

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI
ANABİLİM DALI

EĞRETİLEŞME VE DUYGUSAL EMEK SÜREÇLERİ: ALIŞVERİŞ
MERKEZLERİNDE ÇALIŞAN KADINLAR ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Zuhal Esra BİLİR KAT

Ankara-2016

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI
ANABİLİM DALI

EĞRETİLEŞME VE DUYGUSAL EMEK SÜREÇLERİ: ALIŞVERİŞ
MERKEZLERİNDE ÇALIŞAN KADINLAR ÖRNEĞİ

Yüksek Lisans Tezi

Zuhal Esra BİLİR KAT

Tez Danışmanı
Prof. Dr. A. Gülay TOKSÖZ

Ankara-2016

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
KADIN ÇALIŞMALARI
ANABİLİM DALI

**EĞRETİLEŞME VE DUYGUSAL EMEK SÜREÇLERİ:
ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNDE ÇALIŞAN KADINLAR ÖRNEĞİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Prof. Dr. A. Gülay TOKSÖZ

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

İmzası

Prof. Dr. Gülay Toksöz

Prof. Dr. İrfan Sencan

Doç. Dr. Emel Nure

Prof. Dr. Gülay Toksöz

Prof. Dr. İrfan Sencan

Doç. Dr. Emel Nure

Tez Sınavı Tarihi:

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplanıp sunulduğunu beyan ederim. Bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi ayrıca beyan ederim.(.../.../...)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin
Adı ve Soyadı

.....

İmzası

.....

TEŞEKKÜR

Çalışmanın başından beri büyük titizlikle yazdıklarımı değerlendirdiği, değerli önerileriyle yol gösterdiği ve çalışma disipliniyle daima örnek olduğu için danışmanım Prof. Dr. Gülay Toksöz'e,

Tez savunmasında, verdikleri önerilerle çalışmamı zenginleştirdikleri, dostça ve yapıcı yaklaşımlarıyla heyecanımı azaltıp, bundan sonraki çalışmalarım için de motivasyonumu arttırdıkları için değerli jüri üyeleri Prof. Dr. Ufuk Serdaroğlu'na ve Doç. Dr. Emel Memiş'e

Tezimi yazarken takip ettiğim dersi sayesinde duygular üzerine daha çok düşünmemi sağladığı için Yrd. Doç. Dr. Esra Sarıoğlu'na,

Çalışma kapsamında yaptığım görüşmelerde, bana güvenerek, sorduğum soruların ötesinde verdikleri samimi yanıtlar için tüm görüşmecilere,

Kısa sürede saha çalışmamı tamamlayabilmemde verdikleri destek için Fidan'a, Alper'e, Baran'a ve Özge'ye,

Çalışma boyunca sorduğum teknik, bürokratik konularda kendi deneyimlerini paylaştığı için Buğse'ye,

Daima onlardan öğrendiklerimle güçlendiğim ve yaşamımı anlamlandırabildiğim için başta annem ve kızkardeşlerim olmak üzere ailemdeki tüm kadınlara ve kızkardeşliğin kan bağından çok öte bir şey olduğunu öğrettikleri için Ceren ve Ece'ye,

Hayatıma girdiği günden beri sevgisiyle yücelttiği, yaşamımı güzelleştirdiği, zorda kaldığım her anıma koşulsuzca yetişerek hayatımı kolaylaştırdığı ve bu tez çalışması boyunca da verdiği destek için Bora'ya teşekkür ediyorum.

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR	i
İÇİNDEKİLER	ii
TABLolar DİZİNİ	v
ŞEKİLLER DİZİNİ	vi
GİRİŞ	1
1. TÜRKİYE’DE KADIN EMEĞİ VE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN GELİŞİMİ.....	7
1.1. TÜRKİYE’DE KADIN İSTİHDAMININ SEYRİ	7
1.1.1. Kadın İstihdamının Güncel Durumu	10
1.1.2. İstihdamın Sektörel Dağılımı	12
1.2. TÜRKİYE’DE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN GÜNCEL DURUMU	16
1.3. TÜRKİYE’DE AVM’LERİN GELİŞİMİ.....	19
1.3.1. AVM’lerin Tanımı	19
1.3.2. Türkiye’de 1980 Sonrası AVM’LERİN Gelişimi.....	21
1.3.3. Ankara’da AVM’lerin Gelişimi	26
2. EĞRETİLEŞME	30
2.1. EĞRETİLEŞMENİN TARİHÇESİ VE TANIMI.....	30
2.2. EĞRETİLEŞME, STANDART DIŞI ÇALIŞMA VE ESNEKLİK İLİŞKİSİ.....	37
2.2.1. Esneklik.....	37
2.2.2. Standart Dışı Çalışma Biçimleri.....	40
2.3. EĞRETİLEŞMENİN UNSURLARI.....	43
2.4. KADIN EMEĞİNİN EĞRETİLEŞMESİ	52
3. DUYGUSAL EMEK	56

3.1. DUYGUSAL EMEK KAVRAMI	56
3.2. DUYGUSAL EMEK TEORİLERİ.....	60
3.3. DUYGULANIMSAL EMEK	66
3.4. DUYGUSAL EMEK DUYGULANIMSAL EMEK BAĞLANTISI	70
3.5. DUYGUSAL VE DUYGULANIMSAL EMEĞİN ÇALIŞANLARDA YARATTIĞI SONUÇLAR.....	71
4. SAHA BULGULARI.....	78
4.1. DEMOGRAFİK BİLGİLER	81
4.2. ÖNCEKİ İŞ DENEYİMLERİ	82
4.3. MESLEKİ EĞİTİM.....	86
4.4. EĞRETİ ÇALIŞMA KOŞULLARI	89
4.4.1. Çalışma Süreleri	90
4.4.2. Sağlık.....	97
4.4.3. İş-Yaşam Dengesi	100
4.4.4. Ücret ve Sosyal Haklar.....	103
4.4.5. İşyeri Denetim Mekanizmaları.....	106
4.4.6. Çalışanlar Arası İlişkiler	113
4.5. MÜŞTERİLERLE İLİŞKİLER.....	117
4.5.1. Satış İşİ: Duygusal Emek	117
4.5.2. Müşterilerle Yaşanan Yakınlıklar ve Çatışmalar	125
4.5.3. Şiddet-Hakaret.....	129
4.5.4. Taciz	132
4.6. SENDİKA	135
4.7. ÇALIŞMAYLA İLGİLİ OLUMLU GÖRÜŞLER.....	140
4.8. GELECEK PLANLARI	143

4.9. SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	145
5. SONUÇ.....	149
KAYNAKÇA	157
EKLER.....	165
EK 1: GÖRÜŞMECİ LİSTESİ	165
EK 2: ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN DÜNYADAKİ VE TÜRKİYE’DEKİ GELİŞİMİ	166
EK 3: GÖRÜŞMELERDE KULLANILAN SORU YÖNERGESİ	170
ÖZET.....	174
ABSTRACT	175

TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1: İstihdamın Sektörel Dağılımı TÜİK verilerinden aktaran.....	12
Tablo 2: 2015 Temmuz Ayı HİA verilerine göre İstihdamın Cinsiyetlere Göre Sektörel Dağılımı *Bin Kişi	14
Tablo 3: Kadın İstihdamının Hizmetler Alt Sektörlerine Göre Dağılımı (bin)	15
Tablo 4: Kadınların İstihdamdaki Paylarına Göre Seçilmiş Meslekler	15
Tablo 5: Perakende Sektörü Yıllık Ciroları	17
Tablo 6: Standart Olmayan İstihdam Biçimleri	42

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1:	İstihdamın Sektörel Dağılımı (2015 yılı verilerine göre)	13
Şekil 2:	Yıllara Göre Türkiye'deki AVM sayısı	23
Şekil 3:	Şehirlere Göre AVM Dağılımı	24
Şekil 4:	Yıllara Göre Ankara'daki AVM sayısı.....	28



GİRİŞ

Türkiye’de, son otuz yıllık süreçte kadın emeği alanındaki çalışmalar, akademide ve 2000’li yıllardan itibaren akademi dışında yürütülen kadın hareketinde oldukça önemli bir yer tutmaktadır (Özar 2012). Bu çalışmalarla birlikte kadın emeği görünür hale getirilerek sorunsallaştırılmıştır. Ülkemizde, kadın emeğinin tarihsel süreci 1980’den itibaren artarak incelenmiş; farklı sektörlerdeki ve ev içindeki kadın emeği ve istihdamı feminist yaklaşımlarla çalışılmıştır. 1980 sonrasında hizmet sektöründe çalışan kadınların oranının hızla artması, bu alanda yapılmış çalışmalara da yön vermiştir. Literatürde, özellikle kentlerde yaşayan vasıflı kadınların çoğunlukla yer aldığı bankacılık sektörü ve kamu sektöründe çalışan kadınlarla ilgili araştırmalara rastlanmaktadır. Bunun yanı sıra, akademisyen kadınlar, yönetici kadınlar, sağlık sektöründe çalışan kadınlarla ilgili araştırmalar da bulunmaktadır (Ecevit 2011).

Yapılan literatür taramalarında, hizmet sektörünün alt alanlarından olan ve kadın istihdamı bakımından ikinci sırada yer alan perakende-ticaret alanında çalışan kadınlar hakkında yapılmış çalışmaların yok denecek kadar az sayıda oldukları görülmüştür. Alışveriş merkezleri (AVM), gittikçe ekonominin lokomotifine haline gelen hizmet sektörü içinde oldukça yüksek bir paya sahip olan perakende sektörünün önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Satış görevliliğinin, Türkiye’deki istihdamda yüksek bir paya sahip olmasıyla işsizliğin çözümüne önemli katkı sağladığı iddiası, AVM’lerdeki emeğin güvencesiz yapısının görünürleşmesini engellemektedir. Alışveriş merkezleri, birçok farklı disiplinde farklı boyutlarıyla ele

alınan bir konu olmasına rağmen, AVM’lerde çalışan kadınlara ilişkin feminist yaklaşımla ve yöntemle yapılmış çalışmaların azlığı oldukça dikkat çekicidir.

AVM’lerdeki satış işinin gerektirdiği duygusal ve estetik emek yapısı ve bunun sonucunda kadın çalışanların çok sayıda olması, bu alandaki kadın emeğine özel bir akademik ilgi gösterilmesini gerekli kılar. Aynı şekilde çalışma koşulları dikkate alındığında, AVM’lerde çok sayıda istihdam edilen satış görevlisi kadınların eğretilmiş koşullarda çalışması bu konuyu araştırmaya değer kılmaktadır. Böylesine hızla büyüyen bir çalışma alanı olan AVM’lerdeki emek süreçleri ve özellikle kadın çalışanların durumuna daha kapsamlı yaklaşan çok az sayıda araştırma olması bu çalışmanın yapılması ihtiyacını doğurmaktadır.

Punch’a (2011) göre; bir araştırma, neyi bulmalıyız sorusuna odaklanmalıdır. Araştırmaya başlarken sorulacak soru da “*Neyi bulmaya çalışıyoruz?*” olmalıdır. Bu tez çalışmasının da temel tartışmalarını oluşturan ana soruları ve bu genel soruların da kendi içinde çeşitlenen alt soruları bulunmaktadır. Bu tez çalışmasının iki temel sorusu vardır. İlk olarak, AVM’lerde çalışan satış görevlisi kadınların eğreti çalışma koşulları, bu koşullar altında çalışmayı nasıl deneyimledikleri, çalışma süreçlerinde nasıl tepki, uyum ve mücadele stratejileri geliştirdikleri araştırılmıştır. İkinci olarak, satış işi yapan kadınların, eğreti istihdam koşulları altında çalışırken ağır fiziksel zorlukların ötesinde bu zorlukları yok sayarak sarf etmeleri beklenen duygusal emek biçimleri ve bu süreçleri nasıl deneyimledikleri araştırılmıştır. Araştırmanın tüm soruları, satış işini yapan kadınların çalışma deneyimleri ve kendi anlatımları ışığında cevaplandırılmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın ilk bölümünde, neoliberal yeni ekonomik düzenin, dünyada ve Türkiye’de kadın istihdamının seyrini nasıl belirlediği ve yine aynı sistemin içinde

perakende sektörünün ve alışveriş merkezlerinin durumu tartışılacaktır. Türkiye, kuruluşundan 1970'lerin sonuna kadar, ithal ikameci sanayileşme modeline dayanan bir kalkınma stratejisi izlemiştir. 1980'den itibaren yeni kalkınma stratejisi olarak ihracata yönelik sanayileşmeye geçilmiştir; ancak, tarımda istihdamın gerilemesiyle açığa çıkan kadın işgücünü karşılayacak kadar istihdam tarım dışı sektörlerde yaratılamamıştır. Bu bölümde, öncelikle Türkiye'de ekonomik yapı dönüşürken, kadın emeğinin seyrinin nasıl olduğu tartışılacak; ardından, kadın emeği konusunda yapılmış çalışmalar ve güncel veriler incelenerek genel bir çerçeve sunulacaktır. Birinci bölümün devamında; kadın istihdamının sektörel dağılımına bakıldığında oldukça önemli bir paya sahip olan perakende sektörünün Türkiye'deki gelişimine, güncel durumuna, bugünkü ülke ekonomisindeki payına ve perakende sektörünün bu hızlı büyümesinde AVM'lerin rolüne detaylı bir şekilde bakılacaktır. Perakende sektörünün hızlı büyümesinin temel belirleyicisi son yıllarda yaygınlaşan alışveriş merkezleri olduğundan, birinci bölümün sonunda alışveriş merkezlerine yer verilecektir. AVM'lerin tanımı ve tarihsel süreci analiz edilecektir. Bu tez çalışması kapsamında, Dünyada ve Türkiye'de AVM'lerin neden kurulduğu, nasıl bir gelişim gösterdiği, Türkiye'de, öncelikle bugünkü AVM yapılarının başlangıcı olarak kabul edilebilecek olan Osmanlı çarşı, bedesten yapıları tarihsel olarak incelenmiş ve Ek 1'de detaylı olarak yer verilmiştir. Bugünkü yapıdaki AVM'lerin, 1980'li yıllara gelindiğinde ithal ikameci politikaların değişmesiyle ve ekonomideki yapısal düzenlemelerle, dışa dönük kalkınma hedefleriyle ilişkili olarak kurulmasına karar verildiği düşünülmektedir. Neoliberal ekonomi odaklı politikalarla, yabancı sermayenin ülkeye çekilebilmesine ve tüketimi artırmaya yönelik girişimlerin başında AVM'lerin kurulması ve yaygınlaşması gelmektedir.

İkinci bölümde, neoliberal politikalar çerçevesinde yaygınlaşan esnek ve eğreti çalışmanın tanımı ve göstergeleri tartışılacaktır. Eğretilişme kavramı, işgücü piyasasındaki güvencesiz, geleceksiz, insanca yaşama koşullarına imkân verecek bir gelir düzeyine sahip olmayan, meslek ve beceri tanımı bulunmayan işler üzerinden tanımlanmaktadır. Eğretilişme, işgücü piyasasının genelinde işlemekte olan ve yaygınlaşma eğilimi gösteren bir durum olmasına rağmen belirli sektörler ve atipik çalışma biçimlerinde ve bazı işgücü gruplarında yoğunlaşmaktadır. Eğretilişmenin özellikle kadınlar, göçmen kadınlar, düşük eğitilmiş kadınlar, bazı hizmet sektörlerinde (turizm ve otelcilik ile ilgili hizmetler, sağlık hizmetleri, ev ve bakım hizmetlerindeki çalışma) çalışan kadın grupları için belirgin bir hal aldığı düşünüldüğünde, AVM'lerdeki mağazalarda satış danışmanlığı işi de eğretilişme eğilimini yansıtan kadın yoğun işlerden sayılmaktadır. Bu nedenle; ikinci bölümde, alışveriş merkezlerindeki kadın istihdamı, eğreti çalışma kapsamında değerlendirilerek tartışılacaktır. Bu bölümde belirlenen eğretilişme göstergeleri doğrultusunda yapılan derinlemesine görüşmelerde elde edilen verilerle, alışveriş merkezlerinde satış işinin eğreti, esnek yani güvencesiz bir iş olduğu saha bulguları bölümünde de pekiştirilmiştir.

AVM'lerde çalışan kadınların çalışma koşulları hakkında veri toplamak amacıyla belirlenen konu başlıkları: satış görevliliğinden önceki iş deneyimleri, işyeri koşulları, işte geçirilen süreler, haftalık çalışma süreleri, ücretler, eğitim durumları, sağlık durumları, iş kaynaklı sağlık sorunları, sendikal örgütlülükleri/örgütsüzlük durumları, hak mücadeleleri, işe karşı tutumları, kariyer algıları ve beklentileri, iş/iş dışı yaşam dengesi (iş dışı yaşam yükümlülüklerini çalışma yaşamları ile uyumlu kılabilme imkânına sahip olup olmamaları), iş dışı

ihtiyaç ve yükümlülüklerin karşılanmasında yeterli ve yaşam tercihlerini düzenlemeye ve değiştirmeye yönelik zamana sahip olamama anlamına gelen zaman yoksulluğudur.

Üçüncü bölümde, duygusal emek ve duygulanımsal emek kavramları ve duygusal emeğe bağlı duygusal çaba, duygusal çelişki, işe yabancılaşma gibi kavramlar ve teoriler tartışılacaktır. Duygusal emek kavramı ilk olarak 1983 yılında Arlie Russell Hochschild'ın "The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling" kitabında ele alınmıştır. İş ortamındaki duyguların denetimini açıklamaya yönelik bir kavramdır. Literatür incelendiğinde, yapılan çalışmalar kadınlardan beklenen duygusal yoğunluğun aynı işi yapan erkeklerden çok daha fazla olduğunu göstermektedir. Duygusal emeğin yoğun olduğu sektörlerin (çağrı merkezi, otel, sağlık, eğitim, tur rehberliği, satış, yaşlı bakımı) kadın istihdamının da yoğun olduğu sektörler olduğu görülmektedir. Mağazalarda çalışan satış görevlisi kadınların yaptığı satış işi, duygusal emek gerektiren işler kapsamında değerlendirilmiştir. Bu nedenle, AVM'lerdeki satış görevlisi kadınların emek süreçlerinin duygusal emek tartışmaları çerçevesinde ele alınması anlamlı görünmektedir.

Saha bulguları bölümünde; ikinci ve üçüncü bölümde tartışılan teorik çerçeveye doğrultusunda elde edilen veriler tartışılmaktadır. Araştırmanın yöntemi ve araştırma kapsamında yapılan saha çalışmasının tüm detaylarına da bu bölümde yer verilmiştir. Elde edilen veriler doğrultusunda; AVM'lerde çalışan satış görevlisi kadınların; eğretilmiş çalışma koşulları, bu koşullara bağlı olarak yaşadıkları sağlık problemleri ve meslek hastalıkları, kişisel ve mesleki eğitim durumları, emek sürecinde yaşadıkları denetimler, satış esnasında sergiledikleri cinsiyetli ve bedenlenmiş performansları, mağaza içi ilişkiler, satış işinin özgün yapısı ve bu

yapıya bağılı olarak müşterilerle kurdukları ilişki biçimleri, işyerlerinde maruz kaldıkları hak ihlalleri ve eşitsizlikleri nasıl algıladıkları, farklı sınıflara ait kadınlarla alışveriş esnasında müşteri ve tezgâhtar olarak karşılaşmalarında sınıfsal farklılıkları nasıl deneyimledikleri, sınıfsal tutumları, yaşadıkları saygınlık problemleri, çalışma yaşamını nasıl gördükleri, sendikal örgütlülük durumları, yaşadıkları tüm sorunların çözümü için önerileri tartışmaktadır.

Çalışmanın sonucunda, AVM’lerde çeşitli mağazalarda, farklı pozisyonlarda çalışan ve satış işi yapan kadınların istihdam koşullarının; eğretilişme ve duygusal emek özellikleri temelinde belirlendiğı ortaya koyulmuştur. Bu koşulların yarattığı sorunların temelinde yasal düzenlemelerin yetersizliğı, denetimsizlik ve sendikal örgütlenmenin sektördeki zayıflığı bulunmaktadır. Çalışma koşullarının iyileştirilmesi için yasal düzenlemeler kamuoyunun gündemine gelmekte; ancak sermaye ile devletin işbirliğı sonucu bu düzenlemeler hayata geçirilmemektedir.

1. TÜRKİYE’DE KADIN EMEĞİ VE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN GELİŞİMİ

1.1. TÜRKİYE’DE KADIN İSTİHDAMININ SEYRİ

Türkiye’de kadın istihdamının tarihsel analizine ilişkin aşağıdaki bölüm, Toksöz’ün (Kalkınmada Farklı Yörüngeler-Kadın İstihdamında Farklı Örüntüler Işığında Türkiye’de Kadın İstihdamı 2012) çalışmasından yararlanılarak yazılmıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında tüm dünyada, gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri hızlı bir büyüme ve sanayileşme sürecine girmiştir. Kapitalist ekonomi, dünya çapında egemenliğini kurmaya başlamıştır. Bu süreçte, teknolojik gelişmeler sayesinde uluslararası iş bölümüne dayalı ekonomik faaliyetler sürdürülmüştür. Tüm bu süreçlerde, kadın emeğinin farklı ülkelerde farklı biçimlerde etkilendiği ve bunun nedeninin de kadınların işgücü arz ve taleplerini belirleyen sosyo-kültürel ve ekonomik faktörlerin çeşitliliğinden kaynaklandığı görülmektedir.

Türkiye, kuruluşundan 1970’lerin sonuna kadar ithal ikameci sanayileşme modeline dayanan bir kalkınma stratejisi izlemiştir. Bu süreçte kadınların istihdam alanı çoğunlukla tarım olmuştur. Fakat 1950 sonrasında, istihdamda tarımın oranının düşmesiyle kadınların da istihdamdaki oranı azalmıştır. 1980’den itibaren yeni kalkınma stratejisi olarak ihracata yönelik sanayileşmeye geçilmiştir; ancak, tarımda istihdamın gerilemesiyle açığa çıkan kadın işgücünü karşılayacak kadar istihdam, tarım dışı sektörlerde yaratılamamıştır. Bu dönemin ilk aşaması olan temel tüketim mallarının üretimi aşamasında; kadınların, vasıfsız olmaları ve ev dışında çalışma hayatına giremeyişleri nedeniyle sanayi işçisi olmaları oldukça sınırlı düzeydedir. . 1960’lardan 1980’lere kadar olan dönemdeki ithal ikameci sanayileşmede, dayanıklı

tüketim mallarının üretilmesi için hamleler yapılmış olmasına rağmen kadınların tarım dışı faaliyetlerde istihdamı yine son derece düşüktür. Bu dönemde, sanayideki kadınlar, uluslararası rekabetin en yoğun olduğu emek yoğun alanlarda; tütün, dokuma-giyim, gıda-içki işkollarında erkeklerden çok daha düşük ücretlerle istihdam edilir. 1970'lerin sonunda, tüm dünyada artan petrol fiyatları sonrası oluşan krizle birlikte Türkiye de gelişmekte olan diğer ülkeler gibi ihracata yönelik sanayileşme politikasını benimsemiştir. Ancak, dayanıklı tüketim mallarının ve ara malların üretiminde yeterli yatırımlar yapılamadığından, bu alanlarda sınırlı büyüme gerçekleşmiş; ağırlıkla temel tüketim mallarının ihracatına yönelik bir sanayileşme politikası benimsenmiştir. Bu dönemde devlet eliyle desteklenen ihracat, uluslararası rekabette var olabilmek için işgücü maliyetlerinin düşürülmesine ihtiyaç duymuş, gerçek ücretlerde belirgin düşüşler yaşanmıştır. 1980 askeri darbesi sonucu oluşan politik ortamda iyice güçsüzleştirilen sendikalar, işçileri korumakta yetersiz kalmıştır. Tüm bu koşulların sonucunda, kadınlar için yeni istihdam alanları yaratılamamıştır. Kadınlar, var olan konumlarında daha esnek, güvencesiz, istikrarsız koşullarda düşük ücretlerle çalıştırılmaya başlanmıştır.

Toksöz (2012), çalışmasında kadınların işgücüne katılımlarında, aile içinde ve toplumda özel ve kamusal patriyarkanın etkilerini de incelemiştir. Kadının eğitim ve çalışma hayatına katılması, erkeğin şeref ve namusunun kadının davranışlarına bağlı olduğuna inanılan klasik ataerkil anlayışta erkek için tehdit oluşturur. Kadının güçlenmesi, ekonomik bağımsızlık elde etmesi erkeğin hane içindeki otoritesini sarsar.

Kadınların işgücü arzını sunamamalarının ardında birçok neden yatmaktadır. Bunların başında eğitim gelir. Toplumsal cinsiyet açısından bakıldığında, kız çocuklarda okullaşma oranı daha düşüktür. Sınıfsal olarak bakıldığında, geliri düşük

olan ailelerde çocukların okullaşması üst sınıflara göre düşüktür. Fakat, bu ailelerde var olan gelirle erkek çocuğun okutulması kız çocuklara tercih edilmektedir. Kadınların düşük eğitim düzeyi, işgücü arzlarının da düşük olmasında doğrudan etkilidir. Her eğitim seviyesindeki erkeğin iş gücüne katılmasına karşın, kadınlarda düşük eğitim düzeylerinde işgücüne katılım oranı çok alt seviyelerdedir. Bunun nedeni; kadınların ancak yüksek ücreti olan bir işe sahip olmaları durumunda sorumlu oldukları ev işleri ve çocuk bakımı hizmeti satın alabilecek durumda olmasıdır. Bir diğer belirleyici faktör, bakım hizmetleridir. Cinsiyet temelli iş bölümünde kadınların bakım ve ev işlerinden sorumlu tutulması onların gelir getirici bir işte dahi çalışsalar dahi, bu sorumluluğu taşımaya devam ettiklerini gösterir. Kadınların bu sorumluluğunu hafifletmek için kamusal olarak bu hizmetlerin verilmesi gerekir. Son yıllarda Türkiye’de bu anlamda devletin hemen hemen tüm kamusal sorumluluklardan çekilerek bu işlerin evlerde, ailelerde kadınlar tarafından karşılanmasının teşvik edildiği görülmektedir. Bu durum, özellikle düşük vasıflı ve düşük ücretli işlerde çalışan kadınların işgücüne katılımını imkansızlaştırmaktadır. Kamusal patriyarka, Türkiye’de seksenlerden beri kadın istihdamını artırmaya yönelik somut adımlar atılmasına engel olmuştur. Makroekonomik politikalarla toplumsal cinsiyet eşitliği hedeflenmediği sürece kadınların işgücü piyasalarının dışında kalmasını engellemek mümkün değildir.

İşgücü piyasasında, tam zamanlı, sosyal güvencelere sahip, örgütlü, insan onuruna yakışan koşullarda çalışma, kadınların toplumsal hayata katılmalarını ve ekonomik özerkliğe sahip olmalarını sağlar. Böylece çalışan kadın, kendine güvenli, üretken, donanımlı bir birey haline gelebilir. Tüm bunların sağlanmadığı koşullarda; çalışmak, ne yazık ki, çalışan kadınlar için bir sömürüden, kölelikten öteye

geçememektedir. Yukarıda özetlenmeye çalışılan bu genel çerçeve içerisinde, günümüzdeki kadın istihdamının hizmet sektöründe yığılmasının ve özellikle düşük vasıflı kadın çalışanların esnek ve eğreti koşullarda çalışmasının nedenleri ve tarihsel süreci daha anlaşılır hale gelmiştir.

1.1.1. Kadın İstihdamının Güncel Durumu

ILO'nun, tüm dünyadaki kadınların insana yakışır işler bulmakta ve bu işleri sürdürmekte yaşadıkları zorlukları açığa çıkardığı “Çalışma Yaşamında Kadınlar: Eğilimler” raporu (2016), içlerinde Türkiye'nin de olduğu 178 ülkeyi kapsamaktadır. Küresel işgücü piyasasının tamamında, cinsiyetler arasındaki eşitsizlik sürmektedir. İstihdamdaki cinsiyet açığı 1995'den bu yana 0,6 puan azaltılabilmiş, eğitilmiş kadınların sayısının artışına rağmen, kadın istihdamının kadın nüfusuna oranı %46'larda kalmıştır. Tüm dünyada, işgücü piyasasındaki kadınların %52,1'i ücretli çalışmasına rağmen, %38'i sosyal güvenceye sahip değildir. İstihdam, 1995-2015 arasında, yükselen ekonomilerde artmıştır. İstihdam düzeylerindeki mutlak değişimlere bakıldığında, erkeklerde kadınların neredeyse iki katı fazla bir artış vardır. (191 milyon-382 milyon) Ücretlere bakıldığında da küresel çapta kadınlar, erkeklerin kazandığının %77'sini ancak kazanmaktadırlar. Rapora göre, bugünkü eğilimlerle bu açığın kapanması için 70 yıldan fazla zaman gerekmektedir. Kadınların istihdama katılımını en belirgin şekilde etkileyen husus, zamanlarının önemli bir kısmını gelir getirmeyen faaliyetlere ayırmak zorunda olmalarıdır: ücret karşılığı olmayan bakım işlerine gelişmekte olan ülkelerdeki kadınlar, günde ortalama 4 saat 30 dakikalarını ayırırken; erkekler 1 saat 20 dakikalarını ayırmaktadır. Zaman Kullanım Araştırması 2014-2015 sonuçlarına göre, Türkiye

genelinde ise 10 ve daha yukarı yaştaki kadınların en çok 4 saat 17 dakika ile hane halkı ve aile bakımı faaliyetine zaman ayırdığı görülmektedir.

ILO'nun yayınladığı verilere benzer veriler, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından Toplumsal Cinsiyet İstatistikleri isimli yayın ile yayınlanmaktadır. Sonuncusu 2014 yılında yayınlanan bu veri setine göre; Türkiye, 2013 yılında, %29,7 kadın istihdamı oranıyla OECD ülkeleri arasında sonuncu sıradadır.

“İstatistiklerle Kadın 2015”¹ verilerine göre, 2014 yılında 15 ve daha yukarı yaştaki nüfus içerisinde işgücüne katılma oranı erkeklerde %71,3, kadınlarda ise %30,3’tür. İşgücü, 2015 yılında bir önceki yıla göre 892 bin kişi artarak 29 milyon 678 bin kişi, işgücüne katılma oranı ise 0,8 puan artarak %51,3 olmuştur. Erkeklerde işgücüne katılma oranı 0,3 puanlık artışla %71,6, kadınlarda ise 1,2 puanlık artışla %31,5 olmuştur.

Kadınlarda eğitim durumu arttıkça işgücüne katılım oranının arttığı görülmektedir. 2014 yılı verilerine göre; okur-yazar olmayan kadınların işgücüne katılım oranı %16, lise altı eğitimli kadınların işgücüne katılım oranı %25,8, lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %31,9, mesleki veya teknik lise mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %39,8 iken yükseköğretim mezunu kadınların işgücüne katılım oranı %71,3’tür.

2014 yılında 15 ve daha yukarı yaştaki nüfusun istihdam oranı erkeklerde %64,8, kadınlarda ise %26,7 olmuştur. İstihdam edilenlerin sayısı 2015 yılında, 2014’e göre 688 bin kişi artarak 26 milyon 621 bin kişi, istihdam oranı ise 0,5 puanlık artış ile %46 olmuştur. Erkeklerde istihdam oranı 0,2 puanlık artışla %65, kadınlarda ise 0,8 puanlık artışla %27,5 olarak gerçekleşmiştir. Tarım dışı erkek istihdam oranına bakıldığında, yaklaşık olarak kadın istihdam oranının 3 katı olduğu görülmektedir.

¹ <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21519>

Mart 2016 işgücü verilerine² göre: Kadınların işgücüne katılım oranı; 35,3; istihdam oranı; 31,1; işsizlik oranı 12,0; tarım dışı işsizlik oranı; 15,4'tür.

1.1.2. İstihdamın Sektörel Dağılımı

Hizmet sektörü, tüm dünyada istihdam artışının en yüksek olduğu ve kadının istihdamının da en çok arttığı sektördür. Bu durum Türkiye için de geçerlidir. Hizmet sektörü kendi içinde birçok farklı alanı kapsamaktadır. Bu alanda formel olarak çalışan daha vasıflı kadınların eğitim ve sağlık alanlarında öğretmen ve hemşire olarak istihdam edildikleri görülmektedir. Sektörde en fazla kayıt dışı çalışılan alan ise ev ve bakım hizmetleridir. Kadınların en fazla istihdam edildiği alanların başında toplum hizmetleri, sosyal ve kişisel hizmet alanları yer almaktadır. İkinci sırada ise perakende, ticaret alanları, turizm ve mali hizmetler yer almaktadır (Toksöz 2011).

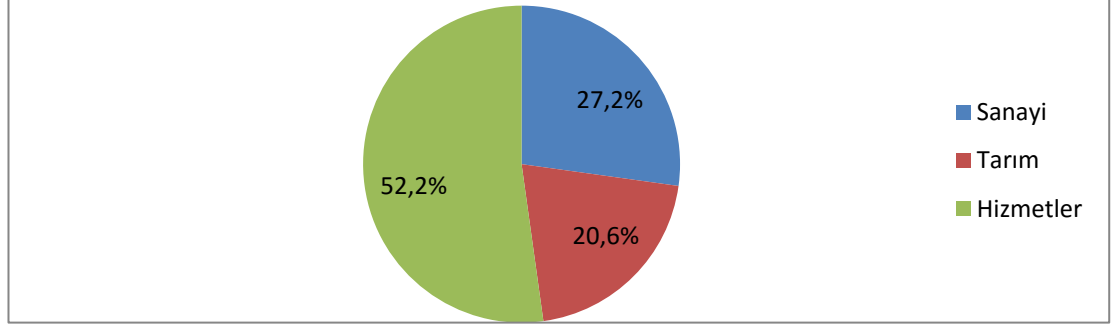
Tablo 1: İstihdamın Sektörel Dağılımı TÜİK verilerinden aktaran (Özkaplan 2015)

	2000	2010	2012	2014	2015 (Temmuz)
Tarım	36	25,2	22,1	21,1	20
Sanayi	17,7	19,9	20,5	20,7	20,5
İnşaat	6,3	6,3	7,2	7,2	6,9
Hizmet	40	48,6	50,2	50,9	52,6

Hizmet sektörü, yıllar itibarıyla istihdam artışının gözlemlendiği bir sektör olup; bu artışın kriz döneminde de devam etmesiyle, sektörün 2009 yılında toplam istihdamdaki payı %50,1'e ulaşmıştır. Tablo 1'de görüldüğü gibi, 2010 yılında tarım ve sanayi sektörlerindeki istihdam artışı nedeniyle hizmet sektörünün toplam istihdamdaki payı %48'ler seviyesine gerilemiş, 2012 yılında yükselişe geçerek

² <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21571>

%50'ye ulaşmıştır.³ Türkiye'de 2013 yılı itibarıyla, hizmet sektörü %50 ile toplam istihdamda en yüksek paya sahip sektör iken, 2015'te de yükselişini sürdürerek Temmuz ayı itibarıyla %53'lere yaklaşmıştır.



Şekil 1: İstihdamın Sektörel Dağılımı (TÜİK 2015 yılı HİA verilerine göre)

Tablo 1'de oranlar 2015 yılı Temmuz ayı itibarıyla verilmiştir. Şekil 1'de ise, 2015 yılı sonu itibarıyla istihdamın sektörel dağılımını gösterilmektedir. 2015 yılında istihdam edilenlerin %20,6'sı tarım, %27,2'si sanayi, %52,2'si ise hizmetler sektöründe yer almıştır. 2015 yılında, tarım sektöründe çalışan sayısı 13 bin kişi, tarım dışı sektörlerde çalışan sayısı ise 675 bin kişi artmıştır. 2014'e göre hizmet sektörünün, istihdam edilenler içindeki payı 1,2 puan artarken, tarım sektörünün payı 0,5 puan, sanayi sektörünün payı 0,7 puan azalmıştır. Ayrıca 2015 verilerine göre istihdam edilenler içinde hizmet sektörünün payının en yüksek olduğu bölge %71,9 ile TR51 (Ankara) Bölgesidir.

2015 yılı Temmuz ayının TÜİK verilerine göre, istihdamın sektörel dağılımının cinsiyetler arasındaki sayısal paylaşımı Tablo 2'de verilmiştir. Kadın istihdamı; 2014 yılı Temmuz ayı verilerine göre hizmetler sektöründe 406 bin kişi, sanayide 41 bin ve tarımda 33 bin kişi artarken, inşaatta 18 bin kişi azalmıştır. 2015 yılı Temmuz ayında, 2014 yılı Temmuz ayına göre istihdam edilen erkek sayısı 470 bin kişi artmıştır. Bu artışın 231 bini hizmetlerde, 116 bini inşaatta, 73 bini tarımda ve

³ http://www.tuik.gov.tr/jsp/duyuru/upload/yayinrapor/HIA_2013.pdf

53 bini sanayide meydana gelmiştir. Hizmetler sektörü, kadınlar ve erkekler açısından istihdam yaratan en büyük sektör olmuştur. Hizmetler sektörünün 637 bin kişilik yeni istihdam yarattığı görülmektedir. İstihdam, sanayi sektöründe 94 bin kişi, tarımda 106 bin kişi artmış, inşaat sektörü sadece erkekler açısından istihdam yaratmıştır. Temmuz 2015 dönemindeki yıllık toplam istihdam artışında en büyük paya, hizmetler sektöründeki kadın istihdamının (406 bin) sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2: 2015 Temmuz Ayı HİA verilerine göre İstihdamın Cinsiyetlere Göre Sektörel Dağılımı *Bin Kişi

	Erkek	Kadın	Toplam *
Tarım	3.192	2.827	6.019
Sanayi	4.122	1.215	5.337
İnşaat	1.936	770	2.013
Hizmetler	9.795	4.180	13.975
Toplam	19.043	8.299	27.342

“Kadın İstihdamının Seyri” başlığında kısaca bahsedilen tarihsel sürecin sonunda, Türkiye’de imalat sanayi yeteri kadar büyüyemediğinden, yarattığı istihdam oldukça düşük kalmıştır. Var olan işlere de daha çok erkeklerin sahip olması sonucu; kadınlar için tarım dışı esas istihdam, hizmet sektöründe yaratılmaktadır. Çalışan sayılarına bakıldığında hizmet sektöründeki kadın istihdamı (4,2 milyon), erkek istihdamının (9,8 milyon) yarısına yakındır. Hizmet sektöründeki toplam istihdamın içinde kadınların payı %30’dur.

Hizmet sektörünün kendi içindeki artış dağılımına bakıldığında ise; en fazla artışın görüldüğü alanlar perakende ve toptan ticaret, idari ve destek hizmet faaliyetleri, eğitim ve sağlık olarak sıralanmaktadır. Tablo 3’de, hizmet sektörünün alt sektörlerinde çalışan kadın sayılarının yıllar içinde değişimi görülmektedir. Perakende ticarete kadın istihdamı, 2011’den 2014’e %32 civarında bir artış göstermiştir.

Tablo 3: Kadın İstihdamının Hizmetler Alt Sektörlerine Göre Dağılımı (bin)
(Özkaplan 2015)

Yıllar	Diğer Hizmetler	Sağlık	Eğitim	Perakende Ticaret	Toplam
2011	195	353	460	596	1.957
2012	230	420	528	655	2.948
2013	250	453	541	678	3.179
2014	243	653	646	789	3.320

Toksöz vd. (2014)'nin, 2004-2013 dönemi verileri dikkate alınarak, TÜİK verilerini toplumsal cinsiyet eşitliği perspektifiyle yeniden gözden geçirdiği çalışmaya göre kentte kadın istihdamında ilk sırada gelen sektör imalat (yüzde 20,7) olup, onu toptan ve perakende ticaret (yüzde 15) izlemektedir.

Tablo 4'te 2013 yılında kentte istihdam edilen kadınların mesleklere göre dağılımı verilmektedir. Bu tablodan da anlaşılacağı gibi kadınların en yüksek oranda istihdam edildiği meslek grubu hizmet ve satış elemanlığıdır. Lise ve üzeri eğitime sahip olan kadınların dörtte birine yakını hizmet ve satış elemanı olarak çalışmaktadır.

Tablo 4: Kadınların İstihdamdaki Paylarına Göre Seçilmiş Meslekler (Toksöz, Dedeoğlu ve Memiş, vd. 2014)

KADIN	BİN KİŞİ	PAY %
Hizmet ve Satış Elemanları	1013	22.5
Profesyonel Meslek Mensupları	895	19.8
Nitelik Gerektirmeyen İşlerde Çalışanlar	755	16.7
Büro ve Müşteri Hizmetlerinde Çalışanlar	639	14.2
Diğer	1.209	26.8
TOPLAM	3.498	100.0

Yukarıda özetlendiği gibi, Türkiye'deki kadın istihdamında perakende sektörü ve satış görevliliği mesleği oldukça önemli bir paya sahiptir. Bu önemli paya rağmen yapılan araştırmalar yetersizdir. Kentlerde oldukça büyük bir hızla çoğalan

alışveriş merkezlerinde çalışan kadınlar hakkında Türkiye’de yapılmış çalışmalara bakıldığında; Cindoğlu ve Durakbaşı’nın (2012) doğrudan alışveriş merkezlerinde çalışan kadınlar hakkında olmasa da, alışveriş deneyimini toplumsal cinsiyet ve sınıf bağlamında değerlendirdikleri çalışmalarına rastlanmaktadır. Bir diğer çalışma ise Sözen’in (2013) İstanbul’daki dört AVM’de çalışan 22 kadın satış görevlisi ile yaptığı ve AVM’de çalışan kadınların emek süreçlerinin incelenmesi bakımından önem taşıyan çalışmasıdır. Bu çalışmada; AVM’de satış işi yapan kadın çalışanların işte ve işle bağlantılı yaşamlarındaki cinsiyetlenmiş deneyimleri, çalışma koşulları, işe karşı tutumları, kendilik algıları, iş ve iş dışı deneyimleri araştırılmıştır. Deveci ve Cindoğlu’nun (2009) çalışmasında ise, türbanlı satış görevlisi kadınların çalışma yaşamına girmelerinde ve çalışmayı sürdürmelerinde örtünmenin rolü, kadın istihdamının yoğun olduğu bu sektörde türbanlı olmanın toplumsal cinsiyet ilişkileri ve yüz yüze müşteri ilişkileri üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Konuya ilişkin en güncel çalışma Yılmaz’ın (2016), Samsun’daki kentsel sermaye stratejisi olan mekânsal dönüşümün bir sınıfsal sonucu olarak ortaya çıkan çalışma mekanlarından olan AVM’lerdeki satış görevlisi kadınlarla yaptığı çalışmasıdır. Çalışmada; AVM’lerde satış görevlisi olarak çalışan kadınların sosyolojik özellikleri, çalışma koşulları, emek süreçleri ve bu süreçlerdeki bedensel ve duygusal denetimle derinleşen tahakküm ilişkileri araştırılmıştır.

1.2. TÜRKİYE’DE PERAKENDE SEKTÖRÜNÜN GÜNCEL DURUMU

Kadın istihdamında önemli bir paya sahip olduğu yukarıda belirtilen perakende sektörünün Türkiye’deki gelişimine ve sektöre dair güncel verilere de değinmekte fayda vardır.

Perakendecilik, kullanım amaçlı satın alma gerçekleştiren son tüketiciye her türlü mal ve hizmetin pazarlanması ve satışına dair tüm faaliyetleri kapsar.

Perakende sektörünün AVM’lerle ilişkisi ve “sinerjisi”⁴ Türkiye’de kurumsal olarak da sürdürülmektedir. Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Federasyonu (TAMPF) perakende ve alışveriş sektörünün beş önemli derneğinin bir araya geldiği çatı kuruluştur. Bu federasyon, 700 binden fazla çalışanı, 100 milyar dolar ciro hacmi, 15 milyon metre kare alan ve 59 bin mağazayı temsil ettiğini belirtmektedir. Türkiye’deki güncel durumu anlamak için TAMPF ve perakende sektöründe çok uluslu dünya devlerinden, Price Waterhouse Cooper şirketinin hazırladığı, perakende sektöründeki 2015 yılı gerçekleştirmeleri ile 2016’ya ilişkin tahminlerin yer aldığı “Dönüşürken Büyüyen Türkiye Perakende Sektörü”⁵ (2016) raporundaki verilerden faydalanacaktır. Tıpkı AVM’lerle ilgili olduğu gibi perakende sektörüne ait resmi verilere de ulaşılamaması, bu güncel rapordaki verileri kullanmayı gerektirmiştir.

Tablo 5: Perakende Sektörü Yıllık Ciroları (Dönüşürken Büyüyen Türkiye Perakende Sektörü 2016)

	2014 (Milyar TL)	2015 (Milyar TL)	Büyüme Oranı
Toplam Ciro	608	663	% 9
Gıda Perakendeciliği	367	411	%12
Gıda dışı Perakendecilik	241	252	%4

Yukarıda verilen gıda perakendeciliği kapsamında gıda perakendesi, yiyecek ve içecek hizmet perakendesi bulunmaktadır. Gıda dışı perakendecilik ise; mobilya, ev aletleri, ev bakımı, kişisel bakım, eğlence ve kültür ve hazır giyimi kapsamaktadır.

Yukarıdaki tablodan anlaşılabacağı gibi, 2015’te toplamda 663 milyar TL’lik ciro büyüklüğüne ulaşan sektör, %9’luk bir büyüme oranına sahiptir. 2016’da

⁴ TAMPF çatısı altında perakende sektörü ile son derece verimli bir işbirliği içinde olduklarını vurgulayan Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) Başkan Yardımcısı Mustafa Cem Eriç, “Yakaladığımız bu sinerjiyle önümüzdeki yıllarda da Türkiye’nin itici güçlerinden biri olmaya devam edeceğiz.” sözleriyle bu işbirliğini vurgulamaktadır.

⁵ <http://www.tampf.org.tr/wp-content/uploads/donusurken-buyuyen-turkiye-perakende-sektoru-raporu.pdf>

açılacak 10 yeni AVM ile modern perakendede istihdam sayısını 800 binden 850 bine yükseltilmesi, sektörde yüzde 11-12 büyümeye ulaşılması ve organize perakendede 50 bin kişiye yeni istihdam yaratılması hedeflenmiştir. Aynı rapor verileri incelendiğinde, organize perakende sektörünün, hemen her yıl Türkiye ekonomisinin yaklaşık 2,5 katı hızla büyüdüğü görülmektedir. Bu büyümeyle devam ederek 2018 yılı için yıllık ciro hedefinin 880 milyar TL'ye, AVM sayısının 415'e çıkmasının hedeflendiği belirtilmiştir.

Türkiye, tüketim harcamalarında Avrupa'da ilk 10, gıda harcamalarında ilk 5 ülke arasında yer almaktadır. Harcamalardaki bu sıralamanın yanında, kişi başı ortalama gelire bakıldığında, Türkiye'nin 2014 yılı ortalama geliri 10.390 Amerikan Doları iken; Hollanda'da 51.200, İsveç'te 61.600, Norveç'te 100.800, Amerikan Dolarıdır. Türkiye'de perakende sektöründeki bu hızlı artışın nedenlerinin başında, yabancı yatırımcıların Türkiye'de yaptıkları yatırımlar gelmektedir. Bunun yanında, 1980'den itibaren artan şehirleşme, değişen tüketim alışkanlıkları ve artan gelir düzeyi ve toplam nüfusta genç nüfusun artan payı da nedenler arasındadır.

Türkiye'de, cirosu imalat sektöründen sonra ikinci sırada olan perakende sektörünün istihdam verilerine bakıldığında, 2014 yılında bir önceki yıla göre sigortalı ve ücretli çalışan sayısının 54 bin kişi arttığı görülmektedir. Ancak, bu raporda çalışanların cinsiyetlerine göre ayrılarak oluşturulmuş veriler maalesef bulunmamaktadır. OECD ülkeleri arasında, 2015 yılı için, %10'luk işsizlik oranıyla en yüksek işsizlik oranına sahip olan Türkiye için hizmet sektörünün hızla büyümesi, istihdamın da bu sektörde daha fazla artması sonucunu doğurmaktadır. 2015 Nisan ayı SGK verilerine göre; perakende ticaret, 2011'den beri sigortalı ücretli çalışan yüzdesinde bina inşaatı sektörü ile birlikte birinci sıradadır. 2015 yılındaki payı ise %9,1'dir.

Aynı raporun öngöröleri arasında, dünyada, 2012-2025 arasında, toptan ve perakende satış sektöründe 1,6 milyon kişiye istihdam sağlanacağı belirtilmiştir. Dünyadaki perakende sektörüne ilişkin Türkiye'yi ilgilendiren bir diğer çıkarım ise çalışanların vasıflı olma düzeyleridir. Bu sıralamada Türkiye, İtalya'dan sonra hem eğitim seviyesi hem de tecrübe olarak perakende sektöründe en düşük vasıflı işçi çalıştıran ikinci ülke konumundadır.

1.3. TÜRKİYE'DE AVM'LERİN GELİŞİMİ

1.3.1. AVM'lerin Tanımı

Perakende sektörünün hızlı büyümesinde kuşkusuz, hızla artan sayıdaki alışveriş merkezlerinin rolü büyüktür. Bu nedenle, alışveriş merkezlerinin yapısını ve özellikle 1980 sonrasında Türkiye'deki gelişimini anlamak önemlidir.

Urban Land Institute'nün tanımına göre, alışveriş merkezleri; hizmet ettikleri ticari alanda, dükkânların tipi, büyüklüğü ve konumlandırmasına göre planlanan ve yönetilen; ticari kuruluşların mimari bir bütünlük oluşturacak şekilde bir araya geldiği yapılardır. (D.Vernor ve Rabianski 1993, 2) Bu mimari bütünlükte, kiralama yoluyla verilen her birimin, merkezi bir yönetim altında idare ve kontrolü sağlanır. Her birinin kendi ticari çıkarımı gözettiği bu birimlerin, aynı planlamayla faaliyetlerini sürdüren, stratejik olarak birbirine tamamlayan ve pazarlama stratejilerini ortak belirleyen çatı AVM yönetimidir (Beyard ve O'Mara 1999, Cohen 2002). Alkibay vd, çoğunlukla işletme literatüründeki pek çok farklı tanımdan yola çıkarak, aşağıdaki gibi kapsayıcı bir tanıma yer vermiştir:

Planlanmış bir mimari yapı bütünü içinde birden çok departmanlı mağaza ile küçükli büyüklü perakendeci ünitelerin, kafeterya, restoran, eğlence merkezi, sinema, sergi salonu, banka, eczane ve benzeri işletmelerin de içinde yer aldığı satış alanı 5000m² den

başlayıp 300.000 m2 ye kadar değişebilen ve genellikle şehir dışında kurulup tek bir merkezden yönetilen komplekslerdir (2007, 2).

Bunların dışında, tüketicilerin oto yıkama hizmetleri, terzi, kuaför, banka, kuru temizleme, lostra salonu, döviz bürosu, çocuk ve bebekler için günlük kreş gibi hizmetleri de alışveriş merkezlerinde karşılayabiliyor olmaları bu merkezleri gündelik hayatın “vazgeçilmez” bir mekânı haline getirir (Altuna 2012). Mevcut literatürdeki tanımlardan yola çıkarak; alışveriş merkezlerinin, planlı ve bütüncül bir yönetime sahip olması, çok çeşitli mal ve hizmetleri barındırması, ulaşılabilir, güvenli ve iklimlendirilmiş olması, hem alışveriş hem sosyalleşme alanlarına sahip olması ortak ve temel özellikleri olarak sıralanabilir (Alkibay, Tuncer ve Hoşgör 2007).

AVM’lerin günümüzdeki modern yapısı düşünüldüğünde, farklı sektörlerden nihai tüketiciye ulaşma hedefi taşıyan mağazaların bulunduğu, alışveriş dışı kültürel, sosyal ve eğlence faaliyetlerinin sürdürüldüğü “yaşam merkezleri” oldukları görülmektedir. Sadece tüketim ve ticaret merkezi olmayıp aynı zamanda kültürel, sanatsal ve sosyal etkinliklerin gerçekleştiği, insanların boş zamanlarını geçirdiği yeni kamusal alanlardır. Mimari yapı olarak sokak, cadde, meydan gibi kentsel yapıları taklit ederek kamusal alan iddiası taşırlar. Ancak burada dikkat çekilmesi gereken nokta; kamusal alan iddiası taşıyan AVM’ler özel mülkiyettir. AVM’lerin kentteki cadde meydan gibi kamusal alanlardan kendini ayırdığı ve öne çıkardığı özellikleri; steril, güvenli, aydınlık, iklimlendirilmiş ve temiz mekanlar olmalarıdır.

AVM’ler, tıpkı 19. yüzyılın fabrikaları gibi, bugünkü toplumun göstergelerindendir. AVM’ler her ne kadar Amerika’nın sembolü gibi algılanan yapılar olsa da, kökenleri Antik Yunan agoralarına, Orta Çağ bedestenlerine, 19. Yüzyılda Avrupa’daki bulvar ve pasaj mağazaları olan bonmarşelere kadar dayanır. Dünyadaki ve Osmanlı’daki tarihsel sürecin detayları Ek 2’de kapsamlı olarak yer almaktadır.

1.3.2. Türkiye’de 1980 Sonrası AVM’LERİN Gelişimi

Türkiye’de 1980 öncesi döneme bakıldığında, 1950’li yıllarda Migros ve Gima gibi gelişmiş perakende mağazaları piyasaya girmiştir. Ayrıca farklı reyonların ve türlerin aynı dükkânda bulunduğu mağazacılığın ilk örneklerinden Karamürsel de 1980 öncesinde kurulmuştur. Osmanlı’dan beri süregelen semt pazarlarından alışveriş alışkanlıklarının ilk değişimleri ve toplu alışveriş kültürünün ilk örnekleri böylece toplumda gözlenmeye başlamıştır (Erkip 2005).

Türkiye’de AVM’lerin 1980 sonrası dönemdeki hızlı artışı aynı dönemde kapitalist ekonomik ve kültürel yapıya uyumlulukla paraleldir. Bilindiği gibi, 1980 askeri darbesi sonrasında ekonomideki yapısal reformlar ve kolaylaştırıcı hukuksal düzenlemelerle neoliberal piyasa odaklı ve ithalata yönelik kalkınma hedefli bir yapı kurulmuştur. İthal ikameci politikalarının değişmesiyle, ithal ürünlere olan taleplerde artışlar gözlenmiştir. Bu dönemki yapısal düzenlemelerle dışa dönük kalkınma hedefleri konulmuştur. Böylece, neoliberal ekonomi odaklı politikalarla yabancı sermaye ülkeye davet edilmiş, tüketime yönelik yatırımlar yaptırılmıştır. Kamu hizmetleri, yerini özel sermayeye bırakmış; özel sermayenin önünde engel olacak uygulamalar sonlandırılmıştır. İşgücü piyasasında, sanayi/imalat sektörünün yeni istihdam yaratamaması sonucu hizmet sektörü istihdamı hızla artışa geçmiştir. Değişen ekonomik yapı ile beyaz yakalıların sayısının artması, araba ve kredi kartı kullananların sayısının artması, ortalama yıllık kazançlardaki artış, hızla büyüyen ve dönüşen kentlerde yeni alt merkezlerin oluşması gibi değişkenler AVM’lere olan talebi doğrudan etkilemiştir.

Bu dönemde, özel sermaye kamu teşvikleriyle yatırıma yöneltilmiştir. Bu teşviklerin bir örneği de Türkiye’deki ilk AVM’nin yapılışında görülmektedir.

Dünyadaki genel durumun aksine; Türkiye’de ilk AVM, özel sermaye tarafından değil, devlet tarafından Yap-İşlet-Devret modeliyle yapılmıştır. Türkiye’de ilk AVM, 1987 yılında İstanbul Ataköy’de kurulan Galleria Alışveriş Merkezi’dir. Bunu 1988’de Ankara’da kurulan Atakule takip etmiştir. Nova Bora (1990), Atrium (1992), Capitol, Carrefour, Akmerkez, Karum (1993) Türkiye’deki ilk örnekler olarak sıralanabilir. İstanbul ve Ankara’dan sonra Anadolu’da ilk AVM ise 1994’te Adana’da kurulmuştur. 2000’li yıllarda daha çok şehir merkezlerine kurulan AVM’ler kentsel dönüşümün bir parçası olmuşlardır.

AVM’lerdeki istihdamın yapısına ve çalışma koşullarına ilişkin devletin resmi verileri ve istatistiklerine ulaşmak mümkün olmadığından ⁶Eva Gayrimenkul Değerleme ile Akademetre isimli iki özel araştırma şirketinin *“Türkiye’de alışveriş merkezleri (AVM) sektörünü irdelemek, gerçek birikim ve potansiyeli göstermek, Türkiye’deki potansiyel yatırım bölgelerini tespit etmek ve ihtiyaç duyulan AVM tip ve büyüklüklerini ortaya koymak, sektörün genel fotoğrafını çekmek ve gelecek öngörülerini belirlemek amacı”* ile yapıldığını belirttikleri çalışmanın⁷ (2016) verileri kullanılmak istenmiştir. Ancak iletişime geçilen firma yetkilileri bu bilgileri ticari sır olarak ancak müşterileri ile 5.000 TL + KDV karşılığında paylaştıklarını ve bilimsel, akademik her hangi bir çalışmada bu verilerin kullanılmasına asla izin vermeyeceklerini belirtmişlerdir. Bu nedenle, tez çalışması kapsamında adı geçen raporun kamuoyuna açıklanan verileri ve Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler

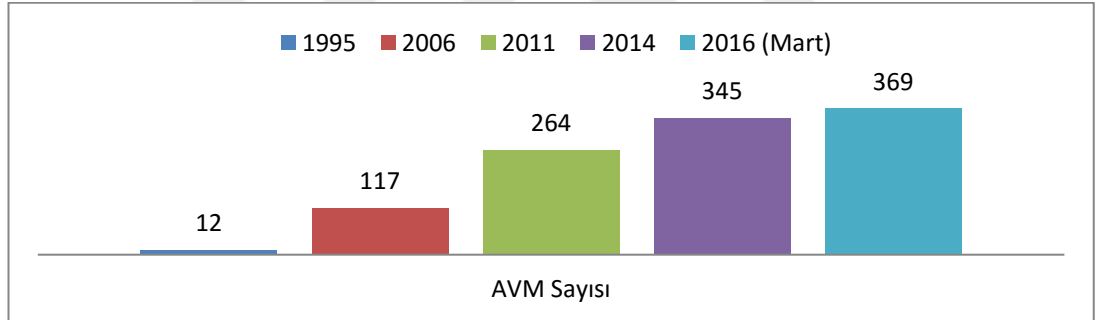
⁶ TÜİK, Çalışma ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Ankara Ticaret Odası vb. kurumların açıkladığı her hangi bir veri yoktur. Konu ile ilgili milletvekili Aylin Nazlıaka’nın 03.01.2014 tarihli 20744 sayılı soru önergesi ve bu soru önergesine Gümrük ve Ticaret Bakanlığı’nın hali hazırda Bakanlık’ta alışveriş merkezlerine ilişkin her hangi bir resmi istatistiğin olmadığını bildiren cevap yazısına bakılabilir.

⁷ http://www.evagyd.com/Images/Uploads/MyContents/F_20160617115048071234.pdf

Derneği'nin (AMPD)⁸ çeşitli eğitim programları, sektörel yayınları, eğitim kitapları, araştırma raporları, konferans ve seminerleri veri kaynağı olarak kullanılmıştır.

İncelenen raporlar ve kamuoyuna açıklanan bilgiler doğrultusunda; Türkiye'deki AVM sayıları, şehirlere göre dağılımları, yıllık ciroları, ziyaretçi sayıları ve kiralanabilir AVM alanları verilerine aşağıda yer verilmektedir.

EVA Gayrimenkul Değerleme ve Akademetre'nin Türkiye genelinde 6'ncısını gerçekleştirdiği, 2016-2018 yılları için Türkiye genelinde yürüttüğü AVM araştırma raporunun⁹ kamuoyuna açıklanan verilerine göre; 1995 yılında 12 olan AVM sayısı, 2006'da 117'ye, 2011 yılında 264'e, 2014 yılında 345'e yükselmiştir. 2016 Mart ayı itibariyle 369 olan AVM sayısının ise 2016 sonunda 414'e, 2017'de 443'e, 2018'de 448'e yükseleceği öngörülmektedir.



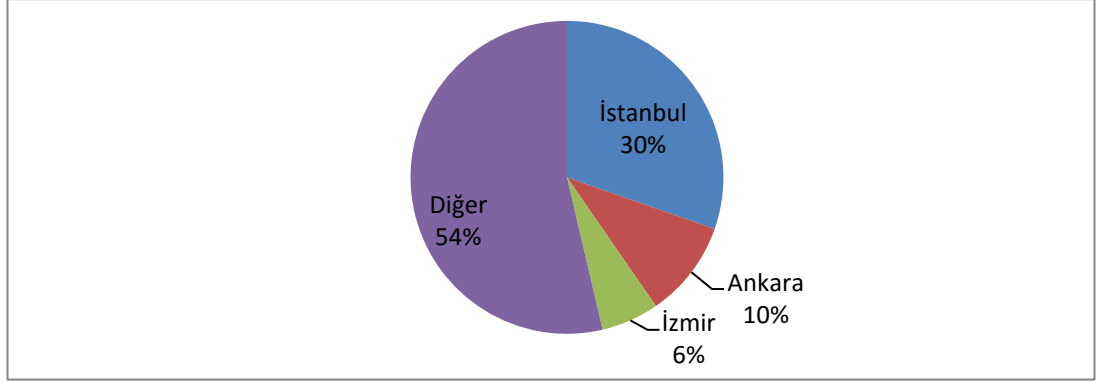
Şekil 2: Yıllara Göre Türkiye'deki AVM sayısı (Türkiye Alışveriş Merkezleri Potansiyeli Analizi Raporu 2016)

Yukarıdaki grafikte de görüldüğü gibi, 1990'lı ve 2000'li yıllarda yaşanan hızlı büyüme ivmesi 2020'ye doğru yerini daha stabil bir çizgiye bırakacaktır. Son üç yıllık

⁸ Türkiye'deki organize perakendecilik ve alışveriş merkezleri sektörünü tüm alt sektörleriyle ulusal ve uluslararası arenada temsil etme, sektörün birleştiricisi olma iddiasındadır.

⁹ Bu rapor, AVM'leri Uluslararası Alışveriş Merkezleri Derneği ICSC'nin kabul ettiği kriterlere göre 5.000 m2' üstünde kiralanabilir alanı olan, en az 15 bağımsız bölümü bulunan, tek elden ve ortak yönetim anlayışı ile yönetilen ve sinerji yaratan organize alışveriş alanları olarak dikkate almaktadır. Sektörde faaliyet gösteren AVM'lerin tamamını yerinde incelemektedir.

analizlere bakıldığında ise, 2016 ve 2017 yıllarında ortalama %10'luk bir büyüme öngörülürken, 2018 için büyüme oranının %2 dolayında olması beklenmektedir.



Şekil 3: Şehirlere Göre AVM Dağılımı (Türkiye Alışveriş Merkezleri Potansiyeli Analizi Raporu 2016)

Türkiye’deki AVM’lerin coğrafi dağılımı Şekil 3’teki gibidir. İstanbul, 112 AVM ile %30’luk paya sahiptir. Ankara 37, İzmir ise 22 AVM ile onu takip etmektedir. Diğer illerin toplam AVM sayısı ise 198’dir. 2015 ve 2010 yıllarında en büyük üç ildeki AVM dağılımlarına bakıldığında ise en hızlı gelişmenin %40’lık artışla İstanbul’da yaşandığı görülmektedir. Türkiye’de kentleşmenin artmasına paralel olarak İzmir ve Ankara başta olmak üzere diğer Anadolu şehirleri de hem yerli hem yabancı yatırımların ilgisini çekmektedir. Kentleşmenin giderek artması ve yatırımların Anadolu kentlerine de yayılmasıyla AVM yatırımları Anadolu kentlerine de kaymaya başlamıştır. Bölgesel olarak da, Marmara Bölgesi, bölgelere göre perakende sektörü payları dağılımında en büyük payı almaktadır. Marmara bölgesini Ege ve İç Anadolu bölgeleri izlemektedir. Bu dağılımda en büyük etki kuşkusuz İstanbul, İzmir ve Ankara gibi büyükşehirlerin bu bölgelerde yer almalarıdır.

Araştırma sonuçlarına göre, Türkiye genelinde AVM bulunan şehir sayısı 2013 yılında 56 iken, 2014’te 58’e yükselmiştir. 2015 yılında 59 şehirde AVM

bulunmaktadır. 2018 yılına kadar dört kentte daha AVM açılması öngörülürken, bugünkü planlamalara göre 2018 yılında 18 şehirde AVM olmayacağı ileri sürülmektedir. AVM'ler, Türkiye'nin dört bir yanına yayılmasına rağmen AVM olmayan 24 il vardır. Bunlar; Adıyaman, Ağrı, Amasya, Ardahan, Bartın, Bayburt, Bingöl, Burdur, Çorum, Erzincan, Gümüşhane, Hakkari, Iğdır, Kars, Kırşehir, Kilis, Muş, Niğde, Rize, Sinop, Sivas, Şırnak, Tunceli ve Yozgat illeridir. Bu illerden Çorum ve Sivas'a 2016-2017 yılında ilk kez AVM açılması planlanmıştır. İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerin doayunluğa ulaştığı düşünülse de, maalesef bu illerdeki AVM yatırımları önümüzdeki yıllarda da devam edecektir.

Aynı araştırmaya göre, 2009 yılında cirosu 20,6 milyar TL olan Türkiye AVM sektörü, 2014 yılını 75 milyar TL ciroyla, 2015 yılını ise yaklaşık 90 milyar TL ciroyla bitirmiştir. Sektörün 2016 yılı cirosunun 100 ila 110 milyar TL arasına ulaşacağı tahmin edilmektedir.

Araştırmanın AVM ziyaretçi sayısı bulguları da dikkat çekici bir sonucu gözler önüne sermektedir. 2013 yılının verilerine bakıldığında; 310 AVM'nin toplam 1,6 milyar kez ziyaret edildiği görülmektedir. Alışveriş Merkezleri ve Yatırımcıları Derneği (AYD) Başkanı, 2016 yılı sonu itibariyle AVM'lere yaklaşık 2 milyar kere girilmesini beklediklerini söylemektedir.

Dünya genelinde hizmet veren gayrimenkul danışma şirketi Cushman&Wakefield tarafından hazırlanan Avrupa Alışveriş Merkezler Geliştirme Raporu'na göre¹⁰ (2014) Fransa ve Birleşik Krallık, Avrupa'da en fazla kiralanabilir AVM alanına sahip ülkelerdir. Türkiye ise Orta ve Doğu Avrupa'da toplam kiralanabilir alanı ile Rusya'dan sonra ikinci sırada yer almaktadır. Rapora göre; 2,3

¹⁰ http://www.cushmanwakefield.com/~media/reports/turkey/European%20Shopping%20Centre%20Development%20Report%20November%202014_TR.pdf

milyon metrekarelik inşa halindeki projesiyle Türkiye Orta ve Doğu Avrupa'daki pazarda en yüksek arzı yaratan ikinci ülke durumundadır.

Yukarıda anlatıldığı gibi, hızla büyümekte olan bu sektörün yarattığı istihdam verileri de bu tez çalışması için önemlidir. 2013 verilerine göre; Türkiye genelinde sayıları 333'e ulaşan AVM'lerde 385 bin kişiye istihdam sağlanmıştır. AYD verilerine göre AVM'ler 2014 yılında; 400 bini aşan çalışanı için Sosyal Güvenlik Kurumu'na 7,5 milyar liralık prim ödemiştir (Soydan 2015).¹¹ AYD Başkanı, AVM'lerin ödediği SGK primlerinin toplam sosyal güvenlik gelirleri içindeki payının da yüzde 4'e yaklaştığını belirtmektedir.

TÜİK'in Kasım 2014 verilerine göre, Türkiye'de istihdam edilen toplam nüfus 25,8 milyon kişi olmuştur. Bu istihdamın yüzde 52'lik kısmı, yani yaklaşık 13,5 milyon kişilik kısmı hizmetler sektöründe yaratılmaktadır. Buradan hareketle, alışveriş merkezlerinin oluşturduğu 400 bin kişilik doğrudan istihdam, Türkiye'de çalışan her 1000 kişiden 15'inin; hizmetler sektöründe çalışan her 100 kişiden ise 3'ünün ise AVM'lerde iş bulduğunu göstermektedir.

AVM'lerde çalışanların cinsiyet dağılımına dair bilgi olmamakla birlikte, kentsel kadın istihdamında perakende ticaretin ağırlıklı payı, AVM'lerde çalışanlar içinde kadınların yüksek oranda yer aldığı sonucuna ulaşmayı mümkün kılmaktadır.

1.3.3. Ankara'da AVM'lerin Gelişimi

Bu bölümde son olarak, bu tez çalışmasının alan araştırmasının yapıldığı Ankara özelinde AVM'lerin gelişimine kısaca bakılacaktır. İstanbul'a göre hep daha yerel ve içe dönük kalan Ankara, Cumhuriyet'in başkenti misyonuyla, milli

¹¹ <http://www.turkishtimedergi.com/perakende/ozel-arastirma-avmsiz-kentlere-hucum/>

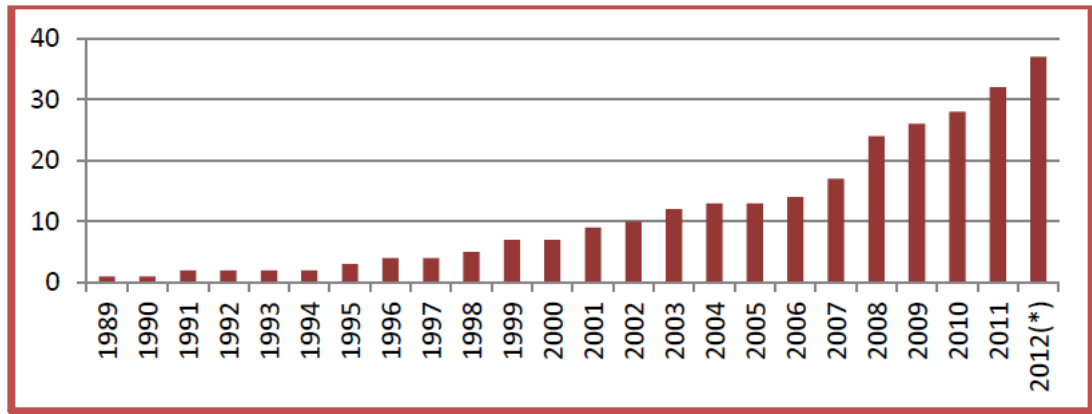
değerlerin ve yaşam biçimlerinin temsil edildiği bir şehir olmuştur. Ancak, Ankara'daki AVM'lerin tarihsel gelişimine bakıldığında Erkip'e (2005) göre İstanbul'da olduğu gibi Ankara'da da, 80 sonrası değişen toplumsal yapı ile birlikte küresel tüketim alışkanlıklarına ulaşma ve modern Batı'ya benzeme isteği ile örtüşen bir eğilim görülmektedir. 1960'lı yıllardan itibaren çok fazla göç alan Ankara'da, artan nüfus ve artan özel otomobil sayıları nedeniyle araçlar ve yayalar için sokaklarda trafik ve güvenlik gibi sorunlar oluşmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra, 90'lı yıllarda sokaklarda işlenen suç oranlarının artışı ve medyada bu olayların olduğundan çok daha fazla ve yaygınmış gibi sunulması büyük şehirlerde yaşayan insanları sokakların güvenilirliği konusunda tedirgin etmiştir. Erkip, tüm bu nedenleri insanları güvenli, steril bir mekan vaat eden AVM'lere yönelten sebeplerin başında göstermektedir.

Ankara'daki ilk AVM olan Atakule, 1989'da kurulmuştur. Kentin panoramik olarak seyredileceği kulesi sayesinde kentin sembolü haline gelen bu yapı, 3 katlı basit bir tasarıma sahip olup, küçük dükkânlardan oluşmaktadır. Ancak, buradaki dükkânlar çok uzun süre faaliyet gösteremeyip, bu merkez daha çok ofislerin yer aldığı bir iş merkezine dönüşmüştür. Bugünlerde ise AVM bölümü yıkılmış, yerine tekrardan bir AVM yapılmaya başlamıştır.¹² (2015) 1991'de ise şehir merkezinde, ulaşımı kolay bir konumda olan Karum AVM açılmıştır. Üçüncü olarak sayılabilen, yine şehir merkezinde yer alan ve büyük bir market olan Beğendik'ten sonra AVM'ler 90'ların sonunda hızla artmıştır. Galleria (1996), Bilkent Center (1998), Migros AVM (1999) örnekleriyle artık şehir merkezinde olmayan konumlarda kurulan AVM'ler görülmektedir.

¹²<http://www.yasamprojeleri.com/atakule-avm-insaati-2016-son-ceyreginde-tamamlanacak.html>

Devlet desteğiyle AVM yapımı Ankara’da da ilk olarak Atakule örneğinde görülmektedir. Büyükşehir Belediyesi’ne ait bir arazi üzerine yapılan AVM, kamu arazilerinin özelleşmesiyle yapılan AVM’lerin Ankara’daki ilk örneğidir. Ankamall için Et Balık Kurumu arazisi, 365 AVM için OYAK arazisi ve son olarak Gordion için ASKİ arazilerinin kullanılmasıyla kamu arazilerine AVM inşa etmenin devam ettiği görülmektedir.¹³ (Duman 2014) Böylece, en büyük rant kaynağı olan ve dolayısıyla en yüksek maliyet unsuru olan araziler, devlet eliyle, uygun fiyatlara AVM yatırımcısı şirketlere verilmektedir.

TESK raporundan (Duman 2014) alınan Şekil 4, Ankara’daki AVM’lerin yıllar içerisinde sayılarındaki artışı göstermektedir. Her yıla ait sayılar güvenilir bir kaynaktan doğrulanamadığı için grafik oluşturmak yerine bu şekil, rapordan doğrudan alınarak kullanılmıştır. Şekilde 1989’da ilk AVM’nin kurulmasından 2012’ye kadar AVM sayılarındaki değişim görülmektedir.



Şekil 4: Yıllara Göre Ankara’daki AVM sayısı (Duman 2014)

2012 sonrasındaki verilere göre; Ankara, 2014 yılında 35, 2016 yılında ise 37 AVM ile alışveriş merkezi doygunluğu yaşayan şehirlerin başında gelmektedir.

¹³ <http://www.iktisatvetoplum.com/turkiyede-neden-bu-kadar-cok-avm-var.html>

Türkiye'de AVM yoğunluğunun en yüksek olduğu şehrin Ankara olduğu açıklanmıştır. Ankara, bin kişiye 284 metrekare AVM alanıyla Türkiye’de birinci sıradadır. Bin kişiye düşen kiralanabilir AVM alanı verilerine bakıldığında da; Ankara’nın AB ortalamasının üzerinde olduğu, hatta birçok Avrupa ülkesinden (Danimarka, Hollanda, Norveç, Lüksemburg, Estonya) daha fazla kiralanabilir alana sahip olduğu görülmüştür.



2. EĞRETİLEŞME

2.1. EĞRETİLEŞMENİN TARİHÇESİ VE TANIMI

Güvencesiz / eğreti / atipik istihdam ve güvencesizleşme / eğretileşme / prekarizasyon kavramlarına dair mevcut yazında çok fazla sayıda tanımlama bulunmaktadır; ancak, bu kavramlara ilişkin ortaklaşmış bir tanımın olmaması dikkat çekicidir. Güvencesizleşmenin anlaşılması için öncelikle güvenceli istihdamın tarihsel olarak gerileyişine ve güvencesizleşmeyi yaratan koşulların oluşumuna tüm boyutlarıyla bakılmalıdır. Bu bölümde, son elli yılda değişen üretim yapılarına bağlı olarak gelişen esneklik, eğreti istihdam, atipik, standart olmayan çalışma gibi tüm kavramları kapsadığı düşünülerek güvencesizleşme / prekarizasyon / eğretileşme olarak belirtilen kavramların çok boyutlu bir tanımsal ve tarihsel incelenmesi yapılacaktır. Temel iddiası AVM’lerde çalışan kadınların emek süreçlerini prekarizasyon çerçevesinde ortaya koymak olan bu tez çalışmasında, kavramın tüm yönleriyle tanımlanmasına önem verilmektedir.

70’li yıllarla birlikte sermayenin sınırsız tahakkümünü dünyada hayata geçirmesi için başlattığı saldırıyı, neoliberalizmi, tanımlayan Boratav (2003); bu saldırının iki koldan yapıldığından bahseder. İlki, sermayenin uluslararası hareketliliğini serbestleştiren tüm düzenlemelerin hayata geçirilmesi, korumacılık, ithal ikameci sanayileşme nedeniyle koyulan tüm engellerin kaldırılması; ikincisi ise emeğin uluslararası, denetimsiz bir yapıya dönüştürülmesi, esnekleştirme adı altında çalışma koşullarının ve ücretlerin aşağıya çekilmesidir. Emeğin uluslararası hale gelmesi, her zaman kötü koşullarda ve düşük ücretlerde çalışmaya hazır yedek bir işgücünün olması, son yüzyılda sınıf mücadelesiyle elde edilen tüm birikim ve

edinimlerin kaybedilmesi gibi durumlar güvencesizleşmeyi yaygın ve kapsamlı bir hale getirmiştir. Güvenceli istihdamdan güvencesizleşmeye giden süreçte; Fordist üretim süreçlerinin ve standart istihdam ilişkilerinin hâkim olduğu ve literatürde Altın Çağ olarak adlandırılan 1945-1975 yılları arasında işçilerin istihdam şartları, sosyal koruma ve örgütlenme konularında yasal ve kurumsal güvencelerinin güçlü olduğu görülmektedir. 1970'lerden itibaren ise yeniden yapılanan işgücü piyasalarında, katmanlaşmanın ve esnekliğin arttığı, ücretlerin gerilediği, yeni ve atipik istihdam biçimlerinin ortaya çıktığı bir yapıdan söz edilmektedir (Temiz 2004).

Güvenceli istihdamı tarihsel olarak ele almak için İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemden başlayarak 1980'lere kadar süren ve Altın Çağ olarak adlandırılan dönemdeki refah devleti yapılanmalarına bakmak gerekir. Tam istihdam, evrensel refah ve ücretsiz sağlık, eğitim hizmetlerinin sağlanmasının refah devletini oluşturan temel unsurlar olduğu belirtilmektedir (Savul 2008). İkinci Dünya Savaşı sonrası benimsenen refah devleti modelinin gereklerinden biri olarak tam/standart istihdam sağlanmaktadır. Tam/standart istihdam; tam zamanlı, daimi ve belirsiz süreli bir istihdam modelidir. Bu dönemki ekonomik yapıda; fordist üretim modeliyle yapılan üretimde talebe dayalı bir genişleme politikası benimsenmiş, üretimde iç pazara yönelik politikalar uygulanmıştır. Bunun sonucunda da, işçilerin, üretim sürecinde problem yaratmayan ve aynı zamanda üretilen mal ve hizmetleri talep eden bir kitle olması beklenmektedir. Sağlık, eğitim, sosyal güvencenin devlet garantisi altında olduğu, istihdamın standartlaştığı, ücret seviyelerinin yüksek olduğu bu dönem 1970'li yılların ortalarında yaşanan ekonomik krizin de hızlandırıcı etkisiyle, çalışanların aleyhine bir dönüşüm sürecine girmiştir. Refah devleti politikalarının, yerini neoliberal politikalara bırakacağı bu yeni dönemde; standart istihdam yapısı da bozulmuş, yeni standart dışı istihdam biçimleri oluşmuştur.

1970’lerden itibaren, ekonomik krizden çıkış için işgücü piyasalarını yeniden yapılandıran ekonomik düzenin sonucu olarak eğretilişme, son kırk yılın konusu olacak bir olgudur. Petrol krizinden sonra tüm ülkelerde sosyal devlet anlayışını zayıflatan politikalar doğrultusunda istihdam koşulları kötüleşmeye, işsizlik oranları artmaya, emek piyasası serbest piyasa savunucuları tarafından devlet müdahalelerinden arındırılmaya ve kuralsızlaştırılmaya başlamıştır. Yeni ekonomik yapıda ekonomik büyümenin anahtarı gibi görülen esneklik uygulamaları istihdam ilişkilerini kuralsızlaştırmaktadır. Bu kuralsızlaşmayla birlikte işçiler bölünerek yalnızlaşmakta, işveren karşısında güçsüzleştirilerek daha düşük ve belirsiz haklara mecbur kalmaktadır.

1970’lerden itibaren tüm dünyadaki ekonomik yapılarda bu kuralsızlaşma ve güvencesizleşmeye “gerekçe” olacak aşağıdaki değişiklikler yaşanmıştır:

İlk olarak, imalat sanayinin daralması sonucu imalat sanayiinde üretkenlik ve kapasite fazlalığı nedeniyle istihdam olanakları 90’lı yıllarda azalmaya başlamıştır. Bu durumda açığa çıkan işsizler de eğreti koşullarda çalışacak işgücünün potansiyelini oluşturmaktadır. İşçiyi korumaya yönelik işgücü piyasası yapısını katılık olarak niteleyen ve işsizliğin nedeni olarak gören yaklaşım nedeniyle, kısmi ve geçici çalışma işsizliğe çözüm olarak sunulmaktadır. Artan işsizlik, çalışanlar için daha düşük ekonomik ve sosyal şartlara razı olmaya neden olmaktadır. Kötü koşullarda çalışma, işsizlere bir kurtuluş yolu olarak sunulmaktadır. Çalışma hayatındaki esnek çalışma biçimlerinin uygulanabilirliğini ve yaygınlığını artırmak; kayıt dışı istihdamı önlemek, ekonomik büyümenin istihdam yaratmasını sağlamak, gençlerin işgücü piyasasına girişini kolaylaştırmak ve istihdamını artırmak için çözüm olarak sunulmaktadır (Özveri 2012).

Bir diğ er gerekçe, iş g c   piyasalarında esneklik uygulamalarının artan küresel rekabete çözüm olarak görülmesidir. Bu uygulamalar, refah devleti veya sosyal devlet yapılarındaki işçiler lehine olan kazanımları aş ındırmıştır. Artan neoliberal ekonomik uygulamalar da devlet tarafından korunması gereken haklarda esnekliğı sebe p olmaktadır. Böylece, iş verenle işçi arasında g    eş itsizliğini işçi aleyhine artırmaktadır. Bu neoliberal uygulamalarla; sosyal güvenlik harcamaları kısıtlanarak ve ücret dış ı işçi maliyetleri azaltılarak, iş verenin yükü hafifletilip, daha fazla istihdam sağılanacağı iddia edilmiştir. Ancak, istihdam yaratacak yatırımlar olmadan; bu politikalar, sadece işçilerin daha da zor koş ullar altında bırakılmasına neden olmuştur. Uluslararası ticarete ve küresel rekabette geride kalan geliş mekte olan ülkeler için ekonomik krizler; reel ücretlerde düşüşü, yüksek iş sizlik, yoksulluk, gelir g  vencesizliğı ve istikrarsızlık yaratmaktadır. Krizlerin yarattığı bu sonuçlar eğıretileşmenin ve esnek çalışmanın yaygınlaşmasının da nedenleri olarak sıralanmaktadır (Temiz 2004).

Yukarıda sıralanan tüm gerekçeler doğırtusunda; fordist   retim modelinin yerine post-fordist   retim modeli, teknolojik ilerlemelerin sonuçlarını da arkasına alarak kendine özgü   retim, yönetim ve örgütlenme modeliyle birlikte etkili olmaya baş lamıştır. Bu dönüşümün fabrika dış ındaki etkisi ise refah devleti modelinin terk edilmesi olmuştur. Neoliberal iktisat ve emek piyasası politikaları, uygulandığı çoğı geliş miş ve azgeliş miş ülkede farklı siyasi çizgilerdeki hükümetlerce uygulanmasına rağımen, benzer olumsuz sonuçları ortaya çıkarmıştır. İktisadi büyüme, savaşı sonrası dönemin ilk yıllarına göre çok daha yavaş lamıştır. İstihdam edilmiş nüfusun   oğıunluğı i  in gerçek ücretlerin artış ı ucu ucuna ger  ekleş miştir (Savul 2008).

1970’li yıllarla birlikte hayata geçen güvencesizlik; taşeronlaşmadan esnek üretim şekillerine, sözde kendi hesabına çalışmadan yarı zamanlı çalışmaya, evde çalışmadan enformel çalışmaya tüm çalışma biçimlerini ortak kesen bir kavramdır. Bu nedenle oldukça geniş bir tanımlama çeşitliliğine sahiptir. Esneklik uygulamaları ve bu uygulamalar sonucu oluşan yeni ‘standart dışı çalışma biçimleri’ emeğin istihdam edilme biçimleri ve çalışma koşullarını kavramak için kullanılan, işin yapılma sürecine odaklı teknik kavramlardır. Ancak güvencesizlik; iş dışını, yeniden üretimi, toplumsal yaşamı da kapsayan kavramlardır (Kutlu 2012).

Çalışmasında bu ayrıma dikkat çeken Oğuz (2012), güvencesizleşmeyi, tüm esnek çalışma biçimlerini enlemesine kesen “türdeşleştirici” bir özellik olarak kavramsallaştırmıştır. Esnekliği nesnel bir durum; güvencesizleşmeyi ise bu nesnelliği işçilerin öznel olarak hissettiği bir yaşantı hali olarak tanımlayarak iki kavram arasındaki farkı da ortaya koymuştur.

Prekarizasyon kavramı, eğretilişme veya güvencesizleşme olarak Türkçeleştirilmiştir. Konuya ilişkin literatürde de bu kavramların aynı anlamda kullanıldığı görülmüştür. Buraya kadar anlatılan tarihsel süreç bölümünde, eğretilişme kavramıyla eşdeğer olan güvencesizleşme kavramı da kullanılmıştır. Ancak çalışmanın devamında, eğretilişme kavramının kullanılması tercih edilmiştir. Bunun nedeni, tez çalışmasının konusu olan satış görevlisi kadınların çalışma koşullarını tanımlamak için esnek ya da standart dışı istihdam şekillerinin değil, mevcut koşulların kötüleşmesi anlamında eğretilişme kavramının kullanılmasıdır. Eğretilişme, güvenceli gibi görünen, standart çalışma ilişkilerindeki bozulmayı tanımlamak için de kullanılan bir kavramdır. Bir işverene bağlı, yasal güvencelere sahip, tam zamanlı ve belirsiz süreli sözleşmeyle çalışan bir işçinin de çalışma

koşullarının, istihdam edilme biçimlerinin eğreti bir çalışma biçimine dönüştüğünden söz edilebilir. Özellikle iş güvencesi hükümlerinin çoğu ülkede ancak belirli sayının üzerinde işçi çalıştıran işletmeleri kapsamaması, bu nedenle küçük işletmelerde çalışanların bu yasal güvenceden yoksun kalması ve haksız işten çıkarmalara karşı korunamaması eğretilişmenin yaygın bir hal almasının nedenlerindendir (Temiz 2004). Yasal koruma kapsamındaki işçilerin çalışma koşulları da, uygulamada yeteri kadar denetlemenin olmaması nedeniyle işverenin keyfi uygulamalarına bağlı olarak değişmektedir. Özveri (2012); Türkiye’de son on yılda değişen ve önümüzdeki yıllarda da değiştirilmesi planlanan yasalar vasıtasıyla çalışanlara yönelik yasal korumanın nasıl azaltıldığını ele alan çalışmada, güvencesizliği işgücü piyasası için genel bir durum olarak tanımlamakta bu genel güvencesizliğin içinde görece olarak daha güvencesiz grupların (yoksullar, işsizler, göçmeler, kadınlar vb.) varlığından söz etmektedir.

Eğretilişme kavramı en genel tanımlamasıyla; güvencesiz, insana yakışan iş kriterlerini¹⁴ karşılamayan, düşük gelir düzeyine sahip olan işleri ve çalışma koşullarını tanımlamak üzere kullanılmaktadır. Eğreti istihdamın tanımının ve gerekçelerinin ortaya konulmasını hedefleyen çalışmada Temiz (2004); eğreti istihdamı; istikrarsızlık, güvencesizlik, belirsizlik, korunmadan yoksunluk, ekonomik ve sosyal kırılganlık, kötü çalışma koşulları ve bedensel, ruhsal sağlığa yönelik yüksek riskler içeren bir istihdam şekli olarak tanımlamıştır. Kadınlar, gençler ve

¹⁴ ILO’nun insan onuruna yakışır iş tanımlaması: Özgürlük, eşitlik, güvenlik ve saygınlık koşulları altında verimli çalışma, yeterli ücret, sosyal korunmanın sağlanması ve bu koşulların korunmasıdır.

İnsan onuruna yakışır/yeterli işin unsurları: Verimli çalışma, hakların korunması, yeterli ödeme, sosyal koruma ve üç taraflı yaklaşımla sosyal diyalogdur. Bu unsurlar doğrultusunda çalışma haklarının artırılması, istihdamın artırılması, kırılgan durumlara karşı sosyal korumanın artması ve sosyal diyalogun gelişmesi ILO’nun yeterli çalışma için belirlediği stratejik amaçlarıdır.

göçmenler çoğunlukla eğreti işlerde çalıştırılmaktadır.¹⁵ Türkiye’de son yıllarda devletin ve işveren örgütlerinin, kadınların iş-aile uyumunu sağlayarak istihdama katılmasının yegâne yolu olarak çalışmada esnekleşme ve esnek çalışma biçimlerinin yaygınlaştırmayı öne sürmeleri nedeniyle, kadın emeği çalışan araştırmacılar bu konuda çeşitli çalışmalar yapmaya başlamıştır. Bu çalışmalardan biri de KEİG tarafından eğretilişme konusunu ele alan kapsamlı bir rapor olarak hazırlanmıştır. KEİG tarafından hazırlanan bu raporda eğretilişme şöyle tanımlanmaktadır:

Eğretilişme kavramı, belirli işçi grupları için mecburen/alternatifsiz kabul edilmek zorunda kalınan, insanca yaşamaya yeterli geliri ve iş güvencesi ve çalışma koşulları ile işçi sağlığı gereklerini karşılamayan, işçinin hayatına yönelik ileriye dönük plan yapması olanağını ortadan kaldıran, uzun vadede istihdam edilebilirliği üzerinde olumsuz etkide bulunan ve örgütlenmesini engelleyen iş ve istihdam koşullarını tanımlayan bir kavramdır (KEİG 2014, 11).

Eğretilişmeye ilişkin incelenen literatürde, Avrupa Birliği’nin ve üye ülkelerin konuyla ilgili yaptıkları çalışmaların öne çıktığı görülmektedir. AB ülkelerindeki istihdam ilişkilerindeki eğretilişmenin oldukça yaygın bir şekil alması Avrupa’yı bu konu ile ilgili çalışmalar yapmaya yöneltmiştir. Eğreti çalışma, AB tarafından, iş sürekliliğindeki yüksek belirsizlik (düşük kesinlik), iş üzerinde düşük birey kontrolü (yüksek çalışma saatleri), düşük koruma seviyesi (işsizliğe veya ayrımcılığa karşı), eğitim ve kariyer gelişimine yönelik kısıtlı fırsatların bir kombinasyonu şeklinde tanımlanmıştır. (Mckay, Clark ve Paraskevopoulou 2011) Eğreti çalışma, düşük kaliteli istihdam olarak da adlandırılır. Düşük kaliteli işler örneğin “kariyer yapılamayacak” ve “düşük ücretli/düşük verimli” işleri içermektedir. Geçici, mevsimsel, yarı-zamanlı, çağrı üzerine çalışılan, günlük, kısa dönemli işler, kendi adına çalışma, evde çalışma ve birden çok işte çalışma bu

¹⁵ <http://www.precariouswork.eu/about/What-is-precarious-work>

kapsamda ele alınabilir. Ayrıca; yeniden yapılanma, personel sayısında daralmaya gidilmesi, özelleştirme veya taşeronlaşma gibi işçilerin organizasyonel değişime maruz kaldığı durumlardaki standart iş sözleşmeleri de güvencesiz çalışma kapsamında ele alınabilir.

Son olarak, Uluslararası Çalışma Örgütü'ne (2013) göre eğreti çalışma biçimini işaret eden özellikler; istihdam süresinde belirsizlik, birden fazla olası işveren olması, muğlak bir istihdam ilişkisi, istihdama bağlı sosyal koruma ve yardımlara erişimin eksikliği, düşük ücret, sendikalara katılım ve toplu pazarlık önünde ciddi yasal ve pratik engellerin bulunması olarak sıralanmaktadır.

2.2. EĞRETİLEŞME, STANDART DIŞI ÇALIŞMA VE ESNEKLİK İLİŞKİSİ

1970'lerden sonra değişen küresel ekonomik yapıda, post-fordist, talep doğrultusunda belirlenen, arzda talep miktarlarına bağlı hızlı değişimler gösteren esnek bir üretim modeli geliştirilmiştir. Bu üretim tarzında, değişen talep miktarına uyum sağlamak, maliyetleri düşürerek daha fazla kar elde etmek ve rekabette güç kazanmak için de esnek istihdam biçimleri geliştirilmiştir. Bu çalışma türü, işçilerin yasal olarak korunması ve hak ettikleri ücret ve statüyü elde etmeleri bakımından klasik istihdam biçimlerinden ayrılmaktadır. Esnekleşen üretim ve istihdam yapısı, atipik çalışma şekillerinin yaygınlaşmasına, var olan çalışma koşullarının da esnetilerek daha güvencesiz hale gelmesine sebep olmaktadır.

2.2.1. Esneklik

Yukarıda da bahsedildiği gibi, yeni ekonomik düzendeki artan rekabet ve belirsiz talep karşısında verimini arttırmaya ve işgücü maliyetini azaltmaya

odaklanan işverenler, farklı esnekleştirmeler yoluyla standart olmayan istihdamı yaratmayı amaçlamaktadır. Mal piyasalarında, talebin niteliğinde meydana gelen değişime karşı işletmenin, işçilerin farklı işler yapabilme ve farklı şekillerde çalışabilme yeteneğine bağlı olarak, etkin şekilde yanıt verebilme arzusu emek süreçlerinde esnekliği yaratmaktadır.

Parlak ve Özdemir (2011), esnekliği, esnek çalışmanın boyutları ve türlerini; işveren ve işçi açısından çok başka anlamlara gelen, ülkelerin tarihsel geçmişi, endüstriyel teamül ve gelenekleri, çalışma ilişkilerine göre değişen ve yazarların ideolojik yaklaşımlarına göre farklı yazarların farklı tanım ve kavramlar kullandıkları kavramlar olarak açıklamışlardır. Esneklik, işletmeler açısından daha az yasal zorunluluk, daha az kuralın olduğu bir sistemde işçiyi daha kolay işe alma ve işten atma durumudur. İşçi tarafında ise, iş güvencesinin azalması, ücretlerin düşmesi, çalışma şartlarının kötüleşmesi anlamına gelmektedir.

Karadeniz'in çalışmasında (2011), esneklik formları, içsel ve dışsal olarak iki ana başlıkta niceliksel ve niteliksel olarak sınıflandırılmıştır. *Dışsal ve Niceliksel Esneklik*: İstihdam şekli ile ilgili bir esneklik çeşididir. Sayısal esneklik ve sözleşme esnekliği olarak da adlandırılabilir. Belirli süreli sözleşmeler, geçici istihdam ofisi sözleşmeleri, mevsimlik çalışma, çağrı üzerine çalışma türlerini barındırır. *Dışsal ve Niteliksel Esneklik*: Üretim şekli ile ilgili bir esneklik çeşididir; coğrafi esneklik olarak da tanımlanabilir. Alt işveren, fason, bağımsız çalışma türlerini kapsar. *İçsel ve Niceliksel Esneklik*: Çalışma zamanı ile ilgili bir esneklik türüdür. Geçici esneklik olarak da adlandırılabilir. Çalışma sürelerinin kısaltılması, fazla/kısmi süreli çalışma, gece ve vardiyalı çalışma, yoğunlaştırılmış çalışma haftası, değişen çalışma saatleri, düzensiz, tahmin edilmeyen çalışma süreleri gibi durumları kapsar. *İçsel ve Niteliksel*

Esneklik: İş organizasyonu konusundaki esnekleşmeyi gösterir. Fonksiyonel esneklik olarak da adlandırılır. İş zenginleştirme, iş rotasyonu, takım çalışması, bağımsız çalışma, çoklu görev, çoklu nitelik, proje grupları, planlama, bütçeleme, yenilik, teknoloji konusunda işçinin sorumluluğu gibi durumlarda ortaya çıkar.

Karadeniz'in tanımlamasında, işsel esneklik başlığı hem niteliksel hem de niceliksel olarak tez çalışmasının konusu olan alışveriş merkezlerinde çalışan kadınların koşullarını anlamak için oldukça faydalıdır. Hizmet sektöründe uzun çalışma saatlerinin olması ve hizmetin bizzat insan tarafından sunuluyor olması, hizmete ihtiyaç duyulan her saatte çalışmanın da sürdürülmesi anlamına gelmesi bakımından zamansal esneklik AVM koşullarının en önemli belirleyicisidir. Bu iki başlık altında sıralanan uygulamalarla; standart bir iş, güvencesiz ve atipik işlere dönüşmektedir. Böylelikle; işverenler, değişen piyasa koşullarına, yeni üretim tekniklerine göre çalışma koşullarını kendi istekleri doğrultusunda değiştirerek sayısal olarak esnekliği yaratabilmektedirler.

Standing (2014) , üretim süreçlerini ve organizasyonunu kapsayan örgütsel esneklik ile esnekliğin işveren tarafını; çalışanların çalışma koşullarını kapsayan emek maliyeti ve ücret sistemi esnekliği ile de esnekliğin çalışanlar tarafını açıklamıştır. Kalleberg de (2009), benzer bir ayrımla, esnekliği istihdamda esneklik ve üretim sürecinde esneklik olarak iki başlık altında ele almıştır. Üretim sürecinde yani işte esneklik: üretimdeki miktar değişikliklerine, ihtiyaç duyulan vasıf ve bilgideki hızlı değişikliklere ayak uydurabilme yeteneğidir. İstihdam ilişkilerindeki esneklik ise; kısmi zamanlı, geçici ve belirli süreli istihdam, taşeronluk ve kiralık işçilik gibi yeni istihdam biçimleri anlamına gelmektedir. İstihdam ilişkilerindeki esneklik, standart olmayan çalışma şekillerini doğurmuştur. İşverenin, üretimin

değişen istihdam ihtiyacına göre çalışanların sayısını hızlıca değiştirebilme isteği anlamına gelmektedir.

Artan küresel rekabet sonucu işletmeler; işgücünü, minimum maliyet ve yasal zorunlulukla işe almak ve işten çıkarmak peşindedir. Yasal güvencelerin ve korumanın işçiye yönelik zayıflaması, korumasız işgücünün istihdamdaki oranının artması ve iş güvencesinin zayıf olduğu sektörlerdeki istihdam artışları, işverenleri daha çok esnek çalışanları tercih etmeye yöneltmiştir. Tam zamanlı, tek işverene bağlı ve süresiz istihdamın yerini belirli süreli, kısmi zamanlı, kendi adına, tele çalışma, taşeronla çalışma, kayıt dışı çalışma türleri almıştır. Bu tür esnekleşme böylelikle standart olmayan istihdam şekillerini yaratmıştır (Parlak ve Özdemir 2011).

Esnekleşmeye bağlı oluşan standart dışı çalışma biçimlerinin her biri başka bir çalışmanın konusu olacak kadar kapsamlıdır. Bu tez çalışmasında asıl üzerinde durulacak olan husus, mevcut çalışanların çalışma şekilleri üzerinde uygulanan esneklik biçimleri olacaktır. AVM’lerde satış işi yapan kadınların çalışma durumları incelenirken, toplanan veriler ışığında esnekliğe bağlı standart dışı çalışma biçimleri farklı bir istihdam biçimi olarak değil de mevcut istihdamın kötüye, belirsizliğe, istikrarsızlığa ve güvencesizliğe doğru gitmesi anlamında kullanılacaktır.

2.2.2. Standart Dışı Çalışma Biçimleri

Güvencesiz istihdamı anlamak için standart ve standart dışı istihdam kavramlarının da her yönüyle incelenmesi gerekmektedir. Standart olmayan çalışmanın standart çalışma üzerinden tanımlandığına dikkat çeken Savul, standart istihdamı; *tam zamanlı, belirsiz süreli, sürekli istihdam ilişkisini, bir işçinin bir iş yerine bağlı ve sendikalı olarak bir sektörde sürdürdüğü, sosyal ücreti tamamlayan sosyal fayda ve*

kazanımlara sahip olunan sistem olarak tanımlamıştır (Savul 2008, 32). Standart istihdam tanımını oluşturan unsurların her biri ayrı ayrı değerlendirildiğinde, bu tanımlamadan uzaklaştıkça eğretilişmenin oluştuğunu söylemek mümkündür. Her bir boyutu/özelligi karşılanmadığı müddetçe, standart istihdamdan söz etmek mümkün değildir. Çalışan, tek işverene bağlı ve sigortalı olmasına rağmen; sosyal haklarını elde edemiyorsa veya örgütlenemiyorsa, orada kısmi de olsa güvenceden bahsetmek mümkün değildir (Seymour 2012). Standart dışı istihdam; güvencesizlik, istikrarsızlık ve belirsizlik içeren, kısmi süreli, geçici iş sözleşmesine dayalı, belirli süreli, mevsimlik, geçici istihdam bürolarında, taşeron aracılığıyla, kayıt dışı gibi yeni ve farklı çalışma türlerini tanımlar. Literatürde, standart dışı çalışma, atipik çalışma ve eğreti çalışma aynı anlamlarda kullanılmaktadır.

Yeni liberal düzenleme ve politikalar doğrultusunda, devlet ve sermayenin işbirliği sonucu işsizlik sorununa çözüm olarak sunulan standart dışı istihdam şekilleri, sorunu çıkmaz bir sarmala dönüştürmektedir. Bu işbirliği sonucunda; işçiler, işsizliğe çözüm gibi sunulan güvencesiz ve standart olmayan işlerde, devlet tarafından yasal olarak yeteri kadar korunmayarak ve işsiz bırakılma korkusuyla, insan onuruna yakışmayan çalışma koşullarına mecbur bırakılmaktadır. Savul'un çalışmasında, ABD-İngiltere, Hollanda-Danimarka, Almanya-İsveç ve Güney Avrupa yaklaşımları olarak yer verdiği emek piyasaları yaklaşımlarının tamamında temel amaç, işsizliği önleyip istihdam edilebilirliği devam ettirmek olmasına rağmen; işsizliğin yapısal bir sorun değil de, bireysel bir yaklaşımla ele alınması da bir önceki cümlede iddia edilen işbirliğinin bir göstergesidir (Çakır 2007, Savul 2008).

Standart dışı istihdam biçimleri ve özellikleri aşağıdaki gibi tablo haline getirilerek açıklanmaya çalışılmıştır.

Tablo 6: Standart Olmayan İstihdam Biçimleri (Savul 2008, Karadeniz 2011, Rossman 2013)

Kısmi Süreli/Yarı Zamanlı İstihdam	Düzenli işçilerden daha az (haftalık çalışma saati 35 saatten az) çalışma saatine sahip işçilerin, yarı zamanlı istihdam koşullarına sahip olduğu istihdam biçimidir.
Belirli Süreli İstihdam	İş sözleşmesinin belirli bir zaman dilimi için yapılması, sonlandırılacağı tarihin belirli olması ve işe devam etme garantisinin olmamasıdır.
Ödünç İş İlişkisi	Bir işverenin, kendi işçisini müşteri konumunda olan başka bir firmaya işçi olarak göndermesi ve sözü edilen işçinin istihdamının müşteri konumunda olan firma tarafından gerçekleşmesini içeren istihdam ilişkisidir
Vardiyalı Çalışma-Gece Çalışması-Tatil Günü Çalışma	Pazartesi'den Cumaya saat 9.00'dan 17.00'ye kadar olan zaman dilimin dışında çalışma "standart dışı çalışma" olarak kabul edilebilmektedir.
Çağrı Üzerine Çalışma	Şirketlerin işçileri yalnızca kendilerine ihtiyaç duydukları zaman işe çağırılmalarıyla ortaya çıkan iş ilişkisidir. Bu tür işçiler belirli saatlerde, günlerde ve haftalarda istihdam edilirler. Normal işçilerin sahip oldukları istihdam koşullarına sahip olmamakla birlikte normal işçilere tanınan yasal haklardan da mahrumdurlar.
Stajyer Çalıştırma	Çalışma yaşamına yeni girmekte olan, eğitimlerine devam eden veya henüz bitirmiş - özellikle- gençlere uygulanmaktadır. Çok düşük ücret karşılığı çalışma bu biçimde yaygındır ve çalışanlar "atipik işçiler" olarak anılmaktadır.
Evde Çalışma	Kişinin işi kendi evinde veya işverenin işyeri olmayan başka bir yerde sürdürmesidir. Alınacak ücret, üretilen mal ve hizmetin ne yapılacağı işveren tarafından belirlenmiştir. İşçi ürettiği ürün veya hizmeti doğrudan pazarda satamaz.
Alt İşveren / Taşeron Çalışma	Mal ve hizmetleri firma içinde üretmek yerine dış tedarikçilerden temin etmek yoluyla yapılan istihdam biçimidir. Birleşmiş Milletler Sanayi Kalkınma Örgütü'nün (UNIDO) taşeronluk tanımında "küçük ve büyük firmalar arasında bir üretim ilişkisinin" esas alındığı ifade edilir.
Aile İçi Çalışma	Çalışılan işte aile bireylerinin yer aldığı, bir veya daha fazla çalışanın ya da işverenin olabileceği bir çalışma şeklidir.
Kendi Hesabına Çalışma	Herhangi birine işveren olmadan, kendi kendini istihdam etme şeklidir.
İş Paylaşımı	Tam gün süreli bir işin iki veya daha fazla kısmi süreli çalışan tarafından paylaşılarak yapılmasıdır. Kısmi süreli çalışmada, yapılan işler nitelikleri gereği kısa süreli işler olurken, iş paylaşımında tam gün süreli işlerin paylaşılarak yapılması söz konusu olmaktadır. Bu modelde " taraflar arasında iş ve çalışma süresi bölündüğü gibi, alınan ücret, ikramiyeler, emeklilik maaşı, izinler, sorumluluklar, sosyal yardımlar ve yan ödemeler de paylaşılmaktadır.
Tele Çalışma	İş, işyeri dışında ayrı bir yerde (işçinin evi, bürosu) yapılmakta, bu yer ile asıl işyeri arasında elektronik iletişim araçları ile kurulu bir bağ bulunmakta ve iş önceden belirlenmiş bir program dahilinde yapılmaktadır.
Sıkıştırılmış / Yoğunlaştırılmış Çalışma Haftaları	Toplam haftalık çalışma süresinin klasik 5 veya 6 işgününe değil, daha az sayıda (3 ve 4) işgününe sıkıştırılmak suretiyle dağıtılmasını ifade etmektedir. Örneğin, haftalık 40 saat olan çalışma süresinin 4 işgününe sıkıştırılmasında olduğu gibi, aylık çalışma süresini 10-15 güne sıkıştırarak, sıkıştırılmış çalışma ayı şeklinde de uygulanabilmektedir
Enformel İstihdam	Kazanç getiren tüm işlerin (örneğin hem ücretli istihdam hem de kendi hesabına çalışma) dâhil olabileceği bir istihdam şeklidir. Kayıt dışılık, var olan yasal veya düzenleyici çerçevelerce korunma yokluğunun yanı sıra, karşılığında ücret alınmayan işlerin yapılması anlamına da gelebilmektedir. Enformel işçiler, güvenli istihdam sözleşmelerinden, işçi yardımlarından, sosyal korumadan yoksundurlar ve işçilerin temsil haklarına sahip değildirlir

2.3. EĞRETİLEŞMENİN UNSURLARI

Eğretileşme unsurlarını belirlerken, çalışma şekli, dört temel boyutuyla incelenmiştir. Zaman boyutu; istihdam ilişkisinin sürekliliği, işsiz kalma riski, iş sözleşmesinin belirli süreli olması ile ilgilidir. Ekonomik boyutu; işten elde edilen ücret ve diğer gelirleri belirtmektedir. Sosyal boyutta ise çalışanın; haksız işten çıkarma, ayrımcılığa uğrama, kötü koşullarda çalışmaya karşı yasal korumadan yoksun olma, sosyal güvencelere sahip olmama durumları belirtilir. Son olarak örgütsel düzenleme boyutu; çalışanların; çalışma koşullarını, çalışma sürelerini düzenleme ve sendikal örgütlenme imkânlarının olmaması hususlarını kapsamaktadır (Savul 2008, Kutlu 2012). Bu dört temel boyut ekseninde eğretileşmenin göstergeleri aşağıda sıralanmaktadır.

- *İşe devamlılık; mevsimlik, geçici süreli, belirli süreli çalışma biçimlerindeki koşullar altında çalışma, İşveren tarafından ön bildirimsiz olarak işten çıkartılma*
- *Örgütte ast üst ilişkisinin ve emir komuta zincirinin bozulması*
- *Çalışma saatlerinin düzensizliği ve fazlalığı, işverenin iradesiyle değiştirilebilmesi ve belirsizleşmesi*
- *İşin fonksiyonlarının işverenin belirlenimine tâbi olması, işverenin iradesiyle değiştirilebilir olması*
- *İş sağlığı ve iş güvenliği önlemlerinin yokluğu ya da etkisizliği*
- *Çalışma koşulları veya sağlık, güvenlik uygulamalarının mesleği tehlikeli ve sağlıksız hale getirmesi*
- *Ücret ve ödemelerin belirsizleşmesi ve düzensizleşmesi, ücret dışı ödeme ve sosyal hak ve yardımların sınırlandırılması ya da yokluğu*
- *Kıdem güvencesinin, çalışma koşullarının, ücretin, sosyal güvenlik kalitesinin düşmesi, hastalık, ev, ölüm veya aile yardımı gibi ücret dışı ödemelerin olmaması ya da çok az olması*
- *Mesleki eğitim ve kişisel eğitime erişim olanaklarının zayıflığı, eğitime ulaşmada çok az fırsat olması*
- *Sendikasılaşma, koruyucu düzenlemelerden faydalanamama buna bağlı olarak iş kaybı tehlikesi, düşük gelire mecbur bırakılma*
- *Toplumsal cinsiyet ayrımcılığının bulunması, ayrımcılığa, cinsel istismara ve karşı koruma yoksunluğu (Savul 2008, Kalleberg 2009, Kutlu 2012).*

Literatürdeki eğretilişme konusunda yapılan araştırmalarda, eğreti çalışmanın unsurlarının belirlendiği görülmüştür. Bu çalışmalarda belirlenen göstergeler yukarıdakilere benzer hususlara dikkat çekmektedir (Temiz 2004, Çakır 2007, Mckay, Clark ve Paraskevopoulou 2011, Standing 2014, KEİG 2014). İster kayıtlı ve güvenceli görünen işlerde, ister atipik veya kayıt dışı işlerde olsun; bu temel kriterlerin görülmesi, o işin eğreti ve güvencesiz bir iş olduğunu göstermektedir. Eğretilişme unsurlarına dair literatür yukarıda özetlenmiştir. Yapılan bu özetten yola çıkarak; bu tez çalışmasının konusunu oluşturan alışveriş merkezlerinde çalışan kadınların çalışma koşullarının eğretiliğini değerlendirmek için, aşağıdaki başlıklar oluşturulmuştur.

Çalışanın İş Seçiminde ve Çalışma Koşullarının Belirlenmesinde Tercih İmkânının Olmaması:

Çalışanların işe yönelik tercih şanslarını düşüren ve hatta bazı durumlarda yok eden faktörlerin başında yüksek işsizlik oranları gelmektedir. Katmanlaşmış ve ayrılmış iş gücü piyasası yapısı ve işgücünün farklı piyasa katmanları arasındaki hareketliliğinin düşük oluşu, çalışanların tercih şansını doğrudan etkileyen bir faktör olarak ele alınmalıdır. Birincil ve ikincil işgücü piyasaları arasındaki derinleşmiş ayrımın yanı sıra, cinsiyetler arası oluşan kadın-erkek işi ayrımının derinliği de çoğu zaman çalışanların işe yönelik tercih şansını yok eder. (KEİG 2014) Birinci bölümde yer verilen, işgücü piyasasının sektörler bazında cinsiyet temelinde nasıl ayrılmış olduğuna dair Türkiye'ye ait veriler, bu ayrılmışmanın derinliğini göstermektedir. Eğretilişmenin diğer sektörlere göre daha yoğun görüldüğü hizmet sektöründeki yüksek kadın istihdamı oranı, elbette ki tesadüf değildir.

Çalışanların tercih imkanlarını kısıtlayan bir diğer faktör; yasalarla eğreti ve güvencesiz çalışma koşullarının her alanda mümkün hale getirilmesi, ayrıca bu koşulların en yoğun yaratıldığı atipik/standart dışı işlerin yine yasaların desteğiyle yaygınlaştırılmasıdır. Güvencesizlik, kendiliğinden olmayan, beslendiği ideolojik ve hukuki bir temeli olan bir olgudur. Özellikle neoliberal ekonomik yapılarda, devlet eliyle güçlendirilen güvencesizlik, işçilerin yasal çerçevede korunmasını olanaksız kılmaktadır. İşveren ve devlet tarafından kar elde etmenin yolu olarak; güvencesiz, sendikasız, korumasız bir işgücünü yaratmaya yönelik güvencesizlik hukukunun yaratılması görülmektedir. Bu durum da, çalışanların iş tercih şanslarının oldukça düşük olduğu bir iş gücü piyasasını güçlendirir (Özveri 2012). İş seçme aşamasında söz sahibi olamayan çalışanlar, işe girdikten sonra da çalışma koşulları üzerinde söz sahibi olamamaktadırlar.

Düşük Gelir Karşılığı Çalışma:

Güvencesiz çalışma sistemi, çalışanlar için yoksulluk üretmekte, sosyal güvenlik uygulamaları ise güvencesiz çalışanlar için yeterli koruma sağlayamamaktadır. Böylelikle, yoksulluk, tüm çalışma yaşamına ve emeklilik dönemine de yayılmaktadır.

Eğretilenmiş işlerde çalışanlar çoğunlukla çalışan yoksullar grubunu oluşturan, gelir düzeyleri düşük kişilerdir. Gelir düzeyini belirleyen unsurlar;

- *işin sağladığı ücret,*
- *çalışmaya bağlı hakların istihdam ve işsizlik sürelerince kullanılabilmesinden kaynaklanan gelir ve faydalar (hastalık, analık/ebeveyn izinleri gibi),*
- *sosyal güvenlik sistemine dâhil olmaktan kaynaklanan doğrudan (sağlık sigortası) ya da gelecekte gelir olarak ifade edilebilecek (yaşlılık/emeklilik sigortası) mali imkânlar*
- *işsizlik ödemeleri*
- *istihdam hizmetleridir (KEİG 2014, 6-7).*

Düşük gelir düzeyinin yanı sıra, gelirin sürekli ve düzenli sağlanamaması da, çalışanların insan onuruna yakışır çalışmadan uzak koşullar altında yaşaması anlamına gelmektedir.

İş Güvencesizliğinin ve Geleceğe Yönelik Belirsizliğin Yüksek Oluşu:

Eğretileşen koşullar altında çalışanlar için iş güvencesinin düşüklüğü ve işsizlik kaygıları çalışanları doğrudan etkilemektedir.

İş kaybete tehdidi altında işin devamlılığını sağlamada yaşanan güçlükler, çalışanların işe devam edip edemeyeceği konusunda yaşadıkları belirsizlik ve buna bağlı olarak yaşanan kaygılar, mevcut belirsiz ve kötü koşullara karşı koymada yaşanan güçlükler, çalışanın işini sürdürmesinde kendi dışındaki faktörlerin belirleyici olması gibi durumlarda; düşük iş güvencesi ve çalışanlar için geleceğe yönelik belirsizlik ortaya çıkar (Çakır 2007).

Güvencesiz çalışanların işten ayrılma ve emeklilik hallerinde, kıdem tazminatı ve emeklilik tazminatı gibi haklardan yararlanma güvencelerinin olmayışı ya da düşük oluşu güvencesiz istihdamın belirleyicilerindendir.

Mesleki ve Kişisel Eğitime Erişim Olanaklarının Yokluğu:

Uzun çalışma saatleri boyunca çalışan işçiler, zaman yoksulluğu nedeniyle, kişisel gelişimlerini sağlamak için eğitim ve yeniden eğitim programlarına, yaygın olarak sunulan mesleki eğitimlere ancak sınırlı düzeyde erişebilmektedir. Zaman yoksulluğunun, kadınlarca, hane ve aile içerisindeki bakım yükümlülüklerine ayırdıkları zaman nedeniyle daha ağır yaşandığı da göz önünde bulundurulmalıdır. Mesleki ve yeniden eğitimlere katılamayan çalışan, hızla değişen vasıf

gerekliliklerine ayak uyduramamakta ve bir süre sonra işverenler için vazgeçilebilir, vasıfsız çalışan konumuna gelebilmektedirler.

Yetersiz Sağlık Ve Güvenlik Koşulları Altında Çalışma

Güvencesiz çalışma şekilleri, çalışanların sağlığını da olumsuz yönde etkilemektedir. Özkan ve Hamzaoğlu'nun (2015) esnek ve güvencesiz çalışma ve işçi sağlığı ve güvenliği arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çalışmaları derledikleri çalışmalarında; prekaryal istihdam ve işçi sağlığı ve güvenliği arasında olumsuz ilişkinin varlığından söz edilmektedir. İstihdam koşulları kötüleştikçe artan güvencesizlik bireyin fiziksel ve ruhsal sağlığını olumsuz yönde etkilemektedir.

İş güvencesizliği nedeniyle, çalışanların yaşadığı iş stresi ve buna bağlı olarak ortaya çıkan sağlık problemlerini ele almak oldukça önemlidir. Güvencesiz koşullar altında çalışanların iş doyumunun, işe bağlılığının, işlerinden memnuniyetinin oldukça düşük olduğunu gösteren birçok çalışma bulunmaktadır. İş güvencesizliği ve bununla birlikte oluşan gelir güvencesizliği, tüm bu olumsuz koşullara rağmen işini kaybetme korkusu, çalışma koşulları üzerinde söz hakkına sahip olamama, işteki belirsizliğin tüm yaşama yayılması neticesinde yaşamı üzerinde kontrolü kaybetme, işveren tarafından sürekli değiştirilebilen çalışma süreleri, düşük gelir, çalışma ve sosyal yaşamda karmaşa, mental sağlıkta bozulmalara yol açmaktadır. Ortaya çıkan sağlık sorunları, stres, kaygı, depresyon, özgüven eksikliği, kendisinden ve çevresinden memnuniyetsizlik gibi psikolojik rahatsızlıklar ve bunlara bağlı uykusuzluk, baş dönmesi, kalp çarpıntıları gibi şikâyetlerdir. Kötü koşulların yarattığı iş stresi, kişisel ve ekonomik problemler yaşanmasına, çalışma kapasitesinin düşmesine, yeni bir iş aramak için yeterli enerjiye ve özgüvene sahip olunamamasına

neden olmaktadır. Bunların dışında, uzun çalışma süreleri, yoğun çalışma, aşırı çalışma, ağır iş yükü, yüksek iş ritimleri ile çalışma, aynı anda birden fazla işte çalışma, gece çalışması, gürültüye, titreşime vb. tehlikeli ve riskli madde ve durumlara, tekrarlayıcı hareketlere ve yorucu pozisyonlara maruz kalma gibi hususlar, işçilerin genel sağlık durumu ve fiziksel sağlık durumunu olumsuz etkilemektedir (Çakır 2007, Özkan ve Hamzaoglu 2015).

Özkan ve Hamzaoglu; Avrupa, Amerika, Avusturalya ve Japonya’da yapılan çok sayıdaki bilimsel çalışmanın sonuçlarını değerlendirdikleri çalışmalarında; işçilerin fiziksel, mental, sosyal ve genel sağlık durumları üzerinde olumsuz etkileri aşağıdaki gibi sıralamışlardır:

- Fiziksel Sağlık Sorunları: uykusuzluk, uyku bozuklukları, obezite, kardiyovasküler hastalıklar, baş ağrısı, kas ağrısı, bel ağrısı, boyun ağrısı, mide ağrısı, yorgunluk, kronik enfeksiyonlar, diyabet oluşma riski, karaciğer hastalıkları oluşma riski, işitme kaybı, hipertansiyon, yeme sorunları, tekrarlayan zorlama sakatlığı, kümülatif travma bozukluğu
- Mental Sağlık Sorunları: kronik stres, depresyon, anksiyete, tükenmişlik
- Meslek Hastalıkları: hepatit b, karoshi,¹⁶ yanık
- İş Kazaları: Karojisatsu,¹⁷ kesici-delici-batıcı cisim yaralanması, yangın, şiddet

¹⁶ Karoshi, dört hafta ve daha uzun sürede, haftada 65 saat ve üzeri ya da sekiz hafta ve daha uzun sürede, haftada 60 saat ve üzeri çalışma sonucu, aşırı iş yükü ile beraber, hipertansiyon, ateroskleroz gibi sağlık sorunlarının bir araya gelmesiyle oluşan miyokard enfarktüsü gibi serebrovasküler hastalıkları ve akut kalp yetmezliği sonucu ölüm durumudur (Özkan ve Hamzaoglu 2015).

¹⁷ Karojifatsu; dört hafta ve daha uzun sürede, haftada 65 saat ve üzeri ya da sekiz hafta ve daha uzun sürede, haftada 60 saat ve üzeri çalışanlarda işe bağlı olarak görülen intihar girişimidir. Japonya dışındaki ülkeler karoshiyi meslek hastalığı ve karojisatsuyu iş kazası olarak görmemektedir (Özkan ve Hamzaoglu 2015).

- Sosyal Sorunlar: sosyal yaşamda uyumsuzluk, aile ilişkilerinde bozulma,
- Diğer: ilaç kullanımında artış, sigara kullanımında artış, alkol kullanımında artış, kötü sağlık algısı, erken ölüm (Özkan ve Hamzaoglu 2015).

İşçi ve asıl işveren ilişkisinin belirsizleştiği koşullarda, iş güvencesi zayıfladığı gibi, işverenin çalıştırdığı kişilere yönelik sağlık ve güvenlikle ilişkili önlemler, idari ve yasal düzeyde düzenlenebilir ve denetlenebilir olmaktan çıkmaktadır. Bu durum, eğreti işlerde sendikalaşmanın eksikliği ile de ilişki içerisindedir (Karadeniz 2011). İşyeri denetim raporları kadar, çalışanlara yönelik anketlerden elde edilen veriler de kullanılarak, eğreti çalışanların çalışma ortamında karşılaştıkları sağlık ve güvenlik açığının tüm sektörler için daha net tespit edilebilmesi gerekmektedir (KEİG 2014).

Çalışma İlişkilerinde Temsil Edilme İmkânlarına Sahip Olamama:

Sendikal örgütlenme, güvencesizlikle mücadele için oldukça önemli bir olgudur ve güvencesizlikten korunmak için çalışanların önemli bir aracıdır. Sendikalaşma oranı azaldıkça, güvencesiz istihdamın yaygınlaşması kolaylaşmakta ve artmaktadır. İşçilerin işveren karşısında yalnız kalması ve güvencesizlikle mücadele gücünün zayıflaması, sendikalaşmanın engellenmesiyle mümkün olmaktadır. Eğretileşen şartlar altında çalışanlar, sendikal olarak örgütlenememekte ve işveren karşısında yeteri kadar temsiliyet gücüne sahip olamamaktadırlar. Eğreti ve standart dışı istihdam biçimlerinde çalışma, sendikalara üye olma önünde önemli bir engeldir. Bu engelin olması, işçilerin, işverenlerin keyfi uygulamalarına karşı korumasız kalmaları anlamına gelmektedir (KEİG 2014).

Ülkeden ülkeye farklılık gösterse bile, iş ve sendika yasaları günümüzde sendikal örgütlenmeyi zorlaştıracak veya sendikaları etkisiz bırakacak nitelikteki düzenlemelerle oluşturulmaktadır. Bu durum, güvencesiz istihdamın, doğrudan kamusal güç aracılığıyla yani bir bakıma devlet eliyle yoğunlaştırılması demektir. Son otuz yılda değişen dünyada yeni liberal ekonomik yapı sendikalaşma oranlarının düşüşünde oldukça etkilidir. Yasal olarak sendikal örgütlenme, toplu iş sözleşmesinden faydalanma ve grev hakkına sahip olma gibi hakları engellenen ya da kısıtlanan çalışanlar; kayıtsızlığın artışı, eğretilişmenin yayılması, farklı düzeylerde gerçekleşebilecek (ulusal, bölgesel, örgütsel) sosyal diyalog mekanizmalarının kullanılamamasından olumsuz şekilde etkilenmektedirler.

Temsilde yetersizlik, eğretilişmenin bir unsuru olmasının yanı sıra; güvencesiz çalışan işçilerin hızla çoğalması sonucu, var olan işçi örgütlenmelerini de zayıflatan bir tehdittir. Bu karşılıklı etkileşim nedeniyle, temsilde yetersizlik ya da temsil edilmeme, eğretilişme süreçleri analizlerinde en belirleyici faktör konumundadır. Esnekleşmenin bir sonucu olan sendikal örgütlenmenin zayıf olduğu hizmet sektöründeki çalışanların sayısının hızla artarken, sendikaların bu sektörde örgütlenme stratejilerini geliştirememesi de güvencesizliği güçlendiren bir diğer neden olarak sayılmaktadır. Değişen işgücü profilinde, hizmet sektöründe çalışanlar çoğunlukla beyaz yakalılar, kadınlar, gençler ve göçmenler olmuştur. Fordist dönemden kalma yönetim ve örgütlenme anlayışındaki sendikalarda, mavi yakalı işçi erkek üzerinden kurgulanan işçi profili bu değişime ayak uyduramamıştır. Bu yeni gruba-kadınları, gençleri, göçmenleri, beyaz yakalıları- kapsayacak politikalar ve stratejiler sendikalar tarafından geliştirilememiştir. Kadınlar, göçmen ve mülteciler, yaşlı ve genç iş grupları hem en örgütsüz hem de en güvencesiz işgücü gruplarıdır.

Var olan sendikaların, bu gruplardaki eğreti işlerde istihdam edilenleri de kapsayacak ve onları sendikal ve sosyal diyalog mekanizmalarının etkin işleyeceği kadar kuvvetli kılacak şekilde düzenlenmesi, eğretileşme karşısında alınabilecek en etkin önlemler arasındadır (KEİG 2014, Müftüoğlu ve Bal 2015).

Ayrımcılığa ve Cinsel Tacize Karşı Koruma Yoksunluğu

Cindoğlu ve Durakbaşı (2012); 1980 sonrası Türkiye’de değişen ekonomik ve sosyokültürel yapı, AVM’lerin kuruluşu, perakende sektörünün büyümesi konularını kapsayan araştırmalarında mağazalarda cinsiyet ve statü düşüklüğünü ima eden “tezgahtar kız” kavramı yerine “satış danışmanı” kavramının bilinçli bir çabayla kullanıldığına dikkat çekmişlerdir. Satış danışmanlığı için lise eğitilmiş, orta sınıftan, terbiyeli, bekar kadınlar (ev sorumluluğu olmadığı için özellikle genç ve bekar kadınlar) tercih edilmektedir. Tanımına toplumsal cinsiyet beklentilerini dahil etmesi bakımından, satış işi kadınlara özgü hale gelmiştir. Bununla ilişkili olarak, araştırmada cinsel taciz vakalarının yaşanması sık karşılaşılan bir durum olarak çıkmıştır. Ancak, taciz durumlarında; kadınlar, kurumsal olarak korunmamaktadır. Tacize uğrayan kadın, geri planda görevlendirilerek çözüm bulunmaktadır. Tacizle başa çıkma konusunda; çalışanların doğrudan ve anında tepki vermelerine dikkat çeken yazarlar, bunun nedenini satış, sekreterlik gibi cinsiyetlendirilmiş mesleklerdeki kadınların toplumsal cinsiyetlerinin daha fazla farkında olmalarına ve bu mesleklerin toplumsal algıda “erkeğe cinsel hizmet”i çağrıştırmasına karşı hep tetikte olmalarına bağlamışlardır.

Şahin, Aydın ve Sarı’nın (2012) cinsel taciz olaylarının AVM’lerde satış danışmanlığı yapan kadınlar üzerindeki etkilerini ve kadınların başa çıkma yollarını

belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada, kadınların cinsel tacizi nasıl tanımladıkları, cinsel tacizde bulunanların kim olduğu, işyerlerinde cinsiyet ayrımı yapılıp yapılmadığı, işverenler tarafından cinselliğin ön plana çıkarılması konusunda telkinler verilip verilmediği konularını araştırmışlardır. Bu çalışmada, görüşme yapılan tüm kadınların cinsel taciz konusunda bilgileri vardır. Kadınlar, müşterilerin patronların ve iş arkadaşlarının tacizine uğradıklarını söylemişlerdir. Başa çıkma yöntemlerine bakıldığında, kadınların en çok işten çıkmayı tacize çözüm gördükleri ortaya çıkmıştır. İşten ayrılacak durumu olmayıp, yeni iş bulamama korkusu yaşayanlar ise ya kişisel yollarla tacizciyi tehdit ederek ya da ses çıkarmayarak işine devam etmiştir. Hiçbir kadın durumu polise ya da adliyeye bildirmemiştir. Sadece ikisi, işyerindeki yetkililere bildirmiştir. İşyerinde cinsel tacize uğrayan kadınların, psikolojik açıdan olumsuz etkilendikleri gözlemlenmiş; ağlama krizleri, baş ağrıları, işe gitmede isteksizlik, kaygı bozuklukları, güvensizlik gibi sonuçların yaşandığı belirtilmiştir.

2.4. KADIN EMEĞİNİN EĞRETİLEŞMESİ

1980'lerden sonra esnekleşen işgücü piyasası, daha fazla kadının istihdama katılması ile sonuçlanmıştır. Böylece esnek işgücü yoluyla feminizasyon durumu yaratılmıştır. Eğreti veya kayıt dışı işlerde en çok kadınların çalışıyor olması; artan kadın istihdamının düşük maliyetlerde, güvencesiz ve esnek bir işgücü yaratılmak istenmesinin sonucu olması olarak yorumlanabilir.

İstihdamda eğretileşme, özellikle belirli işgücü grupları (özel sektörde çalışanlar, kadınlar, iş yaşamına yeni girmiş ya da girecek olan gençler ve göçmenler gibi) için yaygın bir hal almıştır. Bu gruplar, kötü işler ve çalışma koşullarının hâkim olduğu piyasa katmanlarına mecbur bırakılmıştır. Bu gruplar içerisinde kadınlar ve

özellikle belirli bazı kadın gruplarının (göçmen kadınlar, düşük eğitimli kadınlar, bazı hizmet sektörlerinde çalışan kadınlar) ağırlıkla yer aldığı gözlemlenmektedir. Yapılan çalışmalar gösteriyor ki, hemen hemen tüm ülkelerde atipik istihdam edilen kadınların istihdam oranı erkeklerden daha fazladır. Birçok çalışmada; kadınların aile içi sorumluluklarından dolayı esnek çalışmayı daha fazla talep ettiği iddia edilmektedir. Ancak, konuya daha derinlikli ve çok boyutlu bakıldığında görülecektir ki, fordist üretimden, post-fordist üretim şekline geçiş sürecinde, işgücü piyasasının yeni yapısı, yüksek ücret alan, işten daha güç çıkarılabilen, çekirdek erkek işçiler yerine, kısmi süreli çalışan, daha düşük ücret alan veya evde çalışan kadın emeğini teşvik etmektedir. Dolayısıyla, kadın istihdamındaki artış, aynı zamanda daha kolay işten çıkarılabilen, düşük maliyetli çalıştırılabilen esnek bir işgücü yaratma isteğinden de kaynaklanmaktadır. Göç, işsizlik ve yoksulluk olgularını erkeklere göre çok daha derin yaşadıkları birçok çalışmayla ispatlanmış olan kadınlar, gerçekten de geçimlerini sağlamak için standart dışı işlerde enformel çalışmayı kabul etmektedir. Bu çıkmaz sarmalda, enformelleşmenin getirdiği eşitsizlik, güvencesizlik, eğretilik ve yoksulluğun etkilerini en fazla yaşayanlar da yine kadınlar olmaktadır (Vosko, MacDonald ve Campbell 2009, Young 2010, ITUC 2011, Karadeniz 2011).

Kadınların en yoğun şekilde istihdam edildiği hizmet sektöründe (turizm ve otelcilik ile ilgili hizmetler, sağlık hizmetleri, eğitim, ev ve bakım hizmetleri) çalışma ve istihdam koşulları özellikle eğretilişme eğilimini yansıtmaktadır. Vosko, Kanada'daki durumu değerlendirdiği çalışmasında; satış ve hizmet sektörü, sağlık, sosyal hizmet, eğitim, büro hizmetleri sektörlerinde yarı zamanlı çalışmanın yaygınlığıyla güvencesizleşmenin de varlığından söz etmektedir. Benzer şekilde AB ülkelerini kapsayan araştırmalarda; hizmet sektöründeki kadınların standart dışı

istihdamının artışının, bu sektördeki güvencesizleşmenin yoğunluğuna işaret ettiği belirtilmektedir. Avrupa’da kısmi süreli çalışma oranı kadınlarda %50’lere varmaktadır. Yeni Zelanda’da güvencesiz çalışma koşullarının karşılaşıldığı sektörler olarak konaklama, hemşirelik, şarap-bira üretimi, perakende satış işleri öne çıkmaktadır. Dikkat çekici bir sonuç olarak Kanada, Yeni Zelanda ve Avrupa ülkelerinde güvencesizleşmenin hizmet sektöründe yoğunlaşması; hizmet sektöründe de evde bakım, sağlık gibi kadınların yoğun olduğu alanlarda çoğalması güvencesizleşmenin toplumsal cinsiyet boyutunu ortaya koymaktadır (Temiz 2004, Vosko 2004, Young 2010, Mckay, Clark ve Paraskevopoulou 2011).

Gelişmiş ülkelerde hizmet sektöründe yoğunlaştığı söylenebilen güvencesizleşmenin, az gelişmiş ülkelerde daha geniş bir alanda görüldüğü belirtilmektedir. Az gelişmiş ülkelerde, uluslararası iş bölümü ve küresel üretim ilişkileri sonucunda vasıfsız üretim işlerinin yaygınlaşması ve yasal koruma düzeyinin düşüklüğü sonucunda güvencesizlik oldukça yaygındır. Formel sektörde yaratılan işlere giremeyen kadınlar, enformel sektörlerde düşük ücretlerle kötü koşullarda ve sosyal güvenceleri olmaksızın istihdam edilmektedirler Dünyadaki çalışan yoksulların %60’ı kadınlardan oluşmaktadır (Temiz 2004, Mckay, Clark ve Paraskevopoulou 2011).

Son otuz yılda tüm dünyada milyonlarca kadın güvencesiz ve geleceksiz işlerde çalışıp, güvencesiz yaşamlar sürdürmekte ve geleceklerini belirsiz görmektedirler. İşgücü piyasalarındaki gelişimi ölçen veriler, kadınların güvencesizleşmesini göz ardı etmektedir. Güvencesiz çalışan kadınlarla ilgili küresel ölçekte veriler maalesef bulunmamaktadır. Ancak, Avusturalya, Kanada, Avrupa Birliği ülkeleri, Japonya gibi ülkelerde; ülke düzeyinde yapılan çalışmaların çoğu,

kadınların erkeklere göre oldukça yüksek oranlarda bu tip işlerde çalıştığını göstermektedir. (ITUC 2011) İngiltere’de yapılan bir çalışma, kadınların erkeklerin üç katı oranda yarı zamanlı işlerde çalıştığını, Kanada’daki bir diğer araştırma ise kadınların erkeklerden yüzde yirmi daha az ücretlere sahip olduğunu göstermektedir. (Young 2010) Kadınların güvencesiz ve kötü koşulları kabul etmek zorunda kalmasını anlamak için işsizlik durumlarına bakmak gerekir. İşsizliğin gerçek oranlarını anlamak için umutsuzluktan iş aramayan ama çalışmaya hazır kadınlar da dâhil edilmelidir. Kadınların eğreti, güvensiz işlerde yığılmasının ve daha iyi koşullara sahip işlerde çalışmıyor oluşunun göstergelerinden biri de, üst düzey/yönetici kadrolarında ve profesyonel meslek gruplarındaki düşük oranlarıdır. Son olarak, kadınların sendikalaşma oranlarının erkeklerinkinden çok düşük olduğunu gösteren çalışmalar da bulunmaktadır (Young 2010, Öngel 2012).

KEİG’in raporunda dikkat çeken en önemli nokta; eğretilişme analizlerine kadınların ve toplumsal cinsiyetin nasıl dâhil edileceğine yönelik; kadın emeği ve istihdamında eğretilişme eğilimlerini açığa çıkaran ‘İş ve İş Dışı Yaşam Dengesi’, ‘Zaman Yoksulluğu’ gibi analiz çerçeveleridir. (KEİG 2014) Her iki çerçeve de, ayrı bir çalışma konusu olacak kadar kapsamlı olduğundan bu tez çalışmasında kısıtlı bir şekilde yer verilmiştir.

3. DUYGUSAL EMEK

3.1. DUYGUSAL EMEK KAVRAMI

Günümüzde, duyguların yönetimin ve üretimin içine katılmasının karlılık için bir gereklilik haline gelmesinin temelinde müşteri ile birebir ilişkiyi gerektiren hizmet sektörünün hızla büyümesi önemli bir rol oynamaktadır. Müşteriyle birebir etkileşim halinde bulunan çalışanların davranış ve duygularıyla sergiledikleri performansın kendisinin bir emek haline gelmesi sonucunda duygusal emek, kavramsallaştırması gereken bir olgu olmuştur. Duygusal emek; çalışanlar, müşteriler ve işverenler açısından oldukça önemli bir işlev kazanmaya başlamıştır. Müşteriye “kaliteli” ve “iyi” hizmet sunmanın yolunun, çalışanların duygularının yönetilerek, önceden belirlenen davranış kuralları içerisinde davranmalarının sağlanmasına bağlı olduğu kabul edilmektedir. Çalışanın işini yaparken karşısındakine sergilediği davranışlarla, belirlenmiş bir duygusal mesajı iletmesi, yapılan işin gereklilikleri arasında sıralanmaktadır. Böylece çalışanların sergiledikleri duygular, kullandıkları jest ve mimikler kontrol altına alınarak; çalışanlardan, gerçek hissettikleri duyguları değil, önceden belirlenen duyguları göstermeleri beklenir. Müşterinin “kral” olduğu bu yeni alanda duygusal emek, işverenin karlılığı için hayati bir önem taşımaya başlamıştır. Duygusal emek, taraflarından biri olan çalışanlar açısından da yaptığı işteki “başarısının” önemli bir göstergesi ve gerekliliği haline gelmiştir (Man ve Öz 2009).

Artan rekabet koşullarında ayakta kalmak ve daha fazla kar elde etme isteğiyle güç kazanmak isteyen şirketler, çalışanlarının fiziksel, bilişsel, sosyal ve duygusal tüm özelliklerini kar elde etmek için bir araç haline getirirler. Devletin

piyasadan yok olması ve tüm alanı özel şirketlere bırakması sonucu kuralsızlık ve güvencesizlikle karşı karşıya kalan çalışanlar, şirketlerin fiziksel, bilişsel ve psikolojik boyutları olan isteklerine boyun eğmek zorundadır. Bu durumda çalışan, müşterisini etkilemek ve tercih nedeni olabilmek için duygularını da müşterinin hizmetine sunmaktadır. Bu durum duyguların metalaşmasına neden olur. Çalışanın hem kendisiyle hem işiyle hem de yaşamıyla kurduğu ilişki bu metalaşmadan etkilenir. Yeni piyasa, çalışanların bilişsel, sosyal ve kişisel niteliklerini pazarlanabilir görür. Çalışanlar için; işverenin ondan beklediği duyguları sergileyerek, gerçekte hissetmediği duyguları hissediyormuş gibi doğal görünerek müşterilerin beğenisini ve tercihini kazanmak bir zorunluluk haline gelir (Kart 2011).

Özkaplan (2010), neo-klasik iktisadın toplumsal cinsiyetçi bakış açısını metodoloji, kapsam ve konu bakımından kadını özel alana hapsetmesi itibariyle eleştirdiği makalesinde; iktisadın, kadın davranışlarını ve kadınlar tarafından yürütülen üretim faaliyetlerini iktisat dışına ittiğini söyler. Bakım emeğinin öznelliği ve kendine has özellikleri, duygusal emeğin bakım emeğiyle iç içe geçmesi ve ana akım iktisadın dışıl davranış biçimlerini dışlaması, bakım emeğini ve duygusal emeği ölçememesi üzerinden duygusal emeği tartışan yazar, ana akım iktisatta kadınların bakım için harcadığı duygusal emeğin görünmez kılındığından bahsetmektedir. Özkaplan, duygusal emek analizini bakım emeği ile sınırlı tutmaz. Duygusal emeğin hem hizmet hem de imalat sektörlerinde çalışandan beklenen bir özellik olduğunu vurgular. Özkaplan'ın (2010, 21) temel soruları;

Ne oldu da 20 yıl önce rasyonel, teknolojiye ve bilgiye güvenen yenilikçi işyerleri duygusallaştı ve işverenler çalışanların duygularını verimlilik, performans ve müşteri memnuniyeti açısından baş tacı etti? Duygusal-rasyonel ikiliği nasıl ortadan kalktı?"

olmuştur. Bu sorulara cevabı ise; karşılıklı etkileşim ve empati ile duyguların sağlıklı ilişkiler kurmak için sınırlanmasının ve çalışanların her türlü sömürüye gönüllü hale getirilmesinin istenmesidir. Böylece, sınırları alınmış bir şekilde uzun saatler boyu çalışan ve her türlü kaprise sürekli gülümseyerek cevap veren, daima kibar davranmak zorunda olan çalışanlar yaratılır. Çalışanların gülümsemesi de satılan bir şey haline gelir. İnsan duygularının hem sınıf hem cinsiyet açısından işyerinde kalıplaşması ve duygusal emeğin hem kadın hem erkek farklı sınıfları karmaşık yollardan etkilemesi ile duygusal emek, firmaların müşterilere sattıkları paketin bir parçası haline gelir. Özkaplan, duygusal emekle cinsiyetlendirilmiş emek ilişkisini kurmuştur. Mesleklerin ve sektörlerin cinsiyetlendirilmesi ve kadın işini yapılandıran cinsiyetlendirilmiş emek; işe girişten, işin gerektirdiği özelliklere, kadın bedenini metalaştıran kılık kıyafet, saç, makyaj normları, sabır, şefkat, anlayış, empati gibi öznelliklerin tamamını işin kendisi haline getirir. Böylece, yaptığı iş ne olursa olsun çalışan kadınlar, işin bir parçası olarak görünüşleriyle (bakımlı, şık, güzel, çekici olmak) ilgili birçok yaptırıma, uğramaktadır.

Bu standartlar ve zorunlulukların özellikle kadınlar için bir emek biçimi haline gelmesi, çalışanların hissetmedikleri duyguları yansıtmak zorunda olması ve bu durumun sonuçları, AVM’de satış işi yapan kadınların emek biçimlerini anlamak adına oldukça önemli bir çerçeve oluşturmaktadır.

Duygusal ve duygulanımsal emeğin detaylı analizlerine ve teorilerine bakmadan evvel, duygusal zekâ ve duygusal yeterlilik kavramlarına bakmak yerinde olacaktır. Illouz (2011), duygusal yeterliğin işte ve çalışmada nasıl ortaya çıktığı üzerinde durmaktadır. Yazarın duygusal yeterliği nasıl tanımladığı önemlidir. Akademik çevre, kültürel endüstrilerin farklı alanları, devlet ve üniversitenin uzman grupları, duygusal

yaşamı yönetilmeye ve denetlemeye muhtaç olarak tanımlar ve bunu sağlık ideali altında düzenler. Duygusal alanlar, duygusal yeterlilik tarafından düzenlenir. Duygusal yeterlilikten kasıt ise, psikologların tanımladığı ve desteklediği duygusal tarzı sergileme kapasitesidir. Duygusal yeterlilik; sosyal fayda, profesyonel gelişme ya da sosyal sermaye olarak tanımlanabilir. Belirli bir duygusal tarzı onaylama, meşrulaştırma, yetkilendirmenin yoludur. İşe alımlarda ve performans ölçümlerinde çalışanlara yapılan kişilik testleri üzerinden duygusal yeterlilik ölçülmektedir.

Illouz, duygusal zeka kavramının 90'lı yıllarda ortaya çıkıp tüm şirketleri bu kadar hızlı bir şekilde ele geçirmesini; duygusal davranışla ekonomik davranışın iç içe geçmesiyle ve duygusal yeterliğin benliğin çok önemli bir özelliği olduğunun psikologlarca iyice benimsetilmiş olmasıyla açıklamaktadır. Illouz, duygusal zekanın beş özelliğini sıralar: Öz farkındalık, duyguların yönetimi, empati, kendini motive etmek, ilişkilerin yürütülmesi. Bu özellikler doğrultusunda; duygusal zekayı da şöyle tanımlar: Kişinin kendisi ve başkalarının duygularını gözleme, bu duyguları ayırt etme, bilgiyi düşünce ve davranışlarında rehberlik edecek şekilde kullanma becerilerini barındıran bir zeka türüdür. Duygusal zeka işyerinde tıpkı IQ gibi bir sınıflandırma aracına dönüşmüş, performans kontrolü, tahmini, artırımı için kullanılan bir araç haline gelmiştir. Böylece, duygular nicel olarak ölçülüp değerlendirilen ve sınıflandırılan kategoriler haline gelmektedir. Yazar, duygusal tarzlar ve çeşitliliklerin sermayeye dönüştürülmesiyle bu sermayeyi ele geçirmek için oluşturulan yeni bir benlik dilinin varlığına da işaret etmiştir. Bir kozmetik markası olan L'oreal'in duygusal yeterlikler temel alınarak seçilen satış temsilcilerinin "eski" yöntemlere göre seçilenlerden daha fazla satış yaptığı ve işten ayrılma oranlarının daha düşük olduğunu duyurmasını; L'oreal'in satış rakamları ve ayrılma oranları

üzerinden duygusal yeterliği maddi bir form haline getirmesine örnek olarak vermiştir. Duyguların kapitalizme dâhil olarak yarattığı etkileri yukarıda özetlendiği gibi ortaya koyan Illouz, duygusal kapitalizmi; Duygusal ve ekonomik söylem ile uygulamaların birbirlerini şekillendirdiği, dolayısıyla da duyguların ekonomik faaliyetin önemli bir yönü haline getirildiği bir kültür olarak tanımlar.

3.2. DUYGUSAL EMEK TEORİLERİ

Duygusal emek, ilk olarak 1983 yılında Hochschild tarafından kavramsallaştırılmıştır. Bir havayolu şirketinde çalışan hosteslerin gülümsemelerinin, yolcuları memnun edecek unsurlardan (uçakta çalan müzik, yolcunun içtiği içecek gibi) biri olduğunu ve bu gülümsemenin sahte olduğunu söyleyen Hochschild, duygusal emeği şöyle tanımlar: Çalışanların müşterilere iyi hizmet verebilmek için onlarla iletişim halindeyken herkes tarafından gözlemlenebilen yüz ifadeleri ve beden hareketleri ile duygularını yönetmek için harcadıkları emektir (Hochschild 1983).

Hochschild, müşteriyle yüz yüze iletişim kuran çalışanları tiyatro aktörlerine, müşterileri de izleyicilere benzetmiştir. Nasıl ki tiyatro izleyicisi oyuncudan doğal ve inandırıcı bir performans bekliyorsa, müşteri de özellikle hizmet sektörü çalışanından işin gerektirdiği duygu ve davranışları doğal, içten ve güven verici bir şekilde performe etmesini beklemektedir. Hochschild'in, hizmet çalışanlarının müşterilere karşı uygun davranış ve duyguları gösterirken, uygun olmayanları göstermemesi açısından bu benzetmeyi yaptığı düşünülebilir. Bahsedilen uygunluğu belirleyen ise işverendir ve uygun ve uygun olmayan davranışlar duygusal davranış kuralları ile belirlenir (Öz 2007). Bu davranış kurallarının gerçekleştirilmesi için, çalışanın iki yolla duygularını kontrol altına aldığından bahseder. Bunlardan ilki, hissedilen duyguyu değiştirmeden,

davranışların düzenlenmesi olan yüzeysel davranma; ikincisi ise, çalışanların duygularını düzenleyerek hatta bizzat istenen duyguyu yaşayarak davranışlarını oluşturmaya anlamına gelen derin davranıştır. Her iki yöntemin de çalışmada yarattığı sonuçlar, etkiler bulunmaktadır. Yüzeysel davranmanın hissedilen duygu ile gösterilen duygu arasında fark yaratmasının duygusal çelişkiyi yarattığını, bu duyguları samimi olarak hissetmenin ise duygusal çaba harcamayı gerektirdiğini belirtmektedir. Bu durumların çalışanlar üzerinde yarattığı tahribatı araştırdığında ise, işverenin çalışanların duyguları üzerindeki denetim ve bu denetimin sonucunda çalışanın harcadığı duygusal çabanın; şiddetli baş ağrıları gibi psikosomatik sonuçlar, işe devamsızlık, yakın çevrelerindeki kişilere karşı tahammülsüzlük, çirkin sözler söyleme gibi sonuçlar yarattığını ortaya koymaktadır.

Tez çalışması kapsamında AVM'lerdeki mağazalarda satış işi incelendiğinde, Hochschild'ın belirttiği bu duygu ve davranış kurallarına rastlamak mümkündür. Ayrıca, Hochschild'ın duygusal emek gerektiren iş kategorileştirmesinden de bu belirlemeyi yapmak için faydalanmak mümkündür. Duygusal emek gerektiren işlerin müşterilerle yüz yüze ya da telefonla etkileşim içine girmesi; çalışanların müşterilerin duygularını ön planda tutması; işverenin çalışanların müşterilerle ilişkisi üzerinde denetiminin olması özelliklerinden yola çıkarak altı temel meslek grubunda duygusal emek ihtiyacı olduğunu belirtmiştir. Bu meslekler aşağıda sıralanmaktadır:

- Serbest meslek çalışanları: avukatlar, öğretmenler, doktorlar, hemşireler, sunucular, halkla ilişkiler çalışanları
- Evde çalışan hizmetliler: çocuk/yaşlı bakım işi yapanlar
- Ev dışında çalışan özel hizmetliler: garsonlar, kuaförler, çocuk bakıcıları
- İşletmeciler, yöneticiler

- ° Memurlar
- ° Büro, satış işleri: kasiyer, sekreter, satış görevlisi, postacı, bilet satıcısı, resepsiyonist

Elbette ki, hızla değişen iş gücü piyasalarında, duygusal emeği sadece bu altı meslek grubuyla sınırlamak mümkün değildir. Ancak, duygusal emek kuramında başlangıç olarak bu meslek gruplarının belirlenmesi önemlidir.

Hochschild'dan sonra duygusal emek teorisine katkıda bulunan Ashforth ve Humphrey (1993) sektörel olarak duygusal emek gereksinimini dört maddede sıralamaktadır. Müşterilerle iletişim halinde olan çalışanın çalıştığı kurumu temsil ediyor olması; müşterilerle yüz yüze veya sözlü iletişim gerektiren işler olması; hizmet sürecinde müşterinin de bir bileşen olarak süreçte yer alması ve müşteri çalışan ilişkisinin değişken, dinamik, her durumda öngörülemez olması, hizmet sektörünün bazı alanlarında sunulan hizmetin soyut olması nedeniyle müşterinin aldığı hizmeti çalışanın davranışları üzerinden değerlendirmesidir.

İki ismin Hochschild'ın teorisi üzerine eklediği bir kavram, yüzeysel ve derin davranışa ek olarak samimi davranış; örgüt tarafından istenilen izlenimi oluşturmaya yönelik çalışan tarafından oluşturulan bir davranış çeşididir. Duygusal emeği daha çok davranışlar üzerinden yorumlayan yazarlar, duygusal emeği bir izlenim oluşturma yönetimi olarak tanımlamışlardır. İzlenim oluşturmaya ise, müşteri etkileşimi esnasında müşterinin hizmete, ürüne ve markaya olumlu düşünceler beslemesini sağlamak için çalışanın davranışları ve duyguları üzerinde kontrol kurması olarak tanımlarlar. Ayrıca, Hochschild'den farklı olarak duygusal emeğin, çalışanların örgütün belirlediği davranış kurallarını kendilerine uyarlayarak kendilerini ifade etme kapasitelerini arttıracığından olumlu sonuçlar yaratabileceğini

savunmaktadırlar. Bununla birlikte, duygusal çelişkinin çalışanda özsaygı kaybına ve işi bırakma isteğine sebep olacağını da belirtmektedirler.

Morris & Feldman (1996), daha önceki isimlere göre duygusal emeğin daha karmaşık bir yapıya sahip olduğunu dşnmüşlerdir. Duygusal emeği; istenen duyguları ve davranışları yansıtmak için bir çaba, planlama ve kontrol süreci olarak tanımlamışlardır. İster yüzeysel ya da derin davranma olsun, ister samimi davranma olsun; her şekilde çalışanın bir çaba göstererek davrandığına dair saptamada bulunmaları, tüm davranışların işveren kuruluşun kuralları doğrultusunda olduğunu gösterir.

Duygusal emeği katmanlı bir yapıda kuran yazarlar, duygusal emeği etkileyen bireysel, örgütsel ve işle ilgili faktörler olduğunu göstermektedirler. Bireysel faktörler: cinsiyet, olumlu/olumsuz duygulanım halleri; örgütsel faktörler: alışandan beklenen duygusal davranış kurallarının açıklığı ve bu davranışların denetlenme yoğunluğu; işle ilgili faktörler ise, yapılan işin rutinliği ve çeşitliliği, hizmet sunulanın güçlü konumu, yapılan işte yüz yüze iletişimin gereklilik derecesidir.

Yazarlar, duygusal emeğin boyutlarını da daha önceki yazarlardan farklı olarak davranış boyutunda değil, duygusal emeğin özellikleri üzerinden tanımlamışlardır. Duyguların, etkileşimdeki kişilere gösterilmesinin sıklığı ilk özelliktir. Burada kastedilen; çalışanların, müşterilerle ne sıklıkta karşı karşıya kaldıklarıdır. Önceden belirlenen davranış kurallarını sergilemek için çalışanın harcadığı dikkat duygusal emeğin ikinci boyutudur. Burada dikkatten kasıt, sergilenen duyguların süresi ve yoğunluğudur. alışan müşteriyle ne kadar sık ve uzun süreli karşı karşıya gelirse, harcayacağı emek de artacaktır. Aynı şekilde, müşteriye yansıtılan duygular ne kadar yoğunsa, çalışanlar daha fazla çaba

göstererek daha fazla emek harcarlar. Üçüncü boyut; çalışanın, müşteriye göstermesi gereken duyguların çeşitliliği hakkındadır. Bu boyutta; çalışanlar, ne kadar farklı duygu geçişleri yaşarsa, harcadıkları emeğin de o denli artacağı anlatılır. Son olarak ise, daha önce yüzeysel davranış boyutunda bahsedilen duygusal çelişki, yani çalışanın gerçekte hissettikleriyle göstermek zorunda kalıp gösterdiği duygular arasındaki farktır. Bu farklılığın yarattığı duygusal çelişki ne kadar fazlaysa; çalışan, o kadar çok emek harcar demektir. Makalenin sonucunda ise, her dört boyutun da çalışanlarda duygusal tükenmişliği arttırdığı; ayrıca, duygusal çelişkinin de iş tatminini olumsuz etkilediğini ortaya koymuşlardır.

Grandey de (2000) çaba üzerine yoğunlaşmıştır. Davranış taleplerini yerine getirmek için; çalışanın, duygularını ayarlama çabasının bir süreç olduğunu vurgulaması da teorisinin farklı ve öne çıkan yönüdür. Grandey, duygusal emeğin ancak bir süreç olarak görülüp, her adımı detaylı analiz edilirse kapsamlı bir hale geleceğini ve örgütsel ve bireysel sonuçlarının olumlu hale getirilebileceğini söyler (Öz 2007).

Grandey'in teorisinin en belirgin noktası, duygusal emek sürecini psikoloji alanındaki duygu ayarı süreci ile birleştiriyor olmasıdır. Duygu ayarı, kişilerin hangi duyguları, kime, nasıl ve nerede yansıtmaları konusunda kendilerini regüle etmesidir. Duygu ayarlama süreci, iki boyutlu bir analizle anlatılmaktadır. Bunlar, önlem odaklı ve tepki odaklı ayarlama süreçleridir. Önlem odaklı ayarlama; kişiler, daha duyguları hissetmeden önlemler alır, ya da önceden hissedeceği duyguyu anlayıp daha hissetmeden o duyguda ayarlamalar yapabilir. Tepki odaklı ayarlama ise; kişilerde bir duyguyla oluşan tepkilerin bazen bastırılması, bazen de tamamen gizlenmesi durumu söz konusudur. Hizmet sektörü çalışanlarının müşterilere karşı her durumda yani ne kadar farklı duygular içerisinde olsalar da, nazik olmak ve tüm

duygularını gizlemek halinde olmaları tepki odaklı ayarlama için oldukça uygun bir örnektir. Önlem odaklı ayarlama, süreç dört adımdan oluşmaktadır. Kişi, ilk olarak hangi ortama gireceğini seçmekle duygu ayarlama sürecine başlar. Daha sonra, o ortamda olası bir istenmeyen duygu yaratacak durum halinde ortam değiştirme yolunu seçerler. Bu ilk iki durum, hizmet sektöründe çalışanlar için pek mümkün görünmemektedir. Her çalışan için ortamını seçme ve değiştirme imkânları bulunmamaktadır. Üçüncü adımda, çalışandan dikkatini farklı yönle çevirerek duygularını kontrol etmesi beklenir. Olumsuz bir durum içerisindeyken olumlu duygular hissettirecek şeyleri düşünerek olumsuz duygudan uzaklaşmaktır. Grandey'in son olarak belirttiği adım, çalışanın bilişsel olarak kendini regüle etmesi; yani, içinde bulunulan duyguyu ve durumu daha farklı bir açıdan görmeye çalışmasıdır. Daha önceki teorilerle birleştirdiğimizde, tepki odaklı davranma, yüzeysel bir davranış gerektirirken; dikkatini farklı bir yöne çekme ve bilişsel olarak değişme, daha derin düşünerek oluşturulmuş bir davranış şeklini gerektirir.

Sonuçları açısından Grandey, bireysel ve örgütsel bir ayrım yapmıştır. Duygusal tükenme, iş tatmini, duygusal yabancılaşma gibi bireysel nedenlerin yanında, örgütler için de müşteri-hizmet performansı bakımından sonuçları bulunmaktadır. Ayrıca Grandey, çalışanlar arasındaki dayanışmanın ve işverenin çalışana desteğinin bireysel ve olumsuz sonuçları azaltmada etkili olabileceğini öne sürmüştür. Çalışan, ılımlı ve olumlu duygulanımların hâkim olduğu bir ortamda çalışıyorsa ve işverenin desteğini hissediyorsa, yaşadığı olumsuz duygulanımlardan çok daha az etkilenir.

Bu teoriler, duygusal emeği hem işveren hem de çalışan açısından ele alan ve İşletme literatürüne daha yakın teorilerdir. Eleştirel sosyal bilimlerin duygusal emek yerine duygulanımsal emek olarak kavramlaştırmaları ve duygulanımsal emek

konusundaki yaklaşımları bir sonraki başlıkta detaylarıyla ele alınacaktır. Daha sonra ise duygusal ve duygulanımsal emeğin ilişkisi, benzer ve farklı yönleri tartışılacaktır.

3.3. DUYGULANIMSAL EMEK

Duygulanımsal emeğin ve duygulanım kavramının psikolojideki anlamına ve siyasi teoride kullanımlarına kapsamlı olarak baktığı çalışmada Akalın (2007); duygulanımı, kelimelerin tam olarak karşılamadığı, kavramadığı bir şeyi düşünmenin bir yolu olarak tanımlanmıştır. Duygulanım; işaretler, söylemler dünyasında bedenin tüm bu dışarıdan müdahaleler sonucu ürettiği ve dışarı saldırdığı bir enerji yoğunluğudur. Bu yoğunluk, bedenler arası ve bedenle dış dünya arasındaki tepkiler ve etkileşimlerden oluşur. Psikolojiden çıkan kavram, siyasi teoride ve sosyolojide de kullanılmaya başlanan, henüz oluşmakta olan bir kavramsal araçtır.

Hardt (1999); duygulanımsal emeği, maddi olmayan emeğin bir yüzü olarak tanımlar. Maddi olmayan emeği ise, küresel kapitalist ekonomi içerisinde baskın, sermaye açısından en yüksek değeri üreten, bu nedenle sermayenin yücelttiği bir emek olarak görür. Bir hizmet, bir kültürel ürün, bilgi ya da iletişim gibi maddi olmayan mallar üreten emeğe, maddi olmayan emek denir. Duygulanımsal emeği, kapitalist post modernleşme zincirinin en güçlü halkalarından biri olarak gören Hardt, duygulanımsal emeği üç aşamalı olarak analiz etmiştir: maddi olmayan emeği, günümüz postmodernleşme döneminin içine yerleştirmek; duygulanımsal emeği maddi olmayan emeğin diğer biçimlerine göre konumlandırmak ve biyoiktidar anlamında duygulanımsal emeğin potansiyelini incelemek bu aşamalardır.

Hardt ve Negri'nin maddi olmayan emeği kavramsallaştırdıkları “Çokluk İmparatorluk Çağında Savaş ve Demokrasi” eserinde (2004); 19. ve 20. yüzyıllarda endüstriyel emeğin, tarımı ve madenciliği, hatta toplumsal yaşamın kendisini aile,

okul, ordu gibi kurumlarla dönüştürdüğünü ifade ederler. Endüstriyel emek, 20. yüzyılın sonlarına doğru, yerini enformasyon, duygulanım ve iletişime dayanan maddi olmayan emeğe bırakmaktadır. Yazarlar, endüstrileşmeden yola çıkarak bugünü tanımlamışlardır. Nasıl 150 yıl önce endüstrileşme, toplumun her anına ve alanına sirayet ettiyse, bugün de emek ve toplum enformasyonel, iletişimsel ve duygulanımsal hale gelmiştir. Endüstri döneminin fabrika düzeni ve iş-iş dışında zaman/mekan ayrımının netliği, bugünün post-fordist düzeninde yerini esneklik ve hareketliliğe, sabit ve uzun süreli istihdamın gerileyişine bırakmaktadır.

Hardt ve Negri, “İmparatorluk” isimli eserlerinde (2001), ortaçağdan beri değişen üretim tarzlarının ve başat olan ekonomik sektörün o dönemki ekonomik paradigmaları belirlediğini öne sürerler. Birinci dönemde, tarım ve hammadde çıkarılması hâkimken; ikincide endüstri ve dayanıklı mallar üretimi (modernleşme/endüstrileşme); şimdiki paradigmada ise hizmet sağlama ve enformasyon manipülasyonu (postmodernleşme/enformatikleşme) ekonomik üretimin en önemli unsurudur. Bu paradigma arasındaki geçişler, yani bir paradigmanın bitip diğerinin başlaması; bu üretim alanlarının, nüfusun oranına ve çeşitli üretim sektörleri tarafından üretilen toplam değerin yüzdesi gibi nicel verilerine bakılarak belirlenir. Ancak, nicel göstergeler bir paradigmadan öbürüne geçişteki nitel dönüşümü ve her bir paradigmanın ekonomik sektörler arasındaki hiyerarşiyi ortaya koymaz. Gelişmiş ülke ekonomileri, sadece nicel unsurlar ya da iç yapılar tarafından değil, küresel sistemdeki hakim konumları tarafından tanımlanır. Günümüzdeki enformatikleşme, özellikle ABD’de olmak üzere tüm dünyada 70’lerin başından beri endüstriden sağlık, eğitim, finans, taşımacılık, eğlence, reklam gibi son derece geniş bir alanda değişken ve esnek beceriler gerektiren hizmet sektörüne kayma ve bu işlerin yapımında bilgi,

enformasyon, duygulanım, iletişimin merkezi rol oynaması anlamına gelir. 1970'den beri G7 ülkelerindeki istihdam rakamları üzerinden iki farklı enformatikleşme modeli belirlenmiştir: ABD, Kanada, İngiltere (hizmet ekonomisi modeli) ve Japonya, Almanya (enfo endüstriyel model) modelleri.

Nicel olarak baskın olmasa da, duygulanımsal emek diğer tüm emek biçimlerine sızarak kendi eğilimini dayatıp onları da dönüştürmeye başlamıştır. Maddi üretim; araba, TV, gıda, giysi gibi modern toplumsal yaşam biçimlerini yaratan araçlar/metaları üretir. Fikirler, imajlar, ilişkiler, duygulanımsal ilişkiler, iletişim ise toplumsal yaşamın araçlarını değil kendisini yaratır. Maddi olmayan emeğin ana biçimi ise duygulanımsal emektir. Duygulanımın duygudan farkı, sadece zihne değil, bedene de sahip olmasıdır. Rahatlık, esenlik, tatmin, heyecan, tutku gibi hisleri üreten ve işleyen bir emektir. İyi hal ve tavırları ve sosyal becerileri olan işçi duygulanımsal emekte uzmandır. Böylece, satış görevlisi, uçuş görevlisi, hukuk danışmanı vb. mesleklerde beklenen güler yüzlü hizmet gerekliliği, işverenlerin çalışanlarda aradığı asli vasıfları eğitim, tavırlar, kişilik, sosyal beceriler olarak belirler. Modernleşmenin bir önceki çağda yaptığı gibi, post modernleşme de insan oluşun bir tarzını yaratmaktadır. Ruhun üretimi ve insandaki değişimi anlamak, bu dönemi anlamak için yapılması gerektir. Fordizm'den Postfordizm'e geçişte temel değişiklik, fabrikayla piyasa arasındaki iletişimdeki ve üretim-tüketim ilişkisindeki değişim olmuştur. Artık, iletişim ve enformasyon üretimde merkezi bir rol oynar. Bu dönemin başat sektörü olan hizmet sektöründeki iletişim modeli sürekli enformasyon ve iletişim üzerine kuruludur. Endüstrileşme işçiyi nasıl ki işte ve iş dışında makine gibi davrandırıyorsa, enformatikleştirme de bilgisayar gibi düşündürür (Hardt ve Negri 2001, 2004).

Hizmet üretiminin temel yönü, insani ilişki ve etkileşimdeki duygulanımsal emektir. Sağlık hizmetinde özen, şefkat gibi duyguları gerektirirken, eğlence sektöründe heyecan, mutluluk, rahatlama gibi duygular gerektirir. Her durumda gereken şey duygunun yaratılması ve manipölasyonudur. Bedensel ve duygulanımsal maddi olmayan emek; elle tutulamama, rahatlama, ferahlama, tatmin/heyecan/tutku hissi gibi üretimler için gerekir. Kişiyi özel hizmetler, mahrem alandaki hizmetler ile ilk ortaya çıkan bu emek türü, insani ilişkiyle sunulan hizmet sektörünün tamamına yayılmıştır (Hardt ve Negri 2001, 2004).

Son olarak; Lazzarato (2005), maddi olmayan emeğin iki farklı yönüne işaret eder. İlki, ürünün enformasyonel bakımdan (gerekli becerilerin değişimi gibi) üretiminde gerçekleşen değişikliklerdir. İkincisi, ürünün kültürel içeriğini üreten, etkinlik bakımından normalde iş olarak görülmeyen faaliyetleri de (kamuoyunu belirleme ve kırmaya yönelik etkinlikler, kültürel, sanatsal zevk ve moda üretimi, tüketici normlarını oluşturma) kapsamaya başlamasıdır. Maddi olmayan emeğin yapısında; güvencesizlik, aşırı sömürü, yüksek hareketlilik, belirsiz süreli veya kısmi zamanlı olmak, “serbest çalışma” vardır. Reklam, moda, yazılım, fotoğrafçılık ve kültürel etkinlikler gibi alanlarda çalışmak; entelektüel beceriler, yaratıcılık, teknik bilgi, girişimcilik, güçlü iletişim becerisi gibi beceriler gerektirir. Maddi olmayan emek, tek başına değil, kolektif olarak kurulur, belirli bir mekânla sınırlanamaz, tüketicinin talebini karşılar ve aynı zamanda o talebi kurar. Maddi olmayan emeği sarf eden bir işçi; kendini ifade etmek, konuşmak ve iletişim kurmak zorundadır. Ayrıca, yine bu kişi özdenetimini sağlamalı, “ustabaşına” ihtiyaç duymadan kendi denetiminden ve motivasyonundan kendi sorumlu olmalıdır. Yani; işçiden, işverenin çıkarlarını işveren gibi gözetmesi beklenir.

3.4. DUYGUSAL EMEK DUYGULANIMSAL EMEK BAĞLANTISI

Duygusal ve duygulanımsal emeğin zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılıyor olması yanlıştır. Duygulanımsal emek, duygusal emeği hem kapsar hem de ondan oldukça farklıdır. Duygusal emek, iş yerinde, üretim alanında duyguların ücret karşılığı alınıp satılan bir metaya dönüşmesini vurgularken; duygulanımsal emek, duyguların metalaşmasını iş yerini aşarak tüm yaşama sirayet eden bir bütünlük içinde anlamlandırır. Bu kavramlar esasen post-fordist dönemde büyüyen hizmet sektöründe kullanılan emeğin yapısını anlatır. İnsanlar arası, yüz yüze iletişime dayalı hizmet sektöründe çalışanların dış görünüşü, davranışları –bir fabrika işçisinden farklı olarak- emeğin bir parçası haline gelir. Çalışanlardan beklenen, müşterileri memnun etmeleridir. Çalışanın kendine ait olması gereken duyguları da artık bir metaya dönüşmüş, verilen hizmetin parçası olmuştur. Duyguların ve davranışların denetimi, sermaye tarafından yapılmaktadır. Hizmet sektöründe üretim, bir ilişkisellik kurmak üzerine kurulmuştur. Bu ilişkisellik, duygulanımsal emeğe örnek olabilir (Akalın 2007, Özdemir 2014).

Hochschild (1983), klasik bir üretim ilişkisi üzerinden duygusal emek kullanımını sadece iş saatlerinde oluşan ve çalışanın da üretim esnasında tabii olduğu bu etkiden daha sonra çıktığını varsayar. Çalışanın mesai saatlerinde kendinden beklenen duygu ve davranışları sergilediğini; ancak, bu dayatmanın mesai dışında sürmediğini iddia eder. Hochschild'e göre; çalışanlar, kendilerine dayatılan bu rolle özbenlikleri arasında çatışma yaşar ve yabancılaşma ortaya çıkar.

Duygulanımsal emek ise, iş yerinde karlılığı artırmak için kullanılan duygusal emeği, üretim alanını kapsayan ve aşan, tüm hayata içkin bir emek olarak kavramsallaştırır. Hayatın her alanının sermaye tahakkümünde olduğunu ve emeğin

de bunun parçası olduğunu gösterir. Duygulanımsal emek çok daha karmaşık bir süreçte oluşur. Kapitalizmin farklı bedensel biçim/durum kapasitelerinin yeni emek biçimleri olarak yaratılması sonucu oluşur. Sermaye, bedenlerin bir kısmını belirli dönemler boyunca kullanmak için almak yerine yeni bedensel maddeleştirme biçimlerine başvurur. Bedeni, imge ve söylem ile denetim altına alır. Daha sonra post-endüstriyel üretime dahil eder. Müşteriye güler yüz gösterme, inandırıcı rol yapabilme, güven sağlama gibi en belirgin davranışları içeren duygusal emek süreçlerini kapsayan hizmet sektörüne karşılık mankenliği örnekleyen Hardt ve Negri, bu örnek üzerinden ayrımı ortaya koymaktadır. Başında bir amir olmayan kendi isteğiyle aç kalan mankende işin gereği olan açlığı, kendi isteğiyle yapıyor olması gerçek iç benlik, korkular, beklentiler ve işin dayatmaları arasındaki sınırların çok net olmadığını gösterir. Maddi olmayan emek, ilişkisellik, birleştiricilik, bağlayıcılık yönleriyle bedensellik ve bedensel kapasitelerle ilişkili biçimde ortaya çıkar. Bireye ait, kişiye özgü, bedenin parçası gibi görülen her durumun, hareketin, organın sermaye tarafından kapitalist mücadelenin parçası haline gelmesine ve kapitalizmin ihtiyaç duyduğu her türlü emek gücü ve bedensel kapasiteyi yaratmasına sebep olur (Akalın 2007, Özdemir 2014).

3.5. DUYGUSAL VE DUYGULANIMSAL EMEĞİN ÇALIŞANLARDA YARATTIĞI SONUÇLAR

Hochschild'ın 1983'te yazdığı ve duygulara yabancılaşma kavramını oluşturduğu, alandaki tüm diğer çalışmaların başlangıç noktasını oluşturan çalışmasında, havayolları firmasında çalışan hosteslerin eğitimlerine katılmış ve bu hosteslerden sürekli gülümsemelerinin beklenmesi üzerinden duyguların ticarileşmesi

ve duygulara yabancılaşma sonuçlarına varmıştır. Devam eden yıllarda kamu sektörü çalışanlarının, üniversite hocalarının, mavi yakalı çalışanların, modellerin, dansçıların, güzellik salonu çalışanlarının duygusal emek süreçlerini inceleyen çok sayıda çalışma yapılmıştır. Hizmet, özellikle satış (gayrimenkul, sigorta, reklam, yatırım, gıda, ilaç, seyahat, kozmetik) işinde kadınların oranının hızla artmasının sonucu cinsiyete dayalı çalışmalar yapılmıştır. Duygusal emek süreçlerinin cinsiyete bağlı olarak değiştiğini, birçok işte kadınlardan beklenen duygusal yoğunlukla erkeklerden beklenenin farklı olduğunu gösteren çalışmalar yapılmıştır. Man ve Öz'ün (2009) aktardığı, Bellas'ın¹⁸ çalışmasında, öğrencilerin kadın profesörlerden daha yakın ve sıcak ilgi bekledikleri ve bu beklentileri karşılanmayınca acımasız oldukları, ancak erkek profesörlerden hem böyle beklentileri olmadığı hem de karşılanmadığı durumda daha az tepki gösterdikleri görülmüştür.

Bu tez çalışmasında da AVM'lerde satış işi yapan kadınların yaşadıkları duygusal emek süreçleri ve bu sürecin kadınlar üzerinde yarattığı sonuçlar güvencesiz iş koşullarıyla bir arada ele alınacaktır. Bu kadın çalışanlardan işverenin beklentisi; çalışanın, göstermesini istediği duyguları gerçekten hissetmesi, ikna edici ve inandırıcı olmasıdır. Güvencesiz ve korumasız koşullarda çalışan da üzerindeki kontrolü ve kendisinden beklenen duygusal emeği sürdürürken hissettiği duygularını da değiştirmeyi, daima iyi görünmeyi işinin bir parçası olarak görmeye başlar. Çalışan, müşteriyle kurduğu yapay ilişkiler sonucu, derin bir duygusal yabancılaşma yaşar. Ekonomik bir çaba içerisindeki çalışan, kurduğu ilişkiyi bu amaca yönelik bir ilişki olarak değerlendirir. Ancak, görünürde sıcak samimi dostça bir ilişki gibi

¹⁸ Bellas, Marcia L. (1999); "Emotional Labour in Academia: The Case of Professors", The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science, No. 561: 96-110

gösterir. İlişki temel olarak bir çıkara dayanır ama görünüşte öyle olmadığı için sahte ve kurgusaldır. Bu ilişki, işin bir parçası haline gelir.

Duygulanımsal ve duygusal emeğin vasıfsızlaşmasının bir belirleyeni de yabancılaşmadır. Fikirler ve duygulanımlar işe katılınca ve çalışanlar yeni bir biçimde işverenlerin komutasına tabi hale gelince, yeni ve yoğun bir yabancılaşma yaşanır. Duyguları basitleştirme, parçalama, standartlaştırma ve tekdüzleştirme eğilimleri görülür. Çalışana, duygulanımlarını kontrol altına alma, biçimlendirme ve tektipleştirme; eğitimlerle, tecrübelerle, zor müşteri ile baş edebilme stratejileri şekillerinde öğretilir. Duyguları kontrol etme, kendini tutabilme, kontrollü davranma, kendini baskılama tecrübelerle öğrenilir. Duygulanımlarda standartlaşma, telkinlerle gerçekleştirilmektedir. Çalışanlara “Müşteri her zaman haklıdır” düşüncesi telkin edilir. Özdemir (2014), eğitimlerle yerleştirilmiş telkinlerin, iş öğretilirken kullanılan telkinlerin doğrudan vasıfsızlaşmayı işaret ettiğine dikkat çeker. Özdemir’e göre insan-insan ilişkisinin dramatik yapısını kar amacıyla veya baskısıyla rasyonelleştirme ve standartlaştırma, insani ilişki deneyiminin kaybıdır. Müşteriye olumlu/olumsuz söylenecek her şey önceden belirlenmiştir. Bunların dışına çıkılamaz. Duygulanımsal emeğin vasıfsızlaşmasının; iradeyi zayıflatan, karakter aşındıran, özsaygıyı yıpratıcı sonuçları vardır. İradenin işyerinde duygulanımsal deneyimlerle bağlantılı ve ilişkili olması, duygulanımların yabancılaştığı zaman irade güvencesizliğini yaratır.

Verili duyguların yaşanması şeklinde perforce edilmesi istenen bu süreç, çalışanların sosyal ve kişisel kimliğini zayıflatır. Sergilenmesi istenen sahte tavırlar, gerçek duygulara yabancılaşmaya sebep olur. Kişilerin kendi ilişkileri hakkındaki duygusal değerleri de bozar; kişileri, gerçek duygulara yabancılaştırır. Gerçekte hissedilenle davranışa yansıtılan duyguların arasındaki fark, duygusal uyumsuzluk yaratır. Duygusal uyumsuzluk, duygusal yorgunluk, tükenmişlik, depresif bir ruh

hali ve iş memnuniyetsizliği yaratır. Duyguların da yönetilebilme ve pazarlık unsuruna dönüştürülebilme süreci, çalışanların, kendilerini unutması, duygu dünyalarının karmaşık hale gelmesi, kendilerini bozulmuş hissetmesi, kimseyle görüşme isteği duymaması, kendi ailesinden uzaklaşması, giderek bencilleşme, kendilerine ait hiçbir şeyinin kalmaması, kendilerine saygılarının azalması ve insanlara güvenlerinin kalmaması gibi sonuçlar doğurmaktadır. Aynı zamanda, inanmadığı şeyleri sürekli söylemek zorunda kalan çalışan, rol yapma zorunluluğunun sonucunda yıpranmaktadır. Ayrıca, sürekli olarak birilerini memnun etme çabası içinde olmak, çalışanlarda bıkkınlık duygusu yarattığı gibi, yapmacık davranma zorunluluğu da çalışanların kendilerini yorgun hissetmelerine neden olmaktadır (Kart 2011, Kaya ve Serçeoğlu 2013).

Kart'ın çalışmasında (2011), “Çalışanların beyinlerinin kolonileştirilmesi” durumu kendilerini başkalarının özellikle de müşterilerin tanımlama ve değerlendirmesi üzerinden anlamlandıran çalışanların, duygu ve davranışlarına kuşatıcı iktidarın nüfuz etmesinin sonucudur. Beyinlerin kolonileştirilmesi; çalışanın bilişsel, duygusal ve davranışsal bağlamda belirlenmesi ve kontrol edilmesi sürecidir. Bu süreçte, çalışanlar denetimi içselleştirir. Bu içselleştirme, çalışanın kendisiyle ve yaşamıyla kurduğu ilişkideki kendi değerler sisteminin dışında davranmasına sebep olur. Çalışan, kişiliğinden uzaklaşır. Bu, Hochschild'ın tiyatro benzetmesinden çok bir istismara benzer. Çalışanın iktidara karşı gelmesini engeller. Kendini ve yaşamsal gerçekliğini algılayışına zarar verir. Gerçek, kendini kaybetmesi kendilik duygusunu kaybetmesi olarak ortaya çıkar.

Kart'ın çalışmasında (2011) belirttiği bir diğer önemli duygu da utançtır. Çalışanın beklenen verimliliğe ulaşamayınca, işverenin belirlediği satış hedefine

ulaşamayınca yaşadığı utanç, suçluluk, eksiklik ve yetersizlik duyguları duygu dünyalarında olumsuz sonuçlar yaratarak, kendileriyle olan ilişkilerinin bozulmasına sebep olur. Utanç duygusu, suçluluktan çok daha ciddi sonuçlar yaratır. Suçluluk bireysel sorumluluklara odaklanırken, utanç bireysel eksikliğe odaklanır. Çalışanın kendisinde var olan bilişsel, sosyal, duyuşsal yeterliliklere kuşkuyla yaklaşması, başarı ve başarısızlığın sorumluluğunu kendi yapamadıkları noktasında sorgulaması, daha varoluşsal bir hesaplaşmaya götürür.

Farklı sektörlerde hizmet veren firmalara hizmet sunan iki çağrı merkezinde çalışan 112'si kadın 34'ü erkek 148 kişiye uyguladıkları ölçek sonucu duygusal emeğin iş memnuniyetine etkisini incelediği çalışmasında Başbuğ (2010), çalışanların duygusal çelişki yaşamasının iş memnuniyetini azalttığı sonucuna ulaşmıştır. Duygusal emeğin, çalışmada belirlenen olumsuz etkileri; duygusal uyumsuzluk sonucu tükenmişlik, psikosomatik şikâyetler, fiziksel sağlığın olumsuz etkilenmesi, iş memnuniyetsizliği ve karakter aşınmasıdır. Duygusal uyumsuzluk arttıkça iş memnuniyeti azalır. Derinden hissederek rol yapma, iş memnuniyetini etkilememiştir. Ancak; çalışanın iş üzerindeki kontrolü, karar serbestliği, çalışma arkadaşlarından aldığı sosyal destek iş memnuniyetsizliği ve stresi azaltmıştır.

Çabuk ve Keleş'in (2011) yaptığı çalışmada, satış işi yapan kadın ve erkeklerde iş tatmini ve unsurlarının farklılık gösterip göstermediği ele alınmıştır. Çalışmada ele alınan temel konular; satış yönetiminde cinsiyet çalışmaları ve iş tatmini ile satış gücü içinde cinsiyet açısından iş tatmini konularıdır. İş tatmini; çalışanın işe duyduğu hoşnutluk ve hoşnutsuzlukla ilişkilidir. İş tatmini; işten ayrılma eğilimi, devamsızlık, motivasyon, örgütsel bağımlılık, müşteri tatmini gibi sonuçlarla

ilişkilidir. Çalışmanın sonuçlarına bakıldığında iş tatmininin boyutları, ortalamaları cinsiyetler arasında farklılıklar göstermemiştir.

Sennett (2005); yeni kapitalizmin maddi olmayan emekten beklentilerini esneklik, her an değişime hazır olma, seri hareket etme, rutin işlere daha az vakit ayırma, düzenlemelere ve formel prosedürlere yani bürokrasiye daha az bağlı kalma, risk alabilme, sorumluluğu başkalarına devredebilme, belirsizliklerle baş edebilme olarak sıralamıştır. Bu kriterlerin çalışanlara yansması ise, yüzeysel iş anlayışı, üretimin enformasyona dayalı olması sonucu maddi olmayan emeğin uçucu hale gelmesi, insanların mesleki kimliklerinin zayıflaması şeklinde olur. Yeni çalışma biçimlerinin kısa süreli/geçici olması, esnek örgüt yapıları, çalışanlar arasında zayıf arkadaşlık bağları ve yüzeysel sosyalleşme imkanları toplumsal bağları zayıflatır. Çalışmanın, bireyler için kendini gerçekleştirme aracı ve toplumsal bağın merkezi olma iddiası, ortadan kalkar. Dürüstlük, güven, sadakat, bağlılık iyi bir iş/çalışma şeklinin değil, iyi bir karakterin özellikleriyken; duygulanımsal emeğin gerektirdiği duyguların manipülasyonu, iradeyle davranışı birbirinden koparır. İş ve iş dışının ayrımının muğlaklaştığı yerde, işteki duygusal manipülasyonun gündelik yaşamda da devam etmesi, çalışanların kendi yaşamları üzerinde kontrollerini kaybetmelerine ve çalışma yaşamlarını günlük hayatta bir anlatı olarak sunmalarına yol açar (Emirgil 2010).

Man ve Öz'ün (2009) çağrı merkezlerinde çalışanların duygusal emek süreçlerini anlamaya yönelik yaptıkları çalışmada amaçları; duyguların kullanılması ön planda olan bir işte çalışanların emek süreçlerindeki karanlık noktaları ortaya çıkarmak ve bu noktaların yapılan işin içinde bulunduğu bağlamdan kaynaklandığını göstermektir. Yazarlara göre, çalışanları birer maliyet unsuru ve en önemli kaynak olarak değil, sosyal bir varlık olarak gören bir bağlamda duyguların ticarileşmesinin

yarattığı olumsuz sonuçlar ortadan kaldırılabilir. Çağrı merkezlerinin yoğun ve stresli çalışma koşulları, yüksek işgücü devir oranları, bir kariyer mesleği olarak görülmemesi nedeniyle literatürde yeni terhaneler olarak isimlendirildiğini belirten yazarların bu tanımlamada kullandıkları unsurları AVM’ler için düşününce AVM’lerin de terhane koşullarından çok uzakta olmadığı söylenebilir.

Duygusal ve duygulanımsal emeğin birçok sonucunu inceleyen ampirik çalışmalarda duygusal emeği sergileyen çalışanların neler yaşadığına, karşılaştıkları zorlayıcı durumlarla nasıl başa çıktıklarına, göstermek zorunda oldukları davranışları sergilemek için harcadıkları duygusal emeğin fiziksel ve psikolojik olarak ne tür sonuçlar yarattığına yer veren ve aynı zamanda çalışanların sözünü duyuran çalışmalara pek rastlanmamıştır. Bu tez çalışmasının temel amaçlarından biri, yapılan derinlemesine görüşmeler neticesinde satış görevlisi olarak çalışan kadınların duygusal emek süreçlerine ve bu emeğin çalışanlarda yarattığı sonuçlara yakından bakabilmektir.

4. SAHA BULGULARI

Bu tez çalışmasında veriler, derinlemesine görüşme tekniğiyle toplanmıştır. Derinlemesine görüşme tekniği ile veri toplanmasının temel nedenleri: Araştırmada az sayıda kişiden detaylı bilgiye ihtiyaç duyulması, araştırma sorularına ilişkin yüzeysel bilgiden çok kişilerin görüş, düşünce, fikir, bakış açısı, duygu ve deneyimlerine önem verilmesi ve derinlemesine görüşmenin bu verileri daha ayrıntılı ortaya çıkarabilmesi olarak sıralanabilir (Kümbetoğlu 2012). Ayrıca sosyal gerçekliğin kavranması için anlam ve yorumlamaya ihtiyaç duyulmaktadır (Punch 2011).

Yapılan yarı yapılandırılmış açık uçlu derinlemesine görüşmelerde; araştırmanın soruları AVM’lerde çalışan kadınların anlatı ve ifadeleri, düşünce ve değerlendirmeleri ışığında cevaplandırılmaya çalışılmıştır. Görüşme yapılan kişilerin yoğun çalışma saatlerinden dolayı görüşme zamanlarının kısıtlı olacağı göz önünde tutularak, hazırlanmış olan bir rehber form ile farklı insanlardan görüşülen konu hakkında daha sistematik ve bütünlüklü bilgi edinilmiştir. Bu form, görüşmelerde ortaya çıkarılması planlanan veriler için soru ve başlıkların bir listesi şeklinde oluşturulmuştur. Sorular hazırlanırken, soruların görüşülene bir anlam ifade etmesine, görüşülecek kişilerin deneyimleri, koşulları ve faaliyetlerine uygun olmasına, ihtiyaç ve haklarına duyarlı olmasına, görüşülenlerle bir etkileşim ortamı yaratmasına ve araştırma sorusuna odaklanmış olmasına dikkat edilmiştir. Türleri bakımından sorulan sorular: demografik sorular, deneyim/davranış soruları, fikir/inanç soruları, duygu soruları, bilgi soruları ve duyumsal sorular olmuştur (Kümbetoğlu 2012, Creswell 2015).

Araştırmada, AVM’lerde çalışan kadınlarla yapılan görüşmelerin ses kayıtlarının çözümü, görüşme esnasında alınan notlar ve gözlem notları veri olarak

kullanılmış; bu veriler, belirli temalar altında metne dönüştürülmüştür. Görüşme çözümlemesi, oldukça zaman alan ve zahmetli bir süreçtir. Araştırmanın bu sürecinde Kümbetoğlu'nun (2012) aktardığı çözümlemeye dikkat edilmesi gereken hususlar, çözümlemeyi kolaylaştırmak için göz önüne alınmıştır. Nitel veri grubu, analitik kategoriler oluşturularak kodlanmıştır. Oluşturulan temalar, görüşmeci anlatılarından ve araştırmanın temel sorularından yola çıkılarak belirlenmiştir. Metinde sıklıkla tekrarlanan, odaklanan kavramlar ve temalar saptanmış, benzer anlamlara sahip veriler aynı başlıkların altına yerleştirilmiştir. Böylece, sorularda ve ifadelerde yer alan ve teorik çerçevede belirlenen kavramlar etrafında metin bölümlere ayrılmıştır. Bu parçalar arasında karşılaştırmalar yapılarak farklılıklar ve benzerlikler ortaya çıkarılacaktır (Neuman 2013).

Bu araştırma, feminist araştırma yöntemlerine bağlı kalınarak gerçekleştirilmiştir. Görüşmeci kadınlar, birincil veri kaynağı, “bilen öznel ” olarak kabul edilmiştir. Araştırmanın soruları görüşmeci kadınların aktardığı bilgi ve deneyimler ışığında cevaplandırılmıştır. Görüşmeler kadınların deneyimlerinden ve yaşam anlatılarından derlenen bilginin önemini bilerek kurgulanmıştır. Bu çalışmada, bir feminist araştırma ilkesi olarak, araştırılanlarla araştırmacı arasında eşitlikçi ilişkiler kurulmaya çalışılmıştır. Görüşmecilerle hiyerarşik olmayan, karşılıklı anlayış, duygu, deneyim ve fikir paylaşımına dayanan yakın ve samimi ilişkiler kurulmasına özen gösterilmiştir. Toplumsal gerçekliklerin homojen olmaması, kadın ve erkek deneyimlerinin aynı kültürel alanda dahi olsalar farklılaşması, aynı gerçeklikler içinde kadınların yaşadığı eşitsizlikler, ayrımcılık, çelişkiler ve çatışmaların daha görünür hale getirilmesinin gerekliliği, bu araştırmanın da AVM’de çalışan kadınlarla yapılmasının temel motivasyonlarıdır (Harding 1990, Ramazanoğlu ve

Holland 2002, Ackerly ve True 2010). Böylece bu araştırma kapsamında, *“hayatın içinde biricik ve kişisel olan deneyimlerin çoğullaşarak paylaşılan bir bilgi birikimine dönüşmesi”* hedeflenmektedir (Kümbetoğlu 2012, 56).

Çalışmanın alan araştırması üç ayda tamamlanmıştır. Bu çalışma kapsamında alışveriş merkezlerinde satış işi yapan 20 kadın satış görevlisi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Yapılan derinlemesine görüşmeler, çoğunlukla kişisel bağlantılar sayesinde tanışılan, AVM’de çalışan kadınlarla yapılmıştır. Bu kişilerden birkaçının vasıtasıyla başka kadınlara da ulaşılmıştır. Ancak, bu yöntemle ulaşılan kişilerden birkaçı da görüşme talebini reddetmiştir. Kartopu örneklem yöntemiyle sadece üç görüşmeciye ulaşılmıştır. Araştırma esnasında, iletişime geçilmesi planlanan AVM Çalışanları Derneği¹⁹ ile işbirliği talep edilmiştir. Ancak, maalesef bu dernekten geri dönüş sağlanamamıştır. Görüşmeciler, Ankara’daki AVM’lerden birinde, gıda dışı perakende sektöründe (çok katlı mağaza, eczane, kozmetik-parfüm, giyim ve ayakkabı, mobilya, dayanıklı tüketim malları, eğlence ve kişisel) çalışmış ya da çalışıyor olmak ve kadın olmak kriterlerine göre belirlenmiştir.

Yapılan görüşmelerin uzunluğu 40 dakika ile iki saat arasında değişmektedir. Görüşmelerin üç tanesi mağaza deposunda, üç tanesi de mağazanın içinde yapılmıştır. Diğer tüm görüşmeler kafe, pastane gibi mekânlarda yapılmıştır. Çalışma boyunca görüşmecilerin gerçek adları kullanılmamaktadır. Görüşmeciler, Ankara’nın farklı semtlerinde bulunan ve farklı gelir gruplarına hitap eden dokuz

¹⁹ Kurucuları içinde AVM çalışanlarının da bulunduğu dernek, çalışanların haklarını, sıkıntılarını, çalışma koşullarının iyileştirilmesi başta olmak üzere, geleceğe yönelik neler yapabileceklerini konuşabileceği, birbirleriyle paylaşabileceği ve başta işveren olmak üzere toplumun tüm kesimlerine seslerini duyurabileceği bir adreste birleşebilmeleri amacıyla, faaliyet göstermektedir. Dernek, bu amaçlar doğrultusunda etkinlikler düzenlemek, AVM çalışanları arasındaki iletişimi ve işbirliğini güçlendirmek, çalışma hayatında yaşamış oldukları sıkıntıları dile getirmek, haklarının iyileştirilmesini sağlamak, seminer ve çeşitli eğitimler düzenlemek gibi faaliyetler göstermektedir. Dernek, özelde tüm AVM Çalışanlarının sesi olmayı ana hedef olarak belirleyerek, sonuç itibarıyla kamu yararının gerçekleşmesi ilke ve hedefi doğrultusunda çalışmalar yapmak amacı ile kurulmuş olduğundan bu tez çalışmasında işbirliği sağlanabileceği düşünülmüştür.

farklı alışveriş merkezinde; giyim, kozmetik, mayo, iç giyim ve çorap, büyük mağazacılık, yeme-içme, bijuteri ve aksesuar, ayakkabı, yapı market, mücevher, saat ve optik mağazalarında çalışmaktadırlar. Çalışmada hiçbir mağazanın gerçek ismi kullanılmamıştır.

4.1. DEMOGRAFİK BİLGİLER

Görüşmeciler, 21 ile 45 yaş aralığındadır. Sekiz görüşmeci 25 yaş altında, on görüşmeci 25-40 yaş aralığında ve sadece 2 görüşmeci 40 yaş üzerindedir.

Görüşmecilerin eğitim durumlarına bakıldığında ortaokul ve üniversite mezuniyeti aralığında bir dağılım görülmektedir. İki görüşmeci liseyi yarıda bırakmış, ortaokul mezunudur. Yedi görüşmeci lise mezunu, üç görüşmeci ön lisans mezunudur. Sekiz görüşmeci ise lisans mezunudur. Sekiz üniversite mezunu görüşmeciden üçü açık öğretim, beşi de örgün eğitim mezunudur. Mezun olunan bölümler; Kimya, Turizm ve Otelcilik, Astronomi ve Uzay Bilimleri, İktisat, Kamu Yönetimi ve İşletme bölümleridir.

Lise mezunu iki görüşmeci, üniversiteyi kazandığı halde maddi yetersizliklerinden dolayı okuyamadıklarını belirtmiştir. Eğitim durumları sorulduğunda lise mezunu dört görüşmeci, lise mezunu olduklarını söyledikten sonra yaptıkları iş itibarıyla üniversiteyi okumadıkları için çok şanslı olduklarını; çünkü üniversite okuyan iş arkadaşlarıyla aynı şartlarda ve aynı ücretle çalıştıklarını ve onlardan dört sene önce çalışmaya başladıkları için erken emekli olabileceklerini belirtmişlerdir.

Ben lise mezunuyum. Ama yani, o yapı marketinde arkadaşlarımı gördükten sonra üniversite mezunu olmadığım için şükrettim. Çünkü aramızda işte bayağı, kimya mühendisliği, fizik mühendisliği vs. mezun olan insanlar vardı. Şartlara bakınca aynı parayı alıyorsun ama onlar

senden 4 yıl hani fazla üniversite okumuşlar. Ama, benim 4 yıl sigorta başlangıcım fazla. Yani, 1-0 önde başlamış gibi oldum onlardan (Keriman).

Yani, şöyle düşünüyorum; şu an okuyan da, okumayan da aynı mevkide. Sadece bir statüde oluyor o kadar, benim için öyle. Şu an mesela ODTÜ mezunları bile Kızılay gibi mekânlarda garsonluk yaparken; yani, okusan da bir yere gelemiyorsun. Bu ülkede gelinmez (Meltem).

Görüşmelerde, görüşmecilere medeni durumları sorulmuştur. Altı görüşmeci hiç evlenmediğini, bir görüşmeci boşandığını, beş görüşmeci nişanlı olduğunu, sekiz görüşmeci de evli olduğunu söylemiştir. Evli görüşmecilerin üç tanesinin bir çocuğu, bir tanesinin iki çocuğu, bir tanesinin de üç çocuğu vardır. Üç evli görüşmecinin çocuğu yoktur. Çocuğu olan tüm görüşmecilerin çocuklarının bakımı anneanne ya da babaanne tarafından üstlenilmiştir. Üç çocuğu olan tek görüşmeci de çalışma hayatına çocukları büyüdükten sonra, otuzlu yaşlarının sonunda katıldığını belirtmiştir.

4.2. ÖNCEKİ İŞ DENEYİMLERİ

Çalışmanın, eğreti iş özelliklerinin belirlendiği ikinci bölümünde belirtildiği gibi çalışanların yaptıkları işe yönelik seçim imkânlarının olmaması bir eğretileşme göstergesidir. Görüşmecilerin hepsine daha önceki iş deneyimleri sorulmuştur. Saha çalışması kapsamında görüşülen kadınlara önceki iş deneyimleri ve satış danışmanlığı mesleğini yapmaya nasıl karar verdikleri sorulurken de hangi koşullarda meslek seçimlerini yaptıklarının öğrenilmesi hedeflenmiştir. Bu soruya verilen cevaplardan yola çıkarak önceki deneyimleri sınıflandırmak mümkün olmuştur. Üniversite eğitimi alan ancak kendi mesleğini yapabilecek iş bulamayanlar AVM’lerde çalışmaya yönelmektedir. Görüşmecilerin bir kısmı kendi mesleğini yaparken oldukça kötü koşullarda çalışmak zorunda kaldıkları için AVM’lerdeki mağazalarda satış işi yapmaya karar vermişlerdir. Bir de önceki iş deneyimlerinde

oldukça sık aktarılan; caddelerdeki mağaza çalışma koşullarının AVM'lere göre oldukça kötü olmasıdır. Bu nedenle, görüşmeciler cadde mağazalarından AVM'lerdeki mağazalara geçtiklerini belirtmişlerdir. AVM mağazalarının gerektiği gibi denetlenmese de; cadde mağazalarına göre daha iyi denetlenmesinin, koşulların görece daha iyi olmasını sağladığı düşünülmektedir. Tüm görüşmeler değerlendirildiğinde, çalışanların meslek seçimlerinin yaparken tercih şanslarının oldukça düşük olduğu söylenebilir.

Görüşmecilerden; Kimya bölümü lisans mezunu olan Ezgi ve Turizm Otelcilik ön lisans mezunu Ayşe, kendi mesleklerini yapabilecekleri işler bulamadıkları için satış danışmanlığı yapmaya karar verdiklerini söylemişlerdir.

Kimya okudum, bitirdim, bir dönem kendi işimi yaptım; ama, çok şey değildi sevmedim. Çünkü kendi işimi yapacağım bir alan yok Ankara'da. Nasıl diyeyim? Kimya okuyorsun ama sağlıkla ilgili daha çok alan var; çünkü fabrika falan çok yok burada, hepsi şehir dışında. Hani Tekirdağ falan vardı, oralara da gitmek istemedim açıkçası. Bir de, bölümden çok mezun veriyorsun. Orda, taş çatlasa 2 kişi çalışıyorlar zaten; bir gıdacı oluyor, bir kimyacı oluyor. O yüzden, iş alanı da az. Sağlıkla ilgili bir yerde çalıştım. Zaten orası kapanmak üzereydi; yani, el değişikliği yapacaktı. O yüzden o gelen kendi elemanıyla yapacak tabi. Dedim beni çıkarabilirsin, ben de istemiyorum. O vesileyle, ondan sonra hani ilgi alanım vardı, makyajdı falandı filandı, ondan sonra öyle başvurduk (Ezgi).

Acente gibi bir yer bulamadım. Böyle çağrı merkezi gibi bir yer bulamadığım için. Bir de, hani otellerde falan çalışmak istemedim. Ailem de pek istemedi, nişanım da öyle. O yüzden, hani çocuklarla ilgili bir bölüm olsun istedim. Hani kreş, anaokulu öyle bir yer de yoktu; bulamadım okuduğum bölüm yüzünden. Burası oldu. Daha iyi oldu bence burası benim için; iyi yani hep aradığım bir yerdi sonuçta, öyle... (Ayşe).

Aslı ve Keriman'ın önceki sekreterlik tecrübeleri oldukça benzerdir. İyi bir üniversitenin Büro Yönetimi bölümü mezunu olan Aslı mesleki tecrübelerini şöyle aktarmıştır:

Kendi mesleğimle ilgili iş bulamıyorum; çünkü resmen insan ezmek için çalıştırıyorlar. Biz ezilmek için okumuşuz gibi düşün. İki tane diş doktorunun yanına gittim, asistanlık olarak. Hele birisi şey dedi; “Ben ne yesem onu yiyeceksin, market alışverişi yapacaksın, bulaşığı yıkayacaksın, her yeri toplayacaksın.” Ben dedim ki, “Affedersin ama geri kalan zamanda ne öğreneceğim?” 9 saat çalışıyorsun, ne öğreneceğim, hiçbir şey. “Kusura bakmayın” dedim “Siz ezmek için birini arıyorsunuz”, o da dedi ki “Evet, ben lise mezunu arıyorum”. O yüzden dedim ki, şuna bak dedim ben hani önceki çalıştığım pastanede 12 saat çalışıyordum; ama hiç olmazsa mutluydum çalıştığım yerde. Burada, hep bir baskı hep bir şey olacak, yani diş hekiminin yanında. Sonuçta, bir sürü insanla uğraşacaksın ama az para alacaksın, ezecek seni yani (Aslı).

Lise mezunu olan Keriman, yoksulluk yüzünden üniversite okuyamayınca avukatlık bürolarında sekreterlik yapmaya karar vermiş. Ancak buralarda yaşadığı kötü tecrübelerden sonra satış danışmanlığı işi aramaya başlamıştır.

Tandıklarım vasıtasıyla bir hukuk bürosunda başlayayım dedim. Ama sonu kötü bitti, çünkü çalıştığım avukat sarkıntılık falan edince direk kaçtım. Yani, 1 haftamı falan doldurmadan, kötü sonuçlandı. Ve ben de pılımı pırtımı topladığım gibi kaçtım, gittim. Sonrasında, tekrar bir hukuk bürosu daha, tekrar hani girdim. Ondan sonra, orada da bayan bir avukatla çalıştım. Yaklaşık 6 aya kadar falan. Ama egosu biraz fazla yüksekti. Enteresan şeyler oldu onunla da... Böyle ezmeye, küçümsemeye falan çalıştı. Ondan sonra... Bir gün hatta şeyden, keşiften geldiğinde, hava çok yağmurlu ve çamur olmuştu her taraf... Ayakkabılarımı temizler misin falan yaptı bana. Dedim ki ben, hani verdiği üç kuruş para, bunun ne nazını çekiyorum, ayakkabısını temizleme falan... Dedim ki ayrılıyorum ben, zaten onun da kafasında hani benle yollarını ayırmak varmış. (Keriman).

Kız Meslek Lisesi Güzellik ve Saç Bakım Hizmetleri Bölümü okuyan Nazan, yaşadığı kötü staj tecrübesinden sonra asla kendi mesleğini yapmak istemediğini anlattı.

İlk, 14 yaşında staj yaparak başladım. Orası çok çok kötüydü, çok kötü bir deneyimdi. Sırf o kötü staj yüzünden mesleğimi bıraktım, yapmadım. Düşünün, biz aynı sınıftan dört arkadaş orada staj yaptık. Sonra hiçbirimiz mesleğimizi yapmadık, o staj deneyiminden sonra. O dört kişiden sadece bir kişi yapıyor, o da öğretmen oldu da yapıyor. Güzellik uzmanı sektöründe biraz böyle fazla sömürü var. Ya da biz çocuktuk, tabii asgari ücretin 3’te 1’i maaş vermek işlerine geliyor, stajyer çalıştırıyorlardı. Biz sabah 8’de girerdik, akşam 7’ye kadar yemek yemeden çıktığımız günler oluyordu (Nazan).

Bir diğerk Kız Meslek Lisesi mezunu Arzu ise Çocuk Gelişimi bölümünü bitirdikten sonra, kendi mesleğini yapmayı çok istediğini ancak koşullarının çok kötü olduğunu aşağıdaki gibi aktarmıştır.

700 liraya çalışıyordum kreşte, sigortasız çalışıyordum, ama yine de çocukları bırakamazdım. O yüzden gitmedim. Sonra, kreşte tüm kadroyu değiştirdiler. Yani, müdürüne kadar bütün kadroyu değiştirdiler, hepimizi çıkardılar (Arzu).

Önceki tecrübeleri sorulduğunda görüşmecilerin çoğu cadde mağazalarında, mahallelerdeki küçük dükkânlarda çalışma deneyimlerini aktarmışlardır. Örneğin, liseyi yarım bıraktıktan sonra, mahallesindeki bir mağazada çalışma tecrübelerini aktaran Nermin’in anlatışında, işyeri evin bir uzantısı gibidir. Belirli bir iş tanımı yoktur. Patrona “hizmet etmek” işin bir parçasıdır. Kayıt dışı ve düşük ücretle çalıştığı bu yerde her işi yaparak, patronundan fiziksel ve psikolojik şiddet görmektedir. Nermin, görüşmenin ilerleyen dakikalarında bu tecrübesinden sonra AVM’de çalışmanın ona çok iyi geldiğini, kendini “çalışan bir kadın” olarak hissettiğini belirtmiştir.

İlk girdiğim dönemde, zaten 15 yaşında falandım, yani lise 1’den terk ettim okulu. O zaman annem şey diyerek verdi, eti sizin kemiği de sizin olsun falan diyerekten beni verdi işe. Orada, patron çok agresif bir insandı. Ya o bana böyle hiç unutamayacağım insan olarak kaldı aklımda. Ya çok değişik insanlar gördüm orada. Çok şey yaptım ben ya orada ciddi anlamda. Yemeklerini hazırlıyordum, lavabolarını temizliyordum. Çaylarını, kahvelerini yapıyordum. Daha yaşın da küçük, yani annemin aslında beni atacağından dolayı değil bir şeyleri öğrenmem gerektiği için bunu yaptığını düşünüyorum şu an, ama tabi normal psikoloji altında çalışmadım ben orada. Hani yani yemek yapmayı bilmiyorsun, gidiyorsun adamın yemeğini, kahvesini hazırlıyorsun, lavabo temizliyorsun. Ya da ne biliyim, sürekli bir baskı altındasın. Şu düzgün olacak, şurası şöyle olacak, şurası böyle olacak. Ee bir de satış şeyi var o arada, satış öğrenme aşaması var, müşteriye bir yan baksan ya da yanlış bir laf söylemiş olsan niye böyle yaptın deyip kavga çıkaran bir insanla çalıştım ben orda. Adam bir kere çok sinirlenip kafama hesap makinası fırlatmıştı bunu hiç unutmuyorum (Nermin).

Bir diğ er cadde mağazası deneyimi aktarımında da çalışma koşullarının görece kötülüğü ve denetimsizlik ortaya çıkmaktadır.

Kızılay’da, Meşrutiyet Caddesi’nde çalıştım. Ordan “full-time” oldum. “Full-time” olduktan sonra, bizim haklarımızın yenildiğini gördük. Hani çalıştıkça prosedürü öğreniyorsun, işin işleyişini öğreniyorsun. Bizim mesela sigortalarımızda girdi-çıktı yapıyorlarmış. Primlerimizi mesela elden ödüyorlardı. Hani bu tarz haklar yeniliyordu. Ee dediğim gibi, bu konuda daha yeni işe başladığın i in çok fazla bilmiyorsun. Hani başka firma değiştirdikçe öğreniyorsun onları. Eee  alışma saatleri çok fazlaydı. 45 saatin üstünde çalıştırıyorlardı bizi. Yani mesela ben tüm günümü orda geçiriyordum. Saat mesela sabah 8’de mağaza a ılıyordu akşam 9’da kapanıyordu. Bizim haftada 3 gün “full” m z vardı. 3 gün, sabah 8 akşam 8 çalışıyorduk mesela 9 hatta. Onun geri kalan günü saat yine 8’de gelip 6’da çıkıyorsun. Başka kapanış günün olduğunda 12’de gelip 9’da çıkıyorum böyleydi işte (Leman).

Son olarak, dikkat çeken bir anlatı İktisat bölümü mezunu olan Ebru’ya aittir. Ebru bir bankada çalışırken, bir mağazadan kendisine gelen mağaza müdürlüğünü neden seçtiğini aşağıdaki gibi aktarmıştır.

Öyle bir teklifle geldiler ki... Bankada çok düşük bir maaşla çalışıyordum, çok düşüktü maaşım. Ha işte primler, verdiğın krediyle, verdiğın kredi kartlarıyla hani normal bir maaşı elde ediyordun. Bana  yle bir teklifle geldiler ki, reddedemeyeceğim bir şeydi yani. Bankanın nerdeyse 3- 4 katı bir maaş alacaktım (Ebru).

4.3. MESLEKİ EĞİTİM

Birinci bölümde, eğretileşme göstergeleri arasında sıralanan mesleki eğitime ulaşma konusundaki kısıtlılıkların, AVM’lerde çalışan satış görevlisi kadınların çalışma koşullarıyla örtüştüğü görülmektedir. Yapılan görüşmelerde, görüşmecilere mesleki eğitim alıp almadıkları sorulmuştur. Eğer eğitim alınmışa, bu eğitimin içeriğı ve süresi hakkında detaylar da görüşmeciler tarafından aktarılmıştır. Müşterilerin her

sordukları soruya hızlı ve eksiksiz cevap alma istekleri ve çalışanlara karşı tahammülsüz tavırları satış işi yapan kadınların mesleki eğitim almalarını ve sattıkları ürün hakkında tam bilgiye sahip olmalarını zorunlu kılmaktadır. Herhangi bir eksik bilgi vermeleri ya da müşterilerce “yeterli” bulunmamaları durumlarında ileriki bölümlerde de aktarılacak sorunları yaşamaktadırlar. Aktarılanlardan anlaşılmaktadır ki, firmalar çalışanlara bu ihtiyaç doğrultusunda yeteri kadar eğitim vermemekte, çalışandan kendi yolunu bulmasını beklemektedir. Örneğin bir kozmetik firmasında çalışan Fatma ve yapı markette çalışan Keriman, sattıkları ürünler oldukça çeşitli ve detaylı bilgilere sahip olmayı gerektirmesine rağmen oldukça yetersiz bir eğitim aldıklarını ifade etmişlerdir.

Bir haftalık bir eğitim verdiler. Ama yeterli değil. Yine çalışırken öğreniyorsunuz. Eğitim çok şey değil, yeterli değil yani (Fatma).

Ürünlerin tanıtımıyla ilgili bir eğitim oldu. Çünkü hani yapı marketi, işte makinalar, hırdavat ve yanındaki makinalar, fayanslar falan onlarla ilgili... Hani ne kadar da bilgi verseler de orada kendi reyonunda çalışmadığın sürece öğrenemiyorsun. Sadece bir kulak dolgunluğumuz, aşinalığımız olmuştu açıkçası (Keriman).

Aslında, hani seni eğitim adı altında çalıştırıyorlar. Çok eğitim sayılmaz. Bölgeye geçeceğim zaman, sana eğitim vereceğiz dediler. Ben bir hafta İstanbul’a gittim. İstanbul’a gittiğimde indirim zamanındaydık. O zaman bana sezon mağazası açturdılar. Güya eğitim! Hani, benim üstümün arkasını topladım yani. Kat yaptım, işte ne biliyim onun verdiklerini ütüledim falan. Eğitim böyle olmaz. Beni alacak, “Leman bak bunu böyle yapıyoruz şunu şöyle yapıyoruz. Bu böyle olmalı, şu böyle olmalı.” diyecek (Leman).

Bazı firmalarda da eğitim işi daha tecrübeli olan başka bir çalışana bırakılmıştır. Böylece firmalar, deneme süresi içerisinde, maliyetsiz bir şekilde yeni başlayanlara eğitim vermektedirler.

Çalışanın bir koçu var. Yani o iki aylık deneme süresi, bir eğitim dönemi aynı zamanda. İki ay boyunca onun bir badisi var mağazada. İlk başladığı gün itibariyle ona her şeyi anlatıyor. İşte, “shift” okuması nasıl olur, depoda ne yapıyoruz, nasıl ürün yerleştiriyoruz, nasıl satıyoruz, nasıl eksik çıkartıyoruz, kabinde ne yapıyoruz, nasıl hızlı olabiliriz, kabini nasıl daha hızlı dağıtırsa işini kısaca hal etmiş olur gibi (Eylül).

Yapılan görüşmelerde kapsamlı ve sürekli eğitim aldığını belirten görüşmecilerin hepsinin uluslararası firmalarda ve çoğunlukla yönetici pozisyonlarında çalıştığı görülmüştür.

Şu an, altı aylık bir eğitimdeyim. Eğitimin her kademesi farklı. İşte satış danışmalığından başlıyorsunuz. Eğitimde en iyi ince ayrıntısına kadar öğreniyorsunuz. Kasa öğreniyorsunuz, muhasebe öğreniyorsunuz. Departman müdürü ne yapar, mağaza müdürü ne yapar, satış danışmanı ne yapar? İlk gün dedim ki “niye öğreniyorum ben bunları, ben müdürüm”. Onlar da dediler ki “işte kişilerin iş yapış şeklini bileceksiniz, görev tanımını ne ki, onu denetlerken zorluk çekmeyesiniz.” Ve gerçekten o kadar mantıklı geldi ki bana. İlk gün çok yadırgadığım şey, şimdi yaşadıkça dedim ki “Evet, işte biz normalde geleneksel şirketlerde personelin sahada iki gün arkasındayız, üçüncü gün boğula boğula öğreniyoruz.” Ya da işte hani karşısına doğru birisi çıkarsa doğruyu öğreniyor, yanlış çıkarsa yanlış öğreniyor. Hâlbuki burada bunu deneyimledim; eğitim çok önemli, bizim işimiz de gerçekten eğitimle yapılmalı (Lale).

Tabii ki, yönetici olduktan sonra İstanbul’a gittim. İtalya’ya gittim. Birçok eğitim aldım. Ürün eğitimi alıyoruz. Müşteri ilişkileri eğitimi alıyoruz. Kasa eğitimi alıyoruz. Her yenilikte işte yeni koleksiyon olacak; gidiyoruz, onun eğitimini alıyoruz. Personeli nasıl yetiştirebiliriz, onun eğitimini alıyoruz. İşte kritik durumlarda ne yapabiliriz, satışı nasıl arttırabiliriz yani birçok konuda eğitim alıyoruz (Ayça).

Ürünlerin içeriğini, hangi kumaştan yapıldığını, hangi materyal kullanıldığını hepsi hakkında eğitim var, bilgi alıyoruz. Onu yapıyorlar, hani o yönden şirket güzel (Ece).

Bir firmanın ise çalışanları için on-line bir eğitim sistemi hazırladığı ve bu programı takip etmenin, sınavları geçmenin performansı etkilediği görüşmeci tarafından aktarılmıştır. Ancak, oldukça uzun saatler çalışan satış görevlileri için bu sisteme vakit ayırmak ve istenenleri yapmak oldukça zordur.

Eğitimler şöyle var: firmanın bir on-line sistemi var. İnternet üzerinden gelişim kataloğu var, hani şey böyle slayt gösterileri var orada. O şekilde şeyler var. Ürün yönetimi, depodaki şeylerin nasıl yapıldığı, aslında her alana yönelik bir eğitim sistemleri var. Performansına yansıdığı için onların zorunlu doldurması lazım. Sonunda küçük sınavlar oluyor 4-5 soruluk. Hani slayta dair izlediğine dair, bu şekilde. Takip ediyorlar mesela, o çünkü performansına yansıyor (Nur).

4.4. EĞRETİ ÇALIŞMA KOŞULLARI

Alışveriş merkezlerinde satış danışmanlığı yapan kadınların çalışma koşullarına bakıldığında, eğreti koşullarda istihdam edildikleri görülmektedir. Çalışma saatlerinin yasal sınırın çok üstünde olması, fazla çalışmanın karşılığının alınamayışı, çalışma saatlerinin işverene ya da müşterinin keyfiyetine bağlı olarak uzaması, değişen iş koşullarının belirsizliği, çalışanın bu koşullar üzerinde söz hakkının olmaması çalışma süreleri konusundaki eğrileşmeyi göstermektedir. Görüşmeciler, yasal izin kullanımlarında da aksaklıklar yaşamaktadır. Uzun saatler boyu ayakta durmanın ve çalışmanın yarattığı kalıcı sağlık problemleri, görüşmecilerin yetersiz sağlık koşulları altında çalıştıklarının göstergesidir. Düşük ücretler ve ücret dışı sosyal desteklerden mahrum kalma, kariyerde ilerleme yolunda özellikle kadınların maruz kaldığı engellenme ve yıldırma durumları AVM’lerde satış danışmanlığı yapma işinin eğreti göstergeleri arasındadır. İşgücü devrinin oldukça yüksek olduğu bu alanda, çalışan kadınların iş güvencesi de yoktur. İşten çıkarmalar, kişisel ve göreceli nedenlere dayandırılarak, oldukça sık görülmektedir. Çalışma Koşulları başlığının alt başlıklarında tüm bu koşullardan bahsedilecektir. Ancak, bu başlıkları tek tek incelemeden önce Ece’nin ve Ebru’nun çalışmak zorunda kaldıkları, “insanlık dışı” olarak nitelendikleri koşulları özetleyecek nitelikteki, oldukça çarpıcı ve samimi anlatımlarına yer verilmek istenmiştir.

Mesela part time çalışırken ben mağaza müdürüne, işte “Tuvalete gidebilir miyim?” diye sordum. Mecbur, mağazada çalışıyorsun. İşte “Gidebilir miyim?” dediğimde; çok büyük bir suç işlemişim gibi, “Git, ama bir daha isteme!” derdi. Şimdi, bu fiziksel olarak engelleyebileceğin bir şey değil. Ama mecburen saatlerce gidemediğim, utandığım, sormadığım oldu. Ya bu çok insanlık dışı bir şey, bir ihtiyaç bu, sigara değil, bu senin vücudunun ihtiyacı olan bir şey. O kadar eziliyorsun ki... Ben, işin hani en böyle temelinde yaşayıp, en üstüne çıktığım için her yerdeki sıkıntıyı biliyorum. O yüzden ben çok istiyordum koşulların iyileşmesini ama yok. Ne yazık ki yok ya! Ve hiçbir denetleme de yok; yani, hiçbir denetleme yok (Ebru).

İlk girdiğim zamanlar, ayaklarımın ağrısından yürüyemezdim. Yavaş yavaş basardım ki topuklarım acımasın, ilk işlere başladığım zamanlar. Sonra alışırıyorsunuz ama gerçekten bazen çok bulanıyorsunuz. Çünkü dört duvar arası; dört duvar arası bir dört duvarın daha içindesiniz düşünün yani. Matruşka gibi bir şeysiniz onun içinde, osunuz. Mesela, senin hafta sonun yok, ama başkasının hafta sonu var. Bir başka insanı mutlu etmek için aslında siz kendi hayatınızdan veriyorsunuz, öyle düşünüyorum. Biz, başka insanlar için mi varız yani? Bizim işimiz çok zor, iyi davranın bize! (Ece).

Çalışma koşulları; çalışma süreleri, sağlık sorunları, iş yaşam dengesi, ücret, denetim ve çalışanlar arası ilişkiler şeklinde alt başlıklardan oluşmaktadır. Tüm bu alt başlıklar altında, görüşmecilerin konuya ilişkin aktardıkları anlatılara yer verilecektir.

4.4.1. Çalışma Süreleri

Çalışma saatlerinin düzensizliği ve fazlalığı, çalışma saatlerinin işveren tarafından tek taraflı olarak değiştirilebilmesi, çalışanların söz hakkının olmaması eğretilişme göstergesi olarak ikinci bölümde belirtilmiş ve bu göstergelere görüşmecilerin anlatılarında da rastlanmaktadır. Çalışma süreleri başlığı altında, çalışanların, haftalık çalışma saatleri, fazla mesai ödemeleri ve yasal izinleri kullanma durumları aktarılacaktır.

Çalışma Saatleri

Görüşmecilerin hiçbirinin yasanın öngördüğü haftalık 45 saat çalışma süresine uygun şekilde çalışmadığı görülmüştür. Görüşmecilerin hepsinden alınan yanıtlara göre haftalık çalışma saatleri 50 ile 64 saat arasında değişmektedir. Anlatılarda “full” olarak belirtilen çalışma şekli 10:00-22:00 saatleri arası çalışmadır. Bu rutin haftalık çalışma saatlerinin yanı sıra hemen tüm görüşmecilerin bahsettiği Ramazan Bayramı, Kurban Bayramı, Sevgililer Günü ve Anneler Günü gibi özel günlerin öncesinde günlerce izin kullanmadan ve haftanın her günü 12 saat “full” çalışmaktadırlar.

Yani, böyle AVM en iyi personelimi sömürmüyorum diyen firma, sabah 10, akşam 6. Sabah 10 da demeyeyim, 9 buçukta geleceksiniz, hazırlık var. Sabah 9 buçukta gelir, akşam 6’da çıkarsınız. Haftada en kötü iki gün, mutlaka “full”ünüz vardır o da sabah 10, akşam 10. Yani, bu en iyi firma; yani, bunun dışındakiler kafasına göre, daha yoğun yerler ise hep “full” (Nazan).

Bizim ara “shift”lerimiz var. Yani, sabah girdiğimizde, akşam 6’da çıkıyoruz. Sabah 10, akşam 6. Bir de, bizim öğlen girişlerimiz olur. Öğlen 2’de girer, akşam 10’da çıkarız. Bir “full”ümüz oluyor; o da arkadaşlar izinli olduğu için onun yerine çalışıyoruz. Yani, bu haftada bir güne denk geliyor. Haftanın bir günü de izindir. Hafta sonu izin olmaz bizde (Melike).

10’da açılıyor, saat 10’da açarsın, akşam 6 ya da 7’dir. 7’de çıkıyorsun. Ertesi gün, 2’de gidersin, 10’da çıkarsın. Ondan sonra, bir ertesi gün mesela “off”lusun. İki gün “full” çalışıyorsun Sabah 10’da gelip, akşam 10’da çıkarsın öyle. Zaten bayram öncesi 15 gün “full”; çünkü bayram arifesinde iş başlar (Emine).

İki gün, “full” sabah 10, akşam 10 çalışıyorduk. iki gün, sabah 10’da gelip 6’da çıkıyorduk. İki gün de öğlen 2’de gelip, 10’da çıkıyorduk. Bir gün de izin. O da hafta sonu kesinlikle olmuyor, çok yoğun olduğu için. Sadece hafta içinde izin kullanabiliyoruz. Bu şekilde “shift”ler. Zaten her mağaza bu şekilde çalışıyor (Arzu).

Normal standartlarda mağazacılıkta herkes şöyle çalışır; sabah 10, akşam 6; ya da öğlen 2, akşam 10. Bir de genelde haftanın üç günü sabah 10, akşam 10. Yani tam 12 saat. Hafta içi bir gün de tatil (Ebru).

Envanter dönemleri, mağaza sayımları, mağaza tadilatı, Bölge Müdürü denetim ziyaretleri vb. gibi durumlar öngörülmeven bir şekilde çalışma saatlerini artırmaktadır. Çalışanların bu durumlarda mesaieleri bittikten sonra çalışmama tercih şansı bulunmamaktadır.

Envanter dönemlerinde ya da mağazada reyon değişikliği bir şey olduğunda falan, biz orada “full” kalıyorduk. Ama mesela orada “full” kaldığımızda, Bir hafta üst üste “full” kaldığımız da oluyordu. Bir hafta gidiyorduk, sabah akşam. Artık psikopata bağlamış gibiydik yani. Çünkü şeyin yok, hani gece gündüz kavramın kalmıyor. Sabah işe gidiyorsun, akşam işten geliyorsun. Sabah işe gidiyorsun, akşam işten geliyorsun falan. O şekildeydi. Orada, işte “full” kaldığımızda, mesailerimiz birikiyordu. Onları daha sonrasında izin olarak falan veriyorlardı (Keriman).

Sayım ansızın geliyor, denetim yani ansızın geliyor. Gece saat 4-5, sabah saatlerine kadar sürüyor. Tek tek ürünler sayılıyor. Yani tek tek ürünler sayılıyor. İşte tek tek üzerinde etiketleri var mı, etiketlerin fiyatları doğru mu? Makinalar oluyor, oradan kontrol ediliyor. Bu şekilde ofis işlemleri eksik mi, düzgün mü? Ürün girdi-çıktıları... (Nur).

Leman’ın anlattıklarından ise sık aralıklarla 24 saat boyunca çalıştığı anlaşılmaktadır. Leman bu çalışmasının karşılığında fazla mesai ücreti almadığını, 24 saat çalışmanın sonrasında ekstra izin de almadığını, haftalık normal iznini kullandığını belirtmiştir.

Mesela, şöyle AVM A’daki mağaza tadilata girecekti ki bu sadece o gün değil; ben, daha öncesinde mesela çok 24 saat çalıştığımı biliyorum. AVM A işte tadilata girecekti. Oradan ürünlerin transferlerinin gerçekleşmesi gerekiyor. Mağazadaki ekipmanların toplanması gerekiyor. Eee bunların olması için de mağazanın kapanması gerekiyor. E ne oluyordu, saat 2’de gidiyordum, depoyu topladıysam eğer akşam 10’a kadar, akşam 10’dan sonra da mağazayı topluyorsun. Hadi topladım, sabaha kadar zaten bu iş sürüyor. Sabahtan sonra, işte ne biliyim onları götürecek, sevkiyat alacak adamlar geliyordu. Onları veriyorsun, ee zaten saat tekrar 2 oluyor (Leman).

Görüşmecilerin anlatılarından anlaşılmaktadır ki bahsedilen giriş-çıkış özellikle de çıkış saatleri çoğu zaman mağaza ya da bölge müdürü ya da müşteriler tarafından esnetilmektedir. Özellikle mağazaların son müşteri çıkmadan mağazayı kapatmama tutumları, 22:00’de kapanması gereken mağazanın daha geç saatlerde kapanmasına ve çalışanların da mağaza kapanana kadar çalışmak zorunda kalmalarına neden olmaktadır. Mağazanın temizliği, ürünlerin düzenlenmesi, deponun kontrolü gibi işler mağaza kapatıldıktan sonra yani 22:00’den sonra yapılmakta ve çıkış saatleri 1- 2 saat daha uzamaktadır.

Mesela AVM’ler müşteriye akşam 10’da kapanıyor ama saat 10:30’a kadar müşterinin son fiş kesildiği de olabiliyor hani. Müşteri tabii itinayla çıkmadığı için müşteri çıksa da zaten toparlanmak gerekiyor. Saat 10’a kadar orası dağınık oluyor çünkü. Hani onun genel temizliği oluyor, kabin temizliği oluyor, hani elbise ürün yerleştirmesi oluyor. Askıları depoda olan ürünler oluyor. Onların düzeltilmesi gerekiyor. Yani en erken çıkışımız 22:30 oluyor. Bir de artı benim en sevmediğim şey çantalara bakılıyor. Hani işte bir ürün çıktısı var mı, yanlışlıkla da olsa girmiş mi? Hani o şekilde, bu markette çalıştığımda da oluyordu. Çanta kontrolleri falan oluyordu. O da en fazla 10 dakika sürse, üst arama, çanta arama derken, onlar yapıldıktan sonra en geç biz 22.40’ta falan çıkıyorduk (Nur).

Bir de şöyle bir durum var; imdi, Firma X falan olduğu için içerde müşteri varken mağazayı kapatamıyorsun. Şimdi bizimkiler de artist müşteriler olduğu için 10’a 10 kala girer mağazadan içeri, gezer, gezer... AVM’de diğer mağazaların kepenkleri iner, ışıklar kapanır. Biz mağazadayız. Biri telefonla konuşur mağazada, öbürü bir şeyler bakar. Yani, bir gün çok ciddi söylüyorum, saat 12’ye kadar bekledik mağazada. Bir adam telefonla konuştu, öbür adam gömleklere baktı. O insana kapatıyoruz efendim deme lüksümüz yok bizim. O, sabaha kadar dursa orda, biz duracağız mesela. Ama biz zaten 12 saattir oradayız. Sen, bizi 14 saat oraya mahkum ettin. Ee bir de benim mağazayı kapatma işlerim var. 15 saat. Bir de 1 saat, 1,5 saat yolum var. Hani gittin geldin; yani, günün 17 saatini sadece işe harcıyorsun. Diyordum ki, zaten günüm 24 saat; yetmiyor, bana hangi ara uyuyacam, ya ben hangi ara yemek yiyeceğim? Yani, ekstra bir şey yapmaya imkanım yok. Ya hele bir de bakımlı olmak zorundasın. Mecbur her gün saçların fönlü olmak zorundasın. Satıştakiler de dahil, işte manikürlü olmak zorundasın. Eee bunlara da vakit ayırman lazım (Ebru).

Mağaza yöneticiliği yapan Ebru ve Nazan'ın anlatılarında işveren, çalışmanın belirlenmiş koşullarının dışında oluşan durumlar için çalışanlarından bir “özveri” beklemektedir. Çalışanın ağırlaşan çalışma koşullarına karşı çıkmaması sanki bir bağlılık göstergesi haline getirilmiştir. Ebru, görüşme boyunca aslında hakkı olan bir şeyi yaptığında bile suçluluk hissettiğini sık sık dile getirmiştir.

18.00'de çıkma şansım vardı. Ben 18.00'de hiçbir zaman çıkamadım. Çünkü nedense ya tam ben çıkarken mağazada bir kavga çıkar, depoda ürün açık çıkar, o sırada depo ürünleri bitmez, merkez bir şey ister. Ondan sonracığıma, ne biliyim bir müşteri gelir lafa tutar. Bir de 6'da çıkan müdür, kötü müdür. Yani, şimdi sen 6'da çıkarsın. 6'yı 5 geçe mağazayı arar genel merkez, saçma sapan bir şey için. Sen yoksan; ertesi gün, “Aradık, sen yoktun.” derler. Sanki o benim hakkım değil; ben, ekstra mağazadan kaçıp gittim gibi bir psikoloji verilir hep sana oradan. Öğlen 2 girişim oluyordu mesela, “Uyuyacam” diyordum. Nereye uyuyorsun, ne telefon duruyor, ne şey (Ebru).

Mesela, ben müdür olduktan sonra, yardımcısız kaldığım zamanlar oldu. Çalışma arkadaşınız işten çıkıyor, siz onu yerine yedek bulana kadar onu telafi etmek zorundasınız. Yani, firma size işte “Bırak git, o arayı da başka birisi idare etsin.” demiyor. Yani, bir ay ben müdür yardımcısı bulamadım. Bir ay “full” sabah 10, akşam 10 çalıştım (Nazan).

Çalışanların hemen hepsinin satış hedefine bağlı olarak prim sistemiyle çalışıyor olması, işverenler tarafından çalışana ne kadar fazla çalışırsan o kadar çok para kazanırsın baskısı, çalışanları bu kadar çok saatler çalışmaya mecbur bırakmaktadır.

Türk sermayeli bir yerde çalışıyorsanız ki ben bunu Firma X'de gördüm. Dört gün üst üste “full” çalışan vardı. Neden? Kişi de istiyor çünkü bireysel hedefle çalışıyor. Sizi “full” çalışmaya itiyor. Hedefimi ne kadar yapar ve üzerine çıkarsam çarpan katsayım o kadar artar, o kadar çok para kazanırım. Para mı kazanmak istiyorsun, çalış o zaman. Firma, sana çalışma diyebilir, hani sen “Ben ‘full’ çalışmak istiyorum” dersen, hayır diyebilir. Ama işte mağaza dönmüyordur, mağaza müdürü acayip satış odaklıdır, ruh hastası tipler var piyasada bu anlamda. Ama bunun yabancı sermaye şirketlerde çok daha kontrol altında tutulduğunu söyleyebilirim (Eylül).

Uzun çalışma saatleri belki de çalışma koşullarının zorluklarının ilk sırasında yer almaktadır. Bu durumun yarattığı sağlık sorunları sağlık başlığında detaylıca verilecektir. Ancak bu bölüm biterken Ebru'nun bir iş gününü ve işten çıktığında yaşadıklarını anlattığı satırlara yer verilerek istenmiştir.

Haftada 45 saatlik bir şeye zaten kimse uymuyor ki! Burada da 45 saat zaten ayakta çalışmak çok zor, aşırı zor, çünkü sürekli ayaktasın. Hele satıştayken kolunu şöyle koyamazsın. Su içemediğim günleri biliyorum ben. Çok ağlayarak eve gittiğimi biliyorum ben, ayaklarımın ağrısından çok çok. Yani AVM B'den çıkıp, dolmuş durağına yürüyerek ağlaya ağlaya gidiyordum. Ayaklarım şişiyor, canım inanılmaz yanıyor. E bir de gün içinde yaşadığın saçma sapan şeyler, satış baskısı... Zaten yöneticiyken mağazayı bırakamıyorsun. Yani, şimdi ben geri dönüp bakıyorum, diyorum ki "Nasıl yapabilmişim?". Ben, sabah 9'da giriyordum Firma X'e, mağazayı erken açıyordum, mecbur işte temizliği yapılıyordu mağazanın vs. Akşam mesain 10'da, iyi ama 11'de anca çıkabiliyorsun. Kasayı yapıyorsun, reyonları kontrol ediyorsun. Ya 11'de çıkıp eve gidiyordum. Zaten eve gittim üstümü çıkardım 12, ki evim çok yakındı yani. Ya inanamıyorum şu an yani gerçekten inanamıyorum. O kadar ki ne evimi biliyordum, ne ailemi. Kahvaltı etmek çok büyük bir lükstü benim için. Evde oturup gazete okumak, yani dünyanın en büyük mutluluğuydu. İzin gününde insan dışarı çıkmak ister di mi? Öyle bir şey yok, evde sadece yatayım derdinde oluyorsun. Çok yoruluyorsun. Hem zihnen hem bedenlen yoruluyorsun; gerçekten çok zor (Ebru).

Fazla Mesai

Görüşmecilerin çalışma saatlerinde anlaşıldığı üzere haftalık çalışma saatinin üzerinde çalışma, AVM'lerde oldukça yaygın olarak görülmektedir. Ancak bu fazla çalışmanın karşılığının çalışanlara ödenmesi görüşmecilerin belirttiği birkaç firma dışında yapılmamaktadır.

Ben daha öncesinde mesela çok 24 saat çalıştığımı biliyorum. Fazla mesai yapınca ücret verilmiyordu. Nasıl oluyordu, saatini veriyordu sana mesela bugün ne yaptım 24 saat çalıştım ki 24 saat çalıştığım da oluyordu. Orda işte bir günün mü artıyordu senin, sana o gün "Yarın işe gelme!" diyor mesela öyle oluyordu (Leman).

Bayramlarda falan çok fazla mesaiye kalırdık ama karşılığını alamazdık işin açıkçası (Ayça).

Fazla çalışmanın karşılığının ödenmesi konusunda yasal yollara başvurmak isteyen iki görüşmeci Ebru ve Nazan'ın aktardıkları da yasaların bu durumun çözümü için oldukça yetersiz olduğunu göstermektedir.

Genellikle birçok insan mahkemelik bu mağazalarla. İşte Firma Y'de çok var arkadaşlarım, Firma Z'yle inanılmaz fazla ve mahkeme sonuçları ne çıkıyor biliyor musun? Fazla mesailer hesaplanıyor, aslında mesela tam saatini hatırlamıyorum ama diyelim ki ben normal şartlarda 800 saat fazla mesai yapmışım. Ama mahkeme diyor ki bir insan 800 saat fazla mesai yapamaz, 300 saat yapabilir. Ben, sana 300 saat mesai parasını veririm. Ee nerde benim 500 saatlik param? Yani yasa bile gerçekten böyle, o kadar mahkeme sonucu var ki; yapamaz, bir insan bu kadar çalışamaz diye verilen. Hayır, çalışıyoruz ama bunu birinin dile getirmesini, bu işin denetlenmesini, haklarımızın olmasını istiyordum (Ebru).

Yani, biz normalde hafta sonları 12 saat çalışıyoruz ama çalışma çizelgesine 8 saat imza atıyorduk. Ben de 12 saat çalışıp 8 saate imza atıyordum çünkü öyle isteniyordu yani. Bunu siz yönettiğiniz için hani ne yapsanız hak talep edemezsiniz diye bana bir akıl verdi o memur arkadaş, ben de o yüzden bunun üstüne gitmedim maalesef (Nazan).

İzin

Görüşmecilere yıllık izin kullanıp kullanamadıkları sorulduğunda alınan cevaplardan anlaşılmaktadır ki, yıllık izin kullanımlarında aksaklıklar yaşanmaktadır. Son anda belli olan izin tarihleri, her an iptal edilebilir, değişebilir olarak belirlenmektedir. Görüşmecilerin birkaç firmada çalışanlar dışında tümü aşağıdaki aktarılanlara benzer cevaplar vermiştir.

Yıllık izin alıyorlar ama istediği dönemlerde tabii ki de olmuyor. Mesela, hani o da en başta müdürün gideceği şekilde olur. Önce müdür ayarlar kendini planını yapar, hani ailesiyle tatile çıkacaksa ona göre ayarlar. Hani erken rezervasyon yapayım da bir tatile çıkayım diye bir olay yok asla. Son anda gelişen bir olay oluyor tatiller (Nur).

Bizim sektörde öyle bir plan yapayım, hadi otelimi rezervasyonunu erkenden alayım, o tarihte de gideyim diye bir şey yok. Pat diye bir şey çıkabilir. Sizin işte toplantınız çıkabilir, şirketin bir toplantısı çıkabilir. O yüzden hiçbir şekilde rahat rahat tatil planı yapamadık. Hep böyle işte ya bir hafta önceden, iki hafta önceden, ha olur dediğimiz zaman tatilimizi yapabildik (Lale).

Çalışanların kendi hayatlarını planlayamaması dışında, Ebru'nun her izin kullanma öncesinde sanki yeniden o izni hak etmesi gerekiyormuş gibi haftanın 7 günü ve günde 12 saat çalışması, hak ettiği yasal bir hakkını kullanırken yaşadığı suçluluk duygusunu göstermektedir.

Yıllık izinler de ayrı bir olaydı. Onda yine haftalar çakışır. Şimdi normalde bir yıl doldurmuş bir insanım 14 gün yine yasal olarak izin hakkı var. Böyle bir şey mümkün değil. İmkânı yok! Ben, hep bir hafta izin kullandım; hiç ikinci haftayı kullanmadım. Ben, yıllık izne çıkmadan önce tam 3 hafta boyunca izinsiz ve her gün 12 saat çalıştım. Niye? Çünkü ben yıllık izne çıkacağım. Aslında benim hakkım ama öyle bir psikolojiyle geliyorlar ki sana, öyle cümlelerle geliyorlar ki kendini suçlu hissediyorsun. Yani, sanki kendinde bir hata var. Aslında bu benim hakkım değil, ben o hakkımı tekrar elde etmeye çalışıyorum gibi bir durum yaratıyorlardı. Yıllık izinden önceki bir ay benim için gerçekten ölümdü; yani, neredeyse bir aya yakın bir süre ölümdü yani. Her gün işe gittim sabah 10, akşam 10 ordaydım yani (Ebru).

4.4.2. Sağlık

Çalışma koşulları eğretiliştir. Çalışanların fiziksel ve ruhsal sağlık durumlarında kötüleşme yaşanır. Yapılan her görüşmede hem fiziksel çalışma koşullarının ağırlığının etkileri hem de güvencesizliğin yarattığı psikolojik etkiler görülmüştür. Uzun çalışma saatleri ve bu saatler boyu ayakta durma zorunluluğu, havasız ve kapalı bir ortamda durmak, yoğun bir ışık ve radyasyon altında çalışmak, yüksek gürültü ve uğultu görüşme yapılan tüm kadınların sağlık sorunlarını anlatırken belirttiği zorluklardır. Bu koşulların sonucunda yaşanan sağlık sorunları tüm görüşmelerde konuşulmuştur. Tez çalışmasının ikinci bölümünde belirtildiği gibi, iş ve gelir güvencesizliği ve eğreti çalışma koşullarının sonucunda yaşanan stres, kaygı, depresyon gibi psikolojik rahatsızlıklar ve bu rahatsızlıkların psikosomatik sonuçları görüşmecilerin anlatılarında da bahsedilmektedir.

Hemen hemen tüm görüşmeciler ayakta durmayı en büyük zorluk olarak anlatmıştır. Ayakta durmanın sonucu bel fıtığı, varis, nasır, kan dolaşımı problemleri, ayak kemiklerinde kırık, ayakta şekil bozuklukları, yürüme zorlukları görülmektedir.

Ayakta durmak zorundasın zaten. Bir ay zonklayarak ben böyle ağladığımı hatırlıyorum ağrıdan, o derece. Çünkü 10 saat ayakta durmak ne demek, artık ayak bir yerden sonra zonklamaya başlıyor. Yürüyemediğim zamanları hatırlıyorum (Arzu).

Bel fıtığı başlangıcım var. 2011'in yazında çıktı fıtık başlangıcı, mecbur ya varisiniz çıkar ya fıtığınız çıkar sizde. Ayaklarınızın şekli şemali değişir. Ayağınız büyür. Bütün gün ayaktasınız. Eğer müdürseniz bir topuklu ayakkabı durumunuz var; yani, zorunlu değilsiniz ama şık ve şey olmak zorundasınız. Modelsiniz sonuçta, mağazanın içinde canlı mankensiniz, yeni sezon giymelisiniz. Personelken, personel ayakkabınız dünyanın en iyi en rahat ayakkabısı değildir. Yani bir 6 ay kadar yeni bir üniforma gelene kadar aynısını giyersiniz. Haftanın 6 günü aynı ayakkabıyı giyersiniz o 45 saatte. O ayakkabı ayağınıza göre, değildir ona bakılmaz (Eylül).

Ayaklarım... Zaten diyorum ya sana çok çok ağladım ayaklarımın acısından. Ürün kaldırmaktan, indirmekten sanma ki mağaza müdürüyken bir tek orda duruyordum. Mağaza müdürüyken de ürün açtım, reyon yaptım, duvarları değiştirdim, hep böyle. Boyun fıtığım var iki tane; bunun nedeni ağırlık, yaptığım şeyler. Mesela, sol ayağımda açısı bozulmuş ayakta durmaktan. Yani, iki ayağım farklı; bu ayağımın tabanında nasırlar var ve ameliyat olmam gerekir ama çok zor bir ameliyat olduğu için göze alamıyorum o yüzden de aslında biraz mağazacılığa dönemiyorum da gerçekten bende kalıcı sağlık sorunları bıraktı. Zor, çok zor... (Ebru).

Kaşıntı oluyor bende. Kan dolaşımından dolayı herhalde, ayakta durduğum için kan dolaşımı olmuyor. Eve gidip oturduğumda kaşıntı oluyor. Tüm bacağımda kaşıntı oluyor. O da internette araştırdım biraz, kan dolaşımından dolayı (Ayça).

Varis, zaten o kadar ayakta kalmaktan mutlaka oluyor. Yani, ayaklarda nasır, rahat ayakkabı giymezeniz; yani, bu tür hastalıklar meslek hastalığı ayakta duranlar için (Nazan).

Havasız ortamda, yoğun ışıkların altında, uzun saatler mola vermeden çalışmanın sonucu kronikleşen baş ağrıları anlatılarda sık rastlanan sağlık problemlerindendir.

Sürekli mesela baş ağrısı çekiyorsun. O radyasyon var ya, o kasanın yaydığı radyasyon. Kapalı havasız ki AVM B üst tarafı açık olduğu için Ankara’da gün ışığı alan tek AVM’dir. Buna rağmen, şimdi o kadar mağazanın hepsinin makineleri radyasyon yayıyor. Bir yandan bir uğultu vardır AVM’de yani. Hem o ışıklar, çalışanların, gezenlerin o ayak sesleri, konuşmaları... Uğultudan yani hiçbir zaman kafamı dinç yastığa koyduğumu bilmiyorum mesela. Gerçekten çok kötü bir psikoloji orası (Ebru).

Normalde bir AVM’ye gittiğinizde, 3-4 saat kalın eve çok yorgun gidersiniz. Biz sabahtan akşama bu yorgunluğun içinde yaşıyoruz aslında. Sıkıntı o yani aslında. İnsanlar da yoruyor ama farkında olmadığımız bir sistem tarafından daha çok yorulmuş oluyoruz. Çünkü dediğim gibi bütün mağazalarda pos cihazları var, bir sürü internet var, telefon sistemleri hatlar var. Düşünün elektrikleri; mesela, biz 10 tane burada spot lambaların altında saatlerce duruyoruz. Sabahtan açık oluyor ışıklarımız mecburen, e o da cildimizi yoruyor, beynimizi yoruyor, vücut olarak hani ekstra bir yoruyor (Eda).

Kulağımda basınç oluyor, kulağım tıkanıyor tek taraf. Mesela, izin günlerimde hiç olmuyordu. İlk başta bunu anlamadım ben. Sonra, izin günlerimde olmayınca dedim ki herhalde AVM’den kaynaklı bir şey. Yani, onu kendi kendime buldum. (Nazan).

En kötüsü, havasız yerde çalışmak. Oksijen yok; sıfır oksijen, sıfır güneş. Gece bile olsa, sıfır hava. Çok kötü, sürekli aynı havayı solumak kronik baş ağrısı yapıyordu. Hepimizde vardı, sürekli parfüm mesela çok kötü (Ezgi).

Belli bir süre sonra; gözlerde, başta, acayip ağrı oluyor ve spotlar insanı mahvediyor. Çünkü düşünsene sürekli tepende sarı sarı ışıklar gözüne vuruyorlar falan yani gerçekten zor. Zaten şeymiş biliyor musun? Hani bu bir araştırmaya göre, benim duyduğuma göre, dünyada en zor ikinci iş mağazacılık işiymiş. Yani, ne iş deniliyordu ya bizim işe bu sektöre ne deniliyordu? Birincisi madencilik, ikincisi ise bizim işiymiş. Duyduğuma göre, ben de milletin yalancısıyım (Leman).

Keriman’ın yaşadığı ciddi sağlık probleminden sonra rapor alıp dinlenme ve iyileşme imkanına erişememesi de bir eğretilişme göstergesidir. Hastalık durumunda gerekli sağlık hakkına ulaşamamaktadır.

Ben hala şu an acısını çekiyorum ama hani üstünde durmuyorum. Ben orada çalışırken ayağımda bir ağrı oldu. Ama çok uzun süre. Artık ayağımın üzerine basamayacak hale falan gelmiştim. MR’da, tam bu iki parmağın arasında, kırık olduğu çıktı. Ama kırık o kadar enteresan ki, filmde röntgende gözüküyor, sadece MR’da gözüküyor. Bir de bu meslek

hastalığıymış, olabiliyormuş işte. Öğretmende, poliste, askerde, ayakta duran herkeste olabiliyormuş. Üç dört gün en azından hani dinleneyim diye rapor almak istedim. Devlet Hastanesi'nin raporu olması gerekiyordu. Devlet Hastanesi, rapor vermedi. “Ben, buna rapor veremem.” dedi. Ama dedim “Ben ayakta çalışıyorum.” “O zaman topuğunun üzerine basarak çalışacaksın.” dedi. “Ya da dinlenerek çalışacaksın.” dedi. Ondan sonra dedim ki “O imkanım yok ama benim.” dedim. “Benim de yapabileceğim bir şey yok.” dedi (Keriman).

4.4.3. İş-Yaşam Dengesi

Görüşmecı evli kadınların tamamı ev içindeki tüm yeniden üretim faaliyetlerini kendileri yapmaktadır. Ancak, günlük çalışma saatleri işte çok fazla olan kadınların, evdeki işleri ve çocuk bakımını yetiştirmeleri olanaksızlaşmaktadır.

Bir de, kadının bu hayatta başka görevleri de var. Hani atıyorum, mesela benim eşim mağazacılık yapıyor ama eve geldiğinde de işten geliyorum diye elini mesela kaldırmadığı günler görüyorum. Mesela, oturuyor “Ben bir soda limon içerim.” diyor. “Tamam işte, içersen iç diyorum, sordum mu?”, “Yok, ben içerim.” diyor. Artık diyor “Bir soda limon getirsene.”. Ama bak işte sen de bir kadın olarak mağazacılık yapıyorsun. Geldiğimde ne diyecem eşime? “Bir çay içerim, demler misin?” mi diyecem? Demlemeyecek. Günlük 17 saati buluyor bazen benim çalışma saatim. Orada da bir dinlenme şansın yok ki. İşte geriye kalan 7 saatin. O 7 saatte senin uyuman lazım, o 7 saatte senin banyo yapman lazım, o 7 saatte senin yemek yapman lazım, o 7 saatte senin kocana ayırman lazım. Şimdi bir kadın olarak hem her şeye yetişmeye çalış, hem de arkasından işe yetişmeye çalış (Ebru).

Görüşmecilerin hiçbirı hafta sonu izin kullanamamaktadır. Özellikle evli ve çocuklu görüşmeciler için evin diğer bireyleriyle vakit geçirememenin yarattığı sıkıntıları, Lale, yalnız yaşayan bir anne olmanın da zorluklarıyla birlikte, içtenlikle aktarmaktadır.

Dört hafta boyunca, hafta sonu izinliyim ki benim çok özlediğim bir şeydi mesela. Kızımın da benim de. Hafta içi izin olunca kızım okulda oluyor. Hiç göremiyorum. Hafta sonu da o evde oluyor, işte onunla vakit geçiremiyorum tabii çok zor. Akşamcılık da beni çok

üzüyordu. Çünkü çok uzun yıllar işte baba da olmayınca kızımı babaanneden alıp gece tekrar eve getirmek benim için gerçekten çok zor oluyordu. Hiçbir sektörde böyle bir şey yok. Hem çalışan annesiniz, yetemeyeceğinizi düşünüyorsunuz, hem de bir taraftan şartlar böyle olunca... Bir de uyuyor çocuğunuz. Uyuyan çocuğu sıcak yatağından alıyorsunuz, geri getiriyorsunuz. Yaz kış, rutin yapıyorsunuz bunu. Vicdanen beni yıllarca mahveden bir şey oldu. Hatta bir gün kızım büyüdüğünde şey dedi, “Keşke öğretmen ya da doktor olsaydın. Arkadaşlarımın anneleri hafta sonu evde biliyor musun?” İşte o zaman hata yaptığımı düşündüm. Zamanında çok büyük üzüntüler duydum. Çok sıkıntı oluyor (Lale).

Sosyal hayata vakit ayıramamak günlük çalışma sürelerinin çok uzun olması ve tek gün izin yapmanın bir diğer sonucudur.

Özel hayatımda en çok içimde uhde kalan şey şuydu; sinemaya gitmek, arkadaşlarla falan gibi. Yani, herkesin yaptığı sosyal aktiviteye siz dâhil olamıyorsunuz. Ancak siz o gün erken çıktıysanız ki haftada iki erken çıkış olduğunu düşünelim, bir tane de “off”unuz var. Hep sizin sonradan katılma durumunuz var. Ya da gelemiyorsunuz çünkü indirimde gireceksiniz, akşam etiket var, bilmem ne rutin şeyler ya da sayımınız var falan filan (Eylül).

Çocuk bakımı, tüm çocuk sahibi görüşmecilerde, anneanne ya da babaanne tarafından üstlenilmiştir. Görüşmecilerin çalıştığı hiçbir AVM’de kreş hizmeti bulunmamaktadır. Bakıcı ya da kreş ücretlerinin de yüksek olması, görüşmeciler ne kadar zorlayıcı da olsa anneanne ya da babaanne seçeneğini seçmek zorunda kalmaktadır.

Ben şöyle bakıyorum evli olan arkadaşlarımız var tabi ki. Onları izliyorum falan ama yürütülüyor bir şekilde. Yani, bir şekilde anneye bırakılıyor ya da ablası oluyor ya da kardeşi oluyor. Bu şekilde, çocuktan bahsediyorsak eğer... O şekilde devam ettiriyorlar. Bakıcı zaten tutamaz, bakıcıya vereceği para en az 700 TL. O zaman evimde oturur çocuğuma bakarım diye düşünüyor. Bakıcıya verilecek para çünkü 100-200 lira değil. Masraftansa çocuğunun başında durur. O yüzden benim birçok arkadaşım hep ya kayınvalidesindedir ya da annesindedir (Melike).

Bebişime annem bakıyor. Ben işten çıkınca yanlarına gidiyorum. Ben, Keçiören’de oturuyorum. Annem, Batıkent’te oturuyor. Her akşam gidiyorum oğlumu görüyorum. Oradan belki eve geçiyorum, tekrardan Batıkent’ten Keçiören’e. Sabah tekrar buraya geliyorum veya orada kalıyorum; oradan buraya çok sıkıntı. Ya abim götürüyor bırakıyor ya eşim geliyor alıyor veya orda kalıyorum ağlarsa durmazsa. Kalırsam, oradan işe geliyorum ertesi gün kendi evime gidiyorum (Emine).

Görüşmecilerin ev içinde yaptıkları işler o kadar çok vakit almaktadır ki, tek izin gününün sadece bu işleri yaparak geçmesinden tüm evli görüşmeciler şikâyet etmektedir.

Mesela, cuma günleri geç giriş kullanıyorum, üç haftadır, 4’te giriş iş başı yapıyorum. Pazar günü izinliyim ya, cuma günü geç giriş yapınca; sabah kalkıyoruz, kahvaltı yapıp sonra hemen temizlik, ev işi derken pazar günüm bana kalsın diye. Ama pazar günü kalk, kahvaltını yap, toparla, ondan sonra bir yemeğe gir, akşam 5-6 oluyor. Hiç oturmadan yine mutfakta vakit geçiriyoruz. Yine hiçbir şey kalmıyor kendine, hiçbir iznin, dinlenmen olmuyor. Ama cuma günü de yapmazsak, pazar günü hem onu hem onu yetiştiriyor. Çocuk da ilgi istiyor artık iki yaşına girecek, oyun oynamak istiyor. Ben mutfakta iş yaparken “Anne, gel bak, nasıl oldu?” diye sesleniyor, böyle sürekli konuşmak istiyor (Rengin).

Şimdi benim evimle işim arası uzaktı. Ayrancı’da oturuyordum. İki otobüs değiştiriyordum. Yani eve gitmem 7 buçuk-8 oluyordu. Yani, bu evin çamaşırı, temizliği şusu busu... Bir kere, bir gün izin günü çok az geliyor, yetmiyor. Çünkü hani o gün sabah kalkıyorum, kahvaltıdan sonra ev temizliği, süpür sil, çamaşır ütü varsa zaten günün bitti. Hani bir gün daha olsa, o günü de daha sosyalleşerek geçireceksin ama maalesef olmuyor. Zaten o yüzden memurların iki gün izni oluyor, devletimiz bunu düşünmüştür (Nazan).

Ev ve çalışma hayatının bir arada yürütülmesinin bu kadar zorlayıcı olması nedeniyle bekâr görüşmecilerin evlilikten sonra çalışmaya devam etme konusunda kaygıları bulunmaktadır. Çalışanlar arasında evlenince işi bırakma eğiliminde bu zorlanmanın etkisi bulunmaktadır.

Evlenince çok zor olacak. Şu anda bile düşünmeye başladım nasıl yapacam, hani bunun ütüsü var, bulaşığı var, çamaşırı var ne biliyim çok zor olacak yani. Eşim yardım eder yani ama bir erkek... Ya ben çok şey yapamıyorum, ya ne biliyim onun sildiği yeri ben beğenmeyecem mesela, düzgün silecek mi bakalım. Sonuç itibarıyla her gün evi temizlemeyeceğiz. Haftada bir gün temizleyeceğiz; o da zaten bir gün iznimiz var, onu da ev temizlemekle geçireceğiz ya çok sıkıntı ya valla. O kötü yani (Leman).

Bundan önce, eğer ben evlenirsem çalışırdım diyordum. Ama benim erkek arkadaşım bir hafta beraber kalma durumumuz oldu. O bir haftada ben o kadar zorlandım ki. Kalkıp ona kahvaltı hazırlamak, akşam yemek yapıp yatmak çünkü sorumluluğu sende, bakımı sende çok zorlandım. O bir hafta evi görmelisin. Yani gerçekten... Ayça şuyum, Ayça buyum. Kalkıyor, duş alıyor, “Ayça! Pantolonumu niye toplamadın?”. Ben senin karın değilim, bir şeyin değilim, yani sevgilinim, bana ne senin pantolonundan! Ona bile surat sallayabiliyor, trip yapabiliyor. Ya da mesela akşam geldiğimizde benim canım öyle dört çeşit yemek yapmak istemiyor. Akşam 10’da mesela çıktığımda, 10 buçukta, 11’de evde oluyorum. Benim canım öyle yemek yapmak istemiyor. Hani yapamam da zaten o saatten sonra. İşte diyor ki hiçbir şey yapmıyorsun, evlenince göreceğiz şöyle böyle. Bu yüzden, yaşadığım için, açıkça konuşmak gerekirse, en fazla evlendikten sonra bir sene çalışırım. Bir seneden sonra yapamam (Ayça).

4.4.4. Ücret ve Sosyal Haklar

Bir eğretilişme unsuru olarak belirtilen düşük ve düzensiz gelir durumunu anlamak için görüşmecilere aylık gelirleri sorulmuştur. Tüm görüşmeciler maaşlarına ek olarak yaptıkları satışa göre hesaplanan prim almaktadır. Görüşmecilerin büyük bir kısmı maaşına ek olarak yemek parası ya da yemek fişi almaktadır. Görüşülen sekiz kadın asgari ücret almaktadır. Asgari ücret alanlar maaşlarına ek olarak prim ve yemek parası almaktadırlar. Asgari ücretin üzerinde maaş alan görüşmecilerin maaşları 1.500 TL- 2.000 TL arasındadır. Yöneticilik yapan görüşmecilerin aylık gelirleri 3.500 TL ve üzeridir. Çalışanlara ödenen primlerin hesaplanması firmadan firmaya farklılıklar göstermektedir. Çoğunlukla, firmaların belirlediği katsayılarla, aylık yapılan satış üzerinden hesaplanmaktadır.

Biz yaptığımız satışın yüzde 1'ini prim olarak alıyoruz. Yani şöyle söyleyeyim, ben 50 binlik şahsıma diyorum, 150 binlik satış oldu, 3 kişiyiz. Elli, elli, elli ya, 500 TL alıyorsun. Yüzde bir (Melike).

Prim ödemelerinin oldukça düzensiz oluşu görüşmeciler tarafından aktarılmıştır. Mağazaların çoğunda aylık belirlenen satış kotalarının yüksekliği, belirlenen kotaya ulaşamayınca çalışanların prim alamamasına sebep olmaktadır.

Bir ay hedefimiz 100 bin iken biz yaptık 120 bin. Diyorlar ki bunlar nasıl olsa 120 bini yapıyor. Öbür ay geliyor, arttırıyorlar hedefi. Daha fazla verelim, daha şey olsun. Ama aksine o ay iş daha düşük oluyor. Yapamıyoruz. O zaman para alamıyoruz tabii ki (Ayça).

Kişisel kotalar oluyordu. Onu da, hani mağaza hedefini tutturursa prim alıyorduk ki mağazanın hedefini tutturduğu aylar da çok kısıtlı aylardı. Bir yılda 12 ay varsa, toptasan 4 ayı falan hedefini tutturuyordu mağaza. Yani, diyorum ya ben orda çalıştığım süre zarfında, işte 3 yıldır toptasan, o da zorla, toptasan 1 yılı falan prim almışımıdır (Leman).

Satış kotalarının dışında firmalar sebep belirtmeksizin prim ödemelerini geciktirip aksatabilmektedir. Hatta Nazan'ın verdiği firma örneklerinde ise maaş ödemelerinin bile düzenli yapılmadığı görülmektedir.

Mesela AVM sektöründe böyle firma çok; yani, özellikle 3-4 ay personelin maaşını vermeyen firmalar biliyorum. Ve yani hani duysanız size söyleyeyim mesela Firma K hiç durmadan şube açıyor ve personelin maaşını ödemiyor. Firma J'de her ay primimizi günü gününe vermezlerdi, 3-4 ayda bir ödenirdi. Onu da pek saymazdık, maaş+yemek gibi düşünürdük. Hani sigortamız ayrı, bazı firmalar yol parası da veriyor, biz almazdık (Nazan).

Prim dışında, çalışanların satış motivasyonunu artırmaya yönelik ödüllendirmelerden de bahsedilmiştir. Ancak, Nur'un anlatışından bu motivasyon toplantılarına katılımın zorunlu olmasının zaten çok uzun saatler çalışan satış görevlileri için işin bir parçası olarak görüldüğü anlaşılmaktadır.

Ödüller oluyor. Ödülde de işte, sana işte atıyorum iç giyimde en çok satışı kim yaptı, her yıl bir şey koyuyorlar. Ona göre ödül veriyorlar. Türkiye ya da dünya, ona ona göre para ödülü veriyorlar. Bir kere aldım ben de. Mağaza müdürüyken Türkiye birinciliğiyle aldım (Ayça).

Bir de mesela işte ödüllendirmeler oluyor. Mağaza, bölgede yine iyi bir derece yapmışsa, iki ayda bir üç ayda bir motivasyon oluyor. Karının yüzde bilmem kaçıyla personellere kahvaltıya, yemeğe götürüyorlar. Ya da işte bir keresinde lunaparka gitmiştik. Orada eğlendik o şekilde yani. Hani onu paraya çevirseler daha mutlu olursun, mesela o gün geç girişin oluyor ama sabah o motivasyonda olmak zorundasın. Hani o motivasyon yemeğinde bulunmak zorundasın. İstersen bulunma, hastalık sebebiyle ya da keyfi, hani sana onun bir ücretini vermiyorlar. Ayrıca sana bir kahvaltı hizmeti verilmiyor tabii (Nur).

Görüşmecilere aldıkları ücretin geçinmelerine yetip yetmediği sorulduğunda, asgari ücret alan satış görevlileri geçinmekte zorlandıklarını, yaptıkları işin karşılığının daha fazla olması gerektiğini belirttiler. Eğretilmiş bir işin göstergesi olan düşük gelir elde etme -AVM’de çalışan satış görevlilerinin genel olarak asgari ücret aldıkları düşünüldüğünde- bu işi yapanlar için de geçerlidir.

Şu anda mesela hak ettiğimi alıyorum ama daha fazlasını da alabilirim yani. Daha fazlası olmalı bence. Daha fazla da alabilirim. Olmalı, yani öyle de isterim. Çünkü artık hayat şartları ona yetiyor. Para her şey bence. Bir dışarı çıktığın zaman paran olmadan bir şey yapamıyorsun. Buradan aldığım maaş günü ayın biri, ikisi sürmeden bakıyorsun elde sıfır. Borçlara gidiyor. Harcamaların oluyor. Yani paranın adı var kendisi yok (Meltem).

Yani sektörde çalışan insanların çok da böyle iyi paralarla çalışmadığını biliyorum. Net ellerine geçen, belki yemekle yolla 1.500 TL oluyor. Hani bence satış danışmanı hak ettiği değeri almıyor. Çünkü gerçekten çok yorucu, gerçekten böyle hem bedenem hem zihnen yorulduğu zamanlar oluyor. Dışardan bir göz belki ne yapıyorlar ki diye görebilir; ama ben içerde ne kadar ağır şartlarda çalışıldığını biliyorum. Her gün tırlarca ürün gelir. Bunlar arabalarla, eşeklerle -biz onlara eşek diyorduk- taşınır. Her gün o ürünler açılır. Her gün o ürünler alarmlanır. Bir de bunun mutfak kısmı var. Sadece sahadaki kısmı yok. Sahadaki kısmı temiz kısmı zaten (Lale).

Tüm görüşmeciler sigorta primlerinin düzenli yatırıldığını ve kayıtlı çalıştıklarını söylemişlerdir. Görüşmecilerden sadece Emine, sigorta başlangıcının yapılmadığını ve bu nedenle işten ayrıldığını söylemiştir.

Firma M'den ayrıldım, çünkü sigorta yapmadılar. İlk hafta sonu “part-time” olarak girdim oraya, ondan sonra normal eleman olarak çalışmaya devam ettim ama sigortam yatırılmamış. Normalde ben sigortamın yapıldığını biliyorum, zannediyordum. e-devletten baktım, yapılmamış. Söyledim “Ben işten ayrılıyorum, sigortam yapılmamış.” dedim. İşte, yapalım dediler, bugün yapalım, yarın yapalım... Oyaladılar. Ben de çıktım. Şikâyet etmedim. Etsem ki ne olacak ki dedim. İşte o kafa yanlış bir kafa ama ne yaparsın (Emine).

Nermin, çocuk sahibi olan görüşmeciler içerisinde doğum izni ve süt izni kullandığını belirten tek görüşmeci olmuştur.

Ben tam işte 38 haftada çıktım doğum iznine zaten. Sonra yine kullandım. Daha sonra da, 4 ay boyunca da izin kullandım. Normal 4 aylık hakkımı kullandım. Kasım'da çıktım işte tekrar Mart'ta da geri döndüm. Şimdi 10'da gelip, öğlen 4'te çıkıyorum. Ya da öğlen 4'te gelip akşam 10'da çıkıyorum. Normalde haftada bir gün “full”ümüz var. Onu ben yapmıyorum. Süt iznimden dolayı ben biraz daha kısa süreli çalışıyorum (Nermin).

4.4.5. İşyeri Denetim Mekanizmaları

Denetim

Mağazalarda denetim kameralarla, gölge müşterilerle, mağazaya bölge müdürleri tarafından yapılan ani ziyaretlerle yapılmaktadır. Anlatılanlar çok sıkı bir denetimin olduğunu göstermektedir. Kameralarla yapılan denetim sonucunda mağazanın dağınıklığı, çalışanın kolunu duvara dayaması gibi anlık durumlar dahi o esnada mağaza müdürlerine uyarı olarak gönderilmektedir. Çok az mola vererek, saatlerce ayakta durarak çalışan kadınlar üzerinde bu koşulların hem fiziksel hem psikolojik, oldukça vahim sonuçları oluşmaktadır.

Bir gün personelimin beli inanılmaz derecede ağrıyor. Şimdi çocuğu yollayamıyorum. Giderse biz perişan olacağız. Eğer yollarsam azarı ben yiyecem. Mağazada neden iki kişi kaldı bu saatte diye. Çocukcağız biraz böyle yaslanarak kolunu duruyor, acı çekiyor çünkü. Telefon geldi “Niye öyle duruyor orda? Bu kadar uzun süre böyle durmasında nasıl müsaade ediyorsun? Ne yapıyorsun orda? Görmüyor musun?” diye. Zaten o da çok kötü bir şey, yani izlendiğini bilmek. Her şeyini izliyorlar. Orada kameranın altındasın ama depolarda bir kısmında kamera yok. Depoların bir kısımları görmüyor kameralar (Ebru).

Bölge müdürü mesela oturuyordu, mağazayı izliyordu. Tamam mı? İşte personel böyle masaya yaslanmış. Hatta biri hastaymış bir gün, bir tane bizim gardolap dediğimiz üniteler vardı. Ona şöyle durmuş yaslanmış. İşte operator müdürü hemen mail atmış mağaza müdürüne: “Mehmet merhaba, işte personelin neden gardolapa yaslanıyor, müşteriye böyle mi bekliyoruz?” (Leman).

İşte kapıdan girmeden önce sigara içmek var ya sanki şey yani hapishaneye giriyorsun. Sabah bir giriyorum aydınlık falan, akşam bir çıkıyorum dışarıda kar falan yağmış, yerler donmuş. Haberim yok ki! Bilmiyorsun. Dışarıyı görmek, çok büyük bir özlem mesela. Yani psikolojik olarak benim için çok büyük bir özlem o. Dışarıda bombalar patlasa, dünya yıkılsa hapishanenin içindeyim (Ebru).

Yaygın bir denetim yöntemi de gizli ya da gölge müşteriler aracılığıyla denetimdir. Burada da profesyonel bir şirket tarafından, çalışanların anlayamayacağı şekilde yapılan uygulama, çalışanların sürekli kendilerini denetleniyor hissederek tedirginlik yaşamalarına sebep olmaktadır.

Her ay gizli müşterimiz geliyor. Hani müşteri odaklı nasıl davranıyoruz, ne oluyor ona göre puan veriyorlar. Hani ürün bilgisinden, buradaki pozisyonuna, giyimimize, kuşamımıza, gönderirken ya da geldiklerinde kaç dakika içinde onların yanına gittiğimiz hepsini denetliyorlar ayda bir kere. Bir soru taslağı var, işte 15-20 soruluk bir şey, onlara bakıyor. Mağazanın dışardan nasıl gözüktüğünü, işte temiz miydi, içeri girerken karşılandı mı, hoş geldiniz dendi mi, ihtiyacı karşılandı mı, soruldu mu, hoş geldiniz, nasıl yardımcı olabilirim dendi mi, alternatif sunuldu mu, promosyonlardan bahsedildi mi, kartların taksiti soruldu mu, işte bilmem ne kartındaki puanı kullanılmak istendi mi, içerde nasıl bir ortam vardı gibi sorular (Eda).

Gölge müşteri oluyor. Gölge müşteri de senin performansına dayanıyor. Toplantılarda, işte onlar konuşuluyor; neden düşük, neden az diye. Hani senin ürün bilgini kontrol ediyorlar. İnsan ilişkilerini kontrol ediyorlar. Güler yüzlü mü? Yaka kartımız var, işte o takılı mı değil

mi? ilgilendi mi? ek ürün önerdi mi? işte istediği şekilde sonuçlandı mı satış? Onun gibi, ya da ürün bilgisi hakkında size çok rahat şey verebilirdi mi? Ben ilk girdiğimde hiçbir şekilde ürünü bilmiyorum tabi ki, bu tüylenir mi, tüylenmez mi? Hepsini ben de müşteriye açıp etiketine bakarak böyleymiş böyleymiş böyleymiş diye diye o şekilde anlatıyordum (Nur).

Satış baskısı ve sürekli denetimi de çalışanlar üzerinde olumsuz sonuçlar yaratmaktadır. Düşük satış yapıldığında, hem performans kaygısı hem işini kaybetme kaygısıyla çalışanların baskı altında hissettikleri, psikolojik olarak bunun sonuçlarını yaşadıkları görülmektedir.

Bence bu hedefler olmasın, yani hedefler kalsın bütün mağazalar için aynı. Mesela “Mandıra Filozofu” vardı sinemalarda; o, bunun için en iyi örnek bence. Adam mesela diyordu “bu hedefler değil mi insanları sıkı bunaltan, kısıtlayan” falan diyordu, aynen öyle bence. Hedefler, insanlar için bir baskı. Sen mesela üstteki biraz daha zengin olsun diye, sen ömründen bir şeyler katıyorsun. Ve giden ömürden gidiyor. Sırf onu daha çok zengin yapmak için. Bence öyle. Yani birilerinin cebine 5 kuruş daha fazla girmesi, senin hayatından belki 10 seneni 20 seneni alıyor. Bir de şimdi mesela çalışıyorsun, çalışıyorsun, çalışıyorsun emekli oluyorsun. Üç kuruş alıyorsun zaten; bayanlar kaç yaşında emekli oluyordu? 60 yaşında emekli oluyor, şimdi 60 yaşından sonra emekli olsan ne? Para var ama sağlık yok, zor her şey (Meltem).

En basiti psikolojim bozuluyor. Mesela, girerken dedim ya size kenardan girin diye. Mesela, müşteri ortadan giriyor ya sayaç var kapıda içeri girenleri sayıyor. Bir sayaç var, bir başarı oranı var. Bu belli bir rakamın altına düşünce sorun oluyor bizim için. Biz başarısız anlamına geliyor. Diyor ki mesela 30 kişi girmiş. O 30 kişiden mesela bir tane fiş kestiysem başarı oranı çok düşüktür 30 kişiden sadece bir kişiye hizmet ettin diye. O yüzden, o psikolojik baskı mesela sabah kalkıyorsun mesela haftada eksidesin. Sabah kalkıyorsun onu düşünüyorsun direk, direk psikolojini bozuyor. Saat 3’te, 6’da telefonlarımız çalıyor. Mesela 3’te eğer iş yoksa o telefonu kimse açmak istemiyor zaten ama iş iyiye zaten herkes mutlu mutlu açıyor (Ayça).

İşte, “conversion” dediğimiz dönüşüm oranı var; yani içeriye giren müşteriye dönüştürme oranımız. Kaç kişi içeriye girdi? Kaçına fiş kesip gönderdik? Bir fişte kaç tane ürün sattık? Ortalama ne kadarlık fiş kesiyorsun? Dip toplamda ne kadar? gibi hani kriterlerimiz var. Bu kriterlerin maksimum seviyede olması için içerideki ekibin, norm kadronun, en iyi performansı göstermesi gerek. Öbür taraftan, marka standartları var. Mağazanın düzeni,

görseli, işte “marketing”lerin düzgün görünüyö olması, görselin ve ürünlerin doğru yerleştiriliyor olması. Sürekli yeni ürünler geliyor, yeni ürün lansmanları yapıyoruz. O lansmanlar doğru şekilde müşteriye yapılıyor mu, hikayesi anlatılıyor mu gibi hem kontrol, hem ekibin eğitimi, gelişimi için onlara koçluk yapmak şeklinde geçiyor günler (Eylül).

Kota var zaten aylık verilir. Sonra, yani biz günlük her gün akşam saat 7’ye çeyrek kala ve 9’a çeyrek kala patrona ciro veriyorduk telefonla. Yani, büyük çok büyük bir stres; yani, hep o saat gelmesin istersin. Bunun bir de aylık döngüleri var. Ayda, bir buçuk ayda, iki ayda bir toplantılar olur. İstanbul’a çağırırlar. İyi değilse mağazanın gidişatı ya da verdikleri ciroları karşılayamıyorsan tabii orda insanların arasında 30 tane 40 tane mağaza müdürü tabii yani fırçayı da yersin iyi değilse (Nazan).

Görüşmeciler, bu kadar yorucu koşullarda, oldukça sıkı bir denetim altında çalışırken dayanabilmek için çeşitli çözümler bularak, kendi mücadele biçimlerini geliştirmektedirler.

Çok yoğun şekilde sürekli reyon düzeni ve müşteriye güler yüz ama hani o kadar saat ayakta; hani böyle bir şey oluyordu, mesela yere düşen ürünler oluyordu, onlar benim büyük sevincim oluyordu. Çünkü çömelıyorum hani, eğilip almak onları, orda bir dakika oyalamak, hani yere düşen bir şeyi görünce onları ben süpürmeye çalışırdım, ben almaya çalışırdım, yere düşen ürünler benim çok mutluluğum oluyordu. Hani orda yarım dakika bile onla uğraşıp çömelmek çok iyi oluyordu. En alt reyonlar benim işimdi. Kendimi, kurtarıcı malzemelerim oluyordu işte o şekilde idare ediyordum (Nur).

Bedensel Denetim

Satış işinde işveren firmalar için satış elemanlarının nasıl görüldüğü, fiziksel özellikleri işe alımlarda ve işin devamında oldukça önemlidir. “Estetik emek” denilen bu özelliklerin, firmalar tarafından sürekli denetlenerek sürekliliği sağlanmaktadır. Özellikle kadınları kapsayan bu zorunluluklar kılık kıyafet, saç rengi, kilo, boy, ayak numarası, kişisel temizlik, diksiyon vb. özellikleri kapsamaktadır. İşe alınırken zaten bu kriterlerle değerlendirilen kadınlardan her an istenilen şekilde görünmeleri bir zorunluluk olarak beklenmektedir.

İşe alırken yani benim girdiğim zamanlarda 1.65'ti standartları. Zaten kilolu göremezsin. Çok sonradan geldi tek tük kilolu çalışanlar. Pantolon bedeni en fazla 38 olabilir. Ayak numarası 38-39'u geçmemeli. Zayıf olmak zorundasın. Zaten fotoğrafını çekiyorlar boydan. Saçları uzun olacak. Kısa saçlar yasak. Tırnak yiyen asla! Ondan sonra, diksiyonu düzgün olacak. Makyajsız çalışmak yasaktı. Ojesiz çalışmak yasaktı. Manikürsüz olmak yasaktı. Dışarda giydiğin ayakkabıyla çalışmak yasaktı. Bizde saç açık yasaktı. Tamam, saçlarını toplayarak çalışacaksın ama uzun ama toplu ya da fönlü toplayacaksın (Ezgi).

Şimdi diyorum ya bazıları çok genç özellikle de Firma L çalışanları öyledir. Çok da nettir. Çünkü Firma L'nin bazı kriterleri vardır. İşte 36 beden üzerine kız çalıştırmaz, boy 1.75'in altında hiçbir kızı işe almazdı. Dikkat et, Firma L'nin üniformaları hep çok dardır, hep çok dardır yani. Pantolonlar da çok dardır, tişörtler de çok dardır (Ebru).

Bir kere her şeyden önce iş görüşmesinde iş teklifini yaparken siz beklentiyi paylaşırsınız ya da atıyorum gelmiştir kişi saç ya da makyajı size göre değildir; bunu anlatırsınız ya da hatta şey bile sormuşluğum var yani hani uzun saçlı çalışılmıyor, saçını kestirmen gerekir işi için keser misin? Hayır, kesmem, benim için saç çok önemli diyorsa ben o kişiyle çalışmam. Çünkü sen burada hayat mücadelesi içinde misin, yoksa stil peşinde misin mevzu bu; sonuçta çalışmak isteyen çok insan var (Lale).

Melike'nin anlattıklarından müşterilerin de bu fiziksel kriterlerin denetiminde işverenle birlikte etkin bir rol oynayabilecekleri anlaşılmaktadır. Kendilerinden beklenen fiziksel kriterlere uymadıklarında bu konunun müşterilerin şikâyetine sebep olabilmektedir.

Mis kokacaksın, temiz görüneceksin, bu! Bu sektörde görsel de önemli. Diksiyon falan... E birebir müşteriyle diyalog halindesin. İkna etmen gerekiyor, satış yani. Görsellik de iknanın bir parçası. Düşünsene kokulu kokulu bir çalışan... İşte sigara içip geliyorsun ya da leş gibi ellerin kokuyor falan. O şikâyet boyutuna bile gidebiliyor (Melike).

İşe alınırken belirlenen kriterler, çalışma süresi boyunca her gün yeniden denetlenmektedir. Çalışan kadınların en ufak bir "uyumsuzluğuna" mutlaka, anında, farklı biçimlerde müdahale edilmektedir.

Şu anda yeni çıkmış bir cümleyle söylemem lazım. “Prezentabl olman lazım”. İşte hani bunu arıyorlar sende. Giyimine, kuşamına ne biliyim diksiyonuna, makyajına her şeyine bakmak zorundasın. Yapmak zorundasın. Yani şu anda 27 yaşındayım ve makyaj yapmaktan bıktım. Gerçekten sıkılıyorsun. Onu da senden bekliyorlar. Makyaj yapmadan gittin mi hayırdır hasta mısın, git de bir makyaj yap diyorlar yani. Zorunlusun. Şişmansan seni hiçbir mağaza almaz, neden çünkü dış görünüşüne bakacak. Senin işte giyimine kuşamına bakacak, saçına makyajına bakacak hani o mağazaya uygun musun, o firmaya uygun musun? Bunların hepsine bakacak. Ne olacak o yüzden kilo almamamız lazım (Leman).

Mesela, Firma Q’da çalışan arkadaşlarımız sarı haricinde saçlarının başka renk olması yasaktı. Kırmızı ruj sürmek zorundalardı. Bir de bunun bu yönü var (Ezgi).

Bana müdür şey demişti -bayan müdürdü o zamanki- “Nurcum biliyorum çok güzel kızsın ama müşteriler hani böyle istiyorlar. Bak bugün bir rimel sür, en azından göz kapaklarını kapatırsın, bir kalem sür.” Yani bakımlı olmanı istiyorlar. Mesela, bir arkadaşımızın ayakkabısı çok tozluysa. Spor ayakkabı, beyaz ama o artık çok kararmış etmiş. Hani onu bile şey yapıyordu, akşam çıkışta bir kere söylemişti. Küçük toplantı yaptığımızda işte, ayakkabılarını da ciflersen belki bir etkisi olur falan gibisinden (Nur).

Ben daha arkadaşça yaklaşmayı tercih ederim, yani ojeleri çıkmıştır, çirkin duruyordu “Ya öğlen arası gidip eczaneye alıp gelsek mi de çıkarsan şu ojeleri, herhalde vaktin olmadı çıkartmaya falan.” Ya da ter kokuyorsa, en zoru odur; biri ter kokuyorsa, çok kokan öyle personelim oldu, ya şey derim “Ay ben bunu kullanıyorum, sen ne kullanıyorsun? Şunu kullanmanı öneririm, hata getirebilirim sana ben.” Böyle hediye almışlığım falan var yani kibarca (Eylül).

Kariyerde İlerlemeye Engel Olma, Mobbing

Görüşmeci kadınlar arasında yöneticilik yapanlar Nazan, Leman ve Ebru’nun işten ayrılma anlatılarında ortak olan, işveren firma tarafından ya da bir üst yöneticileri tarafından yıldırılarak, kıdemleri düşürülerek kendi istekleriyle ayrılmaya zorlanmalarıdır.

Bölge Müdürü bir gün geldi: “Nazan Hanım biz artık sizinle çalışmak istemiyoruz.” Ben nedenini sormadım, çünkü birbirimizden haz etmiyoruz. Daha niye nedenini sorayım. “Beni firma mı istemiyor, siz mi istemiyorsunuz?” dedim. Tabii orda kaldı, çünkü 5 yıldır ben aynı patronla çalışıyorum. Patronun hiçbir zaman benden şikâyeti yok. Tamam dedim çıkarabilirsiniz, tazminatımı da alayım. Yok, biz çıkarmayacağız siz kendiniz çıkmış gibi görüneceksiniz ama tazminatınızı ödeyeceğiz, dedi. Ben hemen bir avukat arkadaşım

görüştüm. “Hayır, kesinlikle böyle bir şey kabul etme!” dedi. Ha bir de bana diyor ki “Kendiniz çıkarsanız ben size iyi bir referans yazarım. Bonservis veririm. İstedığınız her yerde rahatça iş bulursunuz.” Dedim ki ben zaten iyi bir insanım, iyi bir geçmişim var, sizin referansınıza ihtiyacım yok (Nazan).

Kıdemimi düşürdüler. Orada işte merkez personeliyken, işte bana şey dediler; az mağazan var falan var dediler. Danimarka, yani merkez bunu istemiyor dediler. Tabii bunların hepsi hikâye! Sonuç itibariyle, bana bu mevkiyi verdiğinde de benim bu kadar mağazamın olacağını biliyordun zaten. Mağaza açılmayacağını da biliyordun. O zaman bu kıdemi vermeyecektin. Ondan sonra, bana böyle bir şeyle gelip benim kıdemimi düşürmek istediler. Beni tekrar müdür yardımcılığına çekip, tekrar hadi koştur diyorlar. Eee öyle bir şey de yok! Bu biraz enayilik oluyor. Öyle olunca ben de işime geleni yaptım, nikâhımı yaptım, tazminatımı aldım, çıktım. Hiç böyle bir şey yapmayı düşünmüyordum. Gerçekten düşünmüyordum. Memnundum çünkü mağazamdan, çalışma şeklinden (Leman).

Yönetici pozisyonundaki bu kadınlar dışında da yıldırarak işten çıkarma konusunda anlatılanlar bulunmaktadır.

Mağazada kimse kimseyi işten çıkarmaz. Onun yerine, yıldırırsın personeli; istediği gün izin vermezsin mesela. Psikolojik savaş da başlıyor orada. Bunaltarak, anladın mı? Aslında çok insanlık dışı ama gerçekten bunaltarak, onu böyle bezdirerek istifa etmesini sağlıyorsun. Çünkü neden? Tazminat vermemek için. Tek neden o. Hele yaşlıysa çalışan, düşünebiliyor musun? 10 yıl aynı kurumda çalışmış insana ödenecek kıdem tazminatını yüklenmek istemez hiçbir firma (Ash).

Bu sektörde seni eğer işten çıkarmak istiyorlarsa, seni caydırmak istiyorlarsa çok uzak bir şubeye verebilirler. Mesela benim Etimesgut’tan AVM B’ye gitmem çok zor. 2,5 saat 3 saat belki, beni caydırmak için, yol uzaklığı için beni AVM B’ye gönderebilirler, yapabiliyorlar (Fatma).

İş Güvencesizliği

Perakende sektöründe, sektörel olarak bakıldığında iş gücü devir oranları oldukça yüksektir. Görüşmecilerin de tamamına önceki iş deneyimleri sorulduğunda mutlaka çok kısa sürelerle, farklı mağazalarda çalıştıkları ve sık sık iş değiştirdikleri görülmüştür. Düşük iş güvencesi satış görevliliği için eğretilişme anlamında önemli bir belirleyendir.

Yani, bu AVM sektöründe böyle, birisi işten çıkarsa birisi illa ki gelecek. Hiç boş kalmıyor. Sonuçta milyonlarca işsiz var öyle. Zaten sana işveren, o an sana bir sözleşme imzalatıyor, kendi kurallarını koyuyor, bu kuralların içinde olacaksın hani eğer buna itiraz edersen sen suçlu olursun çünkü ben sana bunu okuttum. Eee sen imzaladın, her şeyi bilerek başladın, ister çalışsın ister çalışmazsın (Ece).

Yani, satışta olanların çoğunun eğitim durumu belli. Böyle çok farklı işler bulamazlar. Bir de genelde benim personellerimin yaşı biraz benden büyüktü, o çocuğu olanların. Onlar işte Dikmen'deki mağazada çalışmaya başlamışlar, daha küçükken 18 yaşlarındayken falan, hani onlar tam tezgâhtarlıktan gelme insanlardı, şimdi onların hayatta başka seçenekleri yok. Maddi olarak zaten çok müşkül durumdalar. İşte mesela biri eşinden ayrılmıştı, diğerinin eşi çalışmıyordu. Çocukları var, evleri kira... Yapabilecekleri başka bir şeyleri yok, ne dersin yapmaya mecburlardı, yani zor bir durum (Lale).

Görüşmecilerin aktardığı başkalarına ait işten çıkarılma hikayelerinde de işten çıkarma gerekçelerinin net bir şekilde ortaya konulamaması ya da çok küçük nedenler olması, güvencesizliği ve işverene karşı korunmasızlığı göstermektedir.

AVM C'de bir müdür yardımcısı oturduğu için işten çıkarıldı. Kasada oturduğu için işlem alırken vs. Herhalde müşterilerle çok fazla ilgilenmediği için işten çıkarmışlar ki işlem alırken oturması gayet normal. Ama tabi nasıl bir oturuştu ya da ne kadar süre oturdu, müşteri geldi bakmadı mı hiç, müşteri ile ilgilenilmeden çıktı mı, akıbetini bilmiyorum (Arzu).

İşten çıkarmaya direk bütün firmaların söylediği şey, performansın çok kötüydü. Buna dayalı söylüyorlar. Ee kime göre, neye göre performansı kötüydü? Benim mesela eski müdürümü işten çıkardılar. Kaç ay çalıştı, bir yıla yakın çalıştı adam. Tam bir yılının dolmasına bir hafta kala adamı işten çıkardılar. Tazminat vermemek için. Hani bir yılın dolduktan sonra tazminat hakkın varmış. Adama işte şey demişler: "Performansın kötü.". Adam da mağazaya geldiğinden beri, çalıştığı süre zarfı boyunca her ay mağaza hedefini yapmıştı yani. Bu mu kötülük? (Emine).

4.4.6. Çalışanlar Arası İlişkiler

Çalışanlar Arası Rekabet

Tüm mağazalarda prim sisteminin oluşu ve satışa dayalı performans beklentileri çalışanlar arasında bir rekabetin oluşmasına sebep olmaktadır. İşveren

firmalar açısından bu durum hem satışları artıracığından hem de çalışanlar arasındaki olası bir örgütlenme ve dayanışma ihtimalini zayıflatacağından oldukça önemlidir.

6-7 kişiydik satış personeli. O zaman rekabet vardı. Yani bu şekilde insanlar ben satış yapıyorum, satış olsun istiyorlar. Tabi ki orda bir tartışmalar falan çıkıyordu. Bu sektörde prim olduğu için mutlaka bir satış sıkıntısı oluyor tabi, personel arasında. Kavgalar çıkıyor (Melike).

En sık yaşadığımız şey personelin satış kavgasıydı. Şimdi kapıda beklerlerdi personeller. Böldürürdüm mesela işte ikili ikili, hani iki kişi önde, iki kişi arkada. Müşteri geldi kim hoş geldiniz derse müşteri ile birlikte o gezmek zorunda, diğerleri bekleyecek. O sırada yok sen hoş geldin dedin, yok ben hoş geldim dedim. O satış benimdi, yok senindi. İnanılmaz bir kavga çıkar, aklın almaz yani çıkan kavgaları. Bu yüzden istifa edip gidenler, bu yüzden hani böyle hakarete varanlar, yani birbirlerine depoda saldıranlar, gerçekten çok şey oluyordu çünkü oradan prim alıyorlar (Ebru).

Primlerin yanı sıra yarışmalar düzenlemek ve ödülleri koymak da işveren firmaların satışı ve çalışanlar arası rekabeti arttırmaya yönelik yaptıkları düzenlemelerdir.

Satış yaptıkça, para kazandıkça mutlu oluyorsun. İşine yarıyor daha güzel yaşıyorsun. O yüzden de hırs oluyor. Bir de bizim hediyelerimiz falan olurdu mesela Firma M’de altın hediyelerimiz falan olurdu. Hafta sonu cumartesi pazar “part-time”lar da gelirdi. Birinciye altın, ikinciye şu hediye, üçüncüye şu hediye... Yarış, tabii ki de yarış içindesin her zaman. Sonunculukta, zaten 3 ay üst üste sonuncu olduğun zaman, işten çıkarılıyorsun. Öyle şeyler de var (Emine).

Dayanışma-Avm İçi İlişkiler

Yukarıda bahsedilen rekabet ve yarış ortamına rağmen halen mağaza ve AVM içinde bir dayanışma da sürdürülmektedir. Uzun saatler boyu bir arada olan çalışanların yaşadıkları zor koşullarda birbirlerine destek olduklarından, birbirlerini idare edebildiklerinden söz etmek de mümkündür.

Mağazada bir dayanışma içerisine girersiniz. O da sizi motive eder. Siz kötüsünüzdür, akşamdan kalmışsınızdır, çalışıyorsunuzdur, bir şey bir şey olmuştur, mutsuzsunuzdur falan. Arkadaşın hemen gelir: “Ya işte ne oldu Eylül?” “Ya işte böyle böyle...” “Tamam dur ben hallediyorum.” Devreye girer, sana minimum iş yaptırmaya çalışır. Sonra şöyle olursunuz; dur ya ben gireyim araya hani yüklenmeyeyim çok. Orada tabii en güzel böyle olur ki öyle olurdu (Eylül).

Alışveriş merkezlerinde mağazalar arası çalışanların kurdukları ilişkiler de oldukça fazladır. Bu ilişkiler sayesinde örneğin bir mağazadan ayrılan bir kişi, aynı AVM içerisinde başka bir mağazada hızlı bir şekilde işe başlayabilmektedir.

AVM işi yapan hep “Bir daha asla, bir daha asla!” der. Çünkü cumartesi yok, pazarı yok, cenazen yok, düğünün yok hiçbir şeyin yok. Hep buradasın hep buradasın. Yılbaşında bile 8’e kadar buradayız. Ama yine de çıkamıyorsun, yani gidip dışarda bir şey yapamıyorsun çünkü buna öyle bir alışmışsın ki. Buraya adapte olmuşsun yani olmuyor dışarda. Ya da hani çevreniz hep burada olduğu için dışarda bağlantımız kopuyor. Bir şey yapamıyoruz (Nazan).

Son olarak AVM içi duygusal ilişkilerden de bahsedilmelidir. İş dışında farklı sosyal ortamlara girmeleri, çalışma koşulları nedeniyle oldukça güç olan çalışanların, çalıştıkları AVM’lerde kendileri gibi çalışanlarla duygusal ilişki yaşamaları oldukça sık görülen bir durumdur.

Çalışanlar aynı serviste gidip geliyorlar şimdi, ee sabah ilk gözünü açıp baktığı adam yanındaki adam. İşte yemek arası oluyor bana diyorlar: “Ebru hanım işte Ahmet’le yemeğe çıkacam” “Ben 3’te çıkıyım mı yemeğe?” Çünkü 45 dakikan var yemek mi yiyeceksin, anladın mı yani o şeyi yaşamak istiyorsun. Tek başına yemek yiyorsun sıkılıyorsun. Zaten bütün gün çalışıyorsun. Ama orda iki dedikodu ediyor, sohbet ediyor. Hoşlanıyorsa hoşlandığı çocukla yemek yiyor falan. Dedim ya çok normal aslında birbirlerine karşı böyle duygular beslemeleri. Olmazsa bile bir şey hissedersin çünkü bir tek onunla bir şey paylaşıyorsun (Ebru).

Cinsiyet Eşitsizliği

Görüşmeci kadınlar erkek çalışanlarla aralarında farklar olduğunu ve bu durumun bir eşitsizlik yarattığını dile getirmişlerdir. Leman'ın anlattıklarından aynı işi yapmasına rağmen bir erkek çalışanın ondan daha fazla maaş alması eşit işe eşit ücret ilkesinin geçersiz kaldığı durumlara örnek olmaktadır.

Benden mi kaynaklanıyor bilmiyorum ama birçok kişinin de başına geldiğini düşünüyorum ben. Kadının kendini savunma gücü ile erkeğin kendini savunma gücü bir değil hiçbir zaman. İnsan bir şeyi belli bir yere kadar diretebilir belki ama bir erkek bunu sonuna kadar diretebilir, sonuna kadar elde edene kadar uğraşabilir. Benim gibi ise senin şartın ile erkeğin şartı bir olmuyor, zorlanıyorsun, belli bir yerden sonra aman neyse deyip pes ediyorsun yani. Kadınlar için bence bu böyle ama erkeklerle kadınların aynı güçte aynı seviyede olduğunu zannetmiyorum. Ha şundan örnek veriyim; mesela Firma O'da ben 6 ay boyunca maaşım için direttim, direttim, direttim... Benle aynı pozisyonda işte Firma P'deki erkek personel geçti, bir ay içinde maaşı 1200 lira oldu, maaşı yükseldi, istediği primi aldı, istediği maaşı aldı ama ben 6 ay boyunca bunun için süründüm mesela bundan örnek verebilirim sana (Leman).

Ece ve Nazan, kadın olarak çalışma hayatına katılım ve devam edebilmek için evdeki erkeklerin onayını almak zorunda kalmanın kadınlara yarattığı zorluktan bahsetmektedirler. “Evden” zoraki alınan izin ve bu iznin her an geri çekilme riski, kadınların yaşadığı kötü koşulları dile getirmemesine, hiç çalışamamaktansa tercih edilir bir durum olmasına sebep olmaktadır.

Gerçekten kadınların evet ezildiği durumlar oluyor mu oluyor illaki olur. Taciz şu falan gibi durumlarda hani kadın belki çalışmak için daha zor izin alıyor ailesinden, hani orda o işten ayrılmış olsa belki bir daha işe giremeyecek diye düşünüyor. Özgürlüğünün elinden alınacağını düşünüyor. Ama erkekte öyle değil. Erkekte şöyle bir şey oluyor; çıksa gitse oğlum iş mi yok başka bir yerde bulursun diyebiliyorlar. Öyle düşünün, hani çok yaşayan vardır (Ece).

Evlendikten altı ay sonra işten çıktım. İki yıl evde oturdum; mahvoldum, bunaldım. Yani, çalışan bir kadın için iki yıl evde oturmak çok zor. Bir de, eşim evde oturmama alışınca istemedi. Bir de, böyle bir şey var tabii, eşler istemeyince bayanlar çalışmıyor nedense!

Türkiye'nin sorunu bunu da yazın! Geçen kızlarla konuşuyoruz. Ali, "Bir yere gideceğim zaman sana mı soracam?" dedi. "Ben gideceğim zaman sana mı soracam?" dedim. "Tabii ki kimden izin alacaksın?" dedi. Yani kadınlar onlardan izin almak zorunda. Ben, senin çocuğun muyum? Sen mi doğurdun beni? Kimden izin alıyorum yani, ebeveynim misin? (Nazan).

4.5. MÜŞTERİLERLE İLİŞKİLER

4.5.1. Satış İşi: Duygusal Emek

Duygusal emeğin en temel gerekliliği; çalışanın müşteri ile etkileşim halindeyken hangi üslupta ne tür sözlü ifadeler kullanacağı, konuşurken ses tonlamasının nasıl olacağı, sergileyeceği yüz ifadeleri, yaklaşım tarzları vb. durumlar, önceden belirlenmiş kurallar dâhilinde olmasıdır. Çalışanlar ilk işe girdiklerinden itibaren hem eğitimlerle hem de yöneticilerin aktarımlarıyla bu davranış kurallarını öğrenmektedirler. Tüm çalışanlardan her an bu kurallar dahilinde davranması beklenmektedir. (Kaya ve Serçeoğlu 2013) Bu belirlenmiş davranışları görüşmeciler de sıklıkla aktarmışlardır.

Bizde zaten olmazsa olmaz önemli şeyler var; müşteri mutluluğu. Rutinlerimiz var, beş temelimiz var; mutlaka merhaba diye karşılamak istiyoruz müşterimizi, göz göze gelirse mutlaka gülümsüyoruz. İşte yaka kartımızın olması gerekiyor. Benim isimle hitap etmesi gerekiyor. Ondan sonra, mutlaka güler yüzle karşılayıp merhaba deyip, gönderirken de mutlaka güler yüzlü olmamız gerekiyor. Bunlar çok önemli rutinler. Eğer bu rutinler uygulanmıyorsa sahada, bölgeden de biz uyarı alıyoruz. Ya da işte birbirimizi sürekli uyarıyoruz mutlaka bunun olmasına dikkat ediyoruz (Lale).

İstenilen davranışları gösterebilmek için çoğu görüşmeci çalışma esnasında yoğun bir duygu kontrolü içerisinde olmaktadır. Bu anlatılarda, Grandey'in (2000) teorisinde belirttiği duyguları ayarlama sürecinde harcanan çabaya rastlanmaktadır.

Her zaman diyoruz ki “Bütün duygularınız kapının önünde kalacak, çıkarken alıp götürebilirsiniz, izin veriyoruz.” Çok insan tanıyorsunuz, insan modellerini öğreniyorsunuz, bir yerde psikiyatri oluyorsunuz; herkesin her duygusunu anlıyorsunuz zamanla (Lale).

Biz maske takıyoruz. İnternette bir resim görmüştüm; böyle insanlar, böyle demirleriyle gülmeye çalışıyorlar, işe giderken. Herkes askıdan alıyor gülmek için onu takıyor. Mesela öyle bir şey bizim yaptığımız. Bir sahtecilik yani çünkü güler yüz bekliyorlar (Meltem).

Görüşmecilerin, çalışırken kendi gerçek duygularını bastırıp, kendilerinden istenen davranışlara uygun duyguları hissetmek için çaba sarf etmeleri yüzeysel davranmaya ve bunun sonucunda da duygusal uyumsuzluk yaşamalarına sebep olmaktadır. Anlatılanlardan görüleceği üzere, bu durum bir süre sonra bir duygusal yorgunluk ve memnuniyetsizlik yaratmaktadır. Görüşmecilerin “sahte” olarak adlandırdıkları bu duygu ve davranış şekilleri kişilerin derin bir yabancılaşma yaşamalarına da sebep olmaktadır. Sürekli olarak gerçek duygularını bastırmak ve hissetmediği duyguları yaşıyormuş gibi yapmak görüşmecilerin kendilik duygularını zedelemekte ve duygusal olarak yıpratmaktadır. Görüşmeler esnasında duygularına dair sorular sorulduğunda neredeyse tüm görüşmecilerin bu durumdan rahatsızlığını içtenlikle anlattığı görülmüştür. Görüşmeciler bu anlatılarda, duygusal emeğin yüzeysel davranışlarla sergilenmesi ve yüzeysel davranışların yüksek düzeyde duygusal çelişki yarattığı durumlardan sıkça bahsetmektedirler.

Hep anlayışlı, hep böyle tatlı olacaksın. Burası bir bahçe ve burası çok güzel bir yermiş gibi çalışmak zorundasın. O ayaklarını şişirmiş, topukluda sıcaktan şişmiş ayakların hiç umurlarında değil yani. Öyle yapmak zorundasın. Karnın ağrıyor, hastasın, öyle görünmek zorundasın. Hiç bir şey olmamış gibi, her şey süt limanmış gibi... (Ezgi).

Yani hani insanların bir günü bir gününü tutmayabilir. Yani ne biliyim her gün güler yüzlü olamazsın. Hasta olabilirsin, yorgun olabilirsin veya ne biliyim o günü kötü geçirmiş olabilirsin. İlla bir şeyler olabiliyor. Hep yani dört dörtlük performans bekliyorlar. Biz de insanız ama yani. Bir yere kadar iyi performans sergileyebilirsiniz. Ayy ben ne kadar dolmuşum di mi yaa? (Leman).

Yalan söylemek, yalana alışmak görüşmecilerin satış anında içinde bulundukları durumu anlatırken sıklıkla kullandıkları eylemlerdir. Çalışanların, öz benliklerini, duygu ve değerlerini bastırarak, tam tersi şekilde dile getirmelerinin yarattığı yabancılaşma bu ifadelerle açığa çıkmaktadır.

İnsan sevdiği şeyi çok satar. Ya da bir kadını kıskandırarak satarsın. Sen ne kadar güzel duruyorsun ki bende de böyle durur herhalde imajı yaratmak. Onu kandırmak, yani yalan söylemek bence. İşe yarıyor. Yani öyle görünmek istiyor çünkü senin görüldüğün gibi görünmek istiyor. Ama orda ona söyleyemiyorsun “Günlük bu kadar makyaj yapılmaz.”, “Saçmalama!”, “Düğüne mi gidiyorsun?” derler sana diyemiyorsun yani. Ama öyle... (Ezgi).

Hani müşteri ürünü deniyor, sen ona hiç yakıştırmıyorsun ama o kendine yakıştırıyor. “Ay evet bu daha iyi oldu, bedeni daha iyi” diyorsun ama... O kendine yakıştırdığı için “Yok, bence kötü olmuş; git, bir beden küçüğünü giy!” diyemiyorsun. “Aa evet efendim o size çok güzel olmuş” falan diyorsun. Ne oluyor, ister istemez yalancı oluyorsun, belli bir süre sonra yalana alışıyorsun ister istemez. Şeye alışıyorsun, sürekli hoş geldiniz, hoş geldiniz, buyurun buyurun... Önüne gelene buyurun diyorsun ya. Mesela işte yolda biri seni durduruyor, yol soracak, buyurun diyorsun. Efendim demek yok, sanki ona da servis vereceksin. Gerçekten öyle oluyor. Hani arızaya bağlıyorsun bir süre sonra. Müşteride de mesela, ben genelde yakışmıyorsa “Yok efendim, bu hani bence çok olmamış, size şunu deneyin.” falan diyorum. Vicdanım rahat etsin diye ama bazen... Mesela, bir kadına kilolu dememek için böyle Allah’ım Yarabbim ne söyleyeceğimi şaşıyorum (Leman).

“Pohpohlamak” da yalan söylemek gibi farklı görüşmelerde, satış konusunda sorulan soruların cevaplarında sık rastlanılan bir eylem olmuştur. Görüşmecilerin, satın alma sürecinde müşterilerin görmek/hissetmek istedikleri ilgiye ve duygusal taleplere yanıt verirken gerçekte hissetmedikleri olumlu duygusal ifadeleri yansıtabilmek için kendilerini zorlamaları “pohpohlamak” anlatılarında görülmektedir (Kaya ve Serçeoğlu 2013). Satışın bir parçası olan bu ilgi ve iyi hissettirme süreçleri çalışanlar açısından yabancılaşmanın en temel nedenlerindendir.

Mesela bazısının ailesinin, mesela kocasının, mesela nasılsın diye sormuyor ama biz buraya geldiği zaman “Nasılsın? Hoş geldiniz, bugünün nasıl geçti?” diye soruyoruz. Yani, biraz pohpohlanmak herkesin hoşuna gidiyor. Mesela, geliyor kadın “Ay üstünüz ne kadar güzel, kıyafetiniz ne kadar güzel, saçınızın rengi ne kadar güzel, parfümünüz çok güzel” diyoruz. Ya insanlar böyle pohpohlanınca hoşuna gidiyor, o zaman daha çok alma isteği oluyor. Mesela tatlı dil yılanı deliğinden çıkarır derler ya aynen o hesap, biraz tatlı dilinle hani sana yakınlık gösteriyor. Zaten hani onları alacak, daha çok almak istiyor, hoşuna gidiyor çünkü sohbet havasında yapınca daha çok alası geliyor (Meltem).

Benim için zor oluyordu özellikle son zamanlarda. Çünkü çok fazla egoyla, çok fazla kadınların konuşmasıyla uğraşıyorsun. Benim motivasyonumu en çok azaltan, işten soğutan şeylerden birisi oldu. Sürekli birilerini pohpohlamak. Yani yalan söylemek... Pohpohlayarak olmayan bir şeyi varmış gibi gösteriyorduk. “Oo ne kadar yakıştı bu size”, aslında pek yakışmadı yani ama tarzı o. “Güzel oldu mu?” diye soruyor, ben onu satmak için söylemek zorundayım. “Bence olmadı” mesela gibi. Ben onu söylemek istemiyordum, mesela hani ben yalan söylemek istemiyordum. Ama kendini güzel buluyor ne yapabilirsin? Daha da güzel olduğunu iddia edebilirim yani. Satış yapmam lazım. Para alıyorum gibi. Ya da hiç sevmediğim bir ürünü satmak zorundayım. Sevmiyorum belki o rengi, sevmiyorum belki o kokuyu sevmiyorum ama ona satmak zorundasın. O ürünü çok seviyormuşsun gibi ona yansıtman gerekiyor. “Aa olur mu sabah akşam kullanıyoruz” deyince sana zaten bakıyor bu kız zaten baksana su gibi diyor öyle alıyor, gencim tabi o zamanlar (Ezgi).

Bazen de gerçekten egosunu tatmin etmeye gelen var. Pohpohlanmaya ihtiyacı olan var ya gerçekten. Bazen almayacak müşteriye işte “Ay ne kadar gençsiniz, çok güzel görünüyorsunuz, kıyafetiniz çok güzel olmuş, şeymiş” deriz. “Ay kızlar, teşekkür ederim, moralimi yerine getirdiniz, tamam şunu da alayım, şöyle yapayım” diyen var yani (Ece).

Görüşmecilerin bazılarının da içinde bulundukları bu zorunlu hali müşteri ve işveren gözünden anlamaya ve hak vermeye çalıştıkları da anlaşılmaktadır. Duygusal emeğin derinlemesine davranışının bir gerekliliği olan duygusal çaba da bu anlatılarda ortaya çıkmaktadır. Çalışanın karşısındaki müşteriyle empati kurması, onun satın aldığı hizmetten memnuniyet duymasını sağlaması ve onu zor/agresif hale getiren koşulları anlamaya çalışarak olumlu duygularla yaklaşması durumudur. Bu, aynı zamanda Grandey’in (2000) önlem odaklı ayarlama sürecinde çalışanın kendini yaşayabileceği duygulara önceden hazırlama süreci ile de ilişkilidir.

Bu tarz sektörlerde aynı modda olmanı istiyorlar. Bazen yeri geliyor gerçekten robotmuşsun gibi davranıyorlar. Her gün güleceksin, her gün işte dinamik olacaksın, her gün şey yapacaksın. Değilsin, sen de insansın. Hani ben yöneticiyim. Personelin morali bozuk oluyor. Gidiyorum soruyorum “Neyin var?”. Hani çok şey ise diyoruz ki “Biraz çık, yüzünü yıka gel.” Her gün enerjik olacaksın. Güler yüzlü koşturacaksın, öyle yani. Ya uykulu modda gezeni hiç kimse şey yapmaz, müşteri bile der yani. İster misiniz, bir yere girseniz mesela “Burada niye çalışıyor kendine hayrı yok.”, ya da “Kendine hali yok, bu nasıl bakacak, nasıl ilgilenecek?” dersiniz. Ya da siz güvenir misiniz o kişiye? (Ece).

Samimiyet bazı görüşmelerde özellikle vurgulanan bir kavram olarak görülmüştür. Çalışanların müşteriye samimi duygularını ve fikirlerini ilettiğini vurgulayan görüşmeciler, Asforth ve Humprey’in (1993) samimi davranış kavramıyla uyuşmaktadır. Çalışanların kendilerinden beklenen duyguyu gerçekten hissedebildiği ve samimi davranışlar sergileyebildiği durumu duygusal emeğin samimi davranış boyutu olarak kavramsallaştırmışlardır. Aşağıda alıntılanan görüşmelerde de görüşmeciler, müşteriye karşı rol yapmadıklarını, gerçek duygularını ve ürünle ilgili fikirlerini söylediklerini, müşteriye gerçekte böyle davranılması gerektiğini vurgulamışlardır.

İyi bir satıcı da her şeyi bir müşteriye satmaya çalışan birisi değildir bence. Yani gerçekten müşteriye samimi yaklaştığımızda, yakışanı tavsiye ettiğinizde, eğer onu iyi analiz edebilmişseniz, şu size daha hoş olur dediğinizde müşteri bu güveni alıyorsa zaten siz iyi bir satıcı oluyorsunuz. Sonrasında o müşteri hep size geliyor. Yani, benim müşterilerim hep böyleler. Ya işte biz şurada da görüyoruz ama sizin verdiğiniz gibi fikir vermiyorlar çünkü ben doğru fikir veriyorum, o olmadıysa “Hayır onu çıkarın, o olmadı, almayın!” diyorum (Nazan).

Ya bence müşteriye böyle satış danışmanı gözüyle gitmemek gerekiyor. Kendini de onun yerine koymak gerekiyor. Klasik aa alıcı geldi satın alalım diye bir şey yok. Ben, ona o ürünü satıyorum ama gerçekten onun bedenine uygun mu, gerçekten kullanabilecek mi ona da doğru bedeni vermek lazım hani. Bugün satış yapayım, tamam gitsin diye bir şey yok. Çünkü müşterinin kalıcılığını sağlamak önemli, sana güvenini sağlamak önemli.

Sana güveniyor karşıdaki insan, ona göre şey yapıyorsun, zamanla tek bir sözünle de hani alıyorlar artık (Ece).

Satış yaparken zorlanmadım ya. Yani çünkü ben şey için zorlanmadım şey bir tipim; yalan konuşamayacak bir insan olduğum için müşteriyle o samimiyeti kurabiliyorsun. O oradan sana güveniyor, tamam diyor “Bana bu doğru söylüyor”. “Bakın bir de şunu deneyin isterseniz.” derim beğenmediyse eğer (Eylül).

Görüşmecilerden Nur, yaptığı işi tanımlarken Hochschild’ın (1983) yaptığı tiyatro benzetmesini yapmıştır. Hochschild’ın çalışanların oyuncu, müşterilerin izleyici, mağazanın tiyatro sahnesi, verilen hizmetin oyun benzetmesi, Nur’un çalışma yaşamı rutinini ve içinde bulunduğunu söylediği “sahteciliği” tanımlamasına oldukça benzemektedir.

Senin moralin bozuk, karnın ağrıyor, sırtın ağrıyor her yerin ağrıyor, yıkılıyor hani çok üzüldün eşine dostunla tartıştın, ailenle tartıştın sabah gelirken kaza yaptın ufak da olsa, hani birinin bayıldığını gördün, hatta öldüğünü gördün hiç fark etmez. O şekilde de olsa, sen o kapıdan gelen müşteriye, yani sahte de olsa, bir maskeye bürünüp güler yüzlü olmak zorundasın. Güler yüzlü olacaksın. Sahtecilik oluyor. Tiyatro gibi işte Benim için satış oldu mu olmadı mı o önemli. Hani orda numara yapmışım yapmamışım çok zoruma gitmiyor. Çünkü ilk girişinden beri zaten numara yapıyorsun. Her gün yeni bir sahne geliyor, her gün yeni bir sahne bugün de bitti o şekilde, her gün oh bugün de bitti bir ayı doldurduk. Oh bugün de bitti maaşı aldık. Bugün de bitecek, bugün de bitecek o şekilde. Hani işte yani gültüyorsun. Müşteriyi anlamak zorundasın (Nur).

Görüşmelerde tüm görüşmecilere iyi bir satış danışmanı olmak için ne tür vasıflar gerektiği sorusu yöneltilmiştir. Hardt ve Negri’nin (2001, 2004) duygulanımsal emek tanımlamalarında belirttikleri gibi iyi hal ve tavırları ve sosyal becerileri olan işçinin duygulanımsal emekte uzman olması ve işinde başarılı sayılması durumu bu soruya verilen cevaplarda da görülmektedir. Formel ve teknik bilgidense kişilik özellikleri, tutum ve davranışlar gibi sosyal beceri denilen

özelliklerden bahsedilmiştir. Güler yüzlü olmak gerekliliklerin ilk başında yer almaktadır. Güler yüzlülük her koşulda, her durumda, müşteri ne yaparsa yapsın asla vazgeçilemeyecek bir zorunluluktur. Konuşkan ve girişken olmak da daha fazla satış yapabilmenin gerektirdiği kişilik özelliklerindendir.

Yani bir defa güler yüzlü olmak şart. Çok sabırlı olmanız gerekiyor. Çok alttan alıcı olmanız gerekiyor. Yumuşak girmeniz gerekiyor. Kesinlikle karşı tarafı böyle şey yapmamanız gerekiyor. Huylandırmamanız gerekiyor. Güler yüz olursa, bir de tatlı dil olursa, halloluyor açıkçası. Sürekli diyalog halindesin. Sürekli konuşma halindesin müşteri ile. Hani zorladığı derken evet, bazen agresif müşteri oluyor. Altan alıyorsun. Olayları yatıştırmaya çalışıyorsun. Sakinleştirmeye çalışıyorsun. “Sen haklısın” diyerek halledebiliyorsun bunu. “Siz haklısınız” diyerek halledebiliyorsunuz. Deliyle deli olmayalım diyoruz şey yapıyoruz (Fatma).

Kapıdan giren müşteriye güler yüzle işte hoş geldiniz, ne aramıştınız vs. diyeceksin. Çenenin iyi olması gerekir. Ve ağzının laf yapması gerekir. Tek olay bu. Yani ikna kabiliyeti yüksek olacak, güler yüzlü olacaksın, müşteri hiçbir şey almasa bile onu karşılayacaksın. Yani, çok işi ya da ürünü bilmene de gerek yok, yeter ki ikna kabiliyetin yüksek olsun. Zaten güler yüz her işte önemli olan bir şey. Zaten iç giyim biraz detaylı bir sektör. Ben çok konuşan bir tip değilim. Gereksiz muhabbet etmeyi de sevmem. Yalan söylemeyi hiç sevmem bu konularda. Kullandığım ürünleri tabii ki kullandığımı söylüyordum. Gerçekten güzel olan ürünleri söylüyordum (Arzu).

Satış görevlisinin çok konuşkan biri olması lazım. Yani nasıl söyleyeyim, önce benimsemesi lazım. Zaten satacağı şeyi çok iyi bilmesi lazım. Çok iyi konuşması lazım. Satacağı şeyin her şeyini her şekilde bilmesi lazım. Yoksa hani başka türlü satılamayacak (Ayşe).

Ancak, kurulan ilişkilerde güler yüzlü ve konuşkanlığın ölçüleri de müşteriler tarafından belirlenmektedir. Kimi zaman güler yüzlü olmak müşterilerin görüşmecileri azarlamasına neden olabilecek bir hale de gelebilmektedir. Burada çalışandan, her müşteriye göre duygu durumunu ve davranışlarını yenilemesi beklenmektedir. Karşıdaki müşteri ne istiyorsa, nasıl bir davranış bekliyorsa tam olarak onu bulup davranışları şekillendirmek gerekliliği oluşmaktadır.

Güler yüzlü davranılıyor. Güler yüzlü davranırsın ama bir sevgili geldiği zaman yanlış anlaşılabilirsin. Bayan çok kıskançsa böyle beni ters bir şekilde cevap verdi bana. Beyefendi güldü, o da bana niye güldü diye, “Evet, ondan alacam” diye sert sert konuştu bana. Müşteri ne istiyorsa onu yapacaksın. Olay bu yani!. Onun gönlünü hoş edeceksin. Hata sende değilse bile bizdeymiş gibi öyle olacak yani. Diyorum ki buraya girdim hani açıkçası duamla girerim, derim ki müşteriye güler yüzlü davranmam gerekiyor, bu benim işim bunu yansıtmamam gerekiyor. Ha içim kan ağlasa da müşteriye güler yüzlü davranırım giderim dinlenme odasında da ağlarım ama içerde ağlarım, müşteriye yansıtmam, öyle bir huyum var (Aslı).

Sabırlı olmak, görüşmelerde, satış görevliliği için bir olmazsa olmaz olarak çıkmaktadır. Tıpkı Özkaplan’ın (2010) belirttiği gibi duygusal emek bakım alanının dışına taşındığında da bu alandan kalan özelliklerin devamlılığı söz konusudur. Müşteriye karşı sınırsız bir hoşgörü, alttan alma ve sabır gösterme zorunluluğu verilen satış hizmetinin de kurucusu olmaktadır.

İyi bir satışçı olmak için sabır gerekli yani sabır, sevmek gerekli. Zaten bunu istemek gerekiyor öncesinde. İstemeyen kimse yapamaz bunu. Yani, çünkü hakikaten şey bir iş değil, mantıklı bir iş değil. Şöyle, karşıdaki insanlar çünkü seni hiçbir zaman insan olarak görmüyor. O mağazanın bir şeyisin, parçasısın ve sen o karşıdakini bir şekilde tatmin etmek zorundasın. Yani egolarıyla seni bastıran çok insan oluyor. Yani işte “ben bilmem ne mezunuyum, ben bilmem ne şeyiyim, işte ben doktorum, ben hakimim” bilmem ne falan, gelip seni ister istemez eziyorlar orada. Hani sen orada robotsun. Şey zannediyor hani işte biz varsak siz varsınız. Bizim paramızla çalışıyorsunuz. Biz alışveriş yapmazsak siz olmazsınız falan gibi düşünüyorlar. Hani oradaki aslında emeğin şeyini göremiyorlar. Orada bir yapılan aslında bir şey var. İı nasıl anlatayım ki... Dedğim gibi, sevmeden yapılabilecek bir şey değil bu (Keriman).

Bir kere inanılmaz sabırlı olmanız lazım, iyi müşteriye de kötü müşteriye de. Kötü derken kastım şu; seni ezen falan yani çok aşırı sabırlı olmak zorundasın. Şimdi çok dünya iyisi dediğin müşteri de seni üç saat esir alabiliyor, hiçbir şey yapamıyorsun. Konuşuyor, çay içiyor, kahve içiyor, her şeyini anlatıyor bütün vaktini alıyor. O üç saatte şimdi onun gönlünü kırarsan eğer bir daha gelmez. Onu o sabırla beklemen lazım. Şimdi diğer taraftan seni ezen, hiçbir şeymişsin gibi gösteren ve kendini sana o kadar değersiz hissettiren insanlara karşı da diyorum ya tek şeyin sabır. Sabırlı olacaksın, böyle ben çok içimden küfür ederek işlem aldığımı biliyorum. (Ebru).

4.5.2. Müşterilerle Yaşanan Yakınlıklar ve Çatışmalar

Çalışmanın alan araştırması esnasında yapılan görüşmelerde, görüşmeciler tarafından oldukça farklı ve yoğun duygular aktarılmıştır. Bu duyguların ve durumların toplumsal cinsiyet ve sınıf kesişimleri, oldukça katmanlı ve derinlikli analiz gerektirmektedir ve her biri farklı bir çalışma konusu olabilecek niteliktedir.

Müşterilerle yakın ilişki kurmak, birçok görüşmeci tarafından yapılan işin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir. Kurulan yakın müşteri ilişkilerinde duygusal dışavurumlar yaşanmaktadır. İş dışında vakit geçirmek, beraber çay kahve içmek, özel hayatlarıyla ilgili detayları paylaşmak, özel günleri kutlamak, dert dinlemek, çözüm üretmek, müşteriye iyi hissettirmek, güçlendirmek satış işinin bir uzantısı veya parçası haline gelmiştir. Aşağıda aktarılan anlatılar bu durumu ortaya koymaktadır.

Ben müşterimin çocuğunun doğumundan tut da eğer kocası aldatırsa ona kadar bilirdim. Müşteri kartlarımız vardı. Herkes kart doldururdu müşterisine. O ne ürün aldıysa biteceği zaman arardı. Şirket hattı veya mağazanın telefonunu kullanırdık. Bunların hepsini takip ediyorsun. Doğum günü, yıl dönümü vs. Çünkü senin en iyi müşterilerin onlar, geliyor senden 1000 liralık alışveriş yapıyor mesela (Ezgi).

Ya ben AVM A'da çalışırken ne biliyim AVM A'da Firma R'nin önünde tam kafe vardı, belki biliyorsundur hala orada. Orada ben çok yemek yedim müşterilerimle. İsmarlarlardı, geri çeviremezdik. Çay ismarlarlardı. Pasta falan yedirirlerdi, yemeğe çıkarırlardı. Güzel alışveriş yapmak isteyen bir müşteri, kaybetmek istemezsin tabii ki. Bir çaydan bir şey olmaz. Tabii erkek olmayacak, bayan ve böyle ailecek gelenler olsa aralarından seçiyorsun, herkesle de değil (Emine).

Burada insanlar sana seks hayatını bile anlatabiliyor. Çünkü öyle bir mağaza. İşte geliyor ya da diyor ki benim eşim beni aldatıyor. Her şeyini insanlar burada anlatıyor aslında, biz çözüm bulmaya çalışıyoruz. Geliyor, işte evlilik yıl dönümüm işte ne biliyim eşimle aram kötü şöyle böyle. Ya da bir erkek de gelebiliyor eşimle aram kötü diyor. Ya da şöyle durumlarda da karşılaşılabiliyorum ve çok şaşıyorum. Mesela adam geliyor, yine birçok sevdiğim müşterimdi hatta. Hem dostu var adamın hem karısı; hem karısına hediye alıyor, hem dostuna alıyor. Mesela birine daha fazla, daha pahalı bir şey alıyorsa, birine daha ucuz alıyor. Çok değişik şeylere karşılaşılabiliyorsun yani (Ayça).

Yeri geliyor mesela özel hayatlarını bile dinliyoruz, o derece. Her şey var işte, eşiyle kavga eden var. “Ben ayrılacağım, işte aldattı beni” diyen de var. Yani her şeyi dinliyoruz biz. Sonuçta biz de bir tecrübe kazanıyoruz. Sonuçta insanlar güveniyor. Diyor ki hani şimdi “Aldattı beni, ne yapabilirim?”. Biz de diyoruz ki “Kendinize güvenimizi kaybetmeyin, daha çok kendinize bakın, özgüveniniz yerine gelsin. Hani ona üzüldüğünü belli etmeyin en azından. Kendi ayaklarınızın üzerinde durabildiğinizi gösterin.”. Öyle oluyor, bazen özgüvenini yitirirsin, illa ki ayrılırsın, bir şey olur bir çöküntüye girersin. Hani birinin bir şey demesini beklersin. Öyle bir şey olur çünkü her insan hayatında vardır. Şöyle bir şey vardır; yeri gelir akrabası ya da arkadaşıyla konuşamayacağı şeyler vardır; yabancı bir insan olsun, içimi dökeyim diye düşünür. Müşteriler de o şekilde düşünüyorlar bence. Onlar da öyle. O yüzden biz de esas seyyar psikologuz (Ece).

Çünkü müşteriyle orda oturmak, işte çay içmek zorundayım. Onun bütün ailesinin dedikodularını dinlemek zorundayım. Birinin kızı evleniyorsa öbürünü dinlemek zorundayım. Orda öyle bir ilişki var çünkü gelen insanlar hep satış danışmanından çok mağaza müdürüyle muhatap oluyorlar ya, anladın mı? (Ebru).

Alışveriş merkezleri farklı sınıflardan insanların hem müşteriler arasında hem de müşteri- çalışan olarak karşılaştıkları mekânlardandır. Bu sınıfsal karşılaşmanın çalışanların öznelliğinin kurulumunda ya da belirli duygularının oluşumunda etkisi oldukça belirgindir. Yaşanılan adaletsiz durum, özellikle de üst gelir grubunun alışveriş yaptığı iki mağazada çalışan görüşmecilerin anlatılarında oldukça belirgindir.

Bir de şöyle bir şey var, hani ben mesela onun farkındaydım ama farkında olmayan arkadaşlarım da var. Sonuçta sattığın ürünler hem güzellik ürünü bayanlar için hem kendin için zevk veren hoşnut olduğun bir şey. Kaliteli, yüksek fiyatlı ürünler satıyorsun. Onlara ilgin kayıyor ya da bir müşteri geliyor, onun üstündeki o şeyleri görüyorsun, diyorsun ki aslında ben de para kazanıyorum, aslında ben de bunlara sahip olabilirim. Ama aslında tam öyle değil, o dengeyi de kurmak lazım biraz da. Düşünsene lüks parfümler satıyorsun, 200 liralar; kremler satıyorsun, 500 liralar. Hoş hoş bayanlar geliyor, hepsi alıyor. Sonuçta genç kızlar çalışıyor, o dönemde ben de çalıştığım zamanlar gençtim. Tam böyle heveslenip şey yapacağın zaman. Yani o yöne kayabilirsin. Ben yüksek para kazanıyorum, benim de alım gücüm var ama aslında öyle değil, hayatın öyle değil çünkü aslında. Orda çelişki yaratan bir meslek aslında (Ezgi).

Çalışanlar bir mutsuzluğa bürünüyorlar, nasıl bürünmesin? O, 1.500 TL için haftanın 60 saati ayakta çalışıyor. Yeri geliyor yemek yemiyor. Evden peynir ekmek getirip arkada depoda yiyor ki para harcamasın. Şimdi orda, bir anda bir gömleğe 1.000 lira veren insanları görünce mesela gidince diyor, “Ebru hanım bu kadar da olmaz!”. Diyordum ki “Çocuklar hiç üzülmeyin siz yani, çok laf yalansız, çok para da haramsız olmaz, boş verin. Helalinden çalışıp kazanıyorsunuz.”. Onlara o şekilde yaklaşıyordum ama o mutsuzlukları belli yani bilmedikleri bir dünya; adam, bir anda gelip, milyarları kartından düşünmeden çektiriyor işte bizimki de o ay kredi kartını nasıl ödeyeceğini düşünüyor falan. Ama hırsları olursa aslında onlara biraz daha yaklaşıp ne kadar çok para harcatırsam o kadar prim alacam diye de düşünebilirler. Yani o mantığa bürünüyorlardı satış yaparken. Ama onun arkasında bu kadar da olmaz, yine geldiler dünyayı aldılar falan diyorlardı. Ama dediğim gibi genellikle geyik kısmına vurup hani geçiştirmeye çalışıyorduk mağazada. Tabii ki çok farklı hayatlar, çok çok farklı hayatlar. İşte bir personelinin çocuğu hastaydı, hani bir muz alacaktı, işte bizim için basit olan şeyler onun için çok önemliydi. Şimdi böyle bir hayatının içerisinde olup da, görüp de gidip çocuğuna muz alamamak, o kadının yaşadığı sıkıntı tabii ki yansıyor. Nasıl; uykusuz geliyordu mesela biliyorsun, hissediyorsun, ağlamış biliyor musun belliydi yani o can acısı. Zor, çok zordu iki farklı uçurum ama herkeste böyle bir psikoloji var, kesinlikle var, “Bu nasıl bir para ya!” diyor yani, nasıl bir şey yani. Sattığına seviniyor, “Şu kadara verdim” diyor ama “Bu nasıl bir para, adam bir ev parasını bir küpeye verir mi ya?” diyor. Yani, mantık dışı, bir küpeye bir insan 3 yüz- 4 yüz bin nasıl verir ya! Yani, o genel bir şey var yani ve onun önüne de kimse geçemez. Bir tek şey diyorlardı, robot danışmanlar yapacaklarmış, ne zaman olursa artık? O zaman herhalde böyle duygularla uğraşmak zorunda kalmazlar (Ebru).

Bir müşterim yazın Bodrum’a gitti, yattaydı, 3 ay boyunca yata küpe yolladım. Küpe istedi benden. Yata küpe yolladım yani. O zaman dedim “Ben bu hayatın... Öldün mü? O küpeyi takmazsan olmuyor mu denizin ortasında?”. Zaman zaman diyordum ki kimseyi görmeyeyim, lanet olsun, hiç kimseyle muhatap olmayayım. Gideyim bir fabrikada kimseyi görmeden gireyim içeri. Ondan sonra bir şeyler yapayım işte böyle. Sonra akşam da çıkayım evime geleyim yani. Aldığım parayı bileyim ya. Az alıyım ya 2 bin-3 bin az alayım yani. Yeter ki muhatap olmayayım artık müşteriyle falan diyordum böyle (Ebru).

Müşterilerle kurulan eşitsiz ilişkilerin sonucu, çalışanlar sıklıkla değersizlik duygularına kapılmaktadırlar. Yok sayılmak, azarlanmak, aşağılanmak çalışanların bu durumlarla karşılaştıklarında davranmak istedikleri şekilde davranamıyor oluşları öz değerlerinin ve değerlilik duygularının zarar görmesine neden olmaktadır.

Mesela bizim mağazamızda “hoş geldiniz” ya da “güle güle” demediğimiz hiç müşteri yoktur ama birçoğundan yüzde 70’inden yüzde 80’inden cevap alamazsınız. Diyorum ki ne zaman böyle oldu insanlar, ya bir güler yüz, hoş geldiniz, bir kafanı çevirip “hoş bulduk” diyeceksin yani, yok. Orada biri mi konuşuyor, konuşmuyor mu, bazen böyle bir şey olup görmüyor seni. Mesela 15 dakika ben arkasında gezmişim, bana hoş bulduk dememiş, sonra şu nerde diye döndüğünde ben diyorum ki içimden “Ben yokum ki burada! Niye cevap veriyim sana?” Biraz önce beni duymadın yani (Nazan).

Şimdi bir kere herkesin sana bakışı değişiyor, yöneticiyim deyince; dışardaki şeyin çünkü. Ben satış danışmanlığı yıllarımda, satış danışmanı deyince, tezgâhtar geliyor böyle akla. Ama yönetici deyince, mağaza müdürüyüm deyince insanlar daha böyle senden gelip iş istiyorlar. Hani personel ihtiyacın var mı, şöyle böyle daha farklı pozisyonda oluyorsun buradaki şey için. Ama satış danışmanıyken ha burada çalışmışsın ha orda çalışmışsın (Aslı).

Hani geçen mesela bir şey oldu; müşterinin teki bana ürün sordu kadın. Yeni başladım burada hani bilmiyorum çok sistemsel işleri falan. Ürün bakmaya gittim. Ben bakıp gelene kadar kadın, “Of bu ne ya iki saattir bir ürüne bakamadın!” diye beni fırçaladı. Yeni de başlıyor olabiliriz, biz orda doğup büyümüyoruz sonuç itibarıyla. Ne biliyim, seni çok hor görüyorlar. Ondan sonra kadına işte “Bedeni varmış, vermemi ister misiniz?” dedim. Tamam, alayım falan yaptı kadın bana. Ondan sonra gittim, bedenine baktım, verdim ürünü. Sonra, işte yanıma geldi “Ya kusura bakma, aslında sana şey değildim ama bir anda sana patladım.”. Ee ben senin patlama noktan değilim! Ben senin esirin değilim! Kölen değilim! Sen oradan alıyorsun 20 liraya, ben de oradan alıyorum 20 liraya yani. Sen veriyorsan oraya o parayı, ben de veriyorum. Ben orda sadece çalışıyorum, en çok bu herhâlde bunaltıcı oluyor (Leman).

Eski yaptığım işte de insanlarla haşır neşirdim, şimdi de öyleyim yani güler yüzlü davranmak zorundasın bir kere insanlara. Bizim insanlarda şey var, yanlış anlamayın ama parayla ezme şeyi var. Hani ben eski yerimde de gördüm. Benim ne mezun olduğumu bilmiyorlar ama hani küçük düşürme ezme falan konuşma şekli de oluyor. Burada daha rastlamadım pek ama burada da şey var azarlama, bilmem ne (Aslı).

Bazen müşteri tuttururdu benden özür dileyecek, o buraya gelecek, nerde gitti mi, gelsin buraya falan diye. Ego tatmini yapıyorsun çünkü hani psikolojik bir tedavi merkeziyiz mağaza olarak! Bir taraftan o kral, o isterse 20 liralık tişört alsın, isterse 1000 liralık kaban alsın, kral o! Adamın karısının yanında benim bir elimi sıkışı falan var böyle hani şöyle şey vardır ya “canım benim ben kralım bu da kraliçem” falan. Onun parasıyla onun alış verişleriyle biz yaşıyoruz çünkü. Anlatabildim mi, onun mantığında o müşterinin gözünde. Ama yani evet gerçek bir noktada o alış veriş yapıyor ki mağaza ayakta duruyor. Bunu kabul etmek lazım (Eylül).

Son olarak Ebru'nun aktardıklarında, eğreti ve ağır koşullar altında çalışırken bir yandan da duygusal olarak girdiği yoğun çabaların, duygusal emeğin gerektirdiği zorunlu davranma ve hissetme biçimlerinin yarattığı zorlanma ve bu zorluğun altında oluşan yetersizlik duygusunu görmek mümkündür.

Bir de ne var biliyor musun? Duygusal olarak hiçbir zaman yetememe duygusunu yaşıyorsun. O zaman sürekli, yani ben sürekli mutsuzdum. Tamam, para kazanıyorum. Param var hani ama diyorum ya 6'da çıkmak sanki çok büyük hata. Gerçekten hata işlemiş gibi hissediyorsun kendini. İşte mağazadan çıkıp sigara içmeye gidiyim diyorum ama sanki o anda mağazada bir şey olacak. Bir sigara içmek ya 5 dakikanı alır, hani gittiğim zaman hep aklım mağazada. Akşam oluyor. Her şey bitti mağazayı kapattım eve gittim. Bir insanın kafası rahat olmaz mı, olmuyor çünkü sürekli yarını düşünmek zorundasın. İşte gerçekten insanlık dışı çalıştırıyorlar. Ya diyorum ya hem duygusal olarak hem psikolojik olarak gerçekten insan kendinin hiçbir şeye yetemediğini hissediyor. Ailene yetemiyorsun. Annen hasta oluyor, yanına gidemiyorsun. İşte babam ameliyat oldu, yanına gidemedim, izin alamıyorsun. Babaannemi kaybettim, cenazesine gidemedim. Ya gidemiyorsun çünkü bunların telafisi yok yani. Çok umutsuzluk yaşıyorsun. Bir yandan kafanı yoruyorsun, bir yandan insanlarla uğraşıyorsun, bir yandan yedi kişiyi yönetmeye çalışıyorsun ya çok sıkıntılı gerçekten (Ebru).

4.5.3. Şiddet-Hakaret

Bu tez araştırması kurgulanırken, görüşmelerden böylesi şiddet anlatıları çıkabileceği öngörülmemiştir. Aynı durum taciz hikâyeleri için de geçerlidir. AVM'lerin kameralarla ve güvenlik görevlileriyle korunuyor olması şiddet ve tacizi büyük ölçüde engeller diye düşünüldüğünden görüşme soru taslağında bu konuya dair çok kapsamlı sorular bile hazırlanmamıştı. Ancak daha ilk görüşmeden anlaşıldı ki şiddet, hakaret ve taciz AVM'lerde çalışan kadınların sıklıkla yaşadıkları durumlardır. Bu konular hakkında kendinin ya da iş arkadaşlarının deneyimini aktarmayan, böyle bir durumla karşılaşmadığını söyleyen hiçbir görüşmeci olmamıştır. Görüşme yapılan yirmi kadın da benzeri anlatılarla deneyimlerini

paylaşmışlardır. Anlatılan tüm şiddet ve taciz olaylarında benzer olan bir diğer şey AVM güvenliğinden sorumlu kişilerin olaylara müdahale edip, çalışanları korumak yerine seyirci kalmasıdır.

Fiziksel şiddete uğrayan kadınların hepsi müşterinin istediği iade işlemini yapmadıktan sonra bu durumu yaşamışlardır. “Kral” olan müşteriler, çalışanlarla kurdukları iktidar alanında kendilerine karşı itiraz edilmesine tahammül edemeyip, şiddet uygulayabilmektedir.

Kadın üstüme yürüdü. O zaman bir de bizim burada başka bir arkadaş vardı. O tuttu şöyle falan... Şöyle yani hani tokat atma boyutunda... Ya şurada oturdu, hatırlıyorum ben de kasadayım, şey dedi, sen dedi, çiyen gözlü dedi, çıkacaksın dedi, akşam dedi sen nasıl olsa çıkacaksın buradan dedi. Tehdit etti. Güvenliklerden bir tane gelip de sen niye bağıyorsun kadın demedi. Cevap veremeyişim hiç içimde kalmadı. Sadece onun terbiyesizliğine verdim ben. Çünkü eşi bana böyle yaptı, döndü, böyle (ellerini açarak kocanın yaptığı hareketi gösterdi) yaptı. Yani ben dedi zapt edemiyorum. Biz gözüyle konuştuk adamla yani. O bile bir şey demedikten sonra... Ben üzülmedim de onun yaptığı ya da söylediği hiçbir şeyi ciddiye almadım çünkü belli, format belli kadının, görüntü belli (Melike).

Daha önce çalışan bir arkadaşım ben yokken denk gelmişti bir olayla ama bana hiç denk gelmedi. Yani hatırladığım kadarıyla müşteri bir çantayı iade etmek istemiş. İade yok deyince yetkili telefon numarası istemiş; o da vermeyeceğini söyleyince, iade de olmayacağını söyleyince çantayı kafasına atmış. Herhalde yani oradan fırlatmış. Öyle bir olay yaşanmıştı (Rengin).

İade almadığım bir müşteride olmuştu. Beyefendi bize bir sürü hakaret etti falan. Bir yandan eşine bağıyor, bir yandan bana bağıyor. Bebek arabasında bebeği var. 1,5-2 yaşları arası bir çocuk. Ne ise adam baya bir sövüp sövüp bağıyordu. Ben de anlatmaya çalışıyorum, bakın işte şöyledir böyledir. Böyle böyle biz bunları tartıştık falan, en son şu tarafa doğru geldi standın etrafına, tekrar “Bana balon vereceksiniz!” dedi. Ben dedim ki “Ben, öyle bir şey yapamam; size verdiğimde, 15 lira gibi bir açığım olacak.”. İşte adam çok ciddi anlamda bağıyordu hani. Ben bile kendi ses tonumu duymuyorum. Ondan sonra “Bırak, sen şu balonu bırak, dalga mı geçiyorsun benle?” dedi. Böyle tuttu kolumdan, oraya sıkıştırdı beni. Güvenlik “Ne yapıyorsunuz beyefendi?” falan dedi ama çok fazla müdahale etmedi. Yani, sadece dinliyor neyin ne olduğunu anlamaya çalışıyor. Eşi “Ne yapıyorsun?” falan dedi. Bir de ona vurdu böyle eline. Dedim “Bakın, yapmayın, sakın olun, çocuk var eşinizin kucağında.”. Orda bebek arabasına ayağıyla tekmeledi, fırlattı bebek arabası gitti falan böyle.

Eşi, bebek arabasını kaldırdı hani ben de çocuğu sakinleştirmeye çalışıyorum bir yandan. Hani kolum falan morarmıştı, çok sert tuttu çünkü kolumu. Bir yandan çocuğu sakinleştiriyorum, bir yandan adamı sakinleştiriyorum, çok kötü hissettim kendimi. Yine o balonu ona verdim, dedim “Vicdanınız rahat edecekse alın bu balonu gidin lütfen, daha fazla uzatmayalım.”. Baya orda sarsılmıştım, çok üzüldüm (Nermin).

Fiziksel şiddet dışında, hakaret de görüşmecilerin anlatılarında çok sık görülmektedir. Müşteriler, istekleri yerine getirilmediği anlarda sıklıkla çalışanlara hakaret etmektedir.

Mesela böyle örnekler şeyde de çok olur, müşteri alışveriş sonrasında iadeye gelir. İadesinin mutlaka kabul edilmesini istediği için gelir ama iadesine eğer oradan ret cevap gelirse, kullanım hatasıysa bu, müşteri tava tencere hiç önemli değil elinde ne varsa kafanıza geçirir, gider. Bunları da yaşadık biz. Ondan sonra hakaret boyutunda “Allah belanızı versin!”, falan bu derece bunların hepsini gördük. Cidden bunların arasında çok okumuş insanlar da vardı, hakim de vardı, yani bu okumakla da bir şey olunmadığını gördük, işte doktoru da vardı herkesi de vardı. Çok böyle günlerce ağlayan arkadaşlarım da oldu. Çünkü şey hani hakaret boyutu o kadar çirkinleşiyor ki. Bir tane müşterimizin şey dediğini biliyorum, “Sen kaç kuruş para alıyorsun ki oraya oturup bana ahkam kesiyorsun? Sen karışma benim muhatabım değilsin. Senin mağaza müdürün gelsin. Senin aldığın maaş kadar, maaşının değeri kadar benim evimde tuvalet kağıdı var.” Ha şimdi ne gerek var böyle bir şeye? Ne oldu şimdi? Ne kadar tatmin etti seni de ne kadar orda hani geri dönüş alabilirsin? Yani böyle bir konuşmaya hangi mağaza müdürü gelirse gelsin orda çalışanı savunacaktır (Lale).

Bir müşteri ürün sordu, ürünün olmadığını söyledim. “Nasıl olur burası koca Firma C!” falan ama ses tonu biraz yükseldi. “Beyefendi, kalmadı ürün” dedim. “Ben Üniversitede dedi öğretim görevlisiyim. Sen bu cevabı bana nasıl veriyorsun?” dedi. “Beyefendi dedim, sizin Üniversitede olmanız bir şeyi değiştirmiyor, ürün kalmadı, deponuza da bakın. Beyefendi ürün yok. İthal bir ürün, kalmadı. Ben sizinle hani uğraşmak istemiyorum, ben dedim reyon bakan arkadaşımı çağırayım, olup olmayacağını o söylesin size.” Arkadaşım geldi ama ben biraz daha uzaktayım. Bana şey dediğini duydum, arkadaşına söylüyor. “Böyle salakları niye çalıştırıyorsunuz burada?” gibi bir üslupta bulunmuş. Arkadaşım da sinirlendi tabi. Müşteri, “Ben sizi şikâyet edeceğim!” falan filan dedi. Tabi danışmaya gidiyor, işte müdür yardımcısını çağırıyor. Ondan sonra, Allah’tan arkamda durmuşlar. Bazen müşteri haklıdır deyip de şey de yapabiliyor yöneticiler hani personeliyle uyuşmazlık yapabiliyorlar. Daha sonra işte adam “Kusura bakmayın, gergindim” falan, bilmem ne vs. deyip adam özür diledi (Keriman).

Görüşmecilere o anlarda neler hissettikleri ve bu durumla nasıl başa çıkabildikleri sorulmuştur. Duyguların ve davranışların sürekli bir kontrol altında olduğu bu çalışma alanında, çalışanlar bu anlarla başa çıkmakta oldukça zorlanmaktadır.

Bazen diyorum ki; ya şu an şöyle bir şey deyip, şuradan çıkıp gidesim var yani. Diyorum bir şey olmazsa, öyle bir yetki verseler keşke, çünkü ben ne kadar sinirlensem, şey yapsam da müşteri her zaman haklıdır potansiyeli olduğu için hop sen aşağıdasın. Ne kadar hakaret de yesen, şey de etsen... Kimsenin haddi değil bir başkasına hakaret etmek tabii ki. Ama evet, çok sinirlendiklerim oldu. Diyorum ya mesela saatlerce ilgileniyorsunuz, yeri geliyor yemek molasına bile çıkamıyorsunuz; ama kadın hiçbir şey almadan gidiyor (Ece).

Ne biliyim, hani kendini çok yüksekte mi görüyor artık ne yapıyorsa? Karşısındakinin bir insan olduğunu unutuyor herhalde bazı insanlar. Hani kendini çok mu yüksekte görüyor, ne yapıyorsa? Şöyle diyor herhalde, ben paramla bunları satın alabilirim, gibisinden düşünüyor. Ben bir şey demiyorum. Cevap vermiyorum onlara. Konuşmuyorum hiç, muhatap olmuyorum. Çünkü onun seviyesi öyle. Olmazsa, o cevapları vermez. Ben onun seviyesine düşmem. Çünkü hani benim diyeceğim yanlış bir şey müşteri kaybına yol açabilir. Tabii saçını başını yolasım geliyor. Diyorum, “Ah dışarıda olsak ben sana cevabını bir güzel veririm!”, ama iş ortamında olmuyor. Saygını bozmaman lazım; çünkü biz firmayı temsil ediyoruz (Meltem).

Müşteri bana kötü bir şey söylediğinde, terslediğinde; hani o bana söyledi, ben cevap veremiyorum ya, içimde kalıyor. Yani aslında normalde kişilik olarak hiç öyle değilimdir. Birisi bir şey söylediğinde, mutlaka cevabını veriyordum eskiden; ama böyle bir yerde çalışırken çok olmuyor. Ben de kendi kendime arkada cevap veriyorum, bana bir şey söylüyor ya... Dışarıda bir ortamda bana onu söyleseydi; şunu söyledim bunu söyledim diye düşünüp kendimi boşaltmaya çalışıyorum. Çünkü enerjimi diğer müşteriler de hissediyor (Rengin).

4.5.4. Taciz

Taciz anlatılarının çok büyük bir kısmı müşteriler tarafından yapılan tacizlerdir. Anlatılanlardan tacizcilerin, mağazaların tamamında kameraların olduğunu, sadece kabinlerin olduğu bölümlerde kameraların olmadığını bildikleri ve buna göre davrandıkları anlaşılmaktadır.

Bir tane, mesela bu daha berbat bir olay... Burada yine çalışıyoruz AVM D’de, Firma O’da. Bir tane erkek müşteri gelmiş. İşte erkek reyonunda bayan arkadaşımız var. Kız işte ona ürün falan veriyor. Pantolon için, beden denesin falan diye. Adam kızı kabine çağırmış. Ondan sonra işte fermuar açık, her şey meydanda, ondan sonra pantolonu yarıya kadar çekmiş, “Bu bana nasıl oldu?” demiş. Kız bir bakmış, şok olmuş. Mağazada da sadece ikimiz varız kızla. Erkek personel de yok. Ondan sonra kız geldi, Leman dedi çok korktum dedi, böyle böyle oldu dedi. Ne diyorsun, dedim ya yuh! Sonra adam çıktı gitti. Birkaç kez daha mağazaya geldi. Sonra işte biz erkek arkadaşlara yönlendirdik. Erkek arkadaş personeller, onlar ilgilendi. Ya bu tarz şeylerle de karşılaşıyorsun yani. Kime şikâyet edeceksin? Ne yapacaksın ki? Müşteriyi mağazaya alamam gibi bir lüksün yok ki. Ne diyeceksin? Sen sapıksın, mağazaya giremezsin mi diyeceksin. Öyle bir şeyi de ispat edemezdik. Kabinde kamera yok, sonuç itibarıyla ispat etmen lazım (Leman).

Mesela bir kot almak istediği zaman, “Sence bu bana yakışmış mı, bunu sen beğenirsen alırım.” falan yapan insanlar vardı. Kabinde kapıyı kapatmadan soyunan, giyinen insanlar geliyordu. Ben orda mesela, kesinlikle giyimime çok dikkat eder ve makyaj yapmazdım. Bir allık, bir rimel dahi sürmezdim. Sözlü şeyler zaten insanı hayattan soğutabiliyor bazen yani. Ben o dönem, anneme, “Kesinlikle hiç evlenmeyeceğim kesinlikle anne!” falan yapıyordum yani (Nermin).

Taciz durumlarında güvenlik müdahalesinin eksikliği ve polislin kesinlikle işin içine karıştırılmaması tüm anlatılarda görülmektedir. Bu nedenle çözüm de ya tacizci müşteriyi mağazadaki erkek çalışanlara yönlendirmek, mağaza müdürünün müdahale etmesini istemek ya da tacizciyi şikayetle korkutmak şeklinde bulunmaktadır.

Böyle merdivenimiz vardı; onun üstüne çıkar kot katlardık. Kot reyonu olur ya, biliyorsun. Oraya çıkardık. Kotu orda katlıyorsun, tezgâhta falan değil. Kot katlıyordum. Bir erkek geldi. Böyle bir tartıştık, ondan sonra saçma sapan bir laf söyledi. “Gider misiniz?” dedim, yok. Merdivenden bacağıma falan dokundu. Ben şeydeyim, merdivenin üstündeyim. Çıkıyor musun dedim, yok dedi çıkmıyorum, çıkarsın çıkmazsın. Elimde de pantolon var, katlıyorum. Bir salladım pantolonu, suratına geldi; düğmeleri var ya pantolonun da. Ondan sonra müdüre; “Beyefendiyi dışarıya çıkarır mısınız?” dedim. Daha hala çıkmıyor. “İsmini alacam. Seni şikâyet edecem. Sen görürsün işinden edecem seni.” diyor bana. Müdürümüz tuttu şurasından, hadi dedi çık dışarı dedi benim personelimi rahatsız etme (Emine).

Mesela bazı erkek müşteriler de özellikle, kabindeki kadınları izlemek için geliyor. Yoğun günlerde geliyor, eline bir şey alıyor, bir şey alacakmış gibi orda dikiliyor. Müşteriler çünkü kabinde denerken illa ki ya çıkıyor, bize gösteriyor, bir şey oluyor. Sürekli gelen birisi vardı.

Telefonla konuşuyorum ayağına, sevgilim gelecek diye dikiliyordu mağazada. Bir kere yanına gittim. Güvenliği çağırın dedim kızlara, bilerek. Güvenliği bana hemen çağırın, dedim. Anında mağazadan çıktı ve bir daha gelmedi o (Ayça).

Ben, karşıdan bakanlardan falan rahatsız oluyorum. Karşıda, Firma V bilmem ne vs. var ya orda erkekler duruyor, mesela onlardan rahatsız oluyorsun. Ya da birisi geliyor, kasada işlem alırken sana dik dik bakıyor. Rahatsız olabiliyorsun. Mesela yakam açık, yakama bakıyor ama ben kimse için kendimi değiştiremiyorum. Ben böyle rahatım, ben böyleyim yani. Müşterilerden de numaramı isteyenler oluyor. Ondan sonra, ne bileyim, mesela yılbaşında erkek için çok orijinal şeyler geliyor. Kırbaçlı baksırlar, ne biliyim, önünde kurabiye olanlar. İşte diyor ki; geliyor vitrinde diyor ki; “Giyeyim istersen, sen bakacaksan alırım.” “Nasıl duracağını görmek ister misin?” diye soruyorlar. Ya bu tür şeyler çok yaşıyor (Ayça).

Satılan ürünü denettirme ve bu esnada tacizde bulunma girişimleri de görüşmeciler kadınların başına sık gelen durumlar arasındadır.

Ya da mesela beyefendi geliyor, ürünlere dokunuyor, bakıyor. O, ona bir haz veriyor gibi mi söylesem. Diyor ki; sizin bedeniniz kaç, aynı sizin bedeninizden. Bir arkadaşıma, bir müşteri “Bikini dener misin?” dedi. Bir hanımefendi, oğluyla gelmişti. O hanımefendi, bana 4-5 tane pijama denettirdi ve almadan gitti. Oğlunun bakışlarından çok rahatsız olmuştum mesela (Arzu).

Bir arkadaşımda şey olmuştu; denemiş kız, o spor giyimde çalışıyordu, denemiş. Pamuklu bir ürünmüş, işte adam abartılı bir şekilde koluna dokunmuş. Bunun kumaşı nasıl, çeker mi, kaşıntı veriyor mu yüzeyde falan gibisinden sorular sormuş. O şekilde bir şey olmuştu (Nur).

Son olarak, görüşmeciler müşteriler tarafından ısrarla randevu istenmesi, reddedildiğinde zorlama ve tehditte bulunulması gibi durumları da yaşamaktadırlar.

Bizim sektör biraz daha ağır olduğu için şimdi o noktaya girilemiyor. Daha böyle usturuplu yapılıyor tacizler! Yani hani nedir, ürünü sorma bahanesiyle, ufaktan bir cep numarası alınır falan. Sen de zaten müşteridir diye verirsin. Hani resim olaylarıyla... Artık günümüzde Whatsapp çıktı. Resim atılır, bir şey yapılır diye, sen bilmeden verirsin, o nokta başka boyuta gelir, bu bir. Daha sonrasında, işte vaktiniz varsa bir çay içelim gibisinden ya da çıkışınızda bir yemek yiyelim gibisinden. Ya benim ilk çalıştığım yerde mağazayı aramışlardı ve benim orda bir üç dört aylık yeni bir iş tecrübemdi. Ben neye uğradığımı şaşırmıştım! Nasıl ya?! İını oluyor öyle şeyler (Melike).

Adam geliyor karısıyla birlikte, beni görüyor. Ertesi gün bana çikolatayla geliyor. Çiçekle gelen çiçek gönderen... Öğle yemeğine kaçta çıkalım diyen... Çünkü adamlar egosuna çok hâkimler. Benim param var, bunu yaparsın sen, düşüncesindeler. Beni de hafif görüyor, neye dayanarak bilmiyorum. Bir kere güvenliği çağırmak zorunda kaldım. Adam gitti. Bana sonrasında bir şey yapar mı diye düşündüm bir ara. Hani sonuçta adamı korkuttum. Herkes duydu adamın ne olduğunu ama böyle bir şey olmadı. O şansını denedi muhtemelen (Ezgi).

4.6. SENDİKA

İkinci bölümde belirtildiği gibi, sendikal örgütlenmenin ve sendikal temsilin yetersizliği en güçlü eğretilişme göstergeleri arasındadır. Sendikal örgütlenme, toplu iş sözleşmesinden faydalanma, grev ve lokavt hakkına sahip olmama alışveriş merkezlerinde çalışan kadın satış görevlilerinin çalışma koşullarının eğretilişini anlamak için önemli belirleyiciler olmuştur. Görüşmecilerin tamamına sendikalı olup olmadıkları sorulmuştur. Görüşme yapılan yirmi kadından sadece biri sendikalı olarak çalışmıştır. Bir görüşmeci de AVM’de çalışmadan önce çalıştığı işinde sendikalı olduğunu belirtmiştir.

Çalışırken sendikalı olan Keriman sendikalı olmaya ilişkin düşüncelerini aşağıdaki gibi aktarmıştır:

Koop-iş’e bağlıydık. Son iki sene bağlıydık. Yani aslında işte Türkiye’de sendikanın hiç ne olduğu bilinmediği için, çok da yararlıymış aslında hani insanlar için. Hani çok kötü bir şey gibi gösteriliyor sendika, ama aslında değil çok da yararı var çalışanlar adına. Hani bir şey olduğunda, bir nevi senin arkanda duran avukatın gibi de düşünebilirsin. Ondan sonra, hani faydalarından son zamanlarda yararlandık. Bize kapanışta çok faydası oldu, mağaza kapandığında. Paramızı tıkr tıkr aldık biz. Temmuz 10, 2013’te bitti işimiz, ertesi gün, hesabımıza paramız yatmıştı. Tazminatlarımız, haklarımız vs. hepsi... Ha sendikalı olmasaydık, o kadar kuruşu kuruşuna alır mıydık, bilmiyorum açıkçası. Çok da zannetmiyorum. Yani sallayabilirlerdi. Altı ay sonra alabilirdik, bir sene sonra alabilirdik, parça parça alabilirdik. Belki almayabilirdik de... İflas ettik diyeceklerdi. Sendikanın orada çok büyük artışı oldu. O yüzden de hani, bence sendikalaşmak iyi bir şey ya! Hani Türkiye’de ne kadar ters görülse de, sendikalaşmak iyi bir şey bence (Keriman).

Daha önceki işinde sendikalı olarak çalışan Eda, şu anda çalıştığı işin, yani satış görevliliğinin esnek ve güvencesiz yapısının sendikalaşmayı gerektirmediğini söyleyerek düşündürücü bir yorum yapmıştır. Eda koşulların kötü olduğu anda iş değiştirebilmeyi bir serbestlik olarak yorumlamıştır. Sendikalı olduğunda bu serbestliğin olmayacağını, dolayısıyla sendikanın satış danışmanlığı yapan kişilere bir fayda sağlamayacağını düşünmektedir. Eda, ağır koşullar yüzünden çalışmayı bırakan kişilerin sendikalı olduklarında koşullarının iyileşebileceğine dair her hangi bir yorumda bulunmamıştır. Eda, daha önceki deneyiminde sendikalı olduktan kısa bir süre sonra firmanın Türkiye’den çekildiğini ve bu durumdan sendikayı da sorumlu gördüğünü söylemiştir. Bu durumun, onun sendika hakkındaki bu düşüncelerini de şekillendirdiği düşünülmektedir.

Bence bu sektör için hiç sendika gerekmez; çünkü bu sektör daha hareketli. Mesela önceki işimde artık memur gibiydi herkes. Yani bir insan girince bizim o Alman firmasına, kesinlikle çıkmıyordu. Çıkarmıyorlar da. Yani uyarı cezaları falan üçü geçmediği sürece hiç kimse çıkmıyordu. Orada hani artık var olandan kötüye gidildiği için, el konmuştu. Hani her şey işte eskisi gibi olmalı ya da daha iyi olmalı şeklinde bir yaklaşımı vardı sendikanın. Sendika, hani daha çok böyle biraz daha memuriyete yakın yerlerde, 150-200 kişi çalışan yerlerde, daha iyi şartlar açısından, disiplin açısından iyi, başarılı. Ama bu firmalarda olmaz bence. AVM’de, yani perakendede, yani bu sektör tarz bir yerdeyseniz, zaten personeller mesela, biz yine iyi alıyoruz ama, genelde asgari ücret alıyor mağazadakiler falan. Şimdi onlar öyle alınca, firmanın en ufak bir kötüye gidişinde hemen işten çıkıp başka firmaya falan giriyorlar. Yani ondan dolayı hani sendika el atsa da bence çok fazla değişen bir şey olmaz. Daha güvenceli olmasına gerek kalmıyor. Çünkü mesela ben 2 yıldır bu AVM’deyim, ıııı çok az hani, bir elin parmakları kadar aynı kişileri görüyorum. Firmalarda sendika olsa ne kadar, ne değişebilir diye düşünüyorum. Çünkü eleman sirkülasyonu çok fazla. Sendikanın güvencesi de olsa, yine bir de genç kesim çalıştığı için durmuyorlar işte. Sanıyorlar ki, işte çalışabiliriz. Sonra 3 ay duruyorlar, çok bun alıyorlar çıkıyorlar. Yani sendika da olsa değişen bir şey olmaz o yüzden, bence yani (Eda).

Diğer 18 görüşmeci sendikalı çalışma deneyimi yaşamamışlardır. Ancak, tüm görüşmecilere sendikalı olmasalar da sendika hakkında bilgileri olup olmadığı ve sendikalı olmak hakkındaki düşünceleri de sorulmuştur.

Sendikanın gerekli olduğunu, birçok soruna çözüm olacağını düşünen görüşmeciler fikirlerini aşağıdaki gibi aktarmışlardır.

Yani bence olmalı, kesinlikle olmalı. Yani doğru bir sendikaysa, yani bir kar amaçlı şey amaçlı değilse, yani artık eskisi gibi değil sendikalar o anlamda, olmalı. Kesinlikle olmalı. Yani bunu hatta yalnızca AVM çalışanları değil de, ayakta çalışanlar gibi şey yapmalılar. Olmalı. Çünkü ayakta çalışan bir sürü insan var. Mesela bize hizmet eden garson, yemeğimizi hazırlayan aşçı, yani hep hizmet sektörü tamamıyla bir sendikalaşmalı bence. Mesela ben kurumsal bir firmada çalışıyorum, iyi şartlarda çalıştım. Ama kurumsal bir firmada olmayıp, daha kötü işte firmalarda, daha kötü şartlarda çalışan bir sürü arkadaşlarımız var. Yani ben, şanslı olan kısımlardayım. Onlar, şansız olan kısımda ama hemen hemen aynı işi yapıyoruz. Bakarsan, aynı eforu sarf ediyoruz. Ama o benden daha az para alıyor. Daha çok çalışıyor. Şartları, onların daha kötü... Yani eşitlenmeli. Sendika olursa mesela işler daha rahat olur. Ya da hepsi toplanabilir (Ezgi).

Sendika olsa işe yarayabilirdi, haklarımızı korurdu en azından; çünkü zaten hani şöyle baktığımız zaman, AVM’de çalışan kesimin geneli, küçük yaştadır yani. Çünkü AVM en son çaredir bana göre, diye düşünüyorum. Hani iş bulamazsın hiç ya da lise mezunusundur. Çünkü orası bir mezuniyet aramıyor. Lise mezuniyeti şartı ya da askerliğini yapma şartı belki arıyordur, onu bilmiyorum. O yüzden herkes, AVM’leri öneriyor. Mağazaları öneriyor, çünkü işi öğrenme olayı da kolay, genelde küçük yaşta başlanıldığı için oraya, korunması şart diye biliyorum. Zaten çok zor şartlar altında çalışanlar da çok fazla (Arzu).

Çalıştığı firmaya işten ayrılırken haklarını alamadığı için dava açan Ebru, sendika konusunda en fazla düşünen ve arkadaşlarıyla bu konu hakkında konuştuğunu belirten görüşmecilerden biridir.

Bu konuyla bir ara ben ciddi kafayı bozmuştum. Yapacam ben bu işi, dedim. Bu insanlar hakkını bulmak zorunda, dedim. Bu kadar çalışıyorsun, bu kadar emek veriyorsun, köle hayatı yaşıyorsun. Hatta babam bu konuda beni çok yönlendirdi. “Biz sendikalaştık zamanında, hakkımızı ifade edebildik sizin bir sendikanız yok.” demişti. Aslında bir sendika varmış; ama

çok etkin değil. Haklarımızı savunabilecek kadar etkin değil. Adını hatırlamıyorum; ama varmış bir sendika. Ben, ama gerçekten bir ara kafayı koydum. Benim bir şey yapmam lazım, bunu yapacam diyordum. AVM'deki herkesle konuşuyorum, şimdi bir de AVM'de de herkes birbirini tanıyor, bütün çalışanlar. İşte fastfood dönerciden tut da temizlik yapan ablaya kadar, herkes birbirini tanıyor. Herkese diyorum ki; ben bu işi yapacağım, ya sendikalaşacağız, bir şey yapacam ben. Herkes bana; ne olursun yap, diyordu. Sonra ben çıktım, böyle tam araştırma bir şeyler yapma aşamasında. İşte bir fizibilite hazırlayacaktım; böyle gider, şöyle olur bilmem ne diye. Sonra çıkınca kaldı böyle, ne yazık ki yok (Ebru).

Bir grup görüşmeci sendika hakkında hiçbir bilgileri ve fikirlerinin olmadığını belirtmişlerdir.

Valla hiçbir bilgim yok, bunlardan pek anlamam da zaten (Ayşe).

Yok, hayır hiç duymadım zararını ya da karını, yani herhangi bir fikrim yok (Nermin).

Sendika hakkındaki fikirleri sorulduğunda, sendikaya kesinlikle güvenmediklerini belirten görüşmeciler de olmuştur. Görüşmeciler, sendikanın hiçbir işe yaramayacağını düşündüklerini söylemişlerdir.

Ben hiç duymadım mesela, bizimle ilgili sendika falan. O yüzden hiç bilgim yok. İşe yarayacağını hiç zannetmiyorum. Yarasaydı şimdiye kadar yaramaz mıydı? Ben, hiç etkili olacağını zannetmiyorum. Yani bu, direk ülkenin başındaki kişilerin buna karar vermesiyle olacak bir şey diye düşünüyorum. Şu anda o duruma geldik çünkü. Hiç kimse ya bu böyle olsun, şu şöyle olsun diye hakkını savunmuyor ki! Belki insanlar buna birazcık sesini çıkartsa bir düzenleme getirilebilir, ama diyorum ya bizim ülkede hiçbir şeyin düzeleceğini ben düşünmüyorum. AVM'ler yine 10'da kapanıp, 10'da açılacak; biz yine 10'da girip, 10'da çıkacağız. Çok bir şey değişmeyecek hayatımızda. Bu konuştuklarımız da böyle uçup gidecek; yani hiçbir şey fark etmeyecek ki, değişmeyecek hiçbir şey (Leman).

Yani şey, insanlarla, çalışanlarla ilgili tabii ki her kurumlarda farklı sendikalar var, haklarını korumak için. Ama ben hiç üye falan değilim, olmadım tabii ki. Sevmiyorum öyle şeyleri ya. İnsan, kendi hakkını sendikalara veriyor ki sendikalar da çok güvenilir değil açıkçası. Ben buna karşıyım. İnsan kendi hakkını aramaya kalkıyorsa, arayabilir tek başına. Ben mesela, karşıdaki insana güvenemem, o da belki başka bir şey yapacak. İnsanlar şimdi annesine babasına

güvenmiyor. Gerçekten neler neler görüyoruz, ben niye gidip sendikacıya güveneyim ki? Hakkımı aramak istesem, param da varsa avukatımı tutarım. Avukat da çok güvenilir değil de ama sonuçta hakkını bir nevi olsa koruyor seni. Biliyor, yasaları biliyor. Ama sendikanın yasayı pek bildiğini düşünmüyorum yani. İnsan kendi hakkını kendi aramalı, öyle (Aslı).

İki görüşmeci ise var olan durumu değiştirmek için kendi aralarında bir dayanışma ve örgütlenmenin gerekliliğini vurgulamışlardır. Bu görüşmecilerin yaklaşımı, araştırma için de umut verici olmuştur. Görüşme esnasında bu kişilere, isterlerse görüşebilecekleri sendikalar hakkında kısa bir bilgi de verilmiştir.

Böyle pek fazla anlamam sendikaları. İnsanlara işte her şey zoraki yaptırılıyor, direttiriliyor yani yapması için. Ama işte biri karşı gelse ya da toplanıp karşı gelsek daha güçlü oluruz. Yani, mesela AVM'ler, 10'da açılıp 10'da kapanıyor. Mesela bunun hakkında da bir şey yapılabilir. Cumartesi mesela 8'de kapanabilir, Pazar günü mesela tamamen kapalı olabilir. Bu sefer mesela pazartesi günü gelenler olur AVM'lere. Yani insanları nasıl alıştırırsan öyle gider. Satış da böyle nereye alıştırırsan o tarafa gider. Bunu biz birleşerek yapabiliriz. Çünkü biz birleşsek patronlardan daha güçlü oluruz (Meltem).

Öyle bir sendika olayı yok. Hiç öyle bir talepte bulunanları da görmüyorum. Hani iç dayanışma olarak öyle bir şey yok. Olsa, koşulları daha iyileştirir. Sendika, yasayla insan arasındaki uyumu sağlamaya çalışan bir kuruluş. Hani kuruluşunun amacından sapmış günümüzde birkaçı varsa da, hani sapmayanlar da var sonuçta. Daha iyileştirici olur. Vardiyalı sistem, dediğim gibi, günde ikiye çıkarılabilir. Çalışma saatleri düşük olabilir. Mesela en çok zor olan şey de şu oluyordu; her yılbaşı, bayram günleri, özel günler hani resmi tatiller sen çalışmak zorundasın (Nur).

Sendikalı olmak hakkında Eylül'ün anlattıkları dikkat çekicidir. Eylül, var olan hak ihlallerini ve ağır çalışma koşullarını sıraladıktan sonra bu sorunların çözülmesi halinde prime dayalı ücretlendirmeden dolayı çalışanların kazançlarının düşeceğini eklemektedir. Eylül'ün ve ilerleyen bölümlerde aktarılacağı gibi başka görüşmecilerin de özellikle fazla çalışmaya ilişkin görüşleri bu yönde olmaktadır.

Firmaların ne kadar satış yaparsan o kadar çok para kazanırsın dayatması karşısında; çalışanlar, maalesef, bu ikili durum arasında sıkıştırılmaktadır.

Burada koruyucu olan şey şu olmalı aslında; şirketlerin daha iyi denetleniyor olması gerekiyor. Hani insanlar saatlerce yemek yemeden çalışıyorlar. Bence sendika işe yarar, ben bunu düşünmüştüm zamanında. Yani öyle bir şey olsaydı, bence olabilir, çünkü çok fazla hak yenen durumlar var. Hani sektörün genelinde, hani lisans mezunu olmayan çok fazla insan var. Yani işte çekirdekten yetişmiş. İstanbul’a baktığınızda, kapalı çarşı türüyle bu noktalara gelmiş. Aslında yönetici olmayan, belki idareci diyebileceğimiz insanlar; yani yönetici başka bir kavram idareci başka bir kavram. Dolayısıyla, burada insanlara empoze edilen şey satış, ciro, aylık hedef, bu yolda her şey mubah. Bu mantıkla giden çok fazla yönetici var. O yüzden insanlar haftada 4- 5 gün “full” çalışıyor. Yemek molasını normalde bir saat kullanması gerekirken, yarım saat, 20 dakika kullandıran yöneticiler o kadar çok ki. Çalışanın hiç bir şekilde nefes almasına imkân tanımayan çok fazla yönetici, çok da şirket var. Dolayısıyla, buralarda, aslında denetimin bence Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından daha sıkı yapılıyor olması gerek. Diyelim ki, sendika böyle bir şeyin içerisine girerse ve eğer sendikanın da talebiyle, bilmem nesi ile çalışma saatlerine bir standart getirilir ve gerçekten bunun üzerine çıkılmaz bir noktaya gelirse, o zaman bireysel hedefle çalışan kişiler hedefine nasıl ulaşacak? Daha çok çalışan, daha çok satıyor. Anlatabildim mi? 45 değil de 55 saat çalıştığında, 10 saat daha fazla mağazada çalışıyor ve daha fazla satış yapıyor. Dolayısıyla, hedefine daha çabuk ulaşabiliyor ve garantiliyor. O, kendi kotasını gerçekleştirmek için, daha çok imkân oluyor anlatabildim mi? O zaman, o yüzden, ona çok yavaşmayabilir çalışan. Yani iki şey arasında kalacak; bir sosyal hakkı, iki para. Hangisine daha çok ihtiyacım var? Evleneceğim, paraya ihtiyacım var; çocuğum var, paraya ihtiyacım var; aileme destek oluyorum, paraya ihtiyacım var. Kimse mutlu değil aslında, ama deli gibi de çalışıyorlar. Maalesef ki takasla; pirinç karşılığında alışveriş olmadığı için öyle bir durum var. Yani öyle bir şey var bu kapitalist düzende (Eylül).

4.7. ÇALIŞMAYLA İLGİLİ OLUMLU GÖRÜŞLER

Anlatılarda, çalışmanın kadınları özgürleştirici etkileri oldukça belirgindir. Hem çalışıyor olmak, evden çıkmak hem de para kazanıyor olmak, özellikle kendi kazandığı para üzerinde tasarrufu olan kadınlarda oldukça belirgin bir özgüven yaratmaktadır.

Çalışmaktan sonuna kadar mutluyum. Çünkü kendi param! Çünkü kendi emeğimin karşılığını alıyorum. Kimsenin eline bakmıyorum. Yani. Nasıl hani diyorlar ya, okursan kolunda bir altın bileziğin olur, bir mesleğin olur. Şu anda benim kolumda bir altın bileziğim var. Yani hani tamam çok yüksek mevkide değilim, belki hani öğretmen değilim, doktor değilim, hemşire değilim, polis değilim ama yine kendimi eğitebileceğim bir mesleğim var (Meltem).

Kendinize özgüveniniz geliyor, düşünsenize ailenizden para istemiyorsunuz, kendiniz her şeyi alıyorsunuz, size niye aldın diyen yok, ya da para istediğinizde, vermeme, “daha yeni verdim” deme tarzında bir şey olmuyor. Sonuçta kendi bütçeni kendin ayarlıyorsun. Şimdi kendi ayaklarımın üstündeyim, istediğimi alabilirim, istediğim şekilde harcayabilirim, öyle bir şey var. Oluyor, herkeste vardır. Çünkü insanın kendine özgüveni geliyor, diğer türlü bir anneye ya da bir babaya bağılsın, muhtaçsın, hani onların koruması altındasın. Evet, şimdi de koruması altındasın ama yine kendinin bir birey olduğunun farkındasın, yani en azından çocukken öyle değilsin, bireysin ama değilsin. Şimdi daha şey oluyor (Ece).

Evlendikten sonra, kocası izin vermediği için AVM’de çalışmaya devam edemeyen Emine, çalıştığı günlerdeki fiziksel görünümünü oldukça detaylı bir şekilde anlatmıştır. İşi bıraktıktan ve evlendikten sonra başörtüsü takmaya ve daha kapalı giyinmeye başladığını söyleyen Emine’nin anlatısı, o günlerdeki özgürlüğünü fiziksel görüntüsü aracılığıyla anlattığı şeklinde yorumlanabilir.

Kısacık kestirirdim saçımı. Kolumda dövme vardı, piercing falan vardır yani her yerimde delikleri falan severim. Seviyorum çılgınlığı. Bir de saçlar uzun, renk de seviyorum; kırmızı, mor, mavi yeşil, her renge boyamışımdır saçımı. her şeyi yaptım yani. Güzel zamanlardı ya... Mesela burada 4’te çıkıyorum; ay bir an önce eve gitsem de dinlensem diyorum. Mesela orda da saat 10’da, 11’de çıkıyorduk. Çıkıyorduk, direk Kızılay’a; nereye gidelim, nerde takılalım, gidelim şuraya şurada şunu yapalım takılalım. Eve gidiyordum, 2-3 saat uyuyordum, gene mağazaya gidiyordum. Ben nişanlıyken ayrıldım en son çalıştığım yerden. Eşim izin vermedi saatleri çok geç diye. Bir hafta ağladım yani. Evlendim, başladım gideyim gideyim, göndermedi, şimdi olsa yine göndermez o yüzden (Emine).

Alışveriş merkezinde çalışıyor olmanın kendilerine bir avantaj sağlayıp sağlamadığı sorusuna verilen yanıtlarda AVM çalışanları arasındaki sosyal ilişkilerin

yarattığı olumlu görüşlere rastlanmaktadır. Özellikle evliliğinde sorunlar yaşayan ve önceki çalıştığı yerde hem patronunun hem müşterilerin oldukça kötü davranışlarına maruz kalan Nermin için AVM’de kurduğu arkadaşlık ilişkileri oldukça önemlidir.

AVM’ye girdikten sonra, mesela insanlarla diyalogumu, arkadaş ortamını daha çok geliştirdim. En azından bazı şeyleri düşünmeyip, takmayıp da yaşantıma bakmayı öğrendim burada. Bana böyle bir karı oldu yani. Arkadaş ortamım oldu. Etrafımda ez azından konuştuğum ya da görüşebildiğim, bir çay kahve içebildiğim insanlar oldu mesela. Bu işin, AVM’nin bana büyük yararı oldu (Nermin).

Arzu da, AVM’nin sosyal ortamını ve genç çalışanların fazla olması nedeniyle oldukça sevdiği bir sosyal çevresi olduğunu vurgulayan bir aktarım yapmıştır.

AVM’de şu olay çok güzel; hep aynı yaş insanlar var yani kafa yapının uyduğu insanlar var. Hem de harçlığını çıkarıyorsun, mesela prim olayı çok güzel. AVM’lerin, mağazaların o olayı çok güzel. Ya da ne biliyim, karışan yok, eden yok ya da ne biliyim çok fazla patron-müdür şeyi yok. Şu olay da çok güzel AVM’nin; hep arkadaş gibi oluyorsun, aynı yaşının olduğu için, o olay güzel, ortamı güzel açıkçası (Arzu).

AVM ortamında çalışmanın güvenlik açısından daha avantajlı olduğunu düşünen Nazan, bu soruyu cevaplarırken güvenliğin varlığını vurgulamıştır. Ancak, taciz ve şiddet anlatılarında ortaya çıkarılacağı gibi tüm anlatılarda, çalışan kadınlar herhangi bir olay yaşadıklarında, güvenlik görevlilerinin kolay kolay müdahalede bulunmadıkları, genelde olay anlarında seyirci kaldıkları görülmüştür.

AVM avantaj olduğundan değil de, sonuçta güvenilir bir ortamda çalışma. Yani sokakta çalışmaktan daha güvenilir. Ee çok fazla bedensel yükü yok, yani ağır kaldıracak bir yanı yok. Yani erkeğin değil, kadının yapabileceği düzeyde bir iş olduğu için aslında daha çok kadın çalışıyor. Hani güvenliği var, girdiği çıktığı belli, burada bir müşteri sarkıntılık etse

hemen müdahale edebilecek. Yani güvenlik var etrafta, bence bayanların tercih etme sebebi ve eşlerinin de güvenerek yollamasının sebebi bu. Yani akşamları isterseniz, servisle evinize kadar gidebiliyorsunuz (Nazan).

4.8. GELECEK PLANLARI

Görüşmecilere hayatlarına dair gelecek planları ve hayalleri sorulmuştur. Bu soruyu hem çalışma hem de çalışma dışı yaşamlarına dair cevaplamaları beklenmiştir. Özellikle çalışma hayatlarına dair; kariyer/terfi beklentileri olup olmadığı, bu mesleği yaparak emekli olmayı planlayıp planlamadıkları sorulmuştur. Ayrıca çalışma koşullarının nasıl bir değişime uğrayacağı sorularak, daha iyiye mi yoksa daha kötüye mi gideceğini düşünmeleri istenmiştir.

Emeklilik hakkında genel görüş, bu işi yaparak emekli olmanın mümkün olmadığı yönündedir. Görüşme yapılan satış danışmanı kadınlarda, eğreti çalışmanın belirgin bir göstergesi olan, gelecekle ilgi oldukça belirsiz bir anlatı dikkat çekmektedir. Neredeyse tamamı, emeklilik hakkında aşağıdaki aktarılan görüşlere yakın görüşlere sahiptir.

Bu işten emekli olmaya ne sağlık açısından direncin yeter ne de psikolojik açıdan yeter. Çünkü hani sürekli çok rutin bir iş ya! Yaptığın vasıfsız bir iş yani... Vitrinde cansız manken gibi durmak daha verimli olabilir. Hani onda en azından bir görsellik var. Burada hiç yok yani ve sürekli değişiklik; sürekli kişiler değişiyor. Ben hiç 40 yaşında bir kadının gelip de Firma T'de kat yaptığını, satış yaptığını görmedim. Firma T, sürekli dinamik personelle işliyor çünkü. Belli bir yaştan üstü başka iş buluyordur. Ya da işte çalışmıyordur, evli bayanların çoğu çalışmıyordur (Nur).

Öyle emeklilik gibi bir şeyim yok şu an. Sanmıyorum öyle olacağını, çünkü zaten yaş olarak kozmetik o kadar ileri yaşları kabul etmiyor. Belki şey olur, hani belli bir yaşa kadar zaten doldurup, yaşı beklerken kendim bir şekilde sigortamı falan ödeyip, emekli olabilirim. O yaşları görürsek! (Eda).

Bizim sektörde şöyle bir şey de var; sen bu işi belli bir yaşa kadar yapabilirsin. Taş çatlasa 40-45'ine kadar yapabilirsin. 40-45'inden sonra seni hiç kimse işe almayacak. Çünkü artık yaşılanıyorsun, çünkü artık o performansı gösteremezsin, dinamik, güçlü birine ihtiyaçları olacak. CV'lerde de hep yazarlar ya; "Dinamik, güçlü, enerjisi yüksek kişiler istiyoruz." falan diye. Neden? Çünkü seni sağa sola koşturacaklar, işte hani sürekli ayakta duracaksın, sürekli bir yerlere gitmek zorunda kalacaksın, yöneticiysen bir şeyler yapmak zorunda kalacaksın (Leman).

Evlilik, satış danışmanlığı işinden ayrılma sebeplerinin ilk sıralarında yer almaktadır. Kendi deneyimlerinde de başka kişilerin deneyimlerini aktarırken de, evlenerek işten ayrılma görüşmecilerin de belirttiği bir durumdur. Bu nedenle gelecekle ilgili çalışma hayatına ilişkin planlarda da evlilik yer almaktadır.

Başka bir planım yok, şu anda sadece evliliği düşünüyorum. Çünkü sevdiğim insan olduğu için, dört yıldır beraberiz o gelene kadar zaten beş sene olur. Geleceğimle ilgili bir şeyim yok, sadece evlilik planım var. Evlenince işi bırakacağım. Nişanlımın askerden gelmesini bekliyorum, benim için en önemlisi o zaten (Ayşe).

Kariyerinde ilerleme hedefi olan görüşmeciler içinse bu ağır ve yoğun çalışma koşullarında çalışmaya devam ederken bir yandan da kendilerinden beklenen vasıf gerekliliklerini tamamlamaları gerekmektedir. Özellikle mağaza müdürlüğü için üniversite mezuniyeti ve bölge müdürlüğü için yabancı dil bilme zorunluluğu, çalışırken bunları yapmak isteyen bir yandan da ev içindeki üretim faaliyetlerini yerine getirme zorunluluğu içinde olan kadınlar için oldukça zorlayıcıdır. Eğreti çalışma koşulları, kişilerin eğitim olanaklarını kısıtlayarak, vasıflılıklarını artırmaları önünde engel oluşturmaktadır.

Önce bir üniversiteyi okumak istiyorum, ne olursa olsun hiç fark etmez, yeter ki üniversite mezunu olayım. Çünkü şu anda lise mezunu olman, sana hiçbir şey kazandırmıyor. Yani hani

evet ben 6 yıldır çalışıyorum, evet benim bir kariyerim var, bir tecrübem var, bir yerlere geldim. Ama CV'ne baktıklarında; "Hmm lise mezunu" diyerek seni geri çevirebiliyorlar. Eee ortada kalıyorsun işte o zaman (Leman).

Ya bir yerde yönetici olmak istiyorum ben artık ya! Çok uzun süredir çalışıyorum, sektörün içindeyim. Ha perakende her gün değişiyor, ne kadar şey yaparsan yap. Hani ben mesela iki sene perakendeden uzak kaldım, sektör o kadar değişmiş ki... Her şey değişiyor ister istemez. Ama ben bu sektörü seviyorum, bir şekilde (Keriman).

Ben artık bırakamam. Yani emekli olana kadar çalışırım, Allah nasip ederse. Hep mağazacılık yaparım. Müdür yardımcılığı, müdür, bölge müdürü. Burada mesela yükselmeyi isterim, müdür yardımcısı olsun, müdür olsun. Dilim olsaydı bölge müdürlüğünü de isterdim. Ama dilim yok, belki ilerleyen zamanlarda öğrenirim. Şimdi 15 gün İngilizce öğreten şeyler var, kurslar var, yani hızlı İngilizce, zaten pekiştirince de öğrenilir (Meltem).

4.9. SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Görüşmeciler kadınlara işlerini yaparken karşılaştıkları zorluklar ve bu zorlukların aşılması için yapılması gerekenlerin neler olabileceği soruldu. Yaşadıkları sorunları, kendi anlatılarıyla aktarmanın ve çözüm için ne talep ettiklerini yine kendi cümleleriyle anlamanın bu çalışma için oldukça önemli olduğu görüşmecilere söylenmiştir. Çözüm bulmanın bir parçası olmak; görüşmenin o anına kadar pek fazla politik bir fikir beyan etmek istemediğini söyleyen görüşmecileri bile yaşadığı sorunu tanımlayan ve çözüm üreten politik bir özne haline getirdiği düşünülmektedir. Ücret eşitsizliği, toplumsal gelir adaletsizliği, ağır çalışma koşulları, işsizlik, insana yakışır koşullarda çalışamama gibi konular bu anlatılarda belirtilen sorunlar arasında yer almaktadır.

Valla hiç böyle çözüm düşünmedim, siz sordunuz, şimdi düşünüyorum. Ya bence böyle şeylerde, insanları daha çok dinlemeleri lazım... Mesela bir şeye zam yapıyorlar, mesela maaşa zam geliyor. Onla birlikte her şeye zam geliyor; yola geliyor, su faturalarına, doğalgaza... Yani bir yerden açarken bir yerden kısıyor. Hani mesela bir milletvekili 15 milyar maaş alıyor, maden işçisi alıyor 1 milyar maaş mesela adaletsizlik. Mesela tam tersi

olması lazım, çünkü onun yaşam şeyi var, tehlikesi var. O adam, bütün gün uyuyor, mecliste yatıyor; öbür adam da biraz daha çalışayım, mesaiye kalayım, çocuklarımla kursağına iki üç lokma daha girsin diye didiniyor. Yani bunu herkes görüyor, biliyor ama herkes işine geldiği gibi davranıyor. Atatürk gibi biri gelirse, bu düzen değişir bence. Yani onun gibi biri gelirse çünkü öyle bir düzen kurmuş ki kadını yükseltmiş. Belki mesela Atatürk öyle olmasaydı, biz belki evlerimizden çıkamayacaktık, öyle bir düzen olacaktı. Hani o beyinde belki bir insan gelirse belki her şey değişebilir, güzelleşebilir (Meltem).

Ya gerçekten, insanların çalışma anlamında hiç bence düzgün şartları yok. Çok adaletsizlik var. Ya adamlar, milletvekilleri, yatıyorlar, hiçbir şey yapmıyor, adam alıyor 15 milyar maaş; biz burada on saat ayaktasın, aldığın maaş 1300 lira. Emekli oluyor, adam alıyor 10 milyar emekli maaşını; öbür adam ömrünü veriyor, emekli maaşı 1100-1200 TL. Sizce bu adaletli bir şey mi, değil. Mesela KPSS... İnsanlar at gibi koşuyorlar, gecesini gündüzüne katıp çalışıyorlar, ders çalışıyorlar, onu yapıyorlar, bunu yapıyorlar, düşünsenize aldığınız puan hiçbir işe yaramıyor. Neden? Torpil var! Gidiyorlar, eline kâğıt yazıyorlar şunu aldır, bunu aldır, ne adamın varsa (Ece).

Bir kere ben, hani işçilerin neden memurlardan ayırt edildiğini anlamıyorum. Onlar da insan biz de insanız. Niye ayrı muamele görüyoruz? Ya hele şu AVM'lerin saat 10'da açılıp 10'da kapanması çok saçma geliyor. Bizde özel hayat bırakmıyor bir kere. Bence AVM'lere bir saat sınırlaması getirilmeli, bizlere de uygun birazcık. Bizi de insanlaştıracak, bizi de sosyalleştirecek hale getirilmeli diye düşünüyorum. Hadi memurlar nasıl mı alış veriş yapacak? Kapatılsın kapatılsın saat 8'de kapatılsın arkadaş, niye 10?! Mesela yabancı ülkelerde bu varmış. Bir ara internette gördüm, bir imza kampanyası vardı. İşte AVM'ler şu saatte açılsın, şu saatte kapansın diye. Başka ülkelerininkine baktım, mesela normalde hafta içi sabah 10, akşam 8 ise; hafta sonu pazar günleri kapatılıyor, cumartesi günleri de sabah 8'den öğlen 12'ye kadar falan açık. Ee çok mantıklı, bizde de yapılsın bence. Sonuçta ne güzel o insanlar da cumartesi pazarını ailesiyle geçirebilecek, dışarıya çıkabilecek. Yani böyle bir şey keşke bizim ülkemizde de olsa da, ben hiç zannetmiyorum, yok yani hiç öyle bir ihtimal yok. Ya bayramlarda ya insanlar kapıların önünde kuyruk oluyor. Arkadaş, bayram işte, git arkadaşlarınla eşinle dostunu ziyaret et ya! Mesela insanlar şey diye görüyor herhalde, şey zannediyorlar, nasılsa bunlar 24 saat burada, saat 10 oluyor mağazayı kapatıyorsun, adamı dışarıya çıkartamıyorsun. Ya git evine ki biz de gidelim. Biz zaten 7-8 saat ordayız (Leman).

Çözüm önerilerinden; en öne çıkan sorunun çalışma saatlerinin fazlalığı olduğu anlaşılmaktadır. Eğretilişme göstergelerinden biri olan çalışma koşullarında öngörülemeyen değişiklikler de AVM'lerde sıklıkla yaşanmaktadır. Özellikle,

bayramlarda ve özel günlerde çalışma ve bu günlerin öncesinde yasanın öngördüğü sürenin çok üzerinde saatler boyunca çalışma ve fazla çalışmanın karşılığını alamama konuları, çalışanlar tarafından çözülmesi gereken konuların başında görülmüştür.

Bayramlarda falan kapalı olmalı bence AVM. İlk gün 2’de açıyorlar. 2’de açmak da zaten bir işe yaramıyor ki. İnsan öğlene kadar yatıyor, kalkıyor işe gidiliyor, ne ailesine gidebiliyor, evliler için özellikle, hadi biz ailemizi evde görüyoruz. Onun için, AVM özel günlerde kapalı olmalı. Çünkü özel gün herkese özel gün... Sadece devlet memurlarına değil. Devlet memurları çünkü izinli oluyor, geliyor. Biz onlara hizmet ediyoruz bu sefer de. Kapalı olmalı, belki haftada bir gün kapalı olmalı, hafta sonu hani tatil bir günü, o gün herkese olmalı, o şekilde (Ayça).

Ya bir film vardı, adını unuttum da, orda bir dilenci tren garında dileniyor. Boş vagonlarda falan yatıyor. İşi orada. Bir adam da, hani müşteri gibi düşünüyorum ben onu, gidiyor dilenciye para veriyor. Dilenci orada oturuyor ama yine dilenmiyor aslında. Para veren adama “Bugün Pazar, Pazarları çalışmıyorum.” diyor. Yani dilencinin bile resmi tatili var ama bunlarda yok yani. Ama mesela şöyle bir durum olabilir; mesela Cumartesi, Pazar güya izinliyim yapacağım işleri. Cumartesiye sıkıştırabilirim aslında ya Pazar günü gitmesem, talep olmazsa arz da olmaz. Şimdi artık insanlar, AVM’lerde dolaşmaya çalışıyor hepsi, yemeği, içmeyi, eğlencesi, kitap okuma, kafeteryası her şey içerisinde oluyor (Nur).

Denetimlerin yapılması ve var olanların da sıkılaştırılması gerekliliği de çözüm önerileri içerisinde yer almaktadır. Yasaların da çalışanların sorunlarına çare olamadığını Ebru’nun aktardıklarında görmek mümkündür.

Ben hep şey derdim, bu kadar mı? Bir Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı için ya böyle bir şey olamaz ya, hiç mi müfettişi yok? Dik şu AVM’nin girişine birini, bir gün bir dik bakalım; Ebru bu mağazaya kaçta gidiyor, kaçta çıkıyor. Bir haftasını alır ya benim kaç saat çalıştığımı hesaplamak. Gerçekten çok istiyorum. Eşim çalışıyor. Bu yüzden ses duyurmak mı dersin buna belki de bilmiyorum. Diyorum ya herkesle konuştum, herkes çok garip hayatlar ya! (Ebru).

Koşulların, özellikle de çalışma saatlerinin müdürlerin hatta bazen müşterinin inisiyatifinde olması, Nur'un kendi mesleğini anlatırken modern kölelik benzetmesini yapmasında etkili olmuştur. Bu nedenle, o da diğer görüşmeciler gibi, daha sıkı denetlenen ve yasaya uyan koşullarda çalışmak istediğini belirtmiştir.

İş yasasına göre, hani ne biliyim, çalışma saatlerini belli bir düzeni olmalı. Üst yöneticilerin günden güne değişkenlik göstermemeli. Hani tamam o şekilde oluyorsa da mesela vardiya sistemini günde ikiye çevirseler. Hani günde birisi sabah giriyorsa, öğlen 5 gibi çıksa; birisi 4 gibi girse, 10 gibi çıksa. Hani o şekilde düşündüm. Bir de mesela AVM'ler, artık eski pasajların, kapalı çalışanlar daha modern olmuş hali, orda çalışanlar da böyle modern köle gibi geliyor bana (Nur).

5. SONUÇ

Tez çalışması boyunca alışveriş merkezlerinde çalışan kadın satış görevlilerinin emek süreçleri çok boyutlu olarak incelenmiştir.

Tez araştırmasının konusu olan satış danışmanlığı mesleğinde, düşük vasıflı kadın çalışanların yoğun olduğu göz önünde tutulduğunda, bu mesleği yapan kadınlar için çalışmanın ne anlama geldiği önemlidir. Türkiye’de kadınların sadece istihdama katılmaları değil, tam zamanlı, sosyal güvencelere sahip, örgütlü, insan onuruna yakışan koşullarda çalışmaları, toplumsal hayata katılmaları ve ekonomik özerkliğe sahip olmaları gerekirken maalesef satış görevliliği güvencesiz, eğreti koşullarda çalışmanın bir örneğidir.

Türkiye’deki kadın istihdamının güncel durumuna bakıldığında Türkiye kadınların işgücüne katılım ve istihdam oranları bakımından dünya sıralamasında sonlardadır. Kadın işsizliği ve yoksulluğu da aynı şekilde oldukça yüksektir. Eğitim düzeyi aynı olsa bile kadınlar erkelerden daha düşük gelir elde etmektedir. Hizmet sektörü toplam istihdamın yarısından fazlasını oluşturmaktadır. Yıllar içerisindeki artış trendi de bu artışın devam edeceğini göstermektedir. Hizmet sektörünün cinsiyetlere göre istihdam verilerine bakıldığında, kadınların en çok bu sektörde istihdam ediliyor oluşu, kadın emeği çalışmaları açısından bu sektörün ve alt sektörlerinin araştırılmasını önemli kılmaktadır. Kentlerde yaşayan vasıflı ya da vasıfsız kadınların yüksek oranlarda istihdam edildiği hizmet sektörünün alt sektörlerine doğru inildikçe bu tez çalışmasının konusu olan perakende sektörünün üst sıralarda olduğu görülmüştür. Buna ek olarak mesleklere göre istihdam edilen

kadınların sayılarına bakıldığında da, bu tez çalışmasının konusu olan hizmet ve satış elemanlığı mesleğinin %22,5'luk büyük bir paya sahip olduğu görülmüştür.

Günümüz dünyasının bir “vazgeçilmezi” olarak görülen alışveriş merkezlerinin “yaşam merkezi” ismiyle anılması bu vazgeçilmezliğin bir göstergesidir. Alışveriş merkezlerinin tanımlaması yapılırken bu mekânların sadece tüketim ve ticaret merkezi olmadığına dikkat çekilmiştir. AVM’lerin, modern kent yaşamının, kültürel, sanatsal ve sosyal etkinliklerinin gerçekleştiği, insanların boş zamanlarını geçirdiği, sokak, cadde, meydan gibi kentsel yapıları taklit edildiği yeni kamusal alanlar iddiasında olduğuna dikkat çekilmiştir. Türkiye’deki AVM formunun ilkel hali denilebilecek çarşıların en belirgin ve günümüzde de varlığını sürdüren örneği Kapalı Çarşı’dır. Cumhuriyet sonrasındaki döneme bakıldığında 1950’lerde Karamürsel, büyük mağazacılığın ilk örneği olarak görülmüştür. Ayrıca Migros, Gima gibi mağazalar büyük, organize perakendeciliğin başlangıcı olmuştur. Türkiye’de 1980 birçok ekonomik ve toplumsal değişimin olduğu gibi AVM’lerin kurulumunda da belirleyici bir tarih olmuştur. 1980 sonrasında değişen, liberalleşen ekonomik yapı ve küreselleşen tüketim kültürü AVM’lerin kurulmasında ve sayılarının hızla artmasında etkili olmuştur. Bugünkü duruma bakıldığında 2000’lerden itibaren artan bir ivmeyle çoğalan AVM’ler önümüzdeki yıllarda da bu artışı sürdürecektir gibi görünmektedir.

Türkiye’deki ekonominin büyüme hızının neredeyse 2,5 katı hızla büyümekte olan perakende sektörü oldukça yüksek oranlarda istihdam da sağlamaktadır. AVM’lerin çoğalması ve tüketicilerin AVM’lere olan ilgisi sektörün büyümesindeki en etkili faktörler olduğu düşünülmektedir. İşsizlik oranı OECD ülkeleri arasında en yüksek olan Türkiye için bu sektörde yaratılan istihdam elbette ki çok önemlidir. Bu

istihdam içinde kadınların ağırlıklı bir payı olduğu söylenebilir. Ancak bu sektörde istihdam yaratılıyor oluşu çalışma koşullarının kadınlar ve erkekler açısından eğretiliğinin görünür hale getirilmesini engellememelidir.

Hem Türkiye’de hem dünyada yapılan araştırmalar göstermiştir ki eğretilişme kadın istihdamı için özellikle belirli bazı kadın gruplarının (göçmen kadınlar, düşük eğitilmiş kadınlar, bazı hizmet sektörlerinde çalışan kadınlar) istihdamını anlamak için ele alınması gereken bir durumdur. Fordist üretimden, post fordist üretim şekline geçiş, işgücü piyasasının yapısını da esnekleştirmiştir. Piyasada yüksek ücret alan, güvenceli, çekirdek erkek işçiler yerine, kısmi süreli çalışan, daha düşük ücret alan veya evde çalışan kadın emeği tercih edilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla kadın istihdamındaki artış, aynı zamanda daha kolay işten çıkarılabilen, düşük maliyetli çalıştırılabilen esnek bir işgücü yaratma isteğiyle doğrudan ilgilidir. Birçok farklı ülkede yapılan araştırmalar sonucu, kadınların yoğun şekilde istihdam edildiği hizmet sektöründe istihdam koşullarının daha fazla eğretilişme eğilimi içinde olduğu görülmüştür.

Eğretilişme güvencesiz, insana yakışan iş kriterlerini karşılamayan, düşük gelir düzeyine sahip olan işleri ve çalışma koşullarını tanımlamak üzere kullanılmaktadır. Bir işin ya da çalışma şeklinin eğreti olup olmadığını anlamak için belirlenmiş unsurlar ve özelliklere ikinci bölümde yer verilmiştir. Belirlenen bu unsurlar AVM’lerdeki satış görevlilerinin çalışma koşullarının eğretiliğinin belirlenmesinde de kullanılmıştır. Bu belirleyiciler yapılan işin zamansal, ekonomik, sosyal ve düzenleme boyutlarını kapsamaktadır. Çalışanın işe yönelik tercih imkânının olmaması, düşük gelir karşılığı çalışma, iş güvencesizliğinin ve geleceğe yönelik belirsizliğin yüksek oluşu, mesleki ve kişisel eğitime erişim olanaklarının

yokluğu, yetersiz sağlık ve güvenlik koşulları altında çalışma, çalışma ilişkilerinde temsil edilme imkânlarına sahip olamama, ayrımcılığa ve cinsel istismara karşı koruma yoksunluğu olarak belirlenen unsurlar saha bulguları bölümünde görüşmelerden elde edilen verilerin analizinde de kullanılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde duygusal emek kavramı ve teorileri, duygulanımsal emek kavramı, duygusal emekle duygulanımsal emeğin ilişkisi ve duygusal emeğin çalışanlarda yarattığı sonuçlar incelenmiştir. Duyguların çalışma yaşamına girişi ve özellikle müşteriyle etkileşim gerektiren hizmet sektörünün olmazsa olmazı haline gelişi, yakın dönemin konusudur. Artan küresel rekabet karşısında firmalar, çalışanlarının fiziksel, bilişsel, sosyal ve duygusal tüm özelliklerini metalaştırıp karlılık için araç haline getirmişlerdir. Bu durum da duygusal, bilişsel, estetik emek gibi yeni kavramların oluşmasına sebep olmuştur

Duygusal emek kavramı, eleştirel sosyal bilimciler tarafından duygulanımsal emek olarak geliştirilmiştir. Duygusal ve duygulanımsal emek kavramları arasında net bir ayrım yapmak güçtür. Hochschild, klasik bir üretim ilişkisi üzerinden duygusal emek kullanımını sadece iş saatlerinde oluşan ve çalışanın da üretim esnasında tabii olduğu bu etkiden daha sonra çıktığını varsayar. Hardt ve Negri'nin itirazı bu noktada belirginleşmiştir. Duygulanımsal emek, iş yerinde karlılığı artırmak için kullanılan duygusal emeği, üretim alanını kapsayan ve aşan, tüm hayata içkin bir emek olarak kavramsallaştırılmıştır.

Duygusal emeğin çalışanlarda yarattığı sonuçlar bakımından analizi önemlidir. Müşteri ile etkileşimi esnasında, karlılığı artırmak amacıyla kendisinden istenen, verili duyguları hissederek davranan çalışanlarda duygusal çelişki, yabancılaşma görülmüştür. Literatürdeki çalışmalar, bu sahte durumun çalışanlarda

özsaygının ve karakterin yıpranmasına, iradenin zayıflamasına neden olduğunu göstermiştir. Sosyal ve kişisel kimliği aşınan çalışanlarda duygusal yorgunluk, tükenmişlik, iş memnuniyetsizliği, depresif ruh hali, bencilleşme, sosyal çevreden uzaklaşma, utanç ve suçluluk duyma gibi sonuçlar da duygusal emek ile ilgili yapılmış çalışmaların bulduğu sonuçlardandır.

Bu tez çalışmasının saha bulguları bölümünde; eğretilişme ve duygusal emek bölümlerinde tartışılan teorik çerçevenin sahadaki karşılığı bulunmaya çalışılmıştır. Saha görüşmeleri, Ankara'daki farklı semtlerde bulunan ve farklı gelir gruplarına hitap eden dokuz farklı alışveriş merkezinde; giyim, kozmetik, mayo, içgiyim ve çorap, büyük mağazacılık, yeme-içme, bijuteri ve aksesuar, ayakkabı, yapı market, mücevher, saat ve optik mağazalarında çalışan yirmi kadınla yapılmıştır. Çalışmada derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak; az sayıda kişiden detaylı veri toplanması, görüşmecilerin duygu, düşünce ve deneyimlerine ayrıntılı yer verilmesi amaçlanmıştır.

Yapılan görüşmelerde, çalışanlardan; çalışma saatleri, fazla mesai ödemeleri, yıllık izin kullanımı, ücret ödemeleri, sosyal haklardan faydalanma konularında bilgi toplanmıştır. Ayrıca görüşmeci kadınlara ev içi sorumluluklarıyla birlikte iş-yaşam dengesini nasıl kurdukları hakkında sorular sorulmuştur. Yapılan görüşmelerin tamamında, kapalı alanda uzun çalışma saatleri ve sürekli ayakta durmaya bağlı sağlık problemleri yaşandığı görülmüştür. Mağazaların tümünde sıkı bir denetim olduğu, bu denetimin hem çalışma şekillerini hem de çalışanların bedensel özelliklerini tahakküm altına aldığı görülmüştür. Yüksek iş güvencesizliği ve düşük gelirin yarattığı fiziksel ve psikolojik sonuçlara çalışanların anlatılarında rastlanmıştır. Kadın çalışanların erkeklere göre daha düşük pozisyonlarda hatta aynı pozisyonda daha düşük ücretle çalıştırılması anlatılarda karşılaşılan durumlardan

biridir. Görüşmecilerin tamamı prim sistemiyle çalıştıklarını belirtmişlerdir. Düşük maaşlara eklenen primler çalışanların aylık geçimlerinin sağlamaları açısından oldukça önemlidir. Ancak prim sistemi çalışanlara birçok açıdan zarar vermektedir. Öncelikle mağaza içinde, çalışma arkadaşları arasındaki dayanışmayı yok ederek rekabeti güçlendirmektedir. Ayrıca ne kadar çok satış yaparsan o kadar para kazanabilme durumu çalışanların uzun çalışma saatlerine razı olmalarında en büyük etkidir. Düşük gelir elde edeceği için daha az saatlerde çalışmayı istemediğini söyleyen birçok görüşmeci olmuştur. Bu durum sendikal örgütlenmenin ve böylece koşulların insani hale getirilmesinin de önünde engel oluşturmaktadır.

AVM'ler farklı sınıfların karşılaşma mekanı olarak da incelenmeye değer yerlerdir. Buradaki mağazalarda çalışan satış görevlileriyle müşteriler arasındaki ilişkiler bu bakımdan da dikkat çekici sonuçlar doğurmaktadır. Duygusal emeğin yapısı itibarıyla çalışanlara gerçek duygularını yaşama izni vermemesi, kurulan sahte ilişkilerin temelini oluşturur. Çalışmada dikkat çekilen bir diğer husus ise tüm görüşmecilerin aktardığı taciz konusudur. Görüşmecilerin deneyimlerinden yola çıkarak, kadın çalışanların, müşteriler tarafından sözlü, fiziksel tacize uğradıkları görülmüştür. Ayrıca görüşmelerde, müşteriler tarafından aşağılanma, hakarete uğrama, fiziksel şiddet görme anlatılarına sıklıkla rastlanmıştır.

Tüm görüşmelerde yaşanan sıkıntıların çözümü hakkında da konuşulmuştur. Düşük ücretler ve buna bağlı olarak toplumdaki gelir adaletsizliği, çalışma saatlerinin fazlalığı, resmi ve dini tatillerde çalışma ve özellikle bayram, sevgililer günü gibi özel günlerde haftalık tatil kullanmadan uzun saatler boyu süren mesailer, devletin denetim kurumlarının ve yasaların hak ihlallerini engellemeye yetmemesi, haftalık izinlerin hafta sonu kullanılamaması, prime bağlı ücretlendirme sistemi yüzünden

Çalışanlarda oluşan baskılar tüm görüşmeciler tarafından çözülmesi gereken problemler olarak belirlenmiştir.

Saha araştırması, AVM’lerde çeşitli pozisyonlarda çalışan kadınların istihdam koşullarının eğretileşmenin ve duygusal emeğin taşıdığı özellikler ile örtüştüğünü ortaya koymaktadır.

Türkiye’de alışveriş merkezlerinin çalışma esasları hakkında düzenlemelerin yapılması, son yıllarda kamuoyunu meşgul eden bir konu olmuştur. 2004 yılından beri çeşitli zamanlarda yasa teklifleriyle Meclisin gündemine gelmiş; ancak yasa teklifleri ya kadk olmuş ya da kabul edilmemiştir. Bu durumun nedenleri incelendiğinde; AVM yatırımcısı büyük emlak ve inşaat şirketlerinin, perakende devi olarak nitelendirilen çok uluslu firmaların yürüttüğü lobi faaliyetleri ve baskılarla düzenlemeleri engelledikleri, yasa tasarılarının görüşüldüğü komisyondaki çeşitli muhalefet milletvekilleri tarafından dile getirilmiştir. 2014 yılı Kasım ayında “Alışveriş Merkezleri, Büyük Mağazalar ve Zincir Mağazaların Kuruluş ve alışma Esaslarına Dair Kanun Teklifi” nin iktidar milletvekilleri tarafından meclise sunulmasının ardından, haber bültenlerinde ve programlarında konunun tartışıldığı görülmektedir.²⁰ Bu dönemki kamuoyu tartışmaları; AVM’lerin Pazar günleri ve resmi/dini tatillerde kapalı olması ekseninde yapılmıştır. Yasa tasarısı iktidar partisi AKP’li milletvekilleri tarafından, AVM alışanlarının ve kk esnafın korunması amacıyla hazırlanmıştır. Ancak dönemin Gümrük ve Ticaret Bakanı tarafından, bu yasa ile AVM’lerin Pazar günleri kapalı olmasının söz konusu

²⁰ <http://tv.cnnturk.com/tv-cnn-turk/programlar/tarafsiz-bolge/11-aralik-2014-persembe>
<http://www.milliyet.com.tr/avm-ler-pazar-gunu-kapanacak/ekonomi/detay/1982125/default.htm>
<http://www.fortuneturkey.com/avmler-ve-buyuk-marketler-pazar-gunu-kapatilacak-4234#popup>

olmayacağı kamuoyuna açıklamıştır.²¹ Nihayetinde tasarı yeniden düzenlenerek “Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun”²² olarak kanunlaşmıştır. Bu kanunda da çalışma koşulları hakkında hiçbir düzenleme bulunmamaktadır.

Bu tez çalışmasının, görüşmecilerin deneyimlerinden ve elde edilen diğer verilerden yola çıkarak vardığı sonuçlar yukarıdaki gibi özetlenmektedir. Bahsedilen tüm sorunların temelinde, yukarıda da bahsedildiği gibi devletin piyasadan elini çekmesi ve sermayenin sömürsünü kolaylaştırması olduğu düşünülmektedir. Sendikal örgütlenmenin olmayışı, işçileri devlet ve piyasa işbirliğine karşı güçsüzleştirmektedir. Sektördeki ve AVM’lerdeki çalışmaya dair tüm düzenlemelerin; çalışanların insan onuruna yakışan koşullarda çalışmasına ve sosyal aktörlerin etkin bir şekilde devreye girerek çözüm geliştirmesine olanak sağlayacak şekilde yeniden ele alınması gerekmektedir.

²¹ <http://www.hurriyet.com.tr/bakan-canikli-avmlerin-pazar-gunu-kapali-olmasi-soz-konusu-degil-27753437>

²² <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k6585.html>

KAYNAKÇA

- Ackerly, Brooke, ve Jacqui True. *Doing Feminist Research in Political and Social Science*. Palgrave&Macmillan, 2010.
- Akalın, Ayşe. «Duygulanım ve Duygulanımsal Emek Üzerine Notlar.» *Birikim* 217, 2007: 114-121.
- Alkibay, Sanem, Doğan Tuncer, ve Şeref Hoşgör. *Alışveriş Merkezleri ve Yönetimi*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2007.
- Altuna, Oylum Korkut. *Alışveriş Merkezleri: AVM'ler Nasıl Farklı Konumlandırılır?* İstanbul: Beta Yayıncılık, 2012.
- Ashforth, Blake E., ve Ronald H. Humphrey. «Emotional labor in service roles: The influence of identity.» *Academy of Management Review* 18.1, 1993: 88-115.
- Başbuğ, Gökçe. «Duygusal Emegın İş Memnuniyetine Etkisi: Çağrı Merkezi Çalışanlarına Yönelik Bir Çalışma.» *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi* 58, 2010: 253-274.
- Beyard, Michael D., ve W. Paul O'Mara. *Shopping Center Development Handbook*. Urban Land Institute, 1999.
- Boratav, Korkut. *Türkiye İktisat Tarihi*. Ankara: İmge Kitabevi, 2003.
- Cerasi, Maurice. *Osmanlı Kenti*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1999.
- Cindoğlu, Dilek, ve Ayşe Durakbaşı. «Tezgah Üstü Karşılaşmalar.» *Kültür Fragmanları: Türkiye'de Gündelik Hayat içinde*, yazar Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber, 84-100. İstanbul: Metis Yayınları, 2012.
- Cohen, Nancy E. *America's Marketplace: The History of Shopping Centers*. Intl Council Shopping Centers, 2002.
- Creswell, John. *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2015.

- Çabuk, Serap, ve Ceyda Keleş. «Satış Yönetiminde Cinsiyet ve İş Tatmini.» *NWSA: Social Sciences 6.1* , 2011: 18-33.
- Çakır, Özlem. «İşini Kaybetme Kaygısı: İş Güvencesizliği .» *Çalışma ve Toplum*, 2007: 117-140.
- D.Vernor, James, ve Joseph Rabianski. *Shopping Center Appraisal and Analysis*. Appraisal Institute, 1993.
- Danışmanlık, Eva Gayrimenkul Değerleme, ve Akademetre. «Türkiye Alışveriş Merkezleri Potansiyeli Analizi Raporu .» Ticari Rapor, İstanbul, 2016.
- Deveci, Aslı Çırakman, ve Dilek Cindoğlu. *Çarşıda Türban: Ataerkil Pazarlıkları Türbanlı Satış Elemanları Üzerinden İncelemek* . 108K204 Numaralı Proje Sonuç Raporu, TÜBİTAK, 2009.
- Duman, Mert Can. *İktisat ve Toplum*. Şubat 2014. <http://www.iktisatvetoplum.com/turkiyede-neden-bu-kadar-cok-avm-var.html> (Ocak 2016 tarihinde erişilmiştir).
- Ecevit, Yıldız. «Türkiye'de Kadın Emeği Konulu Çalışmaların Tarihçesi.» *Birkaç Arpa Boyu 21. Yüzyıla Girerken Türkiye'de Feminist Çalışmalar* içinde, yazan Serpil Sancar, 121-165. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, 2011.
- Emirgil, Burak Faik. «Yeni kapitalizmde emeği sorunsallaştırmak: Emeğin maddi-olmayan görünümeler.» *Çalışma ve Toplum*, 2010: 221-238.
- Erkip, Feyzan. «The rise of the shopping mall in Turkey: the use and appeal of a mall in Ankara.» *Cities*, Vol. 22, No. 2, 2005: 89-108.
- Federasyonu, Türkiye Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler, ve Price Waterhouse Cooper Şirketi. «Dönüşürken Büyüyen Türkiye Perakende Sektörü.» Ticari Rapor, İstanbul, 2016.
- Feinberg, Richard A., ve Jennifer Meoli. «A Brief History of the Mall.» *Advances in Consumer Research Volume 18*, 1991: 426-427.

- Gottdiener, Mark. *Postmodern Göstergeler*. İstanbul: İmge Kitabevi, 2005.
- Grandey, Alicia A. «Emotional regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor.» *Journal of occupational health psychology* 5.1, 2000: 95.
- Gruen, Victor, ve Larry Smith. *Shopping towns USA: The planning of shopping centers*. New York: Reinhold, 1960.
- Harding, Sandra. «Feminist Yöntem Diye Bir Şey Var mı?» *Kadın Araştırmalarında Yöntem* içinde, yazar Serpil Çakır ve Necla Akgökçe, 34-48. İstanbul: Sel Yayıncılık, 1990.
- Hardt, Michael. «Affective Labor.» *boundary 2* 26.2, 1999: 89-100.
- Hardt, Michael, ve Antonio Negri. *Çokluk İmparatorluk Çağında Savaş ve Demokrasi*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004.
- Hardt, Micheal, ve Antonio Negri. *İmparatorluk*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2001.
- Hochschild, Arlie Russell. *The managed heart: Commercialization of human feeling*. Univ of California Press, 1983.
- Illouz, Eva. *Soğuk Yakınlıklar Duygusal Kapitalizmin Şekillenmesi* . İstanbul: İletişim Yayınları, 2011.
- ILO, International Labor Organisation. «Women at Work: Trends 2016.» 2016.
- ITUC, International Trade Union Confederation. «Living With Economic Insecurity: Women In Precarious Work.» 2011.
- Kalleberg, Arne L. «2. Kalleberg, Arne L. Precarious Work, Insecure Workers: Employment Relations İn Transition.» *American Sociological Review* , 2009: 1-22.
- Karadeniz, Oğuz. «Türkiye’de Atipik Çalışan Kadınlar Ve Yaygın Sosyal Güvencesizlik.» *Çalışma Ve Toplum* 29, 2011: 84-127.

- Kart, Elife. «Bir Duygu Yönetimi Süreci Olarak Duygusal Emek'in Çalışanlar Üzerindeki Etkisi.» *Çalışma ve Toplum*, 2011: 215-230.
- Kaya, Ufuk, ve Neslihan Serçeoğlu. «Duygu İşçilerinde İşe Yabancılaşma: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma.» *Çalışma ve Toplum*, 2013 : 311-346.
- KEİG. *Çalışma Yaşamında Eğretilik, Eğreti İstihdam Ve Atipik İstihdam İlişkisi*. İstanbul: KEİG Platformu, 2014.
- Kutlu, Denizcan. «Türkiye İşgücü Piyasasında Güncel Gelişmeler ve Güvencesizleşme Örüntüleri.» *Güvencesizleştirme: Süreç, Yanılgı, Olanak* içinde, yazar Özay Göztepe, 61-117. Ankara: Notabene Yayıncılık, 2012.
- Kümbetoğlu, Belkıs. *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 2012.
- Lazzarato, Maurizio. *Maddi Olmayan Emek İtalya'da Radikal Düşünce ve Kurucu Politika*. İstanbul: Otonom Yayıncılık, 2005.
- Man, Fuat, ve Cihan Selek Öz. «Göründüğü Gibi Olamamak Ya Da Olduğu Gibi Görünmemek: Çağrı Merkezlerinde Duygusal Emek.» *Çalışma ve Toplum*, 2009: 75-90.
- Mckay, Sonia, Nick Clark, ve Anna Paraskevopoulou. *Precarious Work In Europe Causes And Consequences For The Agriculture, Food And Tourism Sectors*. WorkingLives Research Institute, 2011.
- Morris, J. Andrew, ve Daniel C. Feldman. «The dimensions, antecedents, and consequences of emotional labor.» *Academy of Management Review* 21.4, 1996: 986-1010.
- Müftüoğlu, Özgür, ve İdil Ece Bal. «Üretim Sürecinde "Yeniden Esneklik" ve Sendikalar.» *Türkiye'de Esnek Çalışma* içinde, yazar Özgür Müftüoğlu ve Arif Koşar, 208-241. İstanbul: Evrensel Basım Yayın, 2015.

- Neuman, W. Lawrence. *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar*. Ankara: Yayın Odası, 2013.
- Oğuz, Şebnem. «Sınıf Mücadelesinde Özne Sorunu: Proleterya mı Prekarya mı? .» *Güvencesizleştirme: Süreç, Yanılgı, Olanak* içinde, yazar Özay Göztepe, 229-251. Ankara : Notabene Yayıncılık, 2012.
- Öngel, Serkan. «Çalışma Hayatında Kadına Engel Çok.» *Güvencesizleştirme: Süreç, Yanılgı, Olanak* içinde, yazar Özay Göztepe, 166-169. Ankara: Notabene Yayıncılık, 2012.
- Öz, Ela Ünler. *Duygusal emek davranışlarının çalışanların iş sonuçlarına etkisi*. Beta Yayınları, 2007.
- Özar, Şemsa. «Türkiye'de 1980 Sonrası Dönemde Kadın Emeği ve İstihdamı Politikaları: Kadın Hareketi, Sendikalar, Devlet ve İşveren Kuruluşlar.» *Geçmişten Günümüze Türkiye'de Kadın Emeği* içinde, yazar Ahmet Makal ve Gülay Toksöz, 266-304. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınevi, 2012.
- Özdemir, Gamze Yücesan. *İnatçı Köstebek* . İstanbul: Yordam Kitap, 2014.
- Özkan, Özlem, ve Onur Hamzaoglu. «Esnek İstihdamın İşçi Sağlığına Etkileri.» *Türkiye'de Esnek Çalışma* içinde, yazar Özgür Müftüoğlu ve Arif Koşar, 185-208. İstanbul: Evrensel Basım Yayın, 2015.
- Özkaplan, Nurcan. «Duygusal Emek ve Kadın İş/Erkek İş.» *İktisat ve Toplumsal Cinsiyet* içinde, yazar Ufuk Serdaroğlu, 38-49. Ankara: Efil Yayınevi, 2010.
- Özkaplan, Nurcan. «Hizmet Sektöründe Duygusal Emek ve Toplumsal Cinsiyet.» *Türk Tabipler Birliği Mesleki Sağlık ve Güvenlik Dergisi*, 2015: 15-21.
- Özveri, Murat. «Güvencesiz Çalışmanın Hukuki Dayanakları.» *Çalışma ve Toplum*, 2012: 147-172.
- Parlak, Zeki, ve Süleyman Özdemir. «Esneklik Kavramı ve Emek Piyasalarında Esneklik.» *Sosyal Siyaset Konferansları*, 2011: 1-60.

Precarious Work. 2008. <http://www.precariouswork.eu/about> (Ocak 2016 tarihinde erişilmiştir).

Punch, Keith F. *Sosyal Araştırmalara Giriş Nicel ve Nitel Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi, 2011.

Ramazanoğlu, Caroline, ve Janet Holland. *Feminist Methodology Challenges and Choices*. London: Sage Publications, 2002.

Rossmann, Peter. «Establishing Rights In The Disposable Jobs Regime.» *International Journal Of Labour Research*, 2013: 23-40.

Savul, Güven. *Güvencesiz İstihdam, Örgütsel Dönüşüm Ve Çalışma Üzerine Etkileri*. Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2008.

Sennet, Richard. *Karakter Aşınması*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları , 2005.

Sennett, Richard. *Kamusal insanın çöküşü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2010.

Seymour, Richard. «We Are All Precarious - On the Concept of the ‘Precariat’ and its Misuses.» *New Left Project*. 10 Şubat 2012. http://www.newleftproject.org/index.php/site/article_comments/we_are_all_precarious_on_the_concept_of_the_precariat_and_its_misuses (Kasım 2015 tarihinde erişilmiştir).

Soydan, Barış. *Turkishtime*. 15 Haziran 2015. <http://www.turkishtimedergi.com/perakende/ozel-arastirma-avmsiz-kentlere-hucum/> (Ocak 25, 2016 tarihinde erişilmiştir).

Sözen, Ülker. «Young, Enduring, and Patient: Gendered Experiences of the Female Retail Workers in İstanbul’s Shopping Mall.» *Kadin/Woman 2000 Vol. 14 Issue 2*, 2013: 93-110.

Standing, Guy. *Prekarya*. İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2014.

- Şahin, Mustafa, Betül Aydın, ve Serkan Volkan Sarı. «Avm'lerde Çalışan Kadın Satış Danışmanlarının Cinsel Tacize İlişkin Görüşleri.» *Cumhuriyet International Journal of Education* 1.2, 2012: 67-81.
- Temiz, Hasan Ejder. «Eğreti İstihdam: İşgücü Piyasasında Güvencesizliğin Ve İstikrarsızlığın Yeni Yapılanması.» *Çalışma Ve Toplum* 2.2, 2004: 55-80.
- Toksöz, Gülay. «Kalkınmada Farklı Yörüngeler-Kadın İstihdamında Farklı Örüntüler Işığında Türkiye'de Kadın İstihdamı.» *Geçmişten Günümüze Türkiye'de Kadın Emegi* içinde, yazar Gülay Toksöz ve Ahmet Makal, 168-200. Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınları , 2012.
- . *Kalkınmada Kadın Emegi*. İstanbul : Varlık Yayınları, 2011.
- Toksöz, Gülay. «Neoliberal Piyasa, Özel ve Kamusal Patriarka Çıkmazında Kadın.» *Türkiye'de Refah Devleti ve Kadın* içinde, yazar Saniye Dedeoğlu ve Adem Yavuz Elveren, 103-126. İstanbul: İletişim Yayınları, 2012.
- Toksöz, Gülay, Saniye Dedeoğlu, Emel Memiş Parmaksız, ve Seçil Kaya Bahçe. *Türkiye'de Kadın İşgücü Profili ve İstatistiklerinin Analizi*. Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı , 2014.
- Vosko, Leah F. *Confronting the norm: Gender and the international regulation of precarious work*. Ottawa: Law Commission of Canada, 2004.
- Vosko, Leah F, Martha MacDonald, ve Iain Campbell. *Gender and the contours of precarious employment*. Routledge, 2009.
- Wakefield, Cushman &. «Avrupa Alışveriş Merkezleri Geliştirme Raporu .» Ticari Rapor, 2014.
- Yaşam Projeleri*. 14 Nisan 2015. <http://www.yasamprojeleri.com/atakule-avm-insaati-2016-son-ceyreginde-tamamlanacak.html> (Ocak 2016 tarihinde erişilmiştir).

Yılmaz, Koray. «Değişen Mekan, Değişen Sınıfsallıklar: Samsun Kenti Örneğinde AVM'lerde Çalışan Kadın Satış Temsilcileri.» *Çalışma ve Toplum*, 2016: 31-58.

Young, Marisa C. «Gender Differences İn Precarious Work Settings.» *Relations Industrielles/Industrial Relations*, 2010: 74-97.



EKLER

EK 1: GÖRÜŞMECİ LİSTESİ

İsim	Yaş	Medeni Durum	Aile	Eğitim
Ezgi	30	Bekar	Ailesiyle yaşıyor	Lisans-Kimya
Ebru	30	Evli	Çocuğu yok	Lisans-İktisat
Arzu	21	Nişanlı	Ailesiyle yaşıyor	Açık Öğretim Sosyal Hizmetler
Nazan	39	Evli	Çocuğu yok	Açık Öğretim -Kamu Yönetimi
Rengin	23	Evli	1 çocuğu var. Babaanne bakıyor.	Lise
Lale	45	Bekar	11 yaşında kızı var	Açık Öğretim
Aslı	25	Bekar	Ailesiyle yaşıyor	Ön lisans- Büro Yönetimi
Nermin	24	Evli	2 çocuğu var. Babaanne bakıyor	Ortaokul (Lise terk)
Ayşe	23	Nişanlı	Ailesiyle yaşıyor	Ön lisans Turizm ve Otelcilik
Leman	27	Evli	Çocuğu yok	Lise
Ece	26	Bekar	Ailesiyle yaşıyor	Lise
Meltem	21	Nişanlı	Ailesiyle yaşıyor	Lise
Ayça	24	Bekar	Ailesiyle yaşıyor	Lise
Nur	24	Nişanlı	Ailesiyle yaşıyor	Lisans-İşletme
Eylül	36	Nişanlı	Ailesiyle yaşıyor	Lisans-Turizm Otelcilik
Keriman	32	Bekar	Ailesiyle yaşıyor	Lise
Melike	35	Bekar	Ailesiyle yaşıyor	Lise
Fatma	44	Evli	3 çocuğu var	Lisans-Astronomi ve Uzay Bilimleri
Eda	34	Evli	Çocuğu yok	Önlisans Büro Yönetimi
Emine	30	Evli	1 çocuğu var. Anneanne bakıyor	Ortaokul (Lise terk)

EK 2: ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN DÜNYADAKİ VE TÜRKİYE'DEKİ GELİŞİMİ

Günümüz modern AVM yapısının Antik Yunan'da ticari birimler, eğlence, politika alanlarının bulunduğu agoralardan başlayıp Orta Çağ pazar yerleri, 19. yy Avrupa pasajlarına kadar uzanan bir tarihçesi olduğu düşünülmektedir.

Amerika'da bireysel ve toplumsal tüketici davranışları üzerinde belirgin etkileri bulunan alışveriş merkezleri, tüketicilerin hayatını değiştiren 50 buluştan biri olarak seçilmiştir. Bugünkü tüketim kültüründe; AVM'ler, evrenin merkezi haline gelmiştir (Cohen 2002). ABD'de tam olarak bugünkü yapısında olmasa da, organize bir yönetim yapısı altında oluşturulan alışveriş merkezlerinin ilk örnekleri 1900'lerin başında görülmektedir. Yapılan çalışmalarda, 1907'de birçok mağazanın yan yana kurularak oluşturduğu Baltimore'daki sadece yayalara açık bir alışveriş alanı ilk örnek olarak kabul edilmektedir. Bu örneği, 1920'lerde Amerika'daki bir süpermarket çevresinde küçük mağazalardan oluşan, arabayla ulaşımın mümkün olduğu, kendine ait otoparkların olduğu örnekler takip etmektedir (Feinberg ve Meoli 1991).

Modern alışveriş merkezlerinin dünyadaki gelişimini izlemek, esasında ABD'deki endüstriyi incelemekle paraleldir; çünkü, modern alışveriş merkezlerine dair tüm gelişmeler ilk olarak ABD'de görülmüş ve dünyaya buradan yayılmıştır. (Altuna 2012) 1960'lardan itibaren, günümüzdeki formuyla, alışveriş merkezleri yapılmaya başlanmıştır. İlk kapalı AVM ise 1956 yılında, kötü hava koşullarından, sokağın tehlikelerinden, kirlilikten uzakta alışveriş vaadiyle ABD'de Mineapolis'te inşa edilmiştir. Amerika'da, 1960'ta 4500 AVM toplam perakende satışların %14'ünü oluştururken; bu oran, 1975'te 16400 AVM ile %33'e çıkmış ve 1987'de 30000 AVM ile birlikte perakende satış oranı %50 olarak tespit edilmiştir (Feinberg

ve Meoli 1991). Bugünkü duruma bakıldığında ICSC (International Council of Shopping Centers)'nin 2014 yılı raporuna göre Amerika'da 114,258 tane AVM bulunmaktadır.

AVM'lerin tarihsel oluşumuna bakıldığında; kent merkezinden uzak, sosyal hayata ulaşamayan, gidecek yeri olmayan insanların bir araya gelmesi, kültürel faaliyetlerde bulunması amacıyla yapılan ve bugünkü anlamda organize alışveriş merkezlerinin öncüsü olabilecek örnekler, 1960'lı yıllarda Victor Gruen'in tasarladığı Northland ve Southdale Alışveriş Merkezleridir. Dönüşen kent mekânlarında yeni alt merkezlerin oluşumu ticari, sosyal, kültürel aktivitelerin yapılacağı mekânların da tek bir kent merkezinde değil birçok farklı yerde olması ihtiyacını doğurmuştur. Bu nedenle; Gruen bu tasarımları yaparken, AVM'leri evler, okullar, hastaneler, parklardan oluşan bir bütünün arasında yer alan bir mekân olarak tasarlamıştır. Kent merkezinden uzak yerleşim alanlarının da ekonomik, sosyal ve kültürel bir merkez etrafında toplanmasını istemiştir. (Gruen ve Smith 1960) Böylece Gruen, kullanımı kolay, yaya bölgelerinin olduğu, trafik sorununun yaşanmadığı, herkesin kullanımına açık, bir komünalite ruhu etrafında bir araya gelmiş ve çevreyi de içine katan bir yaşam alanı oluşturmayı beklemektedir. Gruen, alışveriş merkezlerini önceliği tüketim ve rant olmayan bir kent alanı olarak tasarlamıştır. Oluşturulan bu yapıların tasarımı bugün bile inşa edilen AVM'lerde kullanılan bir temel oluşturmasına rağmen; ne yazık ki, Gruen'in hayal ettiği komünalite ruhundan oldukça uzaktır. Bugün AVM'ler yatırımcıların en büyük rant ve kazanç kaynaklarından birisidir.

Avrupa'da ise, Amerika'nın etkisiyle, 1970'lerde gelişmeye başlayan AVM'lerin ilk örnekleri Belçika, Fransa ve İngiltere'de görülmektedir. Tarihsel

olarak değerlendirildiğinde, sokak alışverişi kültürü, cadde mağazacılığı Avrupa’da oldukça yaygındır. Özellikle 19. yy.’dan itibaren, kişisel tüketim ürünleri pasajlarda ya da bulvarlarda açılan bonmarşe ismi verilen mağazalarda satılmaya başlamıştır. (Sennett 2010) Bugünün büyük mağazalarının ilk örnekleri olan bonmarşeler, farklı ürün gruplarına sahip, satılan malların teşhirinin yapıldığı, satış işi için çalışanların istihdam edildiği mağazalardır. Avrupa’daki tarihsel gelişime bakıldığında, ABD kadar hızlı bir büyüme görülmemektedir. Avrupa ülkelerindeki Şehircilik Yasaları, AVM yapımını kısıtlayıcı tedbirler ve şehir dışında AVM kurulmasını zorlaştıran yasalar, Avrupa’daki artışı kontrol altına almıştır (Alkibay, Tuncer ve Hoşgör 2007).

AVM sektörünün Avrupa’daki durumunu inceleyen küresel gayrimenkul danışmanı Cushman&Wakefield (C&W) tarafından Kasım 2013’te yayınlanan “Avrupa Alışveriş Merkezleri Gelişme Raporu”na²³ göre; Batı Avrupa’da sırasıyla Fransa, İngiltere, Almanya, İspanya ve İtalya en fazla alışveriş merkezi alanına sahip ülkelerdir. Orta ve Doğu Avrupa’da ise Rusya, Türkiye ve Polonya’yı Romanya takip etmektedir. Günümüzdeki verilere bakıldığında, European Shopping Center Trust’ın (ECST) raporuna göre, Avrupa’da 5000’den fazla AVM vardır. Perakende satışların %25’i AVM’lerde gerçekleşmekte olup (500 milyar Euro), 2017’de beklenen tutar ise 700 milyar Euro’dur. AVM sayısındaki öngörülen artış ile perakende sektörünün Avrupa’da 4. büyük sektör olması beklenmektedir.

AVM’lerin Türkiye’deki tarihsel sürecine bakıldığında, esasen 1980 öncesi ve sonrası olarak ayırmak uygundur. Ancak, bu ayırmadan önce Anadolu’da, Osmanlı ve Selçuklu dönemlerindeki ticaret yapısına ve ticaret bölgelerine bakılmalıdır. Bu dönemde yol güzergâhları üzerindeki kervansaraylar; kentlerdeki hanlar, bedestenler,

²³ <http://www.cushmanwakefield.com/~media/global-reports/European%20Shopping%20Centre%20Development%20Report%20November%202014%20V2.pdf>

arastalar, çarşılar hem ticaretin yapıldığı hem de ürünlerin tüketiciyle buluştuğı kentsel mekânlardır. Bu yapılar incelendiğinde günümüz alışveriş merkezlerinin daha temel ve basit yapısı görülür. Osmanlı'da kentlerdeki arşı ya da ticaret merkezi, genellikle tek bir bölgede toplanan bedesten, han ve arastalardan oluşur. Ayrıca cami ve hamamlar da aynı bölgede ya da çarşıya yakın yerlerde bulunur. Bu merkezler, kentin en güvenli, merkezi ve insan ulaşımına en uygun noktalarında bulunmaktadır. Bedesten, ticaret merkezinin kalbi denilecek yapıdır. Ticaret merkezi, bedesten etrafında yayılan işlevsel bir alandır. Osmanlı'da ticari merkez; bedesten ve etrafında gelişen han, arasta gibi yapı türlerinin bir araya geldiğı mekânlar bütünüdür. Bu bütünlük oluşurken, dükkânlar bedesten ve han gibi yapıların etrafını sarmalayarak, üstü kapalı veya açık bir sokak etrafında bir araya gelerek arasta ve arşıları oluşturur. Uzunçarşı olarak bilinen bir ana sokak üzerinde zanaat bölgeleri, çarşılar, arastalar, pazar yerleri yayılır. Kapalı mekân bakımından ilk örnekler bu arşılardır. Halen faaliyet gösteren Kapalı arşı, bu yapıların akla gelen ilk örneğidir. Arasta ve çarşılarla ilgili bir diğer AVM'ye benzer nokta ise aynı esnaf grubuna ait dükkânların bir sokak üzerinde karşılıklı sıralanarak oluşmasıdır. Bu çarşılarda, sokakların üstü tamamen kapalı olabileceğı gibi yarısı açık yarısı kapalı ya da tümüyle açık olabilmektedir. Sokağın üstü tamamen kapalı olduğunda da uçlarda ve ortada kapılar bulunur (Cerasi 1999, Gottdiener 2005).

Yukarıda sıralanan özellikler bakımından değerlendirildiğinde; tek bir merkezin tüm ticaret faaliyetlerini yürütmesi ve tüketicilerin alışveriş için mutlaka buraya gelmeleri, her ihtiyacın aynı mekândan karşılanması ve bu mekanların mimari yapıları bakımından, günümüzdeki AVM'lerle Osmanlı arşıları arasında benzerlikleri bulunmaktadır.

EK 3: GÖRÜŞMELERDE KULLANILAN SORU YÖNERGESİ

Demografik bilgiler:

1. Aylık geliriniz ne kadar?
2. Kaç yaşındasınız?
3. Medeni haliniz nedir?
4. Hangi okuldan mezunsunuz?
5. Çocuğunuz var mı? Kaç yaşındalar? Çocuklara kim bakıyor?
6. Eşiniz mesleği nedir?
7. Kiminle birlikte ikamet ediyorsunuz?

Önceki iş deneyimleri, daha önce çalıştığı mağazalar ve sektörler, mesleğini nasıl seçtiği:

1. Şu an çalıştığınız yer ilk işiniz mi?
2. Bu mesleği yapmaya nasıl karar verdiniz?
3. İşe alınırken nasıl bir süreç oldu? Başvuru ve işe alım sürecinde neler yaşadınız?
4. Daha önceki iş deneyimlerinizi çalıştığınız işyerlerini anlatır mısınız? Ne kadar süre çalıştınız? Ne iş yaptınız?
5. Satış/mağazacılık alanında toplam çalışma deneyiminizin süresi ne kadar?
6. Satış elemanı olarak kaç farklı kurumda çalıştınız?

Çalışma Koşulları

1. İş yerindeki pozisyonunuz ve ünvanınız nedir?
2. Ne kadar zamandır bu iş yerinde çalışıyorsunuz?
3. Çalıştığınız iş yerinde tam zamanlı mı yoksa yarı zamanlı mı çalışıyorsunuz?
4. Sigortalı mısınız? Sigortasız çalışma deneyiminiz oldu mu?
5. Bu mağazada hep aynı işi mi yapıyorsunuz? Farklı işler yaptığınız durumlar oluyor mu?

6. Başka AVM'lerdeki aynı mağazaya kaydırma yaşadınız mı? İtiraz etme şansınız var mı?
7. Ortalama günlük çalışma süreniz kaç saat?
8. Günlük yemek ve ihtiyaç molaları için harcanan ortalama süreniz ne kadar? Saat olarak belirtir misiniz?
9. Fazla mesaiye kalıyor musunuz, fazla mesaiye kaldığınızda ödeme yapılıyor mu?
10. Geçtiğimiz yıl kaç gün yıllık izin kullandınız?
11. İş yaşamınız, özel yaşamınıza istediğiniz zamanı ayırmanıza engel oluyor mu?
12. Evdeki yaşam temposu ve sorumluluklarınız işinizdeki beklentileri karşılamanın önünde engel oluyor mu?

Ücret, mesleki eğitimler

1. Aylık ücretiniz ne kadar?
2. Ücretinizi belirleyen performans kriterleri (satış vs. gibi) var mı? Varsa ücretinizin yaklaşık ne kadarını bu tür gelirler belirliyor?
3. Şu anda yapmak olduğunuz işle ilgili mesleki eğitim aldınız mı?
4. Nasıl bir mesleki eğitim aldınız?
5. AVM tarafından verilen eğitimlere katıldınız mı?

Satış işinde başarılı olmak için neler gerektiği, ürünler, müşteri ilişkileri, vb.

1. Satış işinde başarılı olmak için neler, nasıl özellikler lazım?
2. Satış yaparken müşteriye nasıl davranırsın? Neler söylersin?
3. Müşterilere karşı nasıl davranmanız gerektiği ile ilgili bir eğitim aldınız mı?
4. Müşteriye karşı samimiyet sizin mesleğinizde başarıyı artırır mı?
5. Sürekli güler yüzlü ve anlayışlı olmak, gerçek duygularını gizlemek durumunda kalmak sizi yıpratıyor mu?
6. Müşterilere olumsuz davrandığınızda neler oluyor?

7. Müşterilerle ne tür sorunlar yaşarsınız? Sorun çıktığında neler yaparsın? Problemi nasıl çözersin?

Dayanışma mağaza içi ilişkiler

1. Çalışanlar arasında bir rekabet var mıydı? Birbirini idare etme durumları oluyor muydu?
2. Müdürünüz satış görevliliğinden gelme mi? Üstünüz sizi daha fazla satış için motive ediyor mu?

Denetim

1. Kılık kıyafet zorunlulukları var mı?
2. Gölge müşteri ya da kameralarla takip etme gibi denetimler var mı? Bunlara karşı nasıl davranıyorsun?

Sağlık Durumu

1. Şu anda yaşamakta olduğunuz çalışma ortam ve koşullarınızla ilgili bir sağlık sorunu var mı? Varsa ne olduğunu belirtir misiniz?

Cinsiyetin bu iş için bir avantaj ya da dezavantaj olup olmadığı

1. Sizce kadın olmak iş yaşamınızda ve bu meslekte avantaj mı dezavantaj mı? Neden?

Mekân

1. Sence AVM’de çalışmak mekânsal olarak düşündüğünde avantaj mı?

Sendika ve mesleki dernekler hakkında ne düşünüyor?

1. Sendikalı mısınız?
2. Sendika hakkında neler biliyorsunuz ve ne düşünüyorsunuz?
3. Sendikalı olmak ister misiniz? Sendikanın faydalı olacağını düşünüyor musunuz?

Çözüm Önerileri

1. Sizce satış görevliliği mesleğiyle ilgili ya da AVM’lerle ilgili nasıl düzenlemeler yapılmalı?

2. Size göre işinizin zorlukları nelerdir? Çalışırken müşterilerle ya da iş arkadaşlarınızla yaşadığınız ve sizi zorlayan durumlar nelerdir?

Gelecekle ilgili planları, hedefleri vb.

1. 5 yıl sonrasını düşündüğünüzde sizin durumunuzda nasıl bir değişim bekliyorsunuz? Sizce daha iyiye mi gidecek, yoksa daha kötüye mi gidecek?
2. Çalışmakta olduğunuz sektörde kariyer/terfi beklentiniz var mı?
3. Sosyal ve aile yaşamınıza vakit ayırabiliyor musunuz? Evlilik, çocuk gibi planlamalarınızı çalışma koşullarınız etkiliyor mu?
4. Bu mesleği yaparak emekli olmayı planlıyor musunuz? Sizce yaşlı kadınlar neden satış görevliliği yapmıyor?

ÖZET

“Eğretilişme Ve Duygusal Emek Süreçleri: Alışveriş Merkezlerinde Çalışan Kadınlar Örneği” konulu yüksek lisans tez çalışmasında alışveriş merkezlerinde satış görevlisi kadınların emek süreçleri incelenmiştir.

Türkiye’de hızla artan AVM sayıları ve buna bağlı olarak perakende sektörünün hizmet sektöründeki artan payı bu sektörlerde istihdam edilenlerin araştırılmasını önemli kılmaktadır. Hem hizmet sektörünün hem de özel olarak perakende sektörünün, Türkiye’deki kadın istihdamının büyük bir oranını kapsaması bu sektörlerde çalışan kadın emeğinin özel olarak incelenmesini de gerekli kılmaktadır. Bu tez çalışması, AVM’lerdeki mağazalarda çalışan kadınların emek süreçlerini; eğreti istihdam, duygusal ve estetik emek teorik çerçevelerinde incelenmiştir. Çalışmanın konusu olan kadınların güvencesiz ve eğreti koşullarda çalışırken bir yandan da duygusal emek sarf etmelerinin yarattığı sonuçlar ele alınmıştır.

Çalışmada nitel yöntem ve teknikler kullanılarak, Ankara’daki çeşitli AVM’lerdeki mağazalarda satış görevlisi ve mağaza yöneticisi pozisyonundaki 20 kadınla derinlemesine görüşmeler yapılmıştır.

Görüşmelerde elde edilen veriler ışığında, AVM’lerde satış işi yapan kadınların; çalışma koşulları, işe bağlı yaşadıkları sağlık sorunları, çalışanlar arası ilişkileri, iş yerlerindeki denetim mekanizmaları, iş güvencesizliğini nasıl yaşadıkları, maruz kaldıkları hak ihlalleri ve eşitsizlikleri nasıl algıladıkları, bu eşitsizlik ve ihlallere karşı nasıl mücadele stratejileri geliştirdikleri, sendikal örgütlülük hakkındaki tutumları, duygusal emek davranışlarını nasıl sergiledikleri ve duygusal emek sonucu duygusal çaba ve duygusal çelişki, yabancılaşmayı nasıl yaşadıkları, müşterilerle kurdukları ilişki biçimleri, yaşadıkları saygınlık problemleri ve gelecekte beklentileri tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: kadın emeği, hizmet sektörü, AVM, eğreti istihdam, güvencesizleşme, duygusal emek, estetik emek

ABSTRACT

In this study, labour processes of saleswomen at shopping malls in Ankara have been examined.

Increasing number of shopping malls in Turkey and concomitant increase in share of retail sector in service sector makes it crucial to conduct research on labourer in these malls. Moreover, service sector and especially the retail sector needs a special attention in terms of women labor since it is the sector which comprises a substantial part of women employment.

Labor processes of saleswomen in shopping malls have been examined in the theoretical framework of precarious employment, emotional labour and aesthetics labour, i.e., the effects of their emotional labour in precarious working conditions have been scrutinized.

Qualitative research techniques have been employed as the research methodology where in-depth interviews with 20 women, who are working as a saleswoman or manager, have been conducted.

In the light of information obtained from the interviews, following aspects are discussed in detail; working conditions, work-related health problems, relationships with workmates and colleagues, control mechanisms, how they experience precarization and injustice and how they develop strategies to fight against these situations, their opinions about unionisation, how they do emotional labour, how they experience emotional dissonance, emotional effort and work alienation, they establish relationship with customers, problems they experience with their reputation, their future expectations.

Keywords: women labour, service sector, retail sector, shopping mall, precarious work, precarization, emotional labour, aesthetics labour