

KADINLARI TEPEDEDEN TIRNAĞA BOYAYAN KADINLAR: GÜZELLİK SALONLARINDA ÇALIŞAN KADINLARIN İŞ, YAŞAM VE AİLE DÖNGÜLERİ

WOMEN WHO DYE WOMEN FROM TIP TO TOE: WORK, LIFE, AND FAMILY CYCLES OF WOMEN WORKING IN BEAUTY PARLORS

Yonca Altındal^a

ÖZ

Dünya genelinde istihdama katılım, ülkelerin ekonomik yapı ve düzeyleriyle doğrudan ilişkilidir. Gelişmekte olan dünya ülkeleri vatandaşlarına genel refah seviyesi sunmakta ve onları istihdam etmekte pek çok sorunla baş etmek zorunda kalmaktadır. Baştan çok büyük ve çok küçük dilimler halinde kesilen pasta, dağıtım sırasında sınıflar ve toplumsal cinsiyetler arasında eşitsizliğe yol açmaktadır. Son dönemlerde alınan politik ve toplumsal kararlar ise, neo-liberal piyasacı ekonomik yapılanmayı perçinlemektedir. Bu zorlama her geçen gün artan, istihdam olanaklarının yetersizliğini ve yoksullaşmayı getirmekte, ayrıca cinsiyetler arasında var olan uçurumları daha da derinleştirmektedir. Bu koşullar bağlamında kadın emeği önemli ölçüde hizmet sektöründe göze çarpmaktadır. Bu hizmet kollarından birisi de güzellik salonlarında aktif olarak çalışmayı gerektiren güzellik uzmanlığıdır. Kadınlar toplumsal cinsiyet rollerinin 'akıldışılık/beden' kalıpları içerisinde sığdırılmasından dolayı, güzel olmanın en önemli değer olarak kabul edildiği toplumsal yapı içerisinde yer almaktadır. Bir değer olarak kabul edilen güzellik algısı nedeniyle kadınların çalışma hayatına katılabilmelerine de imkân sağlayan bir sektör ortaya çıkmıştır. Güzellik algısının kapitalizmdeki karşılığının bir göstergesi olan güzellik salonlarında çalışan kadınların gerek iş, gerekse aile yaşamları ve bu süreçte edinmiş oldukları deneyimler ve stratejiler oldukça önemlidir. Güzellik salonları, tam da bu noktada çalışan kadınların, müşteri olan kadınlarla ve işverenleriyle kurdukları ilişkiler açısından oldukça önemli kadın mekânları olarak değerlendirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: İstihdam, çalışan kadın, toplumsal cinsiyet, güzellik salonları

Jel Sınıflandırması: A12, A13, J16, J21, Z13

ABSTRACT

Employment rate is directly related to economic structure and level of countries around the world. This is precisely the reason why developing countries have to cope with lots of problems at providing their citizens with general welfare and employment. The pie is sliced into very big and very small pieces at the very beginning, and this causes inequality between classes and genders during distribution. In the last decades, political and social decisions are also taken to meet the demands of neo-liberal economic structure. This is one of the reasons for increasing inadequate employment rates and impoverishment and it further deepens the already existing gender gaps. The capitalist market sets and enforces the rules of when and where women should work as well as the working conditions of the women. In this context, most women are employed in the service sector. Women's gender roles are trapped into values related with 'irrationality/body' and beauty is considered as the most desirable value for women. Accordingly, a new sector is created within the capitalist market. At this point, beauty parlors should be regarded as quite significant female spaces in terms of the relationships of working women with customer women, and their employers. Work and family lives of the women employed in these places, and the experiences and skills they have acquired in their lives are of great importance as coping strategies.

Keywords: Employment, working women, gender, beauty parlors

Jel Classification: A12, A13, J16, J21, Z13

^a Dr., Balıkesir Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, yoncaaltindal@balikesir.edu.tr

1. GİRİŞ

Kadınların istihdama aktif olarak katılım süreci daima sancılı olmuştur. Kamusaladaki kadın görünürlüğü bu nedenle günümüzde bile istenilen düzeylere erişememiş, kadınların çalışma koşulları, çalışma alanları, çalışma pozisyonları daima erkeklerin denetiminde ve dolayısıyla gerisinde seyretmiştir. Dünya genelinde de, Türkiye özelinde de kadınların aktif olarak iş gücünde sayılarının artması ise, sanayileşme ve iki büyük dünya savaşı sonrası dönemlere denk gelmektedir. Kapitalizmin ucuz emek olarak kadınları kullanması ve savaş dönemlerinde yedek sanayi ordusu olarak görmesi söz konusu olmuştur. Kadınlar ya erkeklerin olmadığı ya da erkeklerin çalışmak istemediği değersiz görülen alanlarda çalışmışlardır ki bu işler eril ekonomik ve politik zeminlerde de değersiz olarak kabul edilen işlerdir.

Kadın iş gücünün '*kadın işi*' ve '*erkek işi*' ayrımı da bu anlayışla birlikte ortaya çıkmış, ev içi alanın yeniden üreticisi olarak kabul edilen hemşirelik, öğretmenlik, sekreterlik gibi işler kadınlara atfedilmiştir. Bu işler özel alanda ücretsiz olarak üstlenilen sorumlulukların kamusal alanda ücretli bir iş haline dönüştürülmesi anlamına gelir ki bu da bir bakıma kadınların bakım emeklerinin piyasada da benzer alanlarda iş olarak kabul edilmesine neden olmuştur.

Dünyada kadınların kamusal alanda emek piyasası ile tanışmaları özellikle sancılı politik dönemlere denk gelmiştir. Sanayi devrimi, kadınların iş gücüne katılmalarının en önemli başlangıç noktasını ortaya koymuştur. Diğer bir önemli politik gelişme ise I. ve II. Dünya Savaşları'dır. Savaş sürecinde erkeklerin cephede olmaları kadınları ister istemez çalışma yaşamına itmiştir. Ancak bu itme, kadınlar açısından bakıldığında kalıcı olarak istihdamda yer edinebilmelerini sağlayamamıştır. Onların savaş dönemleri sonunda tekrar evlerine dönmeleriyle ve yeni bir savaşa kadar da, geleneksel görevleriyle yükümlü olan, yedek sanayi ordusu olarak kabul edilmeleriyle sınırlı kalmıştır. Böylece kadınların sadece zorunlu koşullarda ve belli bir zamanla sınırlı olarak çalışmalarına müsaade edilmiştir. Eril piyasa, kadınların çalışma koşullarını kendisi belirlediği gibi, kadınların ne zaman, nerede ve hangi işleri yapacaklarının kurallarını da koymakta ve bu kuralları uygulamaktadır. Bu piyasa koşulları, politik zeminde ve toplumsal koşullar ekseninde kadınların çalışma alanlarını da eşitsiz olarak şekillendirmektedir. 'Kadın işi' ve 'erkek işi' tanımlamalarının yapılması, doğrudan ataerkil yapılanmanın süreç ve mekanizmalarının etkisiyle gerçekleşmektedir.

Güzellik salonları sayıları giderek artan hizmet sektöründe çalışan kadınların önemli oranlarda istihdam edildikleri mekânlardır. Kapitalizm ile yaratılan güzellik algısı ve talebi ve bu talebin karşılayıcısı güzellik uzmanları

tarafından dolaşıma sokulan ilişkiler, kimi zaman hiyerarşik güç ilişkilerinin de devreye girmesine neden olmaktadır. Böylelikle, çalışan ve müşteri olarak kadınların karşı karşıya geldiği gerilim yüklü ilişkiler erilliği beslemekte; ayrıca kapitalizmin "*Müşteri Her Zaman Haklıdır*" egemen söylemi dolayısıyla paranın da dolaşıma girmesi, müşteri kadınların 'kapis yapabilme özgürlüğüne' sahip olmalarına yol açabilmektedir. Dolayısıyla müşteri olarak gelen kadınların her durumda haklı olması, buna karşın güzellik uzmanı kadınların haklı olduğu durumlarda bile müşteri kapisini kabullenmesi, susması, sinmesi, olayları hazmetmek ve gülümseyerek geçiştirmek zorunda kalması gündeme gelebilmektedir.

Bu çalışmada öncelikli olarak dünyada ve Türkiye'deki kadın istihdamının değişimi ve dönüşümü hakkında kısaca bilgi verilecek, ardından güzellik olgusunun kavramsal açıklaması eleştirel bir perspektifle değerlendirilecektir. Son olarak geçici hazların yol açtığı, adeta kadın mekânları haline dönüşen güzellik salonlarında çalışan kadınların/güzellik uzmanlarının çalışma, aile ve yaşam dinamiklerine ait bulgular, oluşturulan metaforlar ekseninde toplumsal cinsiyet temelli bakış açısıyla irdelenecektir.

2. DÜNYADA KADIN İŞGÜCÜNÜN DEĞİŞİMİ VE DÖNÜŞÜMÜ

Sanayileşme ve sanayi sektöründe ortaya çıkan yoğun emek ihtiyacı özellikle dokuma sektöründeki gelişmelere paralel olarak, teknik gelişmelerin yaşanması, üretim tekniğini basitleştiren makinelerin icadı, işbölümü ve uzmanlaşmanın ortaya çıkması, kadının çalışma hayatına katılma isteği ile ekonominin iş gücü ihtiyacı beraberinde kadının ücretli işçi olarak iş gücü piyasasına katılımını gerekli kılmış ve zamanla kadınların piyasada görünürlüklerini arttırmıştır (Ekin, 1990; Koray, Demirbilek ve Demirbilek, 1999; Aytaç, Sevüktekin ve Işığışık, 2002; Özer ve Biçerli, 2003).

Özellikle II. Dünya Savaşı yıllarında uygulanan ekonomik politikaların değişmesiyle birlikte kadınlar iş gücüne katılmıştır. Erkeklerin savaşa gitmeleri, kadınların iş gücü piyasalarına girişlerinin önünü yeniden açmışsa da II. Dünya Savaşı sonrasında, tüm ülkelerde yayılmaya başlayan fordizm politikası ve erkek egemen piyasa koşulları tekrar kadınları emek piyasasından dışlamaya başlamıştır.

Emek talebi açısından da, erkeklerin savaşa gitmeleri ekonomide iş gücü talebini ve ücretleri yükseltmiş, bu durum ise kadınların iş gücü piyasalarına girişlerini teşvik etmiştir. 1950'li yıllarla beraber kadınlar, hizmet sektöründe daha fazla rol almaya başlamışlardır (Elliott, 1990; Palmer ve Hymen, 1993). Koray (1992)'in dikkat çektiği gibi, hizmetler sektöründe kadınlar görünür olmaya başlamalarına karşın yine de 1950'lerde 15-64 yaş arası kadın nüfusun

gelişmekte olan ülkelerde %50'si, endüstrileşmiş ülkelerde ise %47'si aktif görünmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde aktif görünen kadınların %87'si tarım sektöründe yer alırken, endüstrileşmiş ülkelerde bu oran %47'ye düşmektedir (Koray, 1992, s. 93-122). 1960'lı yılların sonuna kadar "refah devleti" ne uygun olarak emek piyasalarında kazanılan hakların yasal olarak tanınması ve sanayi sektöründe kalıcı bir iş gücünün oluşturulması söz konusudur (Eraydın, Erendil, Taşan, Gülöksüz, 1999).

1960'lardan itibaren ekonomik açıdan gelişmiş ülkelerin iş ve toplum hayatında yaşanan en önemli dönüşümlerden biri, kadın istihdamının yükselişi ve buna bağlı olarak kadınların sosyal statüsünde görülen gelişme olarak değerlendirilmektedir. Kimi yazarlar bu süreci -tamamlanmamış bir 'sessiz devrim' olarak adlandırmaktadırlar (Esping-Andersen, 2009).

Kadınların ücretli istihdama giderek daha fazla dâhil olmaya başlaması, ekmeği kazanan erkek modeli ile güçlü bir cinsiyet temelli işbölümüne dayanan fordist politika, refah kapitalizminin sosyal dokusunda ciddi sorunların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu yapıda erkek, ücretlerin bir ailenin geçinmesine yetecek kadar yüksek olduğu piyasada çalışır. Kadınlarsa ev işleriyle ve aile üyelerinin bakımıyla uğraşırlar. Bu ideal tipin şekillendiği çerçeve, evliliğe dayanan ailenin sağlığını amaçlayan, nispeten yüksek doğurganlık oranlarına ve özel ya da kamu refah hizmetlerinin muhtelif kombinasyonlarına bağlı bir denge üzerinde durmaktadır (Andreotti ve Mingione, 2014, s. 57).

Refah kapitalizminin dengesinin kurulması süreci tek bir model üzerinde şekillenmediği gibi, (Esping-Andersen, 1990; Mingione, 1991; Leisering ve Leibfried, 1999; Ferrera, 2005) yakın dönemde yaşanan değişimler de mevcut modelleri yeniden ve farklı biçimlerde dönüştürmektedir. Aile içinde sağlanan, uzun saatler süren ev işlerini de kapsayan bakım hizmetleri bu modernleşme modellerinde güçlü bir yere sahip olmuşlardır. Burada temel ev içi sorumluluklar kadınların omuzlarına yüklenmiştir. Bu argüman özellikle Güney Avrupa ülkelerinde gözlemlenen aileci toplumsal yapıya uygun olmakla beraber söz konusu toplumsal yapının her zaman düşük ve büyümeyen kadın istihdam oranlarını gerektirmediğinin de altı çizilmektedir (Andreotti ve Mingione, 2014, s. 58).

Görüldüğü üzere, Altındal (2016)'ın da özellikle dikkat çektiği gibi, kadın istihdamı ataerkil ideoloji ve kapitalizm olguları etrafında şekillenmiş, özellikle kapitalizmin kriz dönemlerinde kadınların yüksek oranlarda emek piyasasındaki görünüşleri ve katılımlarında ciddi artışlar söz konusu olmuştur. Bu gelişme doğrultusunda, Sanayi Devrimi'nin başlangıcından itibaren kadınlar, iş gücüne yüksek oranda

katılmaya başlamışlar ve böylelikle emek piyasasında etkin özneler haline gelebilmişlerdir (Altındal, 2016, s. 65). Ancak yine de kadınlar emek piyasasında etkin rol almaya başlamaları da halen Hartmann'ın da belirttiği gibi (1992) emek piyasasındaki 'kadın işi' ve 'erkek işi' ayrışmasının devamı da söz konusudur. Bu ayrışmada yüksek ücretli ve statüli işler erkeklere, buna karşın düşük ücretli ve güvencesiz işler kadınlara uygun görülmektedir. Erkeklerin evin temel geçindiricisi olma rolü kabul edilirken, kadınların da ev içi rollerle sınırlandırılması söz konusudur. Kadınların ücretli bir işte çalışması ise, daha önce de belirtildiği üzere, 'kadın işi' olarak tanımlanan öğretmenlik, hemşirelik ve sekreterlik gibi aslında ev içi alanla ilgili olan işlerde yoğunlaşmakta, bu da cinsiyet temelli ayrışmayı daha da keskin hale getirmektedir.

Yine Hartmann (1992), erkeklerin ücretli bir işte çalışması ataerkil toplumun temel göstergelerinden biri olduğu için, erkeklerin egemen olduğu alanlarda kadınların çalışmasının söz konusu olmadığını belirtmiştir. Ayrıca kadınların temel sorumluluk alanı olarak ev içi rolleri üstlendiklerini, kamusal alanda var olmaya başladıklarında ise düşük ücretle ve kötü yaşam koşullarında çalışmak zorunda kaldıklarını ifade etmiştir. İşlerin 'kadın işi' (tezgâhtarlık ve sekreterlik gibi) ve 'erkek işi' (kamyon şoförlüğü ve otomobil tamirciliği gibi) şeklinde belirlenmesi tüm dünyada varlığını sürdürmekle birlikte aslında 'erkek işi' denen birçok iş daha çok iş deneyimini ya da sürekliliği gerektirmemektedir. Örneğin Anker (1998)'in de ifade ettiği gibi, sekreterlik yapmak, posta dağıtım şoförlüğü yapmaya göre daha çok bilgi ve donanım gerektirmesine karşın, sekreterlerin ücreti şoförlerinkinden daha düşüktür. Bu örnekten hareket edildiğinde, yüksek insan sermayesi yatırımı ve iş deneyimiyle, yüksek ücret arasında pozitif bir ilişki bulunmadığını söylemek mümkündür (Anker, 1998, s. 125).

3. TÜRKİYE'DE KADIN İŞ GÜCÜNÜN GRI YELPAZESİ

1923-1950 döneminde kadınların çalışma oranı tarım sektöründe yüksek olmasına karşın, ailenin elde ettiği gelir üzerindeki tasarruf yetkisi erkeğe ait olmaktaydı. Genel olarak bu dönemde erkekler hem evde, hem de çalışma yaşamında baskın durumdaydı. Bu nedenle kadınlar erkeğe bağımlı, sosyal güvenceden ve mülkiyet hakkından yoksun olarak yaşamlarını sürdürmüşlerdir (Eyüboğlu, 2000, s. 8-9).

Kadınların tarım dışı kesimlerde ve ücretli olarak çalışmaları Cumhuriyet döneminde hızlanarak artmış, 1930 sonrasındaki dönemde izlenen devletçi iktisat politikaları ve kadının toplumsal statüsüne ilişkin değişimler, kadın istihdamının artışında önemli rol oynamıştır. Türkiye'nin ilk iş

istatistiklerine göre; 1937 yılında İş Kanunu'na tabi işyerlerinde çalışan kadın işçi oranı %18.89 sayısı 50.131 iken; 1943 yılında bu oran %20.70'e, sayı ise 56.937'ye yükselmiştir. Kadın istihdamında artış yaşanmasına rağmen cinsiyete dayalı ücret farklılıkları Cumhuriyet döneminde de varlığını sürdürmüştür (BIGM, 1948).

Özellikle II. Dünya Savaşı, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de çalışma yaşamındaki kadın sayısının artmasına neden olmuş, Cumhuriyet'in kuruluşu ile birlikte gerçekleştirilen hukuksal düzenlemeler, kadının gerek toplum içinde, gerekse çalışma yaşamında hak ettiği yeri alması konusunda ciddi atılımların gerçekleştirilmesini sağlamıştır.

1950 öncesi dönemde kentlerde erkek emeğinin kıt olması, kadın emeğinden yararlanmayı gerektirmiştir. Kemalist ideoloji, 1950 öncesi dönemde kadınların erkekler gibi eğitilmesi ve tarım dışı üretime de katılmasını teşvik etmiştir (Balcı İzgi ve Akdeniz, 2011, s.10). 1960'lara kadar uluslararası iş gücü hareketlerinin yoğunlaşmasıyla, daha fazla sayıda kadın çalışma hayatına atılarak girişimcilik faaliyetleriyle de uğraşmışlardır (Çulcu, 2009, s. 106). 1955-1965 yıllarında, kentleşmeyle birlikte kadınların iş gücüne katılma oranları %43.11'den %37.89'a düşmüştür (Makal, 2001). 1955 yılında 5.261.709 kişi olan iktisaden faal kadın sayısı 1970 yılında 5.812.545, 1985 yılında 7.647.265, 2000 yılında ise 10.164.540 kişiye ulaşmıştır (Berber ve Yılmaz Eser, 2008, s. 3-4).

1980'lerle birlikte kadın istihdamı gerilemiş, sanayileşme yavaşlamış ve kentte oluşan iş gücü formel istihdam kapasitesine oranla artış gösterdiği için formel iş gücüne katılım oranı azalmaya başlamıştır (Eraslan, 2009, s. 18). Kırsal kesimden

gelen kadın nüfusun kentlerde talep edilen iş gücünün niteliklerini karşılayamaması yanında, 1980 sonrası neo-liberal ekonomik büyüme modeli nedeniyle, çalışma çağı nüfusundaki artış karşısında yeterince istihdam yaratılamaması, kadın istihdamı sorununu her yıl giderek daha görünür hale getirmiştir (Tan, Ecevit, Sancar Üşür vd., 2008, s. 181).

1980'li yıllarda kadın istihdam oranı %31 civarındadır. İstihdamda yer alan kadınların yaklaşık %76.8'i tarımda istihdam edilmiş ve %70.2'si hiçbir ücret almadan aile işinde ücretsiz ev işçisi olarak çalışmıştır. Neo-liberal ekonomik politikalar esnek, güvencesiz ve kayıt dışı işleri yaygınlaştırmış ve bu durum özellikle kadınların düzensiz ve yetersiz gelir getiren, geçici ve kayıt dışı işler aracılığıyla ekonomik güçlenmelerini engelleyen ve sermaye ile patriyarka arasındaki uzlaşmayı sürdürme bakımından 'işlevsel' bir özellik taşımıştır (Sallan Gül, 2005; Toksöz, 2011, s. 225). 1988 yılında ise, Türkiye'deki kadınların %76.8 gibi çok büyük çoğunluğu tarım sektöründe istihdam edilmiştir. Kadın istihdamının tarımda yoğunlaşmasına bağlı olarak hizmetler sektöründeki istihdam oranı %14.4, kadınların yoğun olarak istihdam edildiği imalat sektörünün de içinde yer aldığı sanayi sektöründe ise %8.8 gibi düşük oranlarda gerçekleşmiştir (Her Alandaki Kadın İstihdamının Artırılması ve Çözüm Önerileri Komisyon Raporu, 2013, s. 5). Türkiye'de kadınların iş gücüne katılım oranı (istihdam edilen ve işsiz kadınların çalışabilir yaştaki kurumsal olmayan kadın nüfusuna oranı), 1989 yılında %36.2'dir. Bu oran, 1990 yılında %34'e, 1995 yılında %30.6'ya, 1999'da %30'a, 2009'a gelindiğinde ise %26'ya düşmüştür (Berber ve Yılmaz, Eser, 2008, s. 4).

Tablo 1. Türkiye'de Cinsiyete Göre İstihdam Oranları (1998-2016)

Yıl	İstihdam Oranı (%)		
	Kadın	Erkek	Toplam
1998	32,7	74	53,1
1999	27,7	70	48,7
2004	20,8	62,7	41,3
2005	20,7	63,2	41,5
2006	21	62,9	41,5
2007	21	62,7	41,5
2008	21,6	62,6	41,7
2009	22,1	60,7	41,2
2010	23,2	62,7	43,0
2011	26,3	65,1	45,0
2012	26,3	65,0	45,4
2013	27,1	65,2	45,9
2014	26,7	71,3	45,5
2015	27,5	65,0	46,0
2016	28,0	65,1	46,3

Kaynak: TÜİK, İş gücü İstatistikleri, 2016.

Tablo 1’de de görüldüğü üzere, kadın istihdam oranı 1998 yılında %32,7 iken 2007 yılında kadar gerileme trendi içinde olmuş ve 2007 yılında %21 seviyesine düşmüş, daha sonra genel olarak artış göstermiş ve 2016 yılında %28’e yükselmiştir. Erkek istihdamında da benzer şekilde gerileme olmuştur. Ancak gerileme 2009 yılına kadar devam etmiş sonrasında yükselmiştir. Söz konusu dönemde kadın istihdam oranı 2010 yılından itibaren artış göstermiştir. 2011 yılında itibaren kadınların istihdama dahil edilmesinde neo-liberal bir politika olarak kurgulanan girişimciliğin özellikle yoksulluktan bir çıkış yolu olarak teşvik edilmesi bu artışın önünü açmıştır.

Türkiye özelinde 1980’li yıllardan itibaren liberal ekonomik politikaların egemen olması ile kadınların kendi işlerinin sahipleri olabilmelerini öngören kadın girişimciliğinin desteklenmesi söz konusu olmuşsa da, kadın istihdamı hedeflenen eşit düzeylere erişememiştir (Sallan Gül, 2005; Ecevit, 2007; Özar, 2007).

4. GÜZELLİK MERKEZLERİ, GÜZELLEŞEN KADINLAR, METALAŞAN BEDENLER

Günümüzde güzellik akımının yaygınlaşmasıyla birlikte güzellik merkezleri tarafından “*Güzel Değilsen, Güzelleşmek Zorundasın!*” (Zingsem, 2006) düşüncesi ile dile getirilen bir eril dayatma söz konusudur. Kadın bedeni güzel ve bakımlı olmaya doğru yöneltilmiş bir dizi dışsal etkenle karşı karşıya kalmaktadır. Baudrillard (2010, s. 163), tüketim toplumunda, tüketilen şeyler arasında, diğer nesnelere daha güzel, daha kıymetli, daha eşsiz olan bir nesne olduğunu söyler; bu nesne bedendir, özellikle de kadın bedenidir. Bu ‘ataerkil beden denetimi’, kapitalist ekonomi sistemiyle de işbirliği içerisinde varoluşu güzellik üzerine şekillendirmektedir. Güzel giyinmek, güzel olmak ve bakımlı olmak rasyonel karar verici olmanın ötesine gitmiştir. Cinsiyetçi yapı tam da bu noktada kendisini sessizce ortaya koymaktadır. Toplumsal cinsiyet rolleri kadınlara duygusal, ikincil ve pasif olma rollerini dayatırken, aklını kullanmasının yerine güzel ve “*albenili*” olmasını mecbur kılar. Bu mecbur kılma Gramsci’nin hegemonya kavramıyla doğrudan örtüşmektedir.

Althusser’in kavramsallaştırmasıyla, devletin ideolojik aygıtlarından biri olan medya halkı ‘yönlendirmektedir’ ve bu yönlendiriliş yine Gramsci’nin ifadesiyle kaba kuvvetten ziyade, rızaya dayalı bir tahakküm ile gerçekleşmektedir. Kimse kadınların, nasıl ve hangi koşullarda çalıştığıyla ilgilenmemekte, esas sorun olarak kadınların güzel ve bakımlı olup olmadıklarını denetlemeye yönelik bir toplumsal pratik ortaya konmaktadır. Bu toplum yapısı kadınları, erkekler, erkek egemen yapı ve kapitalizm ile birlikte kontrol

etmektedir. Oyunun kuralları *ideal kadınlığı*, irrasyonel, güzel, çirkinse güzelleşmek için estetik yaptıran, özneliğini ve aklını yitirmiş bedenler üzerine şekillendirmiştir. Dolayısıyla kadın bedeni kapitalist sistemin yarattığı ideal güzellik algısı nedeniyle metalaşma sürecine girmiştir. Kentli orta ve üst sınıf kadınlar güzelleşme ve bakımlı olma yarışlarında birbirleriyle kıyasıya mücadele etmektedirler. “*Kim daha güzel giyinmişti? Kim şıktı, kim rüküştü? Kimin saçının dip boyası gelmişti? Kimin tırnağı kırılmıştı? Kimin makyajı bozulmuş, rimeli akmıştı? Kimin ojesi çıkmıştı? Kim neden çirkin ve bakımsızdı?*” soruları ve bu sorularla oluşan sosyal ilişki ağları kadınlar arasında sıkça dert edinilmekte, kadınlar zekâlarını kullan(a)mayan cinsiyetçi roller etrafında güzel ve ‘*biblo bebek*’ olmaktan öteye gidemeyen nesnecikler haline getirilmektedirler.

Güzellik salonları tam da bu noktada popülerlik kazanmakta, sayıları günden güne artmakta, kadınlara geçici hazlar *enjekte etmekte*, kadınların mutsuzluklarını giderici, adeta “*Dişil Terapi Merkezleri*” haline gelmektedir. “*Sihirli eller*”, kadınlara dokunuşlarında mucizeler sunan birer “*sihirbaz*”a dönüşmektedir. Güzellik uzmanlığı profesyonel bir meslek olarak anlamını yitirmekte, kadınların bedenlerini teslim ettikleri ve kendilerini yeniden biçimlendireceklerine inandıkları, ‘üstün insan’ imajları yaratabilme potansiyeline sahip bir pratik haline dönüşmektedir. Güzel olmayı ‘bahşeden kadınlar’, Özaşçılar (2009)’ın da aktardığı üzere, müşteri kadınların sırdaşı, arkadaşı olmakta, onların kendilerini psikolojik olarak iyi hissetmelerini sağlayan bir misyonu da üstlenmektedirler (Özaşçılar, 2009, s. 327).

Kadınlar ödedikleri paralar karşılığında güzel olmayı satın almakta, böylelikle başka kadınlara göre ‘bir üst statü’ye geçmekte, kendilerini özgüvenli olarak hissetmekte, erkeklerle karşı da cazibeli, ulaşılması zor ve estetiği olan kimlikli bedenler haline gelmektedirler. Pamuk Prenses masalındaki üvey annenin aynanın karşısına geçip üvey kızını kıskanarak söylediği meşhur “*Ayna Ayna Söyle Bana Benden Güzeli Var Mı Dünyada?*” repliği günümüzde kadınlar tarafından kanıksanarak gündelik yaşam pratiklerinde açıkça yaşanmaktadır. Güzellik salonuna gitmek ayrıcalıklı bir kadın mekânı, adeta bir statü göstergesi olmaktadır. Gidilen salonun kent içerisinde nerede olduğu, kent merkezindeki konumu, kolay ulaşılabilirliği, salonların hijyeni ile çalışanların müşterileri kurdukları ilişkiden fiyatların pahalı olmasına kadar bir dizi etken önem kazanmaktadır. Böylelikle modern aklın bir anlamda tezatları denilebilecek olan tutku ve arzu, dişil mekânlarda yeniden üretilmektedir.

Güzelleşme uğruna birçok farklı yöntemleri kullanan Kleopatra’yı geride bırakan kadınlar, günümüzde giyim, kozmetik, diyet gibi bedeni metalaştırmanın araçlarını

kullanılmaktadırlar. Kleopatra'nın çok eski çağlarda bitkisel uçucu yağlar (Özçelik ve Bebekli, 2015, s. 3), kendi yaptığı kozmetikler (Çomoğlu, 2012:2), sıgla yağı ve bu yağdan elde edilmiş parfüm (Aydingöz ve Bulut, 2014, s. 2) kullanması güzelleşme adına uyguladığı işlemlerdi. Günümüzde ise, güzel ile çirkin, sağlıklı ile sağlıksız, temiz ile kirli, fit ile göbekli gibi zıtlıklar aracılığıyla beden üzerine kurulan ilişkiler nedeniyle "çirkin, şişman, bakımsız" kadınların değersizleştirilmesi söz konusudur. Bu değerlendirme Fiske'nin (2002) özellikle belirttiği gibi, masum bir güzelleşme ve bakım olgusundan çok politik içerimlere sahiptir. Eril beden denetimi bu bakımdan, kapitalizmle mutlu birlikteliğini piyasada kadınlar üzerinden kurgulamakta ve ideal kadınlık imajını yaymaktadır.

5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE TEKNİKLERİ

Bu çalışma Balıkesir kentinde 22 Kasım 2016-28 Aralık 2016 tarihleri arasında güzellik salonlarında çeşitli pozisyonlarda çalışan güzellik uzmanı kadınlarla yapılan görüşmelerin değerlendirmesini içeren saha araştırmasına dayanmaktadır. Görüşmelerin gerçekleşebilmesi için, bu sektörde çalışan kadınların çalıştıkları güzellik salonlarına gidilmiştir. Görüşmelerin gerçekleşmesinin öncesinde araştırmacı tarafından 1 Eylül 2016-20 Kasım 2016 tarihleri arasında 4 farklı güzellik salonunda her hafta, biri hafta sonu, diğeri ise hafta içi olmak üzere ikişer gün katılımlı gözlem yapılmıştır. Bu tarihler içerisinde ayrıca araştırma soruları hazırlanmıştır. Görüşmeyi kabul eden kadınlarla yapılan görüşmelerde derinlemesine mülakat tekniği temel alınmıştır. Kadın çalışanlarla yüz yüze görüşmeler gerçekleştirilmiş ve bu görüşmeler bulguların kaybolmaması amacıyla ses kayıt cihazına kaydedilmiştir.

Yapılan görüşmelerde nitel görüşme tekniği ile kadınların deneyimleri öğrenilmeye çalışılmıştır. Güzellik salonlarında çalışan kadınların iş, çalışma, aile ve yaşam

deneyimlerini öğrenebilmek amacıyla sorular yöneltilmiştir. Mülakatların her biri 1-1.5 saat arasında sürmüştür. Bu süreçte araştırılan kadınları daha yakından tanıyabilmek ve kadınların yaşam dünyalarına girebilmek için sık sık bir araya gelinmiş, yapılan görüşmeler sırasında onların yaşadıkları zorluklar ve içinde buldukları koşullar daha yakından anlaşılmasına çalışılmıştır. Ayrıca araştırmacı ile araştırılan arasındaki hiyerarşik ilişkiyi ortadan kaldırmak için pozitivist yöntemle meydan okuyarak kadınların bir bakıma "kendilerini açmaları" amaçlanmıştır. Böylelikle kadınlara bilinçli taraflılık ilkesiyle (Harding, 1996; Mies, 1983; Smith, 1987; Tosh, 1997; Kümbetoğlu, 2005) yaklaşmış, kadınların iş süreçleri, aile yaşamı deneyimleri, kadın olmaktan kaynaklanan sorunları ve bu sorunlarla baş etme stratejileri öğrenilmeye çalışılmıştır. Paylaşılan ifadeler üzerinden kategorik içerik analizi yapılmış, uygun metaforlar oluşturulmuş ve toplumsal cinsiyet temelli bakış açısıyla değerlendirilmiştir.

6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Türkiye'de Marmara Bölgesinde yer alan Balıkesir kentinde bir hizmet sektörü olan güzellik alanında aktif olarak faaliyet gösteren 4 farklı güzellik salonunda çalışan 10 kadın ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu güzellik uzmanlarından ilk salonda dört kadın ile diğer üç salonda ikişer kadın güzellik uzmanıyla çalışma gerçekleştirilmiştir. Kadınların yaş aralığının 24 ile 45 arasında değiştiği görülmektedir. 45 yaşındaki bir kadın dışında, 24-35 yaş aralığında yer alan 9 kadın 14-19 yaşlar arasında çalışmaya başlamışlardır. 45 yaşındaki ilkökul mezunu kadın çalışan ise eşinden boşandıktan sonra çalışmak zorunda kalmasından dolayı bu sektör içerisinde ve en alt statüde yer alarak çalışmaya başlamıştır.

Güzellik salonlarında çalışan kadınların birinin ilkökul, sekizinin lise ve birinin ise üniversite mezunu oldukları görülmekte, eğitim durumlarının ağırlıklı olarak lise düzeyinde bulunduğu anlaşılmaktadır. Bu sektörün yoruculuğu

Tablo 2. Güzellik Salonlarında Çalışan Kadınların/Güzellik Uzmanlarının Sosyo-Demografik Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Doğum Yeri	Eğitim Durumu	Medeni Durum	Çocuk Sayısı	Faaliyet Gösterdiği Sektörde Pozisyonu
K1	45	Balıkesir	İlkokul	Boşanmış	2	Çırak
K2	35	Balıkesir	Lise	Boşanmış	1	Usta
K3	27	Balıkesir	Ortaokul	Evli	1	Usta
K4	24	Balıkesir	Ortaokul	Bekâr	-	Usta
K5	28	Balıkesir	Lise	Bekâr	-	Usta
K6	27	Eskişehir	Üniversite	Bekâr	-	Usta
K7	34	Balıkesir	Lise	Boşanmış	-	Usta
K8	27	Balıkesir	Lise	Bekâr	-	Usta
K9	29	Balıkesir	Lise	Evli	1	Usta
K10	30	Balıkesir	Lise	Bekâr	-	Usta

ve mesleki becerinin erken yaşlarda tecrübe ile kazanılması önemli görüldüğünden, önemli bir hizmet sektörü olan güzellik salonlarında erken yaşlarda çalışılmaya başlamanın tercih edildiği gözlenmiştir. Güzellik uzmanları, biri dışında, erken yaşlarda bu işe başladıklarını ve çalışma sürecinde gerekli olan çıraklık, ustalık ve kalfalık belgelerinin ancak işyerinde kazanılacak tecrübeye bağlı olarak ve sınavlarda başarılı olunduğu takdirde alınabileceği için, üniversite eğitimlerine zaman ayıramadıkları bilgisini aktarmışlardır.

Kadın güzellik uzmanlarının medeni durumlarına bakıldığında, ikisinin evli, üçünün boşanmış, beşinin ise bekâr olduğu belirlenmiştir. Bu sektörde çalışan kadınların hem yaşlarının görece küçük olmasına, hem de eğitim durumlarına bakıldığında, kısmen iyi bir eğitim seviyesine sahip olmaları ve işlerine öncelik vermeleri gibi sebeplerle evlilik planlarını geriye attıkları anlaşılmıştır. Kadın güzellik uzmanlarının çocuk sayısına bakıldığında, evli 2 kadın çalışanın birer çocuk sahibi oldukları, boşanmış 2 kadın çalışanın da 1 ve 2 çocuk sahibi olduğu görülmektedir. Bu sayılar bile, emek yoğun bir sektör olan hizmetler sektöründe çalışan kadınların yoğun iş temposuna bağlı olarak ikiden fazla çocuk yapmaya niyetlenmediklerini göstermektedir.

1 çocuk sahibi olan 27 yaşındaki güzellik uzmanına başka çocuk isteyip istemediği, neden bir çocuk sahibi olduğu sorulduğunda şöyle ifade etmiştir:

“Öncelikli olarak bu iş benim her şeyim. 5 yıllık evliyim ve 1 kızım var. Şu anda katiyen düşünmüyorum. Eşime de söyledim. Zaten çok yoruluyorum. Kızım ile bile haftada 1 gün iznim olduğunda ya da akşamları uyumadan önce anca vakit geçirebiliyorum. İkinci çocuk elimi kolumu bağlar. Annem uzakta, köyde yaşıyor. Kayınvalidemle altlı üstlü oturuyoruz ama o da kızıma bile bakmadı. İkinci çocuk olsa ona da bakmaz. Görümcelelimin kendi çocukları var. Bir bakıcıya da şimdi para verecek durumum yok. Şimdi kazandığım paranın çoğunu kızıma ve onun eğitimine harcıyorum. Özel ve çok iyi bir kreşe gidiyor. İkinci çocuk olsa kızımın bu kreşe gitme durumu ortadan kalkacak. Ondan bu olanağı elinden alamam. Şimdilik iyiyim ve kızım büyüyene kadar da en azından çocuk çocuk düşünmüyorum.” (Katılımcı,3).

Güzellik uzmanlarının çalışma süreleri 3-17 yıl arasında değişmektedir. 3 yıldır çalışan 47 yaşındaki kadın çalışan, eşiyle ayrıldıktan sonra ekonomik anlamda yaşadığı zorluktan dolayı çalıştığı için, bu sektörde yeni deneyim kazanmaya başlamaktadır. Diğer güzellik uzmanlarının ise uzun yıllardır çalıştıkları için hem daha özgüvenli, hem insani ilişkilerinin daha güçlü, hem de bu işin getirdiği avantajlar

ve dezavantajların daha çok bilincinde oldukları görülmüştür.

Güzellik uzmanları, bu sektörde aktif olarak yer almalarında ailelerinden destek gördüklerini, zorunluluk hali ya da çalışma isteği nedeniyle işe girdiklerini, zamanla çıraklıktan ustalığa geçebildikleri için, aileleri tarafından hiçbir olumsuz yaptırımla karşı karşıya kalmadıklarını belirtmişlerdir. Bu engellenmeme ve de aksine desteklenme durumu kadınların hizmet sektöründe aktif olarak istihdama katılmasını sağlamakta ve ekonomik olarak güçlenmelerinin yolunu açmaktadır.

7. İŞİN GÜZELLEŞMESİ, GÜZELLİĞİN İŞİ

Güzellik salonunda çalışan kadınların ya da diğer bir ifadeyle güzellik uzmanlarının kadın müşterilerle kurdukları ilişkiler durağan olmaktan çok dinamik, sohbetle dayalı özellikler içermektedir. Çalışan kadınlar müşteri kadınlarla kadın mekânlarında sosyal ilişki ağının dolaşımına girmesini sağlamaktadırlar. Ayrıca müşteri olan kadınların gerek kendilerinin kişisel bakımlarını, temizliklerini, makyajlarını, manikür, pedikür, ağdalarını yap(a)mamaları, gerekse vakit azlığı gibi nedenlerden dolayı geldikleri, güzelleştikleri, bakımlı oldukları, temiz oldukları bu mekânlardaki ilişkiler ayrıca kadınların kendi sorunlarının da aktarıldığı, adeta “kamusal sırdaşlığa” dönüşmektedir.

Elde edinilen bulgular çerçevesinde güzellik uzmanlarının yaptıkları işlerle kadınları nasıl baştan biçimlendirdikleri ve işlerini değerli gördüklerini belirttikleri ifadeler için “*Efsunlu Eller*”, çirkin ve bakımsız imgesinin güzel bakımlı, alımlı kadın kimliklerine dönüşmesini betimleyen ifadeler için “*Kezban’dan Barbie’ye Dönüşmek*”, bu salonların kadın mekânı olarak farklı statü ve sınıfsallıklardaki kadınların arasında kurulan hiyerarşik ilişkilerin yerini dert ortaklığı, iç dökme, arkadaşlık gibi sohbet etme işlevlerini de yerine getirildiğini belirten ifadeler için “*Dişil Terapi Merkezi*” ve güzellik uzmanlarının iş ve aile dengesini kurmak adına aşırı programlı ve sistemli çalışmak, destek almadan her işi kendi sorumluluklarında görmek, bir bakıma “*atom karınca*” olmaları ve aile ile iş yaşamları arasındaki iş yükü açısından dengeleme yoluna girmek için yoğun çalışmaları ve bunun üstesinden gelmek için kendilerini zorlamalarından dolayı harcadıkları enerjiyi belirten ifadeler için “*Duracell Bedenler*” olmak üzere dört temel metafor oluşturulmuştur.

Efsunlu Eller: Güzellik salonlarında çalışan kadınların hepsi yaptıkları işin ne kadar önemli olduğundan bahsetmişlerdir. Müşterilerinin yapamadıkları temizlik ve kişisel bakım gibi ihtiyaçlarını karşılamaktan ve değişimlerinde aktif rol üstlenmekten dolayı kendilerinin bir bakıma farklı ve önemli bir sektörde çalıştıklarını dillendirmişlerdir.

27 yaşındaki kadın çalışan yaptığı işin önemini şu şekilde ifade etmiştir:

“Önceden benim gözümde her kadın çok farklıydı, çok özeldi. Şu an benim için hepsi standart ve aynı. Önceden kadınların kişisel bakım işleriyle yani ağda yaptığım ilk zamanlarda akşamları yemek bile yiyemedim, şu an hiçbir şekilde etkilenmiyorum. İşimi profesyonel olarak yaptığım için olumsuz etkilenmem söz konusu değil. Aslında başka bir kadının hayatını güzelleştiriyorum, bu çok daha güzel bir şey kadının yüzündeki mutluluk. Kadınların aynaya baktığında gördüğü mutluluk değil dışardan aldığı mutluluk, dışardan seni güzel görüyorlarsa sen çirkin bile olsan tamamdır yani... Kadınlar dışardan beğensinler diye yarışıyorlar...” (Katılımcı, 6).

34 yaşındaki güzellik uzmanı da benzer ifadelerle kadınların mutluluklarını sağlama misyonu üstlendikleri için bir anlamda kendisini de mutlu hissetmektedir:

“Mesela bayan geliyo mutsuz, yüzünde mutsuz bir ifade. Onu mutlu etmeye uğraşyoruz, mutlu görünmek ona iyi geliyor, güzel oldun demek bir kadın için çok önemli. Kendisini değerli hissediyor çünkü. Gözlerinden o mutluluğu anlayabiliyoruz artık.” (Katılımcı, 7).

35 yaşındaki güzellik uzmanı benzer şekilde:

“İnsanları mutlu gününde görüyoruz. Mesela bir hastane ortamında çalışmaktansa güzellik salonunda mutlu ediyor insanı. Düğünler, nişanlar hep öncelikle burada hazırlanıyo. Çok daha zor işler var yazın başımız gölgede, kışın sıcacık yerimiz. O yüzden iyi bir sektör...” (Katılımcı, 2).

olarak dile getirmektedir.

Bu ifadeyi adeta “Efsunlu Eller” metaforuyla nitelemek mümkündür. Güzellik salonlarında çalışanların hepsi bir bakıma özel işler yaptıklarını ve başka kadınların mutluluklarını gerçekleştirdiklerini belirterek, “büyülü bir parmağın” dokunuşu gibi onları güzel ve bakımlı yaptıkları için kendileriyle övünmektedirler.

34 yaşındaki güzellik uzmanı bu durumu şu şekilde belirtmiştir:

“İlk başlangıçta tabi işe ilk başladığımızda zor geliyo, alışmadığımız için tuhaf geliyor. Ama sonrasında mesela siz yapamıyorsunuz, illa bunu yapacak birisi lazım. Biz bunu profesyonel olarak yapıyoruz. Herhangi bir zarar

vermeden, incitmeden ve sonuç vermeye odaklı. Yani bir süre sonra şey gibi oluyo. Kadın doğum doktoru gibi, dişçi gibi. Hani dişte de kötü kokular yayılıyor mesela. Bazen de biz bile diş kokumuza ciddi anlamda kendimiz bile tahammül edemiyoruz. Gerçekten kötü bir iş, bizimki de öyle bi iş... Bi süre sonra alıştıyorsunuz.” (Katılımcı, 7).

Kezban’dan Barbie’ye Dönüşmek: “Çirkin kadın yoktur bakımsız kadın vardır” eril söylemi kapitalizmle beslenmekte ve pratikte güzellik salonlarına müşteri olarak gelen kadınlar üzerinde “güzelim, o halde varım” anlayışına dönüşmektedir. Böylelikle kadınlar geçici hazlar yaşayarak fiziki değişimleriyle bir bakıma bakımsız ve çirkin kadın kimliklerinden çıkıp, cazibeli, güzel, alımlı kimliklere büründükleri için “Kezban’dan Barbie’ye” doğru bir dönüşüm geçirmektedirler.

30 yaşındaki güzellik uzmanının salona gelen kadınların büyük dönüşümler sağladığına ilişkin ifadesi şu şekildedir:

“Bakımlı gelen de var gelmeyen de. Artık eskisi gibi değil kadınlar kendilerini önemsiyorlar. Ama arada hiç de yabana atılmayacak sayıda hiç aynaya bakmamış, yaktan kalktığı gibi gelen, hem pis, hem çirkin kadınlar da geliyor. Bir kadın öncelikle temiz olmalı değil mi? Ama değil, pis kadın çok. Çirkin de, kendine bakmayı da. Neyse ki bizim işimiz bu. Kaşı, bıyığı çıkmış, soluk benizli nice kadınları buraya geldiklerinde temizleyip, güzelleştirip kocalarına öyle gönderdik defalarca. Kadınların makyajsız ve pis halleriyle tanınmanız çok güç inanun. Onları en iyi biz biliriz. İyi ki biz onları bu çirkinlikten kurtarıyoruz.” (Katılımcı, 10).

Dişil Terapi Merkezi: Kadın çalışanlar, gelen kadın müşterilerinin sadece kişisel bakım yaptırmakla kalmayıp, bir kısmının özellikle sohbet etmeye ve dertleşmeye geldiklerinden bahsetmişlerdir. Bu salonlar kadın mekânları olmanın ötesinde, oraya giden kadınların, onları güzelleştiren kadınları birer “Güzin Abla” olarak görmelerine imkân sağlamaktadır. Kadınlar yalnızlıklarını, dertlerini buradaki kadınlara yaptırdıkları işlemler sırasında ya da sonrasında salonda beklerken aktarmakta, onlardan bir anlamda savundukları fikirlere destek, sorunlarına çözüm bulmalarını beklemektedirler. Güzellik salonlarında çalışan kadınlar, müşteri kadınlar için para karşılığında hijyen, estetik, güzellik sağlamayı aşarak, adeta onların ‘psikolog’ları olmaktadır. Kadınlar güzellik salonlarını “masaj koltuklarında stres attıkları rahatlatma mekanizması” olarak görmekte ve çalışanları da güler yüzlü, samimi ve sorun çıkarmayan kadınlar olarak kabul etmektedirler. Bu nedenle müşteri kadınlar ile çalışan kadınlar arasında sosyal ilişkiler dolaşıma girmekte,

güzellik salonları kişisel sorunların da paylaşıldığı birer kadın mekânı haline dönüşmektedir.

27 yaşındaki güzellik uzmanı bu durumu şu şekilde aktarmıştır:

“Kimi kadınlar buraya bakım yaptırmaları bir bahane, onlar daha çok vakit geçirmeye geliyorlar. Kahvesini içip o arada benimle ya da başka bir çalışanla muhabbet etmek, derdini paylaşmak istiyor. Biz de onunla birer arkadaş oluyoruz. Kocasını, çocuğunu şikayet edenden, komşusunun, kaynanasının dedikodusunu yapan sana sır veren o kadar çok kadın oluyor ki...” (Katılımcı, 3).

Duracell Bedenler: Kadınlar ev ve iş dengelerini kurma yoluna gittiklerini, haftada bir günlük olan izinlerinde temizlik ve alışveriş işlerini hallettiklerini, oldukça programlı ve düzenli yaşadıklarını belirtmişlerdir. Yemeklerini de bir gün önceden ya da işe gidecekleri günün sabahında çok erkenden kalkıp yaptıklarını belirtmişlerdir. Hiçbir kadın ev temizliğine gündelikçi kadın desteği almamakta, hepsi de ev işlerini kendi sorumluluk alanları olarak görmekte ve kendileri üstlenmektedirler. Medeni durumu bekâr, boşanmış ve evli her ne olursa olsun kadınlar uyku ve dinlenme zamanlarından fedakârlık ederek, beden yıpratıcılığı olan bir mesleği yapmalarına karşın yine de özel alan sorumluluklarını tek başlarına üstlenmektedirler. Geleneksel cinsiyetçi roller bu sektörde görülen kadın çalışanlarca da benimsenerek devam etmektedir. Evli kadınlar özellikle bu işleri sadece kendi sorumluluklarında gördükleri için tek boş günlerini de ev içi alandaki işleri yaparak geçirmektedirler. Kadınların ücretli bir işte çalışmalarının dışında özel alandaki ücretsiz işler onlar için çifte yük haline gelmektedir. Sektörün yoruluculuğunun yanı sıra ev işlerinin de kadınlar tarafından yapılması fiziksel yıpranmaya yol açmaktadır.

27 yaşındaki evli kadın çalışanın, tüm ev içi sorumluluğu kendisinin üstlenmesinin oldukça zor olduğunu belirtmesiyle birlikte eşinin en ufak bir yardımını oldukça önemli bir destek olarak görmesi cinsiyetçi kalıplaşmış ataerkil rollerin toplumsallaşma sürecindeki derin etkisini şu şekilde ortaya koymaktadır:

“Kocam çok anlayışlı bir erkek. Asla yemek çeşidi beklemmez. Evlendiğimiz günden beri kahvaltı koysam ya da bir çeşit yemek sesini çıkarmaz. Hatta çok da iyi anlarız. Akşam işten gelince ben bir gün önceden yemeğimi yaptığım için rahat olurum, akşam yemekleri ısıtırken o da mesela salata yapar. Böylece beraber iş yapmış oluruz. Kızımı da kreşten çıkışta alır, eve getirir. Kocam çok yardımcı olur.” (Katılımcı, 3).

Diğer evli olan 29 yaşındaki güzellik uzmanı da kocasının normalde iş yapmadığını, ancak yine de bazı zamanlarda yardımcı olduğunu mutlu bir ifadeyle belirtmiştir:

“Eşim esnaf. O da çok yorgun, ee tabii bir de erkek. Ben de çalışıyorum ama yine de onun yapamayacağı işler var. Mesela hangi erkek tuvalet yıkar ki. O kadınların işi. Erkekler yemekleri bile temiz ve hızlı ayrıca lezzetli yapmazlar. Ama eşim Allah'ı var misafir geleceği zaman süpürgeyi tutar. Geçen gün mutfak tezgâhını ben yetişememiştim, onu bile sildi. Bu yardımlarını unutamam, bir kenara atamam.” (Katılımcı, 9).

Bu güzellik uzmanı lise mezunudur, tek çocuk annesidir. Bu bakışla orta düzey bir eğitim seviyesine sahip, modern çalışan bir kadın tipolojisi çizmekle birlikte eril kodları ve örüntüleri fazlaca benimsemiş olduğu söylenebilir. Bu güzellik uzmanı ayrıca geleneksel işbölümünün kadına yüklediği ev işlerini kendisinin yapması gereken zorunlu işler olarak kabul etmiş; bu konuya ilişkin hiçbir şekilde mevcut eşitsiz durumu sorgulamamıştır. Kocasının ayda yılda bir misafir geldiğinde süpürge tutup evi temizlemesini ya da hayatında bir kez olsun mutfak tezgâhını silmesini unutamayacağı bir destek olarak kabul etmiştir.

Çalışan kadınların iş ve aile dengelerini oluşturmada gösterdikleri bu bitmeyen mesai ve koşuşturma, hem işini iyi yapan, hem ‘iyi ev kadını’ olan, hem ‘iyi anne’, hem ‘iyi eş’ olma durumlarına işaret etmektedir. Ayrıca bekâr ya da boşanmış kadınların da benzer şekilde hiçbir destek almadan ev işlerini, alış-verişlerini, yemeklerini aksatmayan, tüm hayatlarını planlı ve programlı şekilde devam ettiren adeta “*süper kadın*” olma durumları söz konusudur. Önemli bir hizmet sektörü olarak kabul edilen güzellik salonlarında çalışan bu kadınları, bitmeyen enerjilerinden dolayı “*Duracell Bedenler*” olarak nitelemek mümkündür.

Bu kadınların kullandıkları eril ifadeler ücretli bir işte çalışsın çalışmasın, kadınların genel düşünce yapısına egemendir. “*Kocalar ev işi ya bilmezler ya da yapamazlar.*” Çünkü anneleri öğretmemiştir. Her zaman suçlanan bir kayınvalide ya da ‘iş yapamaz, beceriksiz’ bir erkek vardır. Ancak, erkekler özel alan olarak kabul edilen ev içi alanda yapmadıkları işler için, ev içi asıl sorumluluk alanları olarak görülmediğinden dolayı suçlanmazlar; herhangi bir baskı ve denetimle karşı karşıya kalmazlar. Kocalar en basit yemeği yapmadıkları halde, salata yapmaları her zaman önemsenir. Çocukların kreşten ya da okuldan alınması da ayrıca önemli bir babalık görevi olarak görülür. Kadınların hiç sorgulanmadan ücretli işlerinden ücretsiz iş yerleri olan evlerine döndüklerinde yaptıkları işler olağan kabul edilir. Eril zihniyet kalıpları ile şekillendiğinden dolayı erkekler için ise böyle

bir görev kabul edilmez. Salata yapan, çocuğunu okuldan alan erkek, koca, baba her zaman el üstünde tutulur.

Güzellik uzmanlarına kadın müşterileriyle ilgili herhangi bir sorunla karşılaştıklarında nasıl bir strateji uyguladıkları sorulduğunda, 34 yaşındaki güzellik uzmanı şu ifadeyi kullanmıştır:

“Gülümsüyorum, yumuşatmak yönüne gidiyorum. Tartışmak ya da kavgaya etmek yerine... Kadınların egosu yüksek. Kendilerini yüksek görüyorlar. Burası hizmet sektörü mesela, güzellik sektörünü ve bizleri çalışan bir eleman olarak baktıkları için bizi hafifliyorlar. Üst tabakadan gelen olabiliyor. Mesela bir keresinde bir eczacı kadın gelmişti, işimden atılmama neden oldu. Yüksek egosu vardı ve söylediklerini emir niteliğinde söylüyordu.” (Katılımcı, 7).

27 yaşındaki güzellik uzmanı da hizmet sektörü içerisinde bulunmasının özelliklerini kadınlarla kurulan ilişki açısından şu şekilde değerlendirmektedir:

“Güler yüzlü olmak, hoş sohbet olmak zorundasın. Derdin varsa belli etmemelisin. Onunla sohbet etmelisin. İlla bir konu bulursun. Çocuktan, evdi, kocaydı, komşuydu, alışverişti, hayattı. Kadınlar yalnızlar zaten sana açılmak için zaman beklerler. Ama sen mutsuz da olsan bunu müşteriye belli etmemen gerekiyor. Ne de olsa orası bir işyeri. Onunla samimi ilişki kurmasam da işyerinde ona devamlı nazik, güler yüzlü, konuşkan olmam gerekiyor. Bizim işimiz bu. Hizmet sektörü müşteri memnuniyeti üzerine çünkü.” (Katılımcı, 8).

27 yaşındaki bu güzellik uzmanı da yaşadığı sorunları direk belirtmekten çok “davranması gereken” duygu silsilesini aktarmıştır. Müşteriyle kurulan ilişkilerdeki tepkilerini zaman zaman denetim altına aldıklarını, bu duruma, içerisinde buldukları hizmet gereği bir bakıma mecbur olduklarını ifade etmiştir. Bu ifadeden de görüldüğü gibi usta pozisyonunda kadın çalışan, herhangi bir sorun olduğunda haklı dahi olsa sorunu ortadan kaldırmak, sorun yokmuş gibi davranmak üzere gülümseme veya sorunun üstünü örtme gibi davranış sergileme yoluna gitmiştir.

Güzellik salonlarında çalışan kadınların, müşteriler geldiğinde kurulan ilişkilerde kendilerini güler yüzlü olmak zorunda hissetmeleri Hochschild’in literatüre kazandırdığı duygusal emek kavramı ile ilişkilendirilebilir. Çünkü duygusal emek, genelde hizmet sektöründe önemli bir yer tutmaktadır. Duygusal emek, örgütsel literatürde iş ortamlarındaki duyguların denetimini kapsayan bir dizi kurguyu (construct) tanımlamak için kullanılmaktadır (1979; 1983). Duygusal

emek kavramı genellikle, duygusal emeği gerektiren işlerde, işletmelerin ifade edilmesini istediği duyguların dışavurumundaki denetim olarak kullanılmaktadır (Beal vd., 2006). Duygusal emek, Morris ve Feldman (1996)’ın da belirttikleri gibi hizmetin sunulması esnasında müşterilerle yaşanan etkileşimde kurum tarafından talep edilen duyguların sergilenmesi durumu olarak ifade edilmektedir (Morris ve Feldman, 1996. ss. 987-988).

Bu çalışma kapsamında görüşülen güzellik salonlarında çalışan kadınların hepsinin müşterileriyle kurdukları ilişkilerde güler yüzlü, alttan alan, sıcak, samimi ilişki tarzlarına bürünmeleri duygusal emek kavramını bu hizmet sektörü için olmazsa olmaz olarak belirtmeleri önemlidir. Ayrıca bu kadınlar patronlara karşı da duygusal emek davranışları içerisinde bulunmaktadır. Mies, Bennholdt-Thomsen ve Von Werlhof (2008) ile Saygılıgil Gündüz’ün (2011) de özellikle dikkat çektiği gibi, ücretli iş gücü olarak piyasada çalışan kadınlar, harcamış oldukları maddi emeğin yanı sıra, fabrikada şefe güler yüz göstermek, itaat etmek, duygularını belli etmemek gibi davranışlar sergilemekte; böylelikle hem müşterilerine hem de patronlarına gerçek duygularından çok ‘mış’ gibi davranmaktadırlar. Ancak bu kadınlar, başka kadınlara mutluluk sunarken kendileri fiziksel olarak yıpranmakta, bu işin zorluğu, uzun çalışma saatleri ve de özellikle başka kadınları memnun etmenin güçlüğü sorunlarıyla da baş etmek zorunda kalmaktadırlar.

8. SONUÇ

Sanayi Devriminin ardından insan gücüne ve beraberinde hızla artan hizmetler sektörüne geçiş hızlanmıştır. Emek yoğun sektörlerde kadınlar da istihdam edilmeye başlanmış; ancak kapitalizmin acımasız iş koşulları içerisinde çalışmak hiç de kolay olmamıştır. Bu ekonomik sistemin piyasaçı uzun ve yorucu çalışma şartları hizmet sektöründe emek yoğun olarak istihdam edilen kadınları erken yaşlarda ve en alt statülerde çalışarak işe girmeye yöneltirken, çalışmalarının yorucu olması nedeniyle de erken yaşlarda sektörden ayrılmalarına yol açmaktadır.

1980’lerle birlikte uygulanan neo-liberal politikaların etkisi ile kadın iş gücü, sosyal refah uygulamalarının uzanmadığı kalan ve ancak esnek üretimle çalışabileceği öngörülen değersiz ve niteliksiz bir iş gücü kesimi olarak kabul edilmiştir. Türkiye’de çok azalmış olan tarım sektörünün yanı sıra, sanayi sektörünün erkekleri fizik ve kas gücüne dayalı, kadınları ise zayıf, narin ve kırılabilir cinsiyetler olarak kodlamasına bağlı olarak, bu alanda çalışan kadınların sayısı erkeklerin hem gerisinde kalmakta, hem de herhangi bir kriz esnasında ilk çıkarılmayı bekleyen kategorik grup olarak değerlendirilmelerine yol açmaktadır. Hizmet

sektörlerinde çalışan kadınların sayısı ise artmakla birlikte, burada da kadınlar vasıfsız ya da yarı vasıflı statülerde çalıştıkları için, istihdam edilmeleri gerçek anlamda onların özgürleşmelerini ve güçlenmelerini sağlayamamaktadır.

Güzellik salonları tam da bu noktada önemli bir hizmet sektörü olarak karşımıza çıkmaktadır. Orta ve üst sınıf kadınların, kişisel bakım, temizlik, makyaj, estetik, bronzlaşma gibi pek çok işlemi bir arada bulabilecekleri bu hizmetleri paraları ile satın alabilecekleri bir haz merkezidir. Bu kadınlar kendilerinin yap(a)madıkları, ya da zaman ayır(a)madıkları bakım işleri için güzellik merkezlerinden hizmet almak yoluna gitmektedirler. Müşteri olan kadınlar ile çalışan kadınlar arasında kurulan ilişki, farklı sınıfsallıklara mensup kadınlar arasında kurulan ilişki türünden, sırdaşlığa ve dostluğa kadar uzanan bir değişim göstermektedir.

“*Kadınları Tepeden Tırnağa Boyayan Kadınlar: Güzellik Salonlarında Çalışan Kadınların İş, Yaşam ve Aile Döngüleri*” konulu bu çalışmada on güzellik uzmanıyla gerçekleştirilen görüşmelerin bulguları aktarılmıştır. Bu çalışmada güzellik uzmanlarının iş, aile ve yaşam deneyimleri ve buldukları çalışma koşullarına ilişkin geliştirmiş oldukları stratejiler öğrenilmeye çalışılmıştır.

Balıkesir kent merkezinde on yıl ve daha fazla çalışan güzellik uzmanlarının da yer aldığı bu hizmet sektöründe çalışmanın en büyük zorluğu işin ileriki yaşlarda yapılmasına ilişkindir. Ayrıca hizmet sektöründe hizmet bekleyen müşterilerin sınır tanımayan istekleri ve beklentileri kadın çalışanlar için duygusal açıdan ayrı bir sıkıntı ve zorluk yaratmaktadır. Güzellik uzmanlarının sektörde yaşadıkları zorluklar ile aile yaşamları arasındaki sorunları kısmen ortadan kaldırmak için çözüm önerileri sunulabilir:

- Güzellik uzmanları için çalışma koşullarının fiziksel yıpranmaya neden olması, özellikle düğün sezonu denilen yaz mevsiminde uzun saatler devamlı ayakta çalışan kadınların işlerinin oldukça yoğun olması sebebiyle haftalık izin günlerinin 2 güne çıkarılması,
- Tüm çalışanların sigortalı olarak çalıştırılması,
- Aile ve iş dengelerini kurabilmelerinin kendi sorumlulukları olduğunu ileri süren eril anlayışın yerine, kendileri ve ailelerine uzman sosyolog ile akademisyenler tarafından toplumsal cinsiyet farkındalığı eğitimlerinin verilmesi,
- Güzellik merkezlerinin kentsel yapılanmada bir merkezde toplanarak çocuk sahibi kadınların çocuklarının büyümesi sırasında kreş olanaklarından düşük ücretli ya da ücretsiz olarak faydalanabilmeleri sağlanmalıdır.

Bu çözümlerin birer sosyal politika alanı olarak Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı ile Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından benimsenmesi, bu sektörde çalışan kadınların çalışma koşullarının iyileştirilmesinin gerçekleştirilebilmesi için yeni politika ve projelerin üretilmesine gereksinim duyulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Sosyal-İş Sendikası (2010). *8 Mart'ın 100. yıldönümünde Türkiye'de ve dünyada kadın emeği ve istihdamı raporu*. http://www.sosyal-is.org.tr/yayinlar/kadin_emeği_ve_istihdami.pdf.
- Altındal, Y. (2016). *Türkiye'de turizm sektöründe kadın girişimciliğinin gelişiminin incelenmesi: Batı Akdeniz bölgesi-Güney Ege bölgesi karşılaştırması* (Yayımlanmamış doktora tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Andreotti, A. ve Mingione, E. (2014). *İtalya'da kadın istihdamının modernizasyonu: Tek ülke iki seyir, Akdeniz'de kadın istihdamı*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Anker, R. (1998). *Gender and jobs: Sex segregation of occupations in the world*. Geneva: International Labour Office.
- Aydınöz, M. ve Bulut, S. (2014). Egenin gizli kalmış şifa iksiri: Sıgla. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 14, 1-6.
- Aytaç, S., Sevüktekin, M. ve Işığışık, Ö. (2002). *Çağdaş sanayi merkezlerinde kadın iş gücünün konumu: Bursa örneği*. Ankara: Tisk Yayınları, No: 219.
- Balcı İzgi, B. ve Akdeniz, Ş. (2011, Haziran). *Kadın istihdamı sorunsalı nereden doğuyor?* Anadolu International Conference in Economics II, Eskişehir, Turkey.
- Başbakanlık İstatistik Genel Müdürlüğü (BIGM) (1961). 1950 Genel nüfus sayımı sonuçları, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2010). *Nesneler sistemi*. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- Beal, D. J., Trogakos, J.P., Weiss, H.M., ve Gren, S.G. (2006). Episodic processes in emotional labor: Perceptions of affective delivery and regulation strategies. *Journal of Applied Psychology*, 91, 1053-1065.
- Berber, M. ve Eser, B. Y. (2008). Türkiye'de kadın istihdamı: Ülke ve bölge düzeyinde sektörel analiz. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 10(2), 1-16.
- Çomoğlu, T. (2012). Kozmetikler. *Marmara Üniversitesi Eczacılık Fakültesi Dergisi*, 16(1), 1-8.
- Çulcu, A. (2009). *Türkiye'de girişimci kadınlar: Birikim, değişim ve kadınlık halleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yönetim ve Çalışma Psikolojisi Bilim Dalı, İstanbul.
- Ecevit, Y. (2007). *A Critical Approach to women's entrepreneurship in Turkey*. Ankara: International Labor Office.

- Ekin, N. (1990). *OECD ülkelerinde kadın iş gücü ve istihdam sorunları*. Değişen Bir Toplumda Kadınların İstihdam İmkânlarının Geliştirilmesi Konulu Uluslararası Konferans, İş ve İşçi Bulma Kurumu, 7-8 Kasım 1989, Ankara.
- Elliott, R.F. (1990). *Labour economics: Comparative text*, London: Mcgraw Hill London.
- Eraydın, A., Erendil, A., Taşan, M. T. ve Gülöksüz E. (1999). *Yeni üretim süreçleri ve kadın emeği*. Ankara: KSSGM.
- Esping-Andersen, G. (2009). *The incomplete revolution: Adapting to women's new roles*. Cambridge: Polity Press.
- Eyüboğlu, D. (2000). *Bankacılık sektöründe cinsiyete dayalı ayrımcılık*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- Ferrera, M. (2005). *Welfare state reform in Southern Europe: Fighting poverty and social exclusion in Italy, Spain, Portugal and Greece*. Londra: Routledge.
- Fiske, J. (2002). *Introduction to communication studies* (2. Edition). London & New York: Routledge.
- Harding, S. (1996). *Feminist yöntem diye bir şey var mı?* S. Çakır ve N. Akgökçe (Hz.), Farklı feminizmler açısından kadın araştırmalarında yöntem. İstanbul: Sel Yayınları.
- Hartmann, H. (1992). *Marksizm 'le feminizmin mutsuz evliliği* (Çev. G. Aygen). G. Savran ve N. Tura (Der.), Kadının görünmeyen emeği maddeci bir feminizm üzerine. İstanbul: Kardelen Yayınları.
- TBMM Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu (2013). Her alandaki kadın istihdamının artırılması ve çözüm önerileri komisyon raporu (Yayın No. 12). Erişim adresi: https://www.tbmm.gov.tr/komisyon/kefe/docs/komisyon_raporu_2014_1.pdf
- Hochschild, A. R. (1979). Emotion work, feeling rules and social Structure. *The American Journal of Sociology*, 85(3), 551-575.
- Hochschild, A. R. (1983), *The managed heart: The commercialization of human feeling*. Berkeley and Los Angeles: University of California Press.
- Koray, M. (1992). Çalışma yaşamında kadın gerçekleri. *Amme İdaresi Dergisi*, 25(1), 93-122.
- Koray, M., Demirbilek, S. ve Demirbilek, T. (1999). *Gıda işkolunda çalışan kadınların koşulları ve geleceği*. Ankara : T.C. Başbakanlık Kadın Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- Kümbetoğlu, B. (2005). *Sosyolojide ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayınları.
- Leisering, L. ve Leibfried, S. (1999). *Time and poverty in western regimes*. New York: Cambridge University Press.
- Makal, A. (2001). Türkiye'de 1950-1965 döneminde ücretli kadın emeğine ilişkin gelişmeler. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 56(2), 117-155.
- Mies, M. (1983). *Towards a methodology for feminist research*. G. Bowles & R. Duelli Klein (Eds.), Theories of women's studies (s. 117-140) içinde. London: Routledge and Kegan Paul.
- Mies, M., Bennholdt-Thomsen, V. ve Von Werlhof, C. (2008). *Kadın emeği: ekonomi politişin eleştirisindeki kör nokta*. Son sömürge kadınlar (Çev. Y. Temurtürkan). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mingione, E. (1991). *Fragment societies*. Oxford: Basil Blackwell.
- Morris, J. A ve Feldman, D. C. (1996). The dimensions, antecedents and consequences of emotional Labor. *Academy of Management Review*, 21(4), 986-101.
- Özaşçılar, M. (2010). *Kadınlararası iletişim ortamı olarak kuaför salonları*. A. Akpınar, G. Berkay ve H. Dedehayır (Der.), Kadın ve mekan, tutsaklık mı? Sultanlık mı? İstanbul: Turkuvaz Kitap.
- Özar, Ş. (2007). Women entrepreneurs in Turkey, obstacles, potentials and future prospects. *Gender Clearing House Site*, www.genderclearinghouse.org, *The Center of Arab Woman for Training and Research (CAWTAR)*.
- Özçelik, H. ve Bebekli, Ö., (2015). Kozmetik sektörüne genel bakış. *SDÜ Aksu Mehmet Süreyya Demiraslan MYO Anamas Dergisi*, 3(4), 3-12.
- Özer, M ve Biçerli, K. (2003). Türkiye'de kadın iş gücünün panel veri analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 2003-2004, 55-86.
- Palmer, M. ve Hyman, B. (1993). *Yönetimde kadınlar* (Çev. V. Üner). İstanbul: Rota Yayınları.
- Saygılıgil Gündüz, F. (2011). *Türkiye'de neoliberal politikalar ve kadın emeği: Serbest bölgede kadınların grevi* (Yayımlanmamış doktora tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilimdalı Genel Sosyoloji ve Metodoloji Programı, İstanbul.
- Sallan Gül, S. (2005). Türkiye'de yoksulluğun kadınsılaşması. *Amme İdaresi Dergisi*, 38(1), 25-43.
- Smith, D.A. (1987). *The everyday world as problematic: A feminist sociology*. USA: Northeastern University Press.
- Tan, M., Ecevit, Y., Üşür Sancar, S. ve Acuner, S. (2008). *Türkiye'de toplumsal cinsiyet eşitsizliği: Sorunlar, öncelikler ve çözüm önerileri- Kadın erkek eşitliğine doğru yürüyüş: Eğitim, çalışma yaşamı ve siyaset raporunun güncellemesi*. İstanbul: TÜSİAD, KAGİDER.
- Toksöz, G. (2011), Women's employment in Turkey in the light of different trajectories in development-different patterns in women's employment. *Fe Dergi*, 3(2), 19-32.
- Tosh, J. (1997). *Tarihin peşinde* (Çev. Ö. Arıkan). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- TÜİK (2011). *1923-2010 İstatistik göstergeler*. ISBN: 978-975-19-5248-6, Ankara: TÜİK Matbaası.
- TÜİK (2016) www.tuik.gov.tr, erişilme tarihi: 03.03.2017
- Zingsem, V. (2006). *Lilith* (Çev. D. D. Yüzer). İstanbul: Mitoloji Yayınları.

EKLER

EK 1: GÖRÜŞME SORULARI

Demografik Bilgiler

Kendinizi bana biraz tanıtır mısınız?

Eğitim durumunuz nedir?

Kaç Yaşındasınız?

Medeni durumunuz nedir?

Nerelisiniz?

Nasıl bir aile yapınız vardı?

Kaç Kardeşsiniz?

Ailenizin eğitim durumu ve meslekleri nelerdir?

Şimdiye kadar en çok nerede yaşadınız?

Ailenizde çalışan kadın var mıydı?

Evli ise, eşinizin yaşı, eğitim durumu, mesleği nedir?

İş Yaşamı Öyküsü

Sigortalı mısınız?

Yaptığınız iş süreci hakkında bilgi verir misiniz?

İşe ne zaman başladınız?

İşe başlayalı kaç yıl geçti?

Daha önce başka bir işte çalıştınız mı? Çalıştıysanız ne iş yaptınız?

Niye bu meslek?

Sizce bir işte çalışmak başarılı olmak için en önemli şey nedir?

İşinizi devam ettirirken aile üyelerinizin desteğini gördünüz mü?

Kimi rol modeli olarak aldınız?

İşinizin zorlukları nelerdir?

Bir kadının temizliğini (ağda, manikür, pedikür, kişisel bakım) yapmak sizi nasıl hissediyor?

İlk yıllar nasıldı?

Gelecek için planlarınız nelerdir, neleri hedefliyorsunuz?

Güzellik salonlarında çalışmak/kuaförde çalışmanın farkları nelerdir?

Buraya gelen kadın profili nasıl? Onlarla nasıl iletişim kuruyorsunuz? Aranızda bir ayırım ya da eşitsizlik

olduğunu düşünüyor musunuz? Aranızda sorunlar çıkıyor mu? Böyle zamanlarda kadın müşteriyile

kurduğunuz ilişkide nasıl bir strateji uyguluyorsunuz?

Bu işin avantajları ve dezavantajları nelerdir?

Neden çalışıyorsunuz?

Başka bir meslekte çalışmak ister misiniz?

Patronunuzla ilişkiniz nasıl? Ayrımcılık yaşadığınızı düşünüyor musunuz?

Kendinizi güçlü hissediyor musunuz?

Aile İlişkileri

Sizi ailenizden en çok kim teşvik etti?

Ev ve iş dengesini nasıl kuruyorsunuz?

Çok yoğun olduğunuz zamanlarda ailenizden/ başka birinden destek alıyor musunuz?

Başka meslek yapsaydınız ya da yapsanız aile içi pozisyonunuz değişir mi?

Aile içi ilişkileriniz nasıl? Evde kararları kim alır? Bu kararlar nasıl alınıyor? Aile büyükleri ev içinde

aldığınız kararlarda etkili mi?

Ev hanımı (ücretsiz ev işçisi) olmak ister miydiniz?

Ev işleri/çocuk bakımı konusunda hiç destek aldınız mı?

Kayınvalidenizle ilişkiniz nasıl?

Ailenizin/(Evli ise eşinizin)ekonomik geliri fazla olsa çalışır mıydınız?

(Evli ise)çocuğunuza yeterli zaman ayırdığınızı düşünüyor musunuz?

İşinizin emek yoğun bir sektör olmasından dolayı çocuğunuzla ve eşinizle geçirdiniz zamanın kısıtlı olması

sizi nasıl hissettiriyor?

NOTLAR

- 1 Bu ekonomik model, sınıflar arası eşitsizliğin arttığı, yoksulluğun arttığı, sosyal devlet uygulamaların yerine özelleşmelerin, esnek üretimin, taşeronlaşmanın arttığı ekonomik ve politik süreci içermektedir. Cinsiyetler açısından da kadın istihdamının güvencesizlik ve enformel sektörün üzerine kurulduğu neo-liberal politikaları içermektedir.

