkânları arasında kamusal ve özel alanın ağırlığı değişse de, her ikisi açısından da "olması gereken" belli bir dengenin korunmasıdır. Daha önemlisi ise işletmecilerin dükkânlarındaki kamusal ve özel alana ilişkin müzakere ve denge arayışlarıdır.

Özellikle dükkân işletmecisi kadınlar için kamusal ve özel alan arasındaki dengeyi tutturmak büyük bir mücadele gerektiriyor. Çünkü genel olarak bir dükkânın fazlasıyla özel alan izlenimi vermesi pek çok kişiyi o dükkânın "profesyonelce" işletilip işletilmediği, müşterinin "iyi bir hizmet" alıp alamayacağı vb. konularda kuşkuya iter. Kadınların işlettikleri dükkânlar içinse bu kuşkulu bakış adeta baskıya dönüşür.

Kadınlar, bu nedenle de dükkânlarının kamusal ve özel açısından nasıl bir izlenim verdiğiyle ciddi bir biçimde ilgilenir ve bunlar arasında denge gözetir. Buna karşılık genelde bu dengeyi tutturmuş

sayılan dükkânlar, işletmecilerin kendileri ile dükkânlarına gelenler açısından özel ve kamusal alan izlenimini aynı anda veren yerlerdir. Yani bu konuda başarılı olanlar bunlardan birini tercih etmiş yerler değildir. Bunun için de kadınlar hem dükkânlarının fiziksel görünüşüne, iç düzenine, mekânın atmosferine hem de kendilerinin ifade biçimine, hal ve duruşlarına, kullandıkları sözcüklere özel olarak dikkat ederler.

Buna karşın bu araştırmadaki işçi sınıfı kökenli veya orta sınıfa mensup bazı kadınlar için bunları yapabilmek kolay değildir. Bunun neden zor olduğunu görebilmek için de aileyle ve ailelerindeki kaynak aktarımıyla ilgili birtakım işlerin kadınlar tarafından nasıl yürütüldüğüne bakmak gerekir. Kadınların ev içi alana, ev içi emek, aile ilişkilerine ve annelerinin sermayelerine nasıl yaklaştıklarının, dükkânlarındaki mekânın kamusal ve özel alanın inşası açısından kritik bir rolü bulunuyor. Bunu açabilmek için şunları söylemeye ihtiyaç var.

Sosyal bilimler literatüründe küçük işyerleri ile daha büyük işletmeler arasında yapılan ayrım, bu tür yerlerin büyük bir işletmenin parçası olmaması, daha sınırlı ekonomik sermayeye dayanması ve aile, akrabalık ilişkileri ile olan bağı üzerinden yapılır. Kuşkusuz bütün bunlar birer ayrım noktası olarak anlamlıdır. Çalışmaların önemli bir kısmında "küçük dükkân işletmeciliği" veya "aile işletmesi" başlıkları altında kadınların dükkânlarına yer verilir. Neoliberalizm ve küreselleşme odaklı çalışmalarda, küçük işletmeler ve kadınların dükkânları ve girişimciliği çoğunlukla makro tartışmaların bir parçası olarak görülür. Oysa kadınların girimciliği ve dükkân işletmeciliği üzerine incelemeler, sadece makro dönüşümlerle veya bireysel özelliklerle sınırlanmamalıdır.

Bu tür işletmelerde cinsiyet, ailenin sosyal kökeni, sermayeler, ev içi alan ve ev içi emek ile aile ilişkileri ve mekân birlikte düşünülmeli. Kadınların dükkânlarının eve yakınlığının, işlettikleri dükkânları "evin devamı" olarak görmelerinin, bu tür ekonomik

faaliyetlerini sıklıkla "ev işi" saymalarının, kamusal ve özel alanı nasıl şekillendirdiği önemli bir tartışma konusudur. Bazı araştırmacılar dükkânların bu özelliğinin ekonomik maliyetlerini azaltabileceğine işaret eder. Kimi çalışmalarda ise işyerlerini açmadan önce kadınların ev işleri, çocukların bakımı, gündelik işlerinin planlanması gibi önemli meseleler hakkında aile fertleriyle çeşitli müzakerelere girmek zorunda kaldıkları anlatılır. Hatta bu durumun kadınları daha fazla kırılğan hale getirdiğini vurgulanır.

Bu araştırmacılar çok önemli noktalara dikkat çekmiş olsalar da kadınların tüm bu süreçlerde ev içi alanın yanı sıra dükkânlarının bulunduğu kamusal alanı ve cinsiyetin kendisini nasıl dönüştürdüklerine ve bu konudaki becerilerine yeterince yer vermezler. Ekonomik faaliyet ve mekân arasındaki ilişki ele alınırken, genellikle mekânın geçirdiği değişime ağırlık verilir. Oysa ekonomik faaliyetin mekânın dönüşümündeki rolünü öne çıkarmak, cinsiyetin kendisindeki değişimi görmeyi engellememeli. Kadınların iş sahibi olmalarının hem kamusal alan ve mekânın dönüşümünde hem de cinsiyetin dönüşümünde kritik rolü vardır.

Annelerin ve babaların kaynaklarının kız ve erkek çocuklara nasıl aktarıldığı bu bağlamda önemli bir konudur. Pek çok ailede bu konuda çeşitli tartışmalar ve müzakereler yaşanır. Bununla birlikte küçük işletmelerde bu süreçte aile içi ilişkilerin ve kaynak aktarımının cinsiyet boyutu yeterince araştırılmamıştır. Oysa işyeri açma sürecinde aile ilişkilerini ve kaynak bölüşümünü görmek için cinsiyet, gözden kaçırılmaması gereken en temel noktalardan biridir. Bu araştırmadaki örneklerde aile içinde aktarılan kaynakların türünü ve büyüklüğünü asıl belirleyen faktör cinsiyettir. İşyeri veya dükkân açma deneyimi, aile içi gerilimlerin cinsiyet boyutunun en fazla bilirlaştığı yerdir.

Bu araştırmada anneler çocuklarının kız veya erkek olmasına göre farklı kaynaklar aktarıyorlar. Dükkân açma döneminde anneleri tarafından kızlara sağlanan sermaye, genel olarak erkek çocuklara

verilene kıyasla daha küçük. Anneler kaynak aktarma işini genellikle uzun bir döneme yayıyorlar. Ayrıca bu kaynakları kızlarına açık ve toplu bir biçimde vermek yerine küçük parçalara bölerek ve örtük bir biçimde verme yolunu seçiyorlar. Annelerin dükkânın açılış döneminde ve daha sonraki kritik zamanlarda kızlarına sağladığı duygusal sermaye aslında en önemli belirleyicidir. Bununla birlikte, anne-kız ilişkisi bağlamında aile içi kaynak aktarımının tam olarak hangi sermayeleri kapsadığı netleştirilmesi zor bir konudur.

Esnaf kadınların annelerinin, kızlarına ve oğullarına hangi sermaye türünü, ne miktarda ve hangi biçimlerde vereceği konusunda çok dikkatli davrandıkları anlaşıyor. Annelerin kızlarına kaynak aktarımının miktarı, biçimi ve duygusal sermayeyi öne çıkışıları onların kızlarından beklentilerine bağlı. Dolayısıyla annelerin kızlarından talep ettikleri erkek çocuklarından beklentilerinden farklılık gösteriyor. Oğullarına giden ekonomik sermaye kızlara gidenden daha büyükken, beklentiler söz konusu olduğunda ilişki genellikle tersine dönüyor. Buradan yola çıkarak diyebiliriz ki, aslında her türlü sermaye cinsiyetlidir ve aktarımı da cinsiyet ayrımlarına göre şekillenir.

Bu bulguların dışında, araştırmadaki kadınların ailelerinde kız ve erkek çocuklarla ilgili çeşitli gerilimler bulunduğu işaret etmek gerekir. Bazı örneklerde dükkân işleticisi kadınlar ve anneleri "oğullarıyla" sorunlar yaşamışlardı, kimilerinde ise babalar ile oğulları ve/veya kızları arasında gerilimler yaşanmıştı. Anneler ve babalar ile kızları ve oğullar arasındaki ilişkileri ve kaynak aktarımını daha da karmaşıklaştıran bir unsur ise evlilik yoluyla aileye katılan damatlardı. Görüştüğüm kadınların pek çoğu için babalar ile damatları arasındaki ilişkinin nasıl yürütüldüğü dikkat edilecek bir konuydu. Araştırma sırasında sınırlı sayıda da olsa kadınların eşleriyle görüşme ve ilişkilerini gözlemleme olanağı buldum. Bu erkekler (damatlar), görüştüğüm kadının babasına atıfta bulunarak ve genellikle anlatılarında aile tarihini değerli kılarak, aile ilişkilerinde

ve işletmesinde kendi konumlarını olduğundan daha fazla öne çıkarıyorlar. Bu bulgu, daha önce eşraf aileleriyle (Durakbaşı, Karadağ ve Özsan, 2008; Özsan, 2010) yaptığımız araştırmada gördüğümüz ilişki tipleriyle ve erkeklerin (damatların) ailede aldıkları konum açısından benzerlik taşıyor. Ayrıca eşraf ailelerinde bu tür erkekler (damatlar), evlendikleri kadınlarla sınıf konumu olarak çoğunlukla denk değillerdi. Dükkân işleten kadınlarda gördüğüm örneklerde bu açıdan da benzer bir durum söz konusudur. Ancak yukarıda vurgulandığı gibi bu araştırmada da bahsettiğim tipteki erkekler sayıca yeterli olmadığı için bu konuda daha fazla araştırmaya ihtiyaç var.

Genel olarak bakıldığında kadınların anlatılarında babayla ilişkileri esas olarak para "desteği" ile sınırlı kalıyor. Anneleriyle ilişkilerini ise kapsamlı ve pek çok yönü olan bir öykü biçiminde anlatıyorlar. Ayrıca kızlarının anneleri hakkındaki değerlendirmeleri, bazı açılardan cinsiyete dayalı iş bölümünü ve kamusal alan/özel alan ayrımını ve patriyarkiyi yansıtıyor. Ancak bir yandan da dükkân açma sürecinden başlayarak annelerinin evde yaptıkları işlere yönelik bakışları değişiyor. Giderek annelerinin emeğini daha değerli gördüklerini anlatıyorlar. Özetle bu süreçte anne ve kızın birbirine bakışları, cinsiyet rollerine dair yaklaşımları daha öncekinden çok farklılaşıyor. Bu değişimde dükkân açma süreci odak noktasını oluşturuyor.

Ayrıca kadınların iyi eğitilmiş olmaları genel olarak annelerinden konuşmalarını güçleştiriyor. Bu noktada eğitimin kritik bir önemi bulunuyor. Çünkü eğitilmiş kadınlar genelde aldıkları eğitim yoluyla kamusal alana girebildiklerini düşünüyorlar. Kamusal alanına ve çalışma yaşamına kadınların girişinin kolay olmadığını da biliyorlar. Bu da onların formel eğitimin rolünü çok fazla öne çıkarmalarına neden oluyor. Dolayısıyla bu anlaşılabilir. Buna karşılık eğitimi bu şekilde görmeleri, onların anneleriyle ilişkilerinde, dükkânlarında annelerinin sermayelerinin varlığını anlatmalarında veya kamusal alandaki temsiliyetinde gerilime de yol açıyor.

Bunların dışında, kadınların dükkân açabilmelerinde ve dükkânlarındaki kamusal ve özel alanın kuruluşunda sınıfsal fark büyük bir önem taşıyor. Sınıfsal fark çok basit bir biçimde şöyle anlatılabilir: Üst-orta sınıfa doğru çıkıldıkça, dükkân açabilmek için ailelerindeki ekonomik, sosyal ve sembolik sermaye daha fazla belirleyici oluyor. İlginç olansa duygusal sermayenin kamusal alana çıkış biçimi çok farklılaşıyor.

Şöyle ki, yukarıda vurgulandığı gibi araştırmadaki kadınların önemli bir kısmı dükkânlarını açarken aile sermayelerini, çoğunlukla annelerinin kaynaklarını kullanmışlardı. Ne var ki, araştırmadaki üst-orta sınıfa mensup kadınların annelerine ve onlardan sağladıkları kaynaklara, özellikle annelerinin duygusal sermayelerine bakışları, diğer kadınlarınkiden çok büyük bir farklılık gösteriyor.

Anneler genel olarak kızlarına ekonomik veya başka sermaye türlerini aktarsa da, kızları bunları sürekli olarak duygusal sermayeye dönüştürüyorlar. Aynı durum anneler için de geçerliydi. Ancak diğer sermayeler gibi duygusal sermaye de, kadınlar arasında belirgin sınıfsal farkları içeriyor. Üst-orta sınıfa mensup kadınlar, annelerinin ev işlerindeki becerilerini diğer kadınlardan çok farklı anlatıyorlar. Üst-orta sınıftan olmayan kadınlar annelerinden bahsederken, "annem çok çamaşır yıkardı", "çok iyi dikiş dikerdi" gibi cümleler kurarken, üst-orta sınıfa mensup olanlar ise "annem çok iyi bir aşçıydı", "çok iyi bir terziydi" gibi cümleler kullanıyorlar. Burada duygusal sermayeye dair sınıfsal fark bir derece farkı gibi gözükse de, dükkândaki temsilinde ve kadınların dükkânlarındaki özel alanı kamusal hale getirmelerinde kilit bir rol oynuyor.

Dolayısıyla üst-orta sınıfa mensup kadınlar için aileden ve annelerinden edindikleri duygusal sermayeyi kamusal alana taşımak daha kolaydır. Bunu dükkânlarında sergileyebilmeleri "garip" karşılanmaz, hatta annelerine yönelik yukarıdaki anlatılar dükkânlarının seçkinleşmesine katkıda bulunur.

Bu araştırmada sayıca az da olsa işçi sınıfı veya alt-orta sınıf kökenli kadınlar, diğer kadınlara göre annelerinin emeğini ve kaynaklarını daha değerli görüp, kamusal alana taşımak isteseler de, bunu yapmakta güçlük yaşıyorlar. Bu güçlükleri gördükleri için de bu kadınlar semtte yaşayanlarla kurdukları sosyal ilişkiler üzerinden kamusal alanı inşa etmeye çalışıyorlar. Dolayısıyla kadınların ailelerinin sosyal kökeni, bulundukları sınıf ve sosyal ağları ile dükânlarındaki kamusal ve özel alanı oluşturma biçimleri arasında çok yakın ilişkiler bulunur.

Sınıfsal farkın en görünür olduğu yerlerden birini de dükân işleten kadınların sosyal ağları oluşturur. Pek çok araştırmacı tarafından dükân işletmecisi kadınların çeşitli düzlemlerde kurdukları sosyal ağların ekonomik faaliyetlerindeki önemine vurgu yapılır. Genelde sosyal ağların cinsiyetli olduğu anlatılır. Buna karşılık sınıfsal farkın etkisi yeteri kadar ele alınmaz. Oysa benim gözlemlerime göre, sosyal ağların kuruluşunda sınıf, cinsiyetten daha belirleyici bir rol oynuyor. Ayrıca kadınların sosyal ağlarının erkeklerinkinden farklı olduğu uzun bir zamandır bilinmesine rağmen, kadınların sosyal ağlarının kendi arasındaki farklılıklar üzerinde yeterince durulduğu söylenemez.

Yine literatürde genel olarak kadınların sosyal ağlarının erkeklerinkine kıyasla akraba ve komşulara dayandığı, çoğunlukla birbirini iyi tanıyan kişilerden oluştuğu ifade edilir. Kadınların sosyal ağlarının "güvene dayalı" ilişkiler üzerine kurulduğuna dikkat çekilir. Bu bulgular, Moda'da gördüğüm kadınların anlattıklarıyla temelde örtüşüyor. Moda'da dükân işleten kadınlar; anneleri, kız kardeşleri ve yakın kadın arkadaşlarıyla ilişkilerini daha önemli buluyorlar ve esas olarak onlara güveniyorlar. Bu ilişkileri ve güveni kurabilmek için de uzun süre çalışıyorlar.

Bununla birlikte ailelerinin sosyal kökeni ve sosyal sınıfı çok daha belirleyici. Bu konudaki çalışmalarda ise kadın ve erkek işletmecilerin bulundukları sınıfın ve aile kökeninin onların sosyal ağlarını

nasıl şekillendirdiği üzerinde yeterince durulmaz. Oysa sosyal ağların kuruluşunda, biçiminde ve zaman içindeki seyrinde kişilerin sınıfları ve sermayeleri kritik rol oynar. Ayrıca bu araştırmadaki kadınların sosyal ağları, sınıf ve eğitim konusundaki ayrımları daha belirgin bir biçimde yansıtıyor.

Başka önemli bir nokta da şudur: Küçük işletmelerle ilgili ve kadınların sosyal ağlarını inceleyen çalışmalar esas olarak göçmen, yoksul ve azınlık etnik gruplara mensup kadınlarla ilgilidir. Kadın işletmecilerin sınıf konumu ve sosyal ağları, etnisite ve göçle ilişkili olarak ele alınır ve genellikle de söz konusu grup kimlikleriyle çerçevelenir. Böylelikle söz konusu araştırmalarda cinsiyet, göç ve etnisiteye ilişkin yargılar çoğu kez yeniden üretilmiş olur.

Küçük işletmelerin, özellikle kadınların dükkânlarının ayırt edici özelliklerinden biri de genellikle uzun bir zamanı kapsayan çeşitli düzeylerdeki sosyal ağlara dayalı olmalarıdır. Ancak araştırmalarda dükkânlardaki ekonomik faaliyetin tipi çoğunlukla gözden uzak tutulur. Oysa ekonomik faaliyetin türüne göre dükkândaki kamusal veya özel alanın biçimi ve sosyal ilişkilerin dili değişir. Örneğin berber dükkânları ve erkeklerin ön planda olduğu yorgan dikimi dükkânları farklı biçimlerde ve derecelerde olsa da ilginç bir biçimde özel alan izlenimi verirler. Buralarda erkekler arası ilişkilerin biçimi ve hitap şekli değişiklik gösterir. Genellikle kadınlara atfettiğimiz özellikler çağırıştırır. Bu araştırmadaki terzi dükkânları ve tasarım atölyeleri ile diğer dükkânlardaki ekonomik faaliyetler arasında da kamusal ve özel alan açısından belirgin farklar vardır. Aslında ekonomik faaliyetin şeklinin, dükkânın mekânının kamusal ve özel olma derecesini ve sosyal ilişkileri nasıl etkilediği ve cinsiyetin inşasındaki rolü başlı başına bir araştırma konusudur.

Bu araştırmanın ana bulgularından birini de dükkânlar arasındaki ekonomik rekabetin esas olarak dükkânlardaki özel-kamusal alan dengesi üzerinden yapıldığı savı oluşturuyor. Aile kökeninin, sosyal sınıfın ve sermayelerin kadınların dükkânlarındaki kamusal ve özel

alan ile semtteki sosyal ilişkiler üzerinde çok önemli etkileri vardır. Üst-orta sınıfa mensup kadınlar için dükkânlarında, ekonomik rekabet açısından ihtiyaç duyulduğunda kamusal alanı veya gerektiğinde özel alanı inşa etmeleri kolaydır. Butik dükkâna veya seçkin bir işyerine dönüşebilmek bu konuda alınan tavırlarla ilgilidir. Bunu sınırlı da olsa açabilmek için içinde olduğum başka bir araştırmadan örnek vereceğim. Eşraf aileleri üzerine yaptığımız çalışmamızda (Durakbaşı, Karadağ ve Özsan, 2008) Bourdieu'nün kuramından hareketle (1986, 1992) söz konusu ailelerin fertleri tarafından çeşitli sermaye türlerinin nasıl kullanıldığı sorusuna odaklanmıştık. Böylece bu ailelerin tarihsel konumlarını korumak için ne tür yatırımlara gerek duyduklarını ne ölçüde başarılı olduklarını, değişen sınıf pozisyonlarını ortaya çıkarmıştık (Durakbaşı, 2010; Karadağ, 2010 ve Özsan, 2010b). Eşraf ailelerinin bir kısmında olduğu gibi Moda'da görüştüğüm kadınların bazıları da dükkânlarını açarken, özellikle kültürel ve sembolik sermaye türlerini kullanmışlardı. Bu kadınların bir kısmı doğrudan taşra kentlerinin eşraf veya varlıklı esnaf ailelerine mensuptur. Bu çalışmanın önemli bulgularından birini de bu oluşturuyor. Eşraf ailelerinin kimi mensuplarına benzer bir şekilde bu kadınlar da genellikle iktisadi olmayan alanlardaki konum alışlarından yararlanarak dükkânlarını açmışlardı. Bu kadınlar semtte büyük bir itibara sahiptiler.

Gelenek ve Modernlik Kurgularını Aşmak

Esnaf ve zanaatkâr hakkındaki akademik çalışmaların büyük bir çoğunluğu belli semtlere ve mekânlara odaklanır. İstanbul'un belli yerleri gelenekle özdeşleştirilir. Bu tür çalışmaların büyük bir kısmı gelenek ve modernlik karşıtlığına dayanır. Oysa gelenek ve modernlik gibi olgulara dayanan incelemeler günümüzdeki somut gelişmeleri ve örnekleri görmeyi engelliyor. Esnaf ve zanaatkârların yaptıkları işlerin tarihsel süreç içinde ne tür dönüşümler geçirdiği ve günümüzde nasıl bir çeşitlilik gösterdiğini ortaya çıkarmak araştırmaların odak noktası olabilir.

Ancak gelenek ve modernlik veya benzer kalıplar içinde homojenleştirmeden, belirli ekonomik faaliyet tipleri ya da meslek temsilcileri hakkında genellemelere varılabilir. Her bir mesleğin kendi içinde de becerinin aktarımı, eğitim süreci, emeğin örgütlenme biçimi ve anlamı açısından önemli farklar bulunur. Bunlar da ancak gelenek ve modernlik karşıtlığı içine yerleştirmeden görünür kılınabilir. Yine pek çok meslekte, işin gündelik işleyişi ve iş basamakları, işin ayrı birimleri arasındaki hiyerarşi ve eğitim süreci, usta-çırak ilişkisi çok farklı özellikler sergiler.

Akademik literatürdeki yaygın gelenek kurgusu günümüz kentlerinin önemli bir toplumsal ve iktisadi kesitini oluşturan esnafı ve esnaf dükkânlarını araştırma konusu olarak seçmeyi engelliyor. Bununla birlikte, sosyal bilimlerdeki egemen anlayışları bir yana bırakarak konuyu inceleme sorusu haline getirebilmek de zordur. Bu yüzden, ne denli kapsamlı ve titiz ampirik araştırmalar yapılsa da analizler genellikle dar bir eksene sıkışıp kalıyor. Bu çalışma geleneksel olarak görülen meslekleri, esnaf dükkânlarını bugünün kentlerinin bir konusu olarak görme iddiasını taşıyor.

Dükkânlarda yapılan işin niteliği, icra edilişi ve ürünlerin satış biçimi, iş için gerekli görülen sosyal ilişki ağları, emeğin örgütlenme tarzı, cinsiyet ile kentsel kamusal alanla olan ilişkiyi çok değiştirebiliyor. Bu araştırmadaki karşılaştığım kadın tipleri, Türkiye'de cinsiyet kimliğinin çeşitli tezahürlerini ve kadınların kentsel kamusal alan ve mekân üzerindeki etkileri üzerine bir kez daha düşünme olanağı sağladı. Moda'da dükkân işleten kadınlar, toplumsal tahayyülümüzde eczacı kadın tipine atfettiğimiz özellikleri taşıyor. Araştırmadaki dükkân işletecisi kadınların bir kısmı, aile ve sosyal sınıf kökeni açısından eczacı kadınlardaki sosyal örüntüye yakın gözüktüyor. Daha önceki çalışmalarımda karşılaştığım eczacı kadınlar ile bu araştırmadaki klasik orta sınıf ve üst-orta sınıfa mensup dükkân işletmecisi kadınlar, eğitime ve "kalifiye meslek sahipliği"ne atfettikleri değer, aile içi sermayelerin dağılımı,

kız ve erkek çocuklarına yaklaşımları açısından benzer özellikler taşıyan anneler ve babalara sahipler.

Ayrıca şu ana kadar olan araştırmalarımın gözlemleyebildiğim kadarıyla, bu tür ailelerde çeşitli nedenlerle kız çocuklarının bir kısmı özel olarak eczacılık veya dükkân işletmeciliğine yönlendiriliyor. Bu konu derinlikli araştırmaları gerektiriyor. Ancak şu söylenebilir: Üst-orta sınıfa mensup aileler, genellikle kız çocuklarına sermaye aktarmanın bir yolu olarak dükkân işletmeciliğini görüyor. Bunun dışında, dükkân işleten kadınlar ve eczacı kadınlar temelde abartılı "feminen" özellikler atfettiğimiz bir kadınlığı yansıtmıyorlar. Tersine cinsiyet açısından farklı unsurları birarada taşıyan bir kadınlık tipini temsil ediyorlar. Cinsiyet ve ailelerdeki bu dönüşümün Türkiye'de çeşitli semtlerde ve mekânlarda yaşanan uzun bir tarihi olan süreç olduğu görülüyor. Çeşitli araştırmacıların işaret ettiği gibi aileyi çalışmak, ailedeki sınıf ve cinsiyet ilişkilerinin yanı sıra kuşaklararası ilişkilerin de eşzamanlı ve artzamanlı analizini gerektirir (Devreux, 2015: 34).

Son olarak Türkiye'de kentsel kamusal mekânda, çeşitli özneler tarafından paylaşılan estetik politikayı anlamak için de esnaf kadınların deneyimlerini ve dükkânlarını incelemek gerekiyor. Bu araştırmadaki kadınların dükkânları, Türkiye'de kentsel kamusal alanda ve mekânlarda seküler estetik politikanın nasıl temsil edildiğini, yaşandığını ve anlatıldığını görmek için çok elverişli. Görüştüğüm kadınlar, eğitimlerine, aile ve cinsiyet ilişkilerine, kendi çalışma hayatlarına, özellikle bulundukları semte yönelik bakışlarını bu çerçevede anlatıyorlar¹.

1 Farklı bir bağlamda da olsa Türkiye'de bu konuda bir karşılaştırma için bkz. (Dole, 2016).

- EKLER -

EK 1: Görüşülen kadınların doğum yeri, yaş ve eğitim durumu

Doğum yeri	Yaşı	Eğitimi
İstanbul	86	Üniversite Mezunu/Hemşirelik Bölümü
İstanbul	33	Üniversite Mezunu/İşletme Bölümü
İstanbul	29	Üniversite Mezunu/ Geleneksel Türk Sanatları Bölümü
Samsun	29	Üniversite Mezunu/ Ziraat Mühendisliği Bölümü
Trabzon	63	Zonguldakta Kız Enstitüsü Mezunu/Kadıköy Kız Lisesi/ Üniversite Mezunu/ İşletme Bölümü
Zonguldak	66	Zonguldak Kız Enstitüsü Mezunu
İstanbul	60	Ticaret Lisesi Mezunu
Sivas	50	İlkokul Mezunu
Kars	34	Üniversite Mezunu/Radyoloji Teknikerliği
İstanbul	56	Üniversite Mezunu/Psikoloji Bölümü
İzmir	30	Üniversite Mezunu/ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü
Elâzığ	38	Meslek Lisesi Mezunu/Makina Eğitimi ve Teknik Çizim
İstanbul	45	Turizm ve Meslek Lisesi/ Üniversite Mezunu/ Güzel Sanatlar Fakültesi
İstanbul	46	Lise Mezunu
Ankara	49	Üniversite Mezunu/Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü
Kütahya	52	Lise Mezunu
İstanbul	35	Üniversite Mezunu/Güzel Sanatlar Fakültesi
Ankara	48	Üniversite Mezunu/ Endüstri Ürünleri Tasarımı Bölümü Mezunu

Doğum yeri	Yaşı	Eğitimi
Samsun	38	İlkokul Mezunu
Almanya	49	Meslek Lisesi Mezunu/Almanya
Almanya	37	Lise Mezunu
İstanbul	58	Lise Terk
Adıyaman	49	Üniversite Mezunu/Hukuk Fakültesi
Kocaeli	35	Üniversite Mezunu/Fransızca Öğretmenliği Bölümü
Kıbrıs	52	İlkokul Mezunu
İstanbul	52	Meslek Lisesi Mezunu/Almanya
Elâzığ	56	Lise Mezunu
İstanbul	47	Ortaokul Mezunu
Sivas	46	Lise Mezunu
Sinop	52	Üniversite Mezunu/Beslenme ve Diyetetik Bölümü
İstanbul	41	Üniversite Mezunu/İşletme Bölümü
Gaziantep	60	Gaziantep Olgunlaşma Enstitüsü
Rize	25	Üniversite Devam Ediyor/Kamu Yönetimi Bölümü (AÖF)
Sivas	38	Lise Mezunu
İstanbul	47	Üniversite Mezunu/ Mimari Restorasyon Bölümü
Balıkesir	40	Üniversite Mezunu/Seramik ve Cam Tasarımı Bölümü
Karabük	30	Üniversite Mezunu/Hukuk Fakültesi
Yugoslavya	56	Ortaokul Mezunu

E K 2: Kadınların bulundukları yaş aralığı, dükkânın açıldığı yıl ve dükkândaki faaliyet türü

Yaş Aralığı	Dükkânın açıldığı yıl	Dükkândaki faaliyet türü
86	1983 (eşinin ölümünün ardından devir alıyor)	çocuk giyimi ve konfeksiyon dükkânı
60-66	2007 (annesin ölümünün ardından devir alıyor)	terzi ve tadilat işi
	2009	etnik giysi ve hediyelik satışı
	2003	pastane ürünleri ve ev yemeği üretimi ve satışı
	2004	giysi ve hediyelik eşya satışı
50-59	2011	pizza üretimi ve satışı
	2000	kitap ve kırtasiye dükkânı
	1999	mantı ve ev yemekleri üretimi
	2012	giysi geri dönüşüm
	2013	emlak dükkânı işletmeciliği
	2010	kafe işletmeciliği ve ev yemeği üretimi
	1998	Ev yemeği üretimi ve satışı
	1996 (eşinin ölümünün ardından devir alıyor)	hediye ve yapay çiçek satışı ve düzenleme işi
	2013	İç giyim eşyası ve kahvaltı sunumu

Yaş Aralığı	Dükkânın açıldığı yıl	Dükkândaki faaliyet türü
40-49	1990	kitap ve kırtasiye dükkânı
	2015	takı ve aksesuar üretimi ve satışı
	2015	takı üretimi ve kadın giyim eşyası satışı
	2005	fırın ve pastane ürünleri üretimi ve satışı
	2015	takı üretimi ve kadın giyim eşyası satışı
	2009	medikal ürünlerin satışı
	2000	takı ve süs eşyası satışı
	1993	takı, giysi, hediyelik eşya üretimi ve satışı
	2011	yemek (ev yemeği ve yöresel yemekler) üretimi ve satışı
	2000	Gıda satışı ve üretimi
	2008 (babasının ölümünün ardından devir alıyor)	Babasından devraldığı eczaneyi 2016 Ağustos ayında eşiyle birlikte kafeye dönüştürüyorlar.
30-39	2013	Falcı dükkânı
	2012	Kafe işletmeciliği, yemek üretimi ve satışı
	2011 (eşinin yanında bu işe başlıyor)	esnaf lokantası işletmeciliği ve ev yemeği üretimi
	1996	bar işletmeciliği
	2014	takı, tişört tasarım, üretim ve satış işi

30-39	2015	tekstil satışı işi
	2013	hediyeelik ve tekstil tasarım, üretim atölyesi
	2011	kafe-restoran işletmeciliği
	2012	tekstil geri dönüşüm
	2011	dövme stüdyosu işletmeciliği ve dövme işi
25-29	2000	bakkal dükkânı işletmeciliği
	2009	organik gıda satışı işi
	2014	takı ve tişört tasarımı, üretimi ve satışı
	2012	takı, tişört ve hediyeelik tasarımı, üretimi ve satışı

EK 3: Kadınların dükkânlarındaki faaliyet türü ve daha önceki iş deneyimleri

Dükkândaki faaliyet türü	Daha Önceki iş deneyimleri
Çocuk giyimi ve hazır giyim eşyası satışı	Hemşire olarak çalışmış.
Kafe-restoran işletmeciliği	Bir bankada çalışmış
Takı, tişört ve hediyelik tasarımı ve satışı	Tasarım atölyesi işletmeciliği (arkadaşlarıyla ortaklık biçiminde) yapmış.
Gıda satışı	İlk dükkân deneyimi (esas olarak satış işinde çalışıyor.)
Etnik giysi ve hediyelik eşya satışı	Öğretmenlik yapmış
Terzilik ve tadilat işi	Terzilik, model çizme, kalıp oluşturma işi ve atölye işletmeciliği işi yapmış.
Giysi ve hediyelik eşya satışı	Hosteslik ve turizm rehberliği işi yapmış.
Falcı dükkânı	
Hazır ve ikinci el giysi satışı işi	Radyoloji teknikerliği işine devam etmektedir.
Pizza ve yemek satışı işi	Uzun süre eğitim sektöründe danışmanlık yapmış.
Dövme dükkânı işletmeciliği	Dövme dükkânı işletmeciliği (eski eşiyile birlikte)
Bar işletmeciliği	Tesisat çizimi işi, bir firmada tıbbi atık konusunda ithalat sorumlusu, çiçek dükkânı işleticisi ve lokanta işletmecisi olarak çalışmış.
Takı üretimi ve kadın giyim eşyası satışı	Turizm ve emlak satışı işinde çalışmış.
Kafe işletmeciliği, yemek üretimi ve satışı	Kafelerde çalışmış.
Fırın-pastane	Başka ülkelere mal taşıyan bir gemide kasa müdürü olarak çalışmış.

Esnaflıkta ev yemeği satışı işi (eşiyle birlikte)	Kozmetik ürünler satan bir firmada müşteri temsilciliği yapmış.
Hediyelik ve tekstil tasarım atölyesi	Resim, seramik ve heykel dersleri vermiş.
Takı, giysi, hediyelik eşya üretimi ve satışı	Özel bir firmadan emekli olmuş.
Mantı ve ev yemekleri	
Hediye ve yapay çiçek satışı	Evde hediyelik eşya ve kapı kolu yapip satmış.
Kitap ve kırtasiye dükkânı işletmeciliği	Bir şirketin İngilizce kitaplarının satışı işi, Kadıköy'de bir kitapçıda çalışmış ve Beyazıt'ta bir sahafta çalışmış.
Kafe işletmeciliği ve ev yemeği üretimi	Evde biçki dikiş işi yapmış, hayvan pansiyonerliği, lades tavuk kasapçılığı, emlak satışı işi ve iki ayrı yemek dükkânı işletmeciliği işini yapmış.
Babasından devraldığı eczaneyi 2016 Ağustos ayında eşiyle birlikte kafeye dönüştürüyorlar.	Avukatlıktan emekliliğin ardından babasının ölümüyle eczane işletmeciliği işi yapmış.
Giysi geri dönüşüm	İlkokul öğretmenliği yapmış.
Giysi geri dönüşüm	Ev içi üretim, tekstil satışı, ikinci el giyim eşyası satışı işi
Takı ve aksesuar satışı	Kalorifer ve soğutma sistemleri üzerinde çalışmış.
Emlak satışı işi	Bir bankada çalışmış.
Medikal ürün satışı	Medikal ürün satan dükkânlarda çalışmış.
Takı üretimi ve kadın giyim eşyası satışı	
İç giyim eşyası ve kahvaltı sunumu	Öğretmenlikten emekli olduktan sonra yemek sektöründe çalışmış.
Gıda satışı ve üretimi	Bir sigorta şirketinin muhasebe bölümünde çalışmış.

Pastane işletmeciliği ve yemek satışı	Evde yemek yapıp satma ve evde bebek bakımı işleri ile kafe işletmeciliği işi yapmış.
Bakkal dükkânı işleticisi	
Kitap ve kırtasiye dükkânı işletmeciliği	Uzun süre eşiyle birlikte kitap satışı işinde çalışmış.
Takı ve süs eşyası dükkânı işletmeciliği	Sanatsal restorasyon işi ve takı dükkânı işletmeciliği
Yemek (ev yemeği ve yöresel yemek) üretimi ve satışı	Seramik yapımı ve satışı işi yapmış, engelli çocuklarla ilgili çalışmış, takı tezgâhı işletmiş.
Takı, tişört tasarım, üretim ve satış işi	Kısa bir süre avukatlık yapmış.
Ev yemeği üretimi ve satışı	Büyük bir markette kasiyer olarak çalışmış, sipariş yoluyla evde yaptığı yemeklerin satışı işi yapmış.

KAYNAKLAR

• Kitaplar

- ABADAN-UNAT, Nermin (der.), *Türk Toplumunda Kadın*, Sosyal Bilimler Derneği Yayını, Ankara: 1982.
- ADKINS, Lisa ve SKEGGS, Beverley (eds.) *Feminism After Bourdieu*, Blackwell Publishing, Oxford: 2004.
- AHL, Helene, *The Scientific Reproduction of Gender Inequality: A Discourse Analysis of Research Texts on Women's Entrepreneurship*, CBS Press, Copenhagen: 2004.
- AKDEMİR, Nevra, *Taşeronlu Birikim: Tuzla Tersaneler Bölgesinde Üretim İlişkilerinde Enformelleşme*, Sosyal Araştırmalar Vakfı, İstanbul:2008.
- AKGEYİK, Tekin, YAVUZ A. ve ERSÖZ. H. Y., *İstanbul'da Enformel Sektör: İşportacılar, Eminönü İlçesinde Bir Alan Araştırması*, Erguvan Yayınevi, İstanbul:2004.
- AKŞİT, Elif Ekin, *Kızların Sessizliği: Kız Enstitülerinin Uzun Tarihi*, İletişim Yayınları, İstanbul: 2005.
- ALTUNTEK, N. Serpil, *"Yerli"nin Bakışı – Etnografya: Kuram ve Yöntem*, Ütopya Yayınevi, Ankara:2009.
- ATKINSON, Paul et al. (ed.) *Handbook of Ethnography*, Sage Publications, London: 2007.
- BORA, Aksu, *Kadınların Sınıfı: Ücretli Ev Emeği ve Kadın Öznelliğinin İnşası*, İletişim Yayınları, İstanbul: 2005.

- BORATAV, Korkut, *İstanbul ve Anadolu'dan Sınıf Profilleri*, İmge Kitabevi, Ankara: 2004.
- BOURDIEU, Pierre, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, Routledge, Londra: 1986.
- _____, *The Logic of Practice*, Stanford University Press, Stanford: 1992.
- _____, *Masculine Domination*, Stanford University Press, Stanford: 2001.
- _____, *The Social Structures of The Economy*, Translated by Chris Turner, Polity Press, Cambridge: 2005.
- BOURDIEU, Pierre ve WACQUANT, Loic J. D., *Düşünsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, İletişim Yayınları, İstanbul: 2003.
- BULUT, Yücel, *Bir Semte Vefa: Değişen Toplumsal Yapısı ile Vefa Semti* [Ayrı Basım], Klasik Yayınları, İstanbul: 2009.
- Crompton, Rosemary, *Women and Work in Modern Britain*, Oxford University Press, Oxford: 1997.
- ÇEĞİN Güney, Emrah GÖKER, Alim ARLI ve Ümit TATLİCAN, Ocak ve Zanaat Pierre Bourdieu Derlemesi, 1. Baskı, İletişim Yayıncılık, İstanbul: 2007.
- DALSAR, Fahri, *Türk Sanayi ve Ticaret Tarihinde Bursa'da İpekçilik*, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Yayını, İstanbul: 1960.
- DAVIDOFF, Leonore, *Worlds Between: Historical Perspectives on Gender and Class*, Routledge, New York: 1995.
- DEMİR, Mine, *Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Kadın Eğitiminde Bıçkı Dikişin Yeri (1908-1952)*, Libra Yayınevi, İstanbul: 2019.
- DOLE, Christopher, *Seküler Yaşam ve Şifacılık Modern Türkiye'de Kayıp ve Adanmışlık*, çev. Barış Cezar, Metis Yayınları, İstanbul: 2016.
- DUBEN, Alan ve BEHAR, Cem, *İstanbul Haneleri: Evlilik, Aile ve Doğurganlık 1880-1940*, İletişim Yayınları, İstanbul: 1996.
- DURAKBAŞA, Ayşe, *Halide Edip: Türk Modernleşmesi ve Feminizm*, İletişim Yayınları, İstanbul: 2000.
- _____, der. *Feminist Tarihyazımında Sınıf ve Cinsiyet*, çev. Zerrin Ateşer-Selda Somuncuoğlu, İletişim Yayınları, İstanbul, 2002.

- DUYAR, İzzet ve ÖZENER, E. Barış, *Çocuk İşçiler: Çarpık Gelişen Bedenler*, Ütopya Yayınevi, Ankara: 2003.
- ECEVİT, Yıldız, *A Critical Analysis of Women's Entrepreneurship in Turkey*, ILO Publications, 2007.
- EKDAL, Müfid, *Kapalı Hayat Kutusu Kadıköy Konakları*, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul: 2008.
- ERDER KÖKSAL, SEMA ve LORDOĞLU, Kuvvet, *Geleneksel Çıracılıktan Çocuk Emeline: Bir Alan Araştırması*, Forschungsergebnisse Research Results, İstanbul: 1993.
- ERGİN, Osman Nuri, *Türkiye'de Şehirciliğin Tarihi İnkişafı*, İÜ. Hukuk Fakültesi İktisat ve İçtimaiyat Enstitüsü Yayını, İstanbul: 1936 [1922].
- ERKOÇAK, Âdem ve BORA, Tanıl, *Bir Berber Bir Berbere...*, İletişim Yayınları, İstanbul: 2015.
- FAROQHI, Suraiya, *Osmanlı Zanaatkarları*, Çev. Zülal Kılıç, Kitapyayınevi, İstanbul:2011.
- GLASSIE, Henry, *Turkish Traditional Art Today*, Indiana University Press, Bloomington:1993.
- GİZ, Adnan, *Bir Zamanlar Kadıköy*, İletişim Yayınları, İstanbul: 1988.
- GÖLE, Nilüfer, *Modern Mahrem: Medeniyet ve Örtünme*, Metis Yayınları, İstanbul: 2004.
- GUDEMAN, Stephen, *The Anthropology of Economy: Community, Market, and Culture*, 1st edition, Wiley-Blackwell, New Jersey: 2001.
- GÜÇLÜ, Eda, *İstanbul Bibliyografyası 2000-2013*, Institut Français d'Études Anatoliennes, İstanbul: 2014.
- GÜLER, Ahmet, Mustafa Bülent HALICIOĞLU ve Serkan TAŞĞIN, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık. Ankara: 2015.
- HART, Charles William Merton, *Zeytinburnu Gecekondu Bölgesi*, çev. Nephân Saran, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul: 1969.
- HARVEY, David, *Explanation in Geography*, Edward Arnold, London: 1969.
- HERZFELD, Michael, *The Body Impolitic: Artisans and Artifice in the Global Hierarchy of Value*, University of Chicago Press, Chicago: 2004.

- HOLLIDAY, Adrian, *Doing and Writing Qualitative Research*, Sage Publication, 2. Baskı, London, Thousand Oaks, New Delhi:2007.
- KANDİYOTİ, Deniz (1997) *Cariyeler Bacılar Yurttaşlar: Kimlikler ve Toplumsal Dönüşümler*, çev. Aksu Bora, İletişim Yayınları, İstanbul: 1997.
- KÜMBETOĞLU, Belkıs, *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*, Bağlam Yayınları, İstanbul: 2005.
- KÜTÜKÇÜ, Tamer, *Kadıköy'ün Kitabı*, Ötüken Neşriyat, İstanbul: 2014.
- LANE, John, *Apprenticeship in England 1600-1914*, UCL Press, London: 1996.
- LEFEBVRE, Henri, *Mekânın Üretimi*, çev. Işık Ergüden, Sel Yayıncılık, İstanbul: 2014.
- LEPPANEN, Antti, *Neighborhood Shopkeepers in Contemporary South Korea: Household, Work, and Locality*, Academic Dissertation Research Series in Anthropology University of Helsinki, 2007.
- MARTİN, Anais M., *Her Yeri Resim Gibi: Küçük Moda*, Heyamola Yayınları, İstanbul: 2010.
- MASSEY, Doreen, *Spatial Divisions of Labour*, Macmillan, Basingstoke: 1984.
- _____, *Space, Place and Gender*, Polity Press, Cambridge: 1994.
- MILLS, Amy, *Hafızanın Sokakları: İstanbul'da Peyzaj, Hoşgörü ve Ulusal Kimlik*, çev. Amy Mills ve Cem Soydemir, Koç Üniversitesi Yayınları, İstanbul: 2014.
- MOORE, Dorothy Perrin ve BUTTNER, E. Holly, *Women Entrepreneurs: Moving Beyond the Glass Ceiling*, Sage Publications, Thousand Oaks CA, London, & New Delhi: 1997.
- MÜFTÜOĞLU, Berna, *Fason Ekonomisi: Gedikpaşa'da Ayakkabı Üretimi*, Bağlam Yayınları, İstanbul: 2005.
- OLDENBURG, Ray, *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons and Other Hangouts at the Hearthof Community* De Capo Press, Cambridge: 1989.
- ÖĞÜNÇ, Pınar, *İnce İş*, İletişim Yayınları, İstanbul: 2009.

- ÖNCE, Gökhan, *Kendine Özgü Bir Semt Moda*, Kadıköy Belediyesi Kültür ve Bilim Hizmetleri Dizisi 2, İstanbul: 1998.
- PEROUSE, Jean-François, *İstanbul'la Yüzleşme Denemeleri: Çeperler, Hareketlilik ve Kentsel Bellek*, İletişim Yayınları, İstanbul: 2011.
- PILCHER, Jane ve WHELEHAN, Imelda, *50 Key Concepts in Gender Studies*, Sage Publications, Thousand Oaks CA, London, & New Delhi:2004.
- PLATTNER, Stuart, ed., *Economic Anthropology*, Stanford University Press, Stanford: 1989.
- QUATAERT, Donald, *Sanayi Devrimi Çağında Osmanlı İmalat Sektörü*, İletişim Yayınları, 2. Baskı, İstanbul: 2008.
- RABO, Annika, *A Shop of One's Own: Independence and Reputation among Traders in Aleppo*, I.B. Tauris & Co Ltd, London: 2005.
- ROSE, Gillian, *Feminism & Geography: The Limits of Geographical Knowledge*, Polity Press, Cambridge: 1993.
- SENNETT, Richard, *Zanaatkâr*, çev. Melih Pekdemir, Ayrıntı Yayınları, 1. Baskı, İstanbul: 2009.
- SPAIN, Daphne, *Gendered Spaces*, University of North Carolina Press, Chapel Hill: 1992.
- STRAVRIDES, Stravros, *Müşterek Mekân: Müşterekler Olarak Şehir*, çev. Cenk Saraçoğlu, Sel Yayın Yayıncılık, İstanbul, 2018.
- ŞATIROĞLU, Ayşe ve OKAN, Oya, *Çarşı-Esnaf-Kapalıçarşı*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul: 2011.
- UĞURLU, Örgen, PINARCIOĞLU, N.Ş., KANBAK, A. ve ŞİRİNER ÖNVER, M. (Der.) *Türkiye Prespektifinden Kent Sosyolojisi Çalışmaları*, Örgün Yayınevi, İstanbul: 2010.
- WALBY, Sylvia, *Theorizing Patriarchy*, Blackwell, Oxford: 1990.
- WHITE, Jenny B., *Para ile Akraba: Kentsel Türkiye'de Kadın Emegi*, çev. Aksu Bora, İletişim Yayınları, İstanbul: 1999.
- YILDIRIM, Ali ve Şimşek, Hasan, *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin Yayıncılık, Ankara: 2013.
- YÜKSEKER, Deniz, *Laleli-Moskova Mekiği: Kayıtdışı Ticaret ve Cinsiyet İlişkileri*, İletişim Yayınları, 1. Baskı, İstanbul: 2003.

• **Makaleler**

- ADDO, Ping-Ann, "Is It Entrepreneurship, or Is It Survival?": Gender, Community, and Innovation in Boston's Black Immigrant Micro-Enterprise Spaces" *Societies*, 7(3), 2017: 1-19.
- AHL, Helene, "Why Research on Women Entrepreneurs Needs New Directions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (5), 2006: 595-621.
- AKBULUT, Mehmet Rıfat, "Kadıköy", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, Cilt 4, İstanbul, 1994:329-339.
- ALDRICH, Howard E., ELAM, Amanda Brickman ve REESE, Pat Ray, "Strong Ties, Weak Ties, and Strangers: Do Women Owners Differ from Men in Their Use of Networking to Obtain Assistance?", *Entrepreneurship in A Global Context*, ed. Sue Birley and Ian C. MacMillan, Routledge, Firts Published, Canada and USA, 1997: 1-26.
- ALTAN-OLCAY, Özlem, "Entrepreneurial Subjectivities and Gendered Complexities: Neoliberal Citizenship in Turkey", *Feminist Economics* 20(4), 2014: 235-259.
- ARLI, Alim, "Cumhuriyet Döneminde Türkiye'de Şehirleşme ve Gecekondu Araştırmaları", *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 3(6), 2005: 283-352.
- AYATA, Sencer, "Kentsel Orta Sınıf Ailelerde Statü Yarışması ve Salon Kullanımı", *Toplum ve Bilim*, sayı 42, 1988:42:5-25.
- AYGÖREN, Huriye Yeröz ve NORDQVIST, Mattias, "Gender, Ethnicity and Identity Work in the Family Business", *European Journal of International Management*, 9(2), 2015:160-178.
- BAER, Gabriel, "Ottoman Guilds: A Reassessment", *Türkiye'nin Sosyal ve Ekonomik Tarihi (1071-1920)*, ed. Halil İnalcık ve Osman Okyar, Meteksan, Ankara, 1980:95-102.
- BELGE, Murat, "Moda", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, Cilt 5, İstanbul, 1994:478-480.
- BERG, Maxine, "Skill, Craft and Histories of Industrialisation in Europe and Asia", Volume 24 December 2014:127-148. DOI: <https://doi.org/10.1017/S008044011400006>. Published online: 24 October 2014.

- BONDI, Liz ve DAVIDSON, Joyce, "Situating Gender", *Companion to Feminist Geography*, ed. Nelson, L.-Seager, J., Blackwell Publishing, UK, 2005:15-32.
- BONDI, Liz, "Gender, Class, and Urban Space: Public And Private Space in Contemporary Urban Landscapes", *Urban Geography*, (19:2), 1998:160-185.
- BORA, Tanıl, "Sunuş: 'İş İşleyene' Rikkatle Bakmak", *İnce İş*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2009: 9-14.
- BRUNI, Atilla, GHERARDI, Silvia ve and POGGIO, Barbara, "Doing Gender, Doing Entrepreneurship: An Ethnographic Account of Intertwined Practices", *Gender, Work and Organization*, (11:4), 2004:406-429.
- DEDEOĞLU, Saniye, "İstanbul'da Mekân, Cinsiyet ve Endüstriyel İstihdam", *Yeni İstanbul Çalışmaları: Sınırlar, Mücadeleler, Açılımlar*, ed. Ayfer Bartu Candan ve Cenk Özbay, Metis Yayınları, İstanbul, 2014: 188-211.
- DEVREUX, Anne-Marie, "Aile", *Eleştirel Feminizm Sözlüğü*, Çev. Gülnur Acar Savran, Dipnot Yayınları, Ankara, 2015: 33-35.
- DILLEY, Roy Martin, "Secrets and Skills: Apprenticeship Among Tukolor Weavers", *Apprenticeship: From Theory to Method and Back Again*, Michael W. Coy, ed. NY: SUNY Press, Albany, 1989: 181-198.
- DOAN, Petra L., "Gendered Space", *Encyclopedia of Urban Studies*, Ed. Rey Hutchison, Sage Publications, 2010: 298-302.
- DOGANALP-VOTZI, Heidemarie, "Histories and Economies of a Small Anatolian Town: Safranbolu and its Leather Handicrafts", *Crafts and Craftsmen of the Middle East*, (der.) Suraiya Faruqi ve Randi Deguilhem, I.B. Tauris, London-New York, 2005:308-337.
- DUNCAN, Nancy (ed.), "Renegotiating Gender and Sexuality in Public and Private Space", *Bodyspace: Destabilizing Geographies of Gender and Sexuality*, Routledge, 1. Baskı, London and New York, 1996: 127-145.
- DURAKBAŞA, Ayşe, "Taşra Burjuvazisinin Tarihsel Kökenleri", *Toplum ve Bilim*, sayı 118, 2010:118: 6-38.

- ERDER, Sema, "Yeni İstanbul Çalışmaları ve İstanbul'da Yapılan Yeni Çalışmalar", *Yeni İstanbul Çalışmaları: Sınırlar, Mücadeleler, Açılımlar*, Haz. Ayfer Bartu Candan ve Cenk Özbay, Metis Yayınları, İstanbul, 2014:377-385.
- ERMAN, Tahire, "Kent Çalışmalarının Geçmişi ve Bugünü: Hâkim Paradigmalar ve Yeni Sorunsallar", *İdealkent Kent Araştırmaları Dergisi*, Sayı 1, 2010: 32-43.
- FAROQHI, Suraiya, "Between Conflict and Accommodation: Guildsmen in Bursa and Istanbul During the 18th Century" Clara E. Nunez (ed.) *Guilds, Economy and Societ*, Proceedings of the Twelfth International Economic History Congress, Madrid, 1998a: 143-152.
- _____, "Understanding Ottoman Guilds", Faroqhi S, Randi D, ed. *Crafts and Craftsmen of the Middle East*. I.B. Tauris, London – New York, 2005:3-40.
- FAROQHI, Suraiya ve DEGUILHEM, "Preface and Acknowledgements", *Crafts and Craftsmen of the Middle East*, ed. Faroqhi, S. ve Deguilhem, R., I.B. Tauris, London – New York, 2005: VII-IX.
- GEERTZ, Clifford, "Yerli Gözüyle: Antropolojik Anlamanın Doğası Üstüne Parçalarla Bütünleri Bağlamak", *Toplum Bilimlerinde Yorumcu Yaklaşım*, çev. Taha Parla, Deniz Yayınları, İstanbul, 2008.
- _____, "Derin Oyun: Balililerin Horoz Dövüşü Üzerine Notlar" *Kültürlerin Yorumlanması*, çev. Hakan Gür, Dost Kitapevi, Ankara, 2010.
- GENÇ, Mehmet, "Osmanlı Esnafı ve Devletle İlişkileri", *Ahilik ve Esnaf Konferanslar ve Seminer*, İstanbul Esnaf ve Sanatkârlar Dernekleri Birliği Yayını, İstanbul, 1986:113-124.
- _____, "Osmanlı Esnafı ve Devletle İlişkileri", *Ahilik ve Esnaf Konferanslar ve Seminer*, İstanbul Esnaf ve Sanatkârlar Dernekleri Birliği Yayını, İstanbul, 1986:113-124.
- Gerber, Haim, "Social and Economic Position of Women in an Anatolian City, Bursa, 1600-1700", *International Journal of Middle East Studies*, 12, 1980: 231-244.
- GÖK, Fatma, "Türkiye'de Eğitim ve Kadınlar", *1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*, Yay. Haz. Şirin Tekeli, İletişim Yayınları, İstanbul, 1995:181-197.

- GÖLPINARLI, Abdülbaki, "İslâm ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilâtı ve Kaynakları", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 11(1-4), 1949-1950: 3-354.
- GÜVENÇ, Murat ve IŞIK, Oğuz, "İstanbul'u Okumak: Statü-Konut Mülkiyet Farklılaşmasına İlişkin Bir Çözümleme Denemesi", *Toplum ve Bilim*, sayı 71, 1996: 6-60.
- _____, "İstanbul'u Okumak II: Mahalle Düzeyindeki Konut Mülkiyeti Statü Farklılaşmasına İlişkin Bulgular Nasıl Genellenebilir?" *Toplum ve Bilim*, sayı 72, 1997: 153-64.
- HAMILTON, Ellie, "The Discourse of Entrepreneurial Masculinities (and Femininities)", *Entrepreneurship & Regional Development*, (25/1-2), 2013:90-99.
- HANSON, S. ve BLAKE, M., "Gender and Entrepreneurial Networks", *Regional Studies*, 43:1, 2009:135-149.
- HANSON, S. "Changing Places Through Women's Entrepreneurship" *Economic Geography* 85 (3), 2009:245-267.
- HARTMANN, Heidi. I., "The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism: Towards a More Progressive Union", *Capital & Class*, 1979: 1-33.
- İleri, Selim, "Edebiyatta Kadıköy", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, Türkiye Ekonomik ve Toplumsal Tarih Vakfı, Cilt 4, 1994:339-340.
- İNALCIK, Halil, "Bursa and the Commerce of the Levant", *Journal of the Economic and Social History of the Orient* 3, 1960:131-147.
- JUTEAU, Danielle, "Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet", *Eleştirel Feminizm Sözlüğü*, Çev. Gülnur Acar Savran, Dipnot Yayınları, 2015:139-140.
- KAL'A, Ahmet, "Esnaflık", *TDV İslam Ansiklopedisi*, Diyanet İşleri Başkanlığı Yayını, İstanbul, Cilt 11, 1994:423-430.
- _____, "Osmanlı Esnafı ve Sanayisi Üzerine Yapılan Çalışmalarla İlgili Genel Bir Değerlendirme" *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, Bilim ve Sanat Vakfı Yayınları, 1(1), 2003:245-265.
- KARADAĞ, Meltem, "Taşra Kentlerinde Yaşam Tarzları Alanı: Kültür ve Ayrım", *Toplum ve Bilim*, sayı 118, 2010: 39-58.

- KERGOAT, Daniele, "Cinsiyete Dayalı İşbölümü ve Toplumsal Cinsiyet İlişkileri", *Eleştirel Feminizm Sözlüğü*, Çev. Gülnur Acar Savran, Dipnot Yayınları, 2015:88-96.
- KERGOAT, Prisca, "Zanaat", *Eleştirel Feminizm Sözlüğü*, Çev. Gülnur Acar Savran, Dipnot Yayınları, Ankara, 2015:320-323.
- KESKİN, Sevtap, "Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar", *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e- Dergi*, 1(1), 2017:64-76.
- KOSKELA, Hille, "Urban Space in Plural: Elastic, Tamed, Suppressed", *A Companion to Feminist Geography*, ed. Lise Nelson & Joni Seager, Blackwell Publishing, Oxford, 2005:257-270.
- KÖKSAL, Aykut, "Moda Sahilinde Neler Oluyor?", *İstanbul Dergisi*, sayı 45, 2003:132-135.
- LAMOUREUX, Diane, "Kamusal/Özel", *Eleştirel Feminizm Sözlüğü*, Çev. Gülnur Acar Savran, Dipnot Yayınları, Ankara, 2015:215-220.
- LANCY, David. F., "First You Must Master Pain!: The Nature and Purpose of Apprenticeship", *Anthropology of Work Review*, 33(2), 2012:113-126.
- LOVELL, Terry, "Thinking Feminism with and against Bourdieu", *Feminist Theory*, Sage Publications, 2000:11-32.
- LUNDY, Brandon D., Mark Patterson ve Alex O'Neill, "Drivers and Deterrents of Entrepreneurial Enterprise in the Risk-Prone Global South", *Economic Anthropology*, 4, 2017: 65-81.
- MCDOWEL, L. ve Massey, Doreen, "A Woman's Place?", Ed. Doreen Massey and John Allen, *Geography Matters! A Reader*, Cambridge University Press in Association with the Open University, Cambridge, 1984:124-47.
- MATHIEU, "Cinsiyet ve Toplumsal Cinsiyet", *Eleştirel Feminizm Sözlüğü*, Çev. Gülnur Acar Savran, Dipnot Yayınları, 2015: 76-86).
- MAXWELL Joseph A.- CHMIEL, Margaret, "Notes Toward a Theory of Qualitative Data Analysis," *The Sage Handbook of Qualitative Data Analysis*, Ed. Uwe Flick, London: 2014: 540-553.
- MİRAFTAB, Faranak, "Mühimmat-ı Mekân ve 'Yer'leşme Siyasetleri: Metro-Merkezçi Küreselleşme Yazınının Eleştirisi", *Küresel ve Yerel Arasında Kentler: Stratejiler, Fırsatlar ve Sorunlar*, çev. Şerife Geniş, İdealkent Yayınları, İstanbul, 2016: 1-13.

- MOORE, Dorothy Perrin, "An Examination of Present Research on the Female Entrepreneur – Suggested Research Strategies for the 1990s", *Journal of Business Ethics*, 9, 1990: 275-281.
- ÖZAR, Şemsa, "Türkiye'de 1980 Sonrası Dönemde Kadın Emegi ve İstihdamı Politikaları: Kadın Hareketi, Sendikalar, Devlet ve İşveren Kuruluşları", *Geçmişten Günümüze Türkiye'de Kadın Emegi*, haz. Ahmet Makal ve Gülay Toksöz, İmge Kitabevi, Ankara, 2012:223-253.
- ÖZAR, Şemsa ve Gökhan ÖZERTAN, "Small Enterprises and Financial Crisis in Turkey: a Comparison with Larger Enterprises", *Asian-African Journal of Economics and Econometrics*, Vol.8, No.1, 2008:83-93.
- ÖZBA Y, Ferhunde, "Kadınların Eviçi ve Evdışı Uğraşlarındaki Değişme", *1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*, Yay. Haz. Şirin Tekeli, İletişim Yayınları, İstanbul, 1995:117-152.
- _____, "Toplumsal Cinsiyet ve Mekân: Türk Modernleşmesine Yeni Bir Bakış", *Dünden Bugüne Aile, Kent ve Nüfus*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2015:109-127.
- ÖZSAN, Gül (2008), "Baltaya İmzasını Atan Usta: Sıcak Demircilik ve Dövme Kastamonu Baltası Üzerine Bir Araştırma". *Folklor/Edebiyat*, sayı 56, 2008:261-276.
- _____, "Beyoğlu'nda İki Berber: İki Ayrı Anlatı Tipi ve İki Ayrı Erkeklik". *Toplum ve Bilim*, sayı 117, 2010a: 86-118.
- _____, "Eşraf Ailelerinin Statü Kazanma Mücadelelerinde Kadınların Rolü", *Toplum ve Bilim*, sayı 118, 2010b: 59-92.
- _____, "Esnaf-Zanaatkarlar, Semt ve Kent", *Mekân ve Kültür*, Yay. Haz. Emine Onaran İncirlioğlu ve Barış Kılıçbay, Tetragon Yayınları, İstanbul, 2011:99-105.
- _____, "Türkiye'nin Sosyal Dokusunda Değişen ve Değişmeyen Unsurlar: Eşraf Aileleri ve Eğitim", *Eğitim Bilim Toplum Dergisi*, 13(50), 2015: 96-133.
- _____, "Türkiye'nin Sosyal Dokusunda Değişen ve Değişmeyen Unsurlar: Eşraf Aileleri ve Eğitim", *Türkiye'de Toplumsal Tabakalaşma ve Eşitsizlik* (ed. Lütfi Sunar), Matbu Kitap, İstanbul, 2016a: 385-416.

- _____, "Shopkeepers, Women, and Gendered Narratives", *Writing Women's Lives International Symposium Conference Proceedings*, Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı, İstanbul, 2016c:308-314.
- _____, "Shopkeepers, Women, and Gendered Narratives". *Sociology and Anthropology*. Vol.4(9), 2016d: 806-814, <http://www.hrpub.org>.DOI: 10.13189/sa.2016.040903.
- _____, "Etnografi ve Tarihin Arayüzünde: Çıraklık Hakkındaki Mit ve Anlam Haritaları", *Toplum ve Bilim*, sayı 142, 2017: 56-78.
- ÖZYEGİN, Gül, "Kapıcılar, Gündelikçiler ve Ev Sahipleri: Türk Kent Yaşamında Sorunlu Karşılaşmalar", (der.) Deniz Kandiyoti, Ayşe Saktanber, *Kültür Fragmanları/Türkiye'de Gündelik Hayat*, Metis Yayınları, İstanbul, 2003: 57-83.
- ÖZTİMUR, Neşe, "Feminist Teoride Pierre Bourdieu Tartışmaları", *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*, Der. Güney Çeğin, Emrah Göker, Alim Arlı ve Ümit Tatlıcan, İletişim Yayınları, İstanbul, 2007:586-604.
- PEROUSE, J-F. ve Danış, A. Didem, "Zenginliğin mekânda yeni yansımaları: İstanbul'da güvenlikli siteler", *Toplum ve Bilim*, sayı 104, 2005: 92-123.
- REAY, Diane, "A Useful Extension of Bourdieu's Conceptual Framework? Emotional Capital as a Way of Understanding Mothers' Involvement in Their Children's Education", *The Sociological Review*, 48(4), 2000: 568-585.
- _____, "Gendering Bourdieu's Concepts of Capitals? Emotional Capital, Women and Social Class", *The Sociological Review*, (52/2), Blackwell Publishing, 2004:57-75.
- RIDGEWAY, C. L. ve SMITH-Lovin L., "The Gender System and Interaction", *Annual Review of Sociology*, Volume: 25,1999: 191-216.
- SİRMAN, Nükhet, "Köy Kadının Aile ve Evlilikte Güçlenme Mücadelesi", *1980'ler Türkiye'sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*, Yay. Haz. Şirin Tekeli, İletişim Yayınları, İstanbul, 1995:247-276.
- SNELL, K.D.M., "The Apprenticeship System in British History: The Fragmentation of a Cultural Institution", *History of Education*, sayı 25, 1996: 303-322.

- SALLAN GÜL, Songül ve Altındal, Yonca, "Türkiye'de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün Mü?", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Ed. Hayrettin Usul, Cilt: 21, Sayı: 4, 2016:1361-1377.
- SPAIN, Daphne, "Gender and Urban Space", *Annual Review of Sociology* ed. Karen S. Cook and Douglas S. Massey, sayı 40, 2014:581-598.
- STEWART, Alex, "Help One Another, Use One Another: Toward An Anthropology of Family Business", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Volume 27, No. 1, 2003:1-28.
- STEWART, Alex, "Anthropology of Family Business: Ten Desiderata", In Proceedings, United States Association for Small Business and Entrepreneurship, *27th Annual Conference Bulletin of the International Council for Small Business*, Marquette University e-Publications, 2012: 0053-0069.
- SUNAR, Lütfi ve KAYA, Yunus, "Türkiye'de Değişen Sosyo-Ekonomik Yapı İçerisinde Meslekler", *Türkiye'de Toplumsal Tabakalaşma ve Eşitsizlik*, ed. Lütfi Sunar, Matbu Kitap, İstanbul, 2016:267-312.
- ŞENTÜRK, Murat ve KURTKAPAN, Hamza, "Yaşlılığın Mekânsallaşması: Kadıköy Moda'daki Bir Apartman Üzerine Nitel Bir Çalışma", *Yaşlılık Çalışmaları Dergisi*, sayı 1, İstanbul, 2017:4-19.
- ŞENTÜRK, Yıldırım, "İstanbul, Kent Çalışmaları ve Unutulan Emek", *Yeni İstanbul Çalışmaları: Sınırlar, Mücadeleler, Açılımlar*, Haz. Ayfer Bartu Candan ve Cenk Özbay, Metis Yayınları, İstanbul, 2014:133-165.
- TAYLOR, M.H., "Martha Stewart As a Sociological Phenomenon" *Race Gender Class*, sayı 9, 2000:85-99.
- TEKELİ, İlhan, "Kavramlarımızı ve Kuramlarımızı Gözden Geçirme Vakti Geldi mi?" Mustafa Altunoğlu ve Şerife Geniş, ed., *I. Uluslararası Kent Araştırmaları Kongresi Bildiriler Kitabı*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2015: 34-58.
- TERRAIL, Jean-Pierre, "Kuşaklar arası aktarımlar", *Eleştirel Feminizm Sözlüğü*, Çev. Gülnur Acar Savran, Dipnot Yayınları, 2015:226-230.
- THORNBURG, Robert ve CHARMAZ, Katy, "Grounded Theory and Theoretical Coding." *The Sage Handbook of Qualitative Data Analysis*, Ed. Uwe Flick, Sage, London, 2014: 153-169.

TOPRAK, Zafer, "Esnaf (Osmanlı Dönemi-Cumhuriyet Dönemi)", *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, Cilt 3, İstanbul, 1994:212-216.

-----, Zanaattan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere", *Lonca'dan KOBİ'ye Esnaf ve Sanatkârın Dünyü*, İstanbul; Osmanlı Bankası Müzesi, 2004:1-20. (Sergi kataloğu).

TURNER, S., "Small-Scale Enterprise Livelihoods And Social Capital in Eastern Indonesia: Ethnic Embeddedness and Exclusion, *Professional Geographer*, 59(4), 2007:407-420.

VIGOYA, Mara Viveros, "Sex and Gender", *the Oxford Handbook of Feminist Theory*, ed. Lisa Disch and Mary Hawkesworth, Oxford University Press, Oxford, 2016: 852-873.

WACQUANT, Loic J. D., "Sunuş", *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2003: 7-11.

WOOD, Donald C., "Introduction", *Economic Action in Theory and Practice: Anthropological Investigations*. Emerald Group Publishing Limited, 2010: 1-8.

YALÇIN, Aydın, "İçtimai Sınıflar Meselesi", *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 8 (1-4), 1946:1-45.

YETİM, Nalan, "Social Capital in Female Entrepreneurship", *International Sociology*, November, 23 (6), 2008: 864-885.

YILDIRIM, Onur, "Osmanlı Esnafında Uyum ve Dönüşüm: 1650-1826", *Toplum ve Bilim*, sayı 83, 1999/2000: 146-175.

• Yayınlanmamış Kaynaklar

DURAKBAŞA, Ayşe, KARADAĞ, Meltem ve ÖZSAN, Gül, "Türkiye'de Taşra Burjuvazisinin Oluşum Sürecinde Yerel Eşrafın Rolü ve Taşra Kentlerinde Orta Sınıflar", Yayınlanmamış Araştırma Raporu, TÜBİTAK Maddi Destekli Proje, 2006-2008.

ERGİNSOY, Fatma Güliz, *Beşiktaş Semt Pazarı ve Pazarıcı Esnafı*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul: 1984.

ÖZSAN, Gül, "Moda'nın Semt İmgesinin ve Belleğinin Oluşumunda Esnafın Rolü", *Bellek ve Kültür, VII. Uluslararası Kültür Araştırmaları Sempozyumu*, Ankara, 2013. (Özet metin).

_____, "Kentsel Mekânın Cinsiyet ve Sınıf Temelleri Üzerine Bazı İpuçları: Kadıköy Caferağa Mahallesi'nde Küçük Dükkân İşleten Kadınlar", *Orta Sınıflar ve Sosyal Hareketlilik Çalıştayı*, İstanbul: 2016b. (Özet metin)

_____, "Usta Nasıl Bir Çırak Arıyor: Esnafın ve Zanaatkârların İşlerini~Sanatlarını Yeni Kuşaklara Aktarmaları Meselesi, *VIII. Ulusal Sosyoloji Kongresi*, Ankara: 2016e. (Özet metin).

• İnternet kaynakları

13.1.2011 tarihli 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu, 14 Şubat 2011 Pazartesi tarihli *Resmî Gazete*, Sayı: 27846. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/02/20110214-1-1.htm>. 7.6.2019 tarihinde erişildi.

"Günümüzde Kadıköy", *Kadıköy İlçe Belediyesi Tanıtım Sitesi*, <http://www.kadikoy.bel.tr/Kadikoy/Gunumuzde-Kadikoy>, 14.10.2018 tarihinde erişildi.

YANIKKAYA AYDEMİR, Pervin, "Türk Tarih Vakfı Akdeniz Sesleri Projesi Moda Semti Arka Plan Çalışması", 2003. 7.08.2018 tarihinde erişildi.

DİZİN

- A**
- Abadan-Unat, Nermin, 15.
 Addo, Ping-Ann, 41.
 Adkins, Lisa, 22.
 Ahl, Helene, 37.
 Ahmet, 55, 107.
 Aidiyet, 43, 48, 113.
 Aile içi gerilimler, 168.
 Aile içi ilişkiler, 136, 158.
 Aile ilişkileri, 12, 13, 24, 41, 45, 46, 73, 74, 76, 135, 145, 148, 153, 163, 167, 172, 179-181.
 Aile kökeni, 185.
 Aile ve cinsiyet ilişkileri, 188.
 Ailede kaynak aktarımı, 45, 166, 168.
 Akbulut, Mehmet Rıfat, 102, 104-106, 108.
 Akdemir, Nevra, 53.
 Akgeyik, Tekin, 53.
 Akrabalık bağları, 152.
 Akrabalık ideolojisi, 167.
 Akrabalık ilişkileri, 12, 16, 42, 44, 45, 73, 130, 166, 179.
 Akrabalık kodları, 143.
 Akrabalık metaforları, 142.
 Akrabalık sosyal ağları, 130.
 Akrabalık ve cinsiyet, 44.
 Akşit, Elif Ekin, 81, 82.
 Moldovani Ali Paşa, 107.
 Altan-Olcay, Özlem, 51.
 Altuntek, N. Serpil, 72, 76.
 Arlı, Alim 47, 154.
 Atkinson, Paul, 75.
 Ayata, Sencer, 23, 93, 108, 166.
 Aygören, Huriye Yeröz, 45, 90.
- B**
- Baer, Gabriel, 58.
 Bağdat Caddesi, 176.
 Behar, Cem, 102.
 Belge, Murat, 109.
 Berg, Maxine, 57, 62.
 Biçki dikiş, 81, 82, 195.
 Biyolojik cinsiyet, 20.
 Bondi, Liz, 13, 38, 39.
 Bora, Tanıl, 63.
 Boratav, Korkut, 53, 55.

Bourdieu, Pierre, 14, 16, 17, 21-23, 41, 71, 73, 74, 76, 154, 156, 186.

Bruni, Atilla, 36.

Bulut, Yücel, 105.

C

Caferağa Mahallesi, 11, 13, 67, 68, 103, 104, 108, 177.

Charmaz, Katy, 75.

Chmiel, Margaret, 75.

Cinsiyet deneyimi, 20.

Cinsiyet eşitsizliği, 15, 145.

Cinsiyet gerilimi, 46, 68, 144, 145.

Cinsiyet ilişkileri, 53, 167, 188.

Cinsiyet kimliği, 21, 39, 135, 187.

Cinsiyet ve ekonomik faaliyet, 51.

Cinsiyet ve kentsel kamusal alan, 11, 32, 174.

Cinsiyet ve kentsel mekân, 37, 39.

Cinsiyet ve mekân, 11, 12, 38.

Cinsiyet ve sosyal ağlar, 40.

Cinsiyet, 11, 12, 20, 22, 26, 31, 35, 37, 40, 44, 49, 51, 75, 177, 188.

Crompton, Rosemary, 36.

Ç

Çalışma hayatı ve cinsiyet, 35, 36.

Çeğin, Güney, 154.

Çıracılık, 56.

D

Dalsar, Fahri, 58.

Danış, Didem, 30.

Davidoff, Leonore 21, 22, 34, 35, 154.

Davidson, Joyce, 13, 38, 39.

Dayanışma, 24, 28, 45, 48, 53, 59, 74, 87, 97, 113, 123, 143, 161, 162, 164.

Dedeoğlu, Saniye, 50.

Delphy, Christine, 34.

Demir, Mine, 82.

Dilley, Roy M., 56.

Doan, Petra, L., 36, 38, 39, 135.

Doğanalp-Votzi, Heidemarie, 56.

Dole, Christopher, 188.

Doreen, 38.

Duben, Alan, 102.

Duncan, Nancy, 39.

Durakbaşı, Ayşe, 20, 22, 35, 77, 82, 98, 142, 172, 182, 186.

Duyar, İzzet, 57.

Duygusal sermaye, 41, 166.

Dükkân işleten kadınlar, 11, 16, 29, 68, 127, 128, 131, 172, 177, 182, 188.

Dükkân, 11, 16, 21, 23, 29, 48, 68, 70, 74, 75, 85, 91, 96, 97, 111, 115, 122, 127, 128, 130, 131, 143, 145, 147, 148, 150, 157, 159, 168, 169, 172, 173, 177, 180, 182, 188.

E

Ecevit, Yıldız, 145.

Eğitim, 23, 51, 64, 74, 77, 80, 81, 83, 89, 98, 99, 105, 107, 108, 118, 141, 158, 168, 182, 185, 187, 189, 194.

Ekdal, Müfid, 105, 106.

Ekonomik sermaye, 12, 13, 16, 42, 87, 89, 115-118, 142, 148, 152, 155, 163, 166, 170, 179, 181.

Erder, Sema, 47, 57.

Ergin, Osman Nuri, 58.

Erginsoy, Fatma Güliz, 63.

Erkek esnaf, 139, 176.

Erkeklerin sosyal ağları, 42, 43.

Erkoçak, Âdem, 63.

Erman, Tahire, 47.

Esnaf ve zanaatkâr, 57, 59, 186.

Esnaf, 14-18, 22, 24, 27, 31, 42, 46-48, 54-65, 67, 68, 70-72, 74, 76, 77, 79, 84, 89, 93, 98, 110-118, 122, 123, 125-128, 131-133, 139, 140, 142, 143, 147, 152, 173, 175, 176, 181, 186-188, 192, 195.

Eşraf aileleri, 77, 82, 98, 172, 186.

Etiler, 29, 119, 176.

Etnisite, 19, 185.

Ev içi alan, 22, 74, 141, 143, 179, 180.

Ev içi emek, 143, 179.

Ev içi, 21, 22, 24, 41, 46, 49-51, 74, 82, 94, 126, 141, 143, 154, 157, 164, 165, 170, 179, 180, 195.

F

Faranak, 26.

Faruqi, Suraiya, 56-61, 63.

Fatih, 117.

G

Geertz, Clifford, 14, 71, 72.

Gelenek kurgusu, 47, 61, 187.

Gelenek ve modernlik, 62, 64, 186, 187.

Geleneksel esnaf, 18, 54.

Geleneksel sanat, 62, 64.

Geleneksel, 65, 189.

Genç, Mehmet, 58.

Gerber, Haim, 58, 61.

Gherardi, Silvia, 36.

Giz, Adnan, 106.

Glassie, Henry, 62.

Göç, 26, 45, 86, 89, 103, 150.

Göç ve etnisite, 19, 185.

Gök, Fatma, 99.

Göker, Emrah, 154.

Göle, Nülifer, 35.

Gölpınarlı, Abdülbaki, 58.

Gudeman, Stephen, 154.

Güçlü, Eda, 47, 49.

Güler, Ahmet, 75.

Güvenç, Murat, 53, 55, 78, 102, 108, 109.

Güvenlikli siteler, 47, 49.

H

Halıcıoğlu, Mustafa Bülent, 75.

Hamilton, Ellie, 12, 13, 16, 37.

Hart, Charles William Merton, 103.

Hartmann, Heidi. I., 34.

Harvey, David, 78.

Hegemonik söylem, 58.

Herzfeld, Michael, 61, 62.

Holliday, Adrian, 75.

Howard, Aldrich, 43.

I-İ

Işık, Oğuz, 53, 55, 78, 102, 108, 109.

İleri, Selim, 106, 107.

İnalcık, Halil, 58.

İstanbul, 24, 27, 30, 31, 46-51, 53, 55, 61, 63, 70, 71, 77, 79-83, 86-89, 94, 95, 97, 101-103, 105, 107-109, 111, 113, 116-118, 122, 150, 158, 163, 167, 173, 176, 186, 189, 190.

İş birliği, 141, 149, 161.

K

Kadıköy, 11, 13, 30, 51, 54, 69, 87, 95, 101-103, 105-109, 119, 123-126, 128, 132-134, 150-152, 158, 176, 177, 189, 195.

Kadıköy Çarşısı, 26, 104, 176.

Kadın dayanışması, 74.

Kadın emeği, 15, 33, 46, 50-53, 60, 74, 145, 165.

Kadın esnaf, 15, 17, 18, 25, 32, 40, 60, 61, 71, 72, 93, 123, 125, 126, 175, 176.

Kadınların çalışma hayatı, 36.

Kadınların ekonomik faaliyetleri, 13, 15, 19, 22, 36-38, 46, 78, 99, 167, 175.

Kadınların sosyal ağları, 12, 40, 41, 184, 185.

Kal'a, Ahmet, 55, 58.

Kamusal alan, 11-13, 15, 22-26, 28, 29, 31, 33-38, 40, 42, 43, 49-51, 61, 71, 72, 74-78, 82, 93, 112, 113, 121, 126, 135, 136, 139-142, 144, 146, 155, 163, 164, 166, 174-180, 182-184, 186-188.

Kamusal/özel, 11, 21-23, 28, 33-44, 48, 50, 55, 71, 78, 79, 82, 85, 91, 93, 108, 119, 123, 134-143, 154, 155, 161, 166, 172, 177-180, 182-185, 188.

Kandiyoti, Deniz, 35.

Karadağ, Meltem, 77, 82, 98, 142, 172, 182, 186.

Kaya, Yunus, 48.

Kaynak aktarımı, 12, 14, 23, 44, 47, 53, 141, 144-146, 153-156, 167-170, 172, 179-181.

Kent toplumu, 19, 132.

Kent, 201, 204, 207, 208, 209.

Kentsel kamusal alan 11, 12, 32, 35, 121, 146, 174-177, 187, 188.

Kentsel mekân, 25, 37, 39, 46, 49, 72.

Keskin, Sevtap, 52.

Kız Enstitüleri, 81, 197.

Kimlik, 19, 21, 39, 42, 45, 46, 48, 50, 63, 109-111, 122, 135, 161, 185.

Klasik orta sınıf, 23, 42, 79, 80, 83, 93, 108, 129, 166, 187.

Komünite, 13, 27, 28, 30, 11, 113.

Koskela, Hille, 39.

Köksal, Aykut, 57, 102.
 Kurtkapan, Hamza, 108.
 Kuzguncuk, 29.
 Kültürel sermaye, 27, 114, 130, 150.
 Kümbetoğlu, Belkıs, 75.
 Küreselleşme, 12, 26, 64, 179.
 Kütükçü, Tamer, 102, 105, 106, 108.

L

Lamoureux, Diane, 34, 36.
 Lancy, David. F., 56.
 Lane, John, 56.
 Lefebvre, Henri, 25.
 Leppanen, Antti, 12, 16, 44, 55, 92, 93, 145.
 Lonca, 56-61.
 Lovell, Terry, 22.

M

Massey, Doreen, 36, 38.
 Maxwell, Joseph A., 75.
 Mehmet Rıfat, 202.
 Mekân, 11, 25, 26, 28, 31, 33, 34, 37, 39, 40, 43, 44, 50, 121, 134-138, 173, 174, 177, 179, 180, 187.
 Meslek, 24, 33, 48, 54, 55, 61, 63, 80, 88, 89, 147, 150, 158, 161, 187, 189, 190.
 Mills, Amy, 29.
 Miraftab, Faranak, 26.
 Moda Çay Bahçesi, 28, 176.

Moda, 11, 13, 19, 24-32, 40, 41, 48, 49, 51, 65, 67, 68, 70, 71, 75, 81, 84, 93, 102, 104-119, 121-126, 128, 132-135, 159, 160, 165, 173, 175-178, 184, 186, 187.
 Modernleşme, 55, 64, 106.
 Modernlik, 57, 62, 64, 65, 72, 106, 110, 122, 186, 187.
 Moore, Dorothy Perrin, 40.
 Müftüoğlu, Berna, 53.
 Müzakere, 26, 39, 44, 45, 110, 111, 113, 114, 142, 146, 158, 167, 168, 176, 178, 180.

N

Neoliberalizm, 12, 179.
 Neşe Sokağı, 159, 160.
 Nordqvist, Mattias, 45, 90.
 Nostalji, 47-49, 61, 70, 71, 61, 108-110, 177.

O

Okan, Oya, 63.
 Oldenburg, Ray, 28, 134.
 Orta sınıf, 23, 42, 74, 79, 80, 83, 93, 108, 111, 129, 141, 165, 166, 176, 177, 179, 187.
 Ortaklık, 85, 96, 113, 152, 194.
 Osmanbey, 54, 159, 160.
 Osmanlı, 55, 58-60, 62, 105, 107.

Ö

Öğünç, Pınar, 63.
 Önce, Gökhan, 97, 105, 107.

Özar, Şemsa, 15, 51, 93, 145.
 Özbay, Ferhunde, 35.
 Özel alan, 22, 28, 34-37, 39, 40, 43,
 44, 50, 78, 134-143, 154, 155,
 161, 166, 172, 177-180, 182-
 186.
 Özener, E. Barış, 57.
 Öznellik, 75, 122, 173.
 Özsan, Gül, 13, 16, 47, 54, 56, 57,
 59-61, 63, 64, 77, 82, 98, 106,
 142, 172, 173, 182, 186.
 Öztimur, Neşe, 22, 41, 72, 165.
 Özyeğin, Gül, 35.

P

Patriyarki, 35, 50, 145, 164, 182.
 Perouse, Jean-François, 30, 47, 48.
 Plattner, Stuart, 154.
 Poggio, Barbara, 36.

Q

Quataert, Donald, 57-61.

R

Rabo, Annika, 12, 16, 44, 45, 145,
 153, 171.
 Randi, Deguilhem, 58, 63.
 Reay, Diane, 22, 41, 153, 165.
 Rose, Gillian, 39.

S

Sallan Gül, Songül, 63, 94, 145.
 Sanat, 24, 55, 62, 64, 77, 80-82,
 106, 119, 128, 189, 196.

Seküler, 122.
 Seküler estetik politika, 188.
 Semt imgesi, 31, 114.
 Semt komünitesi, 111, 113.
 Semt, 31, 93, 104, 106, 107, 118,
 123, 125, 128.
 Semtin kimliği, 122.
 Sennett, Richard, 62.
 Sınıf, 21-23, 29, 41-43, 46, 50, 53,
 55, 68, 73, 74, 77, 79, 80, 83,
 93, 94, 107, 108, 110, 111, 121,
 124, 128-130, 141, 142, 165,
 196, 170, 172, 176, 182, 184-
 188.
 Sirman, Nükhet, 53.
 Skeggs, Beverley, 22.
 Sosyal ağlar, 12, 13, 40-43, 127-
 131, 174, 184, 185.
 Sosyal ilişkiler, 12-14, 16, 19, 27,
 32, 40, 41, 44, 59, 70, 73, 110-
 113, 115, 117, 122, 127-129,
 131, 132, 134, 175, 184-186.
 Sosyal sermaye, 12, 13, 21, 41, 43,
 83, 85, 116, 129, 130, 143, 148,
 166.
 Sosyal sınıf, 12, 23, 26, 55, 79, 83,
 128, 129, 141, 165, 184, 185,
 187.
 Söylem yapıları, 17, 18.
 Spain, Daphne, 34, 36.
 Stewart, Alex, 12, 16, 73.
 Stravrides, Stravros, 28.
 Sunar, Lütfi, 48.

Ş

- Şatıroğlu, Ayşe, 63.
 Şentürk, Murat, 108.
 Şentürk, Yıldırım, 49, 53.
 Şişli, 54, 104, 117, 119.

T

- Tabakalaşma, 23, 46.
 Tadilat, 124, 158, 161, 191, 194.
 Taşgın, Serkan, 75.
 Taşra burjuvazisi, 77.
 Tatlıcan, Ümit 154.
 Tekeli, İlhan, 30.
 Terrail, Jean-Pierre, 167.
 Terzi, 54, 64, 81, 82, 95, 158, 161, 162, 165, 166, 185, 191.
 Terzi ve tadilat, 158, 161, 191.
 Terzilik, 54, 91, 194.
 Thornberg, Robert, 58.
 Toplumsal cinsiyet, 19, 20, 22, 77.
 Toplumsal ilişkiler, 21, 24, 26, 49, 50, 70, 73, 141.
 Toplumsal mekân, 25, 54.
 Toprak, Zafer, 55.
 Tüketim alanı, 21.
 Tüketim, 21, 124, 131.

U-Ü

- Usta, 56, 59, 62, 64, 70, 159-161, 187.
 Ümit, 198, 208.
 Üretim alanı, 21.
 Üsküdar, 101-104, 117, 123, 157.
 Üst orta sınıf, 74, 111, 141, 165.

V

- Vigoya, Mara Viveros, 20, 21.
 Viveros, Mara, 20.

W

- Wacquant, Loic J. D., 17, 72, 73, 76, 156.
 Walby, Sylvia, 34.
 White, Jenny B., 167.
 Wood, Donald C., 154.

Y

- Yalçın, Aydın, 55.
 Yanıkkaya Aydemir, Pervin, 102-109.
 Yeniden üretim, 21, 26, 167.
 Yetim, Nalan, 93.
 Yıldırım, Ali, 75.
 Yıldırım, Onur, 59.
 Yüksek, Deniz, 50.

Z

- Zanaat, 60, 61, 64, 70, 133.
 Zanaatkâr, 17, 18, 55-57, 59-61, 63, 70, 72, 134, 173, 186.

Kadınların dükkânlarının kamusal alanın dönüşümündeki rolü neredeyse hiç incelenmemiştir. Oysa kadınların dükkânları, kamusal/özel ilişkisini en fazla görebileceğimiz yerlerin başında gelir. Bu kitap, sosyal bilimleri uzun bir zamandır uğraştıran kamusal/özel ayrımına, kadınların dükkânlarını merkeze alarak bakıyor. Kamusal alan ile cinsiyetin karşılıklı inşasında dükkân işleten kadınların deneyimlerinin ne kadar etkili olduğunu tartışıyor.

Gündelik yaşamda esnaf deyince tarihi çarşılar, pazarlar, kentin kenar mahalleleri ile erkeklerin ekonomik faaliyetleri akla gelir. Moda'yı İstanbul'un başka semtlerinden ayıran özelliği ise ihmal edilemeyecek sayıda kadın esnafı barındırmasıdır. Kitapta, Moda'da (Caferağa Mahallesi'nde) dükkân işleten 38 kadınla yapılan derinlemesine görüşmeler ve uzun zaman diliminde yürütülen etnografik gözlemlerden hareketle cinsiyet, dükkân işletmeciliği ve semt birlikte anlamlandırılmaya çalışılıyor.



ISBN 978-605-7884-40-4



LiB
RA