

**Dilek IŞIK**

Doktora Öğrencisi | PhD Candidate

T.C. İstanbul Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyoloji Bölümü, İstanbul-TÜRKİYE  
T.C. Istanbul Beykent University, Social Science Institute, Department of Sociology, Istanbul-TURKIYE

ORCID: 0009-0009-1829-8136

[dileknezaketisik@gmail.com](mailto:dileknezaketisik@gmail.com)

## Girişimci Kadınlar Kent, Mekân ve Kamusal Alanda Var Olma<sup>1</sup>

### Öz

Bu çalışmada kadınların girişimcilik faaliyetlerinde çalışırken kentte kamusal alanda görünür olma, çalışma hayatı boyunca kentin imkânları ya da sınırlılıkları üzerine girişimci kadınların ekonomik deneyimlerine odaklanılmıştır. Girişimci kadınların büyük bir kentte mekânı gündelik hayat ve çalışma hayatları boyunca nasıl algıladıkları, kamusal alanı kullanma biçimleri ekonomik deneyimleriyle ilişkilendirilecektir. Girişimci kadınların faaliyetlerini gerçekleştirdikleri kentin bölgeleri bağlamında özel ve kamusal alan ayrımı boyutuyla ele alınacaktır. Kentel mekânlarda girişimcilik faaliyetlerinde çalışmanın imkânları ve sınırlılıkları girişimci kadınların İstanbul ilinin seçilmiş bölgelerindeki çalışma yaşamı, sosyal ilişkiler, çalışılan mahallenin nasıl algılandığı ve kentin gündelik yaşam pratikleri içerisinde deneyimlenme süreçleri üzerine yapılan alan araştırmasının verileriyle tartışılacaktır. Girişimci kadınların İstanbul kentine nasıl ve neden yerleştikleri bu kentte yaşam süreleri, kente ve çalışılan mahalleye aidiyet duygusuyla ele alınacaktır. Bu araştırmanın bağlamını oluşturan kent yaşamı, kültürel çeşitlilik ve karmaşık yapısıyla girişimci kadınların kimliğini etkileyen önemli boyutlardan bir tanesidir. Girişimci kadınların girişimci kimliği üzerine etki yapan diğer faktörler, toplumsal cinsiyet rolleri ve buna bağlı yaşam tarzlarıdır. Toplumsal cinsiyet rollerinin onların çalışma hayatı üzerindeki etkileri, yaşadıkları mahalle ilişkilerinin etkileri bunların her biri kadınların girişimcilik deneyimlerini etkileyen unsurlardır. Kadın ve erkeklerle ilişkin toplumsal kabullerle oluşan rol beklentileri mahalleliyle karşılıklı etkileşim (çatışma, uzlaşma, iş birliği, dayanışma) ve bu etkileşim biçimlerinin onların çalışma deneyimleri açısından nasıl destek veya engel oluşturacağı açısıyla ele alınacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Kent, Girişimci Kadın, Kamusal Alan, Toplumsal Cinsiyet.

## Entrepreneurial Women: Being in the City, Space, and Public Sphere

### Abstract

The present study focused on entrepreneurial women's economic experiences of being visible in the public sphere in the city while engaging in entrepreneurial activities and the opportunities or limitations of the city during their professional lives. Entrepreneurial women's perception and utilization of space in a metropolitan area during their everyday and working lives were associated with their economic experiences. The distinction between private and public space was discussed within the context of the regions of the city where entrepreneurial women conduct their activities. The possibilities and limitations of working in entrepreneurial activities in urban spaces were addressed through field research on entrepreneurial women's working lives in selected areas of Istanbul, social relations, how the neighborhood where they work is perceived, and the processes of experiencing the city in their daily life practices. How and why entrepreneurial women settle in the city of Istanbul was discussed, along with their life span in this city and their sense of belonging to the city and the neighborhood they work in. Urban life, which constitutes the context of this study, is one of the key dimensions affecting the identity of entrepreneurial women, with its cultural diversity and complex structure. Gender roles and associated lifestyles are additional elements that influence the entrepreneurial identity of women entrepreneurs. Gender roles and neighborhood relations impact women's entrepreneurial experiences. The role expectations built on social assumptions regarding women and men were discussed from the

<sup>1</sup> Bu makale, Dilek Işık tarafından, Doç. Dr. Nihan Bozok danışmanlığında hazırlanan "Girişimci Kadınların Deneyimleri Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma: İstanbul'da Kuzguncuk, Atatürk, Tomtom Mahalleleri" isimli doktora tezinden üretilmiştir.

perspective of the participants' interaction with the neighborhood (conflict, reconciliation, cooperation, solidarity) and how these forms of interaction can support or hinder their work experiences.

**Keywords:** City, Entrepreneurial Woman, Gender, Public Sphere.

## Giriş

Kent, kadın istihdamının bir boyutu olarak girişimcilik ve kentli kadın oluşı ilişkin kavramlar arası ilişkide tartışmanın ana temasıdır. Araştırmanın alanı için seçilen İstanbul'un üç mahallesi Kuzguncuk (Üsküdar), Tomtom (Beyoğlu), Atatürk (Ümraniye)'dir. Bu üç mahallede çeşitli iş kollarında girişimcilik faaliyetinde bulunan kadın girişimcilerin yaşadıkları ve çalıştıkları semtlerde kentsel mekânı nasıl kullandıkları, bu semtlerin girişimcilik faaliyetleri açısından onların ekonomik faaliyetlerine etkisi araştırılmıştır. Bu çalışma, girişimcilik faaliyetlerinde kadınların çeşitli sektörlerde gerçekleştirdikleri iş kolları üzerinden kadın girişimciliğini engelleyen ya da teşvik eden öğelerin ortaya çıkarılmasını da amaçlamaktadır.

Araştırmanın kapsamı içinde; toplumsal cinsiyet ekseninden kadın girişimcilerin faaliyetlerini yürütürken çalıştıkları mahallenin yaşam pratikleri içine gömülü iktidar ilişkilerini üreten süreçler ele alınacaktır. Mahallenin kültürel yapısıyla şekillenen toplumsal ve sınıfsal ilişkilerinin girişimci kadınların kentin kamusal alanında kentin sunduğu imkânlardan eşitçe yararlanmak, kentin kaynaklarına erişimde herhangi bir ayrımla karşılaşmamak gibi boyutlar onların girişimcilik faaliyetlerinin sürdürebilmelerinin önemli bir dayanak noktasını oluşturmaktadır.

Araştırmanın önemli odak noktalarından olan toplumsal cinsiyet şu açıdan ele alınacaktır; kadın girişimcilerin bu faaliyetlere başlama kararını alma süreçlerinde, girişimci olarak çalışmaya başladıklarında cinsiyetçi ayrımcılıktan etkilenip etkilenmediklerini, yapacakları faaliyetler için bölge ve işyeri seçerken toplumsal değerlerin onları nasıl etkilediği girişimci kadınların deneyimlerinden faydalanarak alana katkı sunmaktır.

Alan araştırması alanda gerçekleştirilen saha gözlemiyle başlamıştır. Saha gözlemi yapılmasının amacı, seçilen semtlerde bu araştırmayı yapabilmek için gerekli katılımı sağlayacak kadın girişimci olup olmadığını tespit etmektir. Bu çalışmaya gönüllü katılım sağlanıp sağlanmayacağıysa pilot araştırmayla saptanmıştır. Araştırmaya gönüllü katılım önemli bir aşama olup pilot araştırma sırasında bu katılımın gerçekleştirilebilmesi için sahada uzun süreler geçirmek gerekmiştir. Bu nedenle 4 Haziran 2021 tarihinde başlayarak sırasıyla İstanbul'da sırasıyla Kuzguncuk Mahallesi (Üsküdar), Atatürk Mahallesi (Ümraniye) ve Tomtom Mahallelerinde (Beyoğlu) Ocak ayına kadar saha gözlemi ve pilot araştırma gerçekleştirilmiştir. Saha gözlemlerinde, araştırmanın evrenini oluşturacak kentli kadın girişimcilerin var olduğu, ön görüşmelerde çoğunun da böyle bir araştırmaya katılım sağlamaya istekli olduğu görülmüştür.

Araştırmanın alan uygulaması 3 Ocak 2022 tarihinde Kuzguncuk Mahallesinden başlayıp 1 Mart 2023 tarihinde Tomtom Mahallesinde son bulmuştur. 3 mahalleden toplamda 29 kadın girişimciyle görüşülmüştür. Araştırmacının katılımcıları, 25 ile 66 yaş aralığında olup girişimcilik deneyimleri 5 yıl ile 22 yıl ortalamasındadır. Girişimci kadınların bazıları ülkede yaşanan ekonomik krizler nedeniyle işyerini kapatmış ancak yeni bir iş kolunda işyeri açarak girişimcilik yapmaya devam etmektedirler. Katılımcılardan Tomtom ve Kuzguncuk Mahallesinde çalışanların eğitim durumu lisans ve lisansüstüdür. Atatürk Mahallesinin katılımcılarının çoğunluğu ilköğretim mezunudur. Çoğu evli en az 1 çocuk sahibidir.

Kuzguncuk Mahallesi küçük ve sıralı bir yerleşkesi olduğu için işyerlerinin çoğu ana caddede ya da ana caddeye direkt bağlanan sokaklarda yer almaktadır. Bu mahallede araştırmaya katılan kadınların çoğu yeme içme işlerinde faaliyet gösteren küçük işletmelerdir. Atatürk Mahallesi geniş bir alanda kadın girişimcilerin işyerlerinin dağınık olduğu bir semttir. Bu mahallede tuhafiyeye, terzilik, özel dikim, yeme içme işleri, kuaför alanlarında girişimcilik yapan kadınlarla görüşülmüştür. Tomtom Mahallesindeki kadın girişimcilerin işyerleri daha çok Boğazkesen ve Kumbaracı

yokuşunda konumlanmıştır. Bu mahalledeki girişimci kadınlar tuhafiye, özel tasarım, yeme içme hizmetleri, sanat galerisi, hediyelik eşyalar satışı gibi alanlarda çalışmaktadır.

Kuzguncuk ve Tomtom Mahallelerinde araştırmaya katılım sağlayan kadın girişimcilerin hepsinin işyerlerinin fiziksel alanları küçüktür. Yeme içme işlerinde çalışanların işyerleri alandan tasarruf etmek için açık plan mutfak tarzında yapılmıştır. Atatürk Mahallesindeki katılımcıların işyerlerinin fiziksel alanları bir nebze daha büyüktür. Katılımcıların geneli sabah saat 9.00-10.00 arası çalışmaya başlayıp akşam geç saatlere kadar (23.00-24.00) çalışmaktadırlar. Buna rağmen çoğunun ücretli çalışmanı bulunmamaktadır. Görüşme yapılan 29 kadın girişimciden sadece 7 tanesinin sürekli ücretli çalışmanı vardır. Bu girişimci kadınlardan 6 tanesi tek kişi istihdam ederken sadece bir tanesi 3 kişi istihdam etmektedir. Hiç ücretli çalışmanı olmayanlardan bazıları işlerin özellikle yoğun olduğu yaz dönemlerinde kısmi zamanlı çalışan bulundurmaya tercih ettiklerini aktarmışlardır. Katılımcılar çalışan istihdam etmeme nedenlerini yeterli kazanç elde edememeleriyle açıklamışlardır. Katılımcılardan sadece 1 kişinin işyeri kendisine aittir, 2 kişinin işyeri aile mülkü olup diğer katılımcıların hepsi kiracı statüsündedirler.

**Tablo 1**

*Araştırma Örnekleminin Katılımcılarının Demografik Özellikleri*

		ATATÜRK MH.			KUZGUNCUK MH.			TOMTOM MH.		
		N	%	ORT.(YIL)	N	%	ORT.(YIL)	N	%	ORT.(YIL)
<b>Cinsiyet</b>	<i>Kadın</i>	11	100,0%		9	100,0%		9	100,0%	
	<i>Erkek</i>	0	0,0%		0	0,0%		0	0,0%	
<b>Yaş</b>	<i>18-25 Yaş</i>	0	0,0%		0	0,0%		1	11,1%	
	<i>26-30 Yaş</i>	2	18,2%		0	0,0%		1	11,1%	
	<i>31-35 Yaş</i>	0	0,0%	42,1	2	22,2%	44,56	1	11,1%	43,33
	<i>36-40 Yaş</i>	3	27,3%		2	22,2%		2	22,2%	
	<i>41 Yaş/Üzeri</i>	6	54,5%		5	55,6%		4	44,4%	
<b>Medeni Durumu</b>	<i>Bekar</i>	2	18,2%		4	44,4%		4	44,4%	
	<i>Boşanmış</i>	2	18,2%		2	22,2%		1	11,1%	
	<i>Evlü</i>	7	63,6%		3	33,3%		4	44,4%	
<b>Eğitim Durumu</b>	<i>İlkokul</i>	1	9,1%		0	0,0%		0	0,0%	
	<i>Ortaokul</i>	3	27,3%		0	0,0%		0	0,0%	
	<i>Lise</i>	3	27,3%		3	33,3%		2	22,2%	
	<i>Ön Lisans</i>	1	9,1%		1	11,1%		0	0,0%	
	<i>Lisans</i>	3	27,3%		5	55,6%		4	44,4%	
	<i>Lisans Üstü</i>	0	0,0%		0	0,0%		3	33,3%	
<b>Hane Bilgisi</b>	<i>Bekar</i>	7	18,4%		9	32,1%		9	42,9%	
	<i>Boşanmış</i>	4	10,5%	3,4545	11	39,3%	3,1111	1	4,8%	2,3333
	<i>Evlü</i>	27	71,1%		8	28,6%		11	52,4%	
<b>Kaç Yıldır İstanbul'da Yaşıyor</b>	<i>0-10 Yıl</i>	0	0,0%		0	0,0%		0	0,0%	
	<i>11-20 Yıl</i>	0	0,0%		0	0,0%		3	33,3%	
	<i>21-30 Yıl</i>	3	27,3%	39,45	3	33,3%	40,44	2	22,2%	29,33
	<i>31-40 Yıl</i>	3	27,3%		2	22,2%		2	22,2%	
	<i>41 Yıl/Üzeri</i>	5	45,5%		4	44,4%		2	22,2%	
<b>Kaç Yıldır Bu Mahallede Çalışıyor</b>	<i>0-10 Yıl</i>	7	63,6%		6	66,7%		8	88,9%	
	<i>11-20 Yıl</i>	3	27,3%	9	0	0,0%	11,56	0	0,0%	7,67
	<i>21-30 Yıl</i>	1	9,1%		3	33,3%		1	11,1%	
	<i>31-40 Yıl</i>	0	0,0%		0	0,0%		0	0,0%	
<b>Ücretli İş Tecrübesi</b>	<i>0-10 Yıl</i>	7	63,6%	8,82	3	33,3%	17,44	6	66,7%	8,22
	<i>11-20 Yıl</i>	3	27,3%		3	33,3%		2	22,2%	

	21-30 Yıl	1	9,1%		2	22,2%		1	11,1%
	31-40 Yıl	0	0,0%		0	0,0%		0	0,0%
	41 Yıl/Üzeri	0	0,0%		1	11,1%		0	0,0%
	0-10 Yıl	6	54,5%		6	66,7%		6	66,7%
	11-20 Yıl	3	27,3%	11,27	3	33,3%	11,56	2	22,2%
<b>Girişimcilik Faaliyet Süresi</b>	21-30 Yıl	2	18,2%		0	0,0%		0	0,0%
	31-40 Yıl	0	0,0%		0	0,0%		1	11,1%
									9,67

### Girişimcilik ve Kadın İstihdamı

Kentlerde toplumsal cinsiyet rejimlerinin şekillendirici etkisi eski Yunan polisinden beri varlığını sürdürmektedir. Kadın ve erkek bireylere ilişkin mekânsal bölünme modern kentleşme sürecinde çalışma ve yeniden üretim alanlarının ayrılmasıyla daha belirgin olmuştur. Kamusal alan, özel alan ikileminin tarihsel gelişimi, ailenin ekonomik üretim birimi olarak işlevselliğini yitirerek erkeğin hane dışında üretim faaliyetlerine katılması ile olmuştur. Özel alan “kadınların mekânı” olarak kadınlarla özdeşlik kazanmıştır. Toplumu ilgilendiren konularda kadınlar karar verici mekanizmaların bir parçası olarak kabul görmediğinden dolayı kent politikalarının ve kent tarihinin görünür aktörleri olmamıştır (Alkan, 2000, s. 93).

Türkiye’de kadınların çalışma yaşamına katılım oranlarının düşük seviyelerde seyretmesi emek piyasalarının mekân ve tanımlı cinsiyet rolleri arasındaki ilişkinin sorgulanmasını gerektirmektedir. Ataerkil değerlerle kadınların yerinin özel alan olarak sınırlandırılması ve bu değerlerin kadınların istihdama katılırken kamusal alanı düzenleme gücü “mekânsal örgütlenme stratejilerini” de belirlemektedir. Kadınlar istihdama katılırken evlerine en yakın yerlerdeki işleri tercih etmektedirler (Dedeoğlu, 2014, s. 200). Toplumsal kabuller ve mekân cinsiyet rollerinin inşasında birbiriyle ilişkilidir. Kadınların yaşadıkları yer ile kurdukları bağ ve kadınların toplumsal cinsiyet değerlerini sarsmayacak mekânsal örgütlenmeyi sağlayacak mekanizmaları üretmek kadınların cinsiyet algılarının değişmeden sürmesini sağlamaktadır (Dedeoğlu, 2014, s. 198).

Birçok toplumsal eşitsizlik biçimi mekânsal farklılaşmayı etkilemektedir. Bunlardan biri ekonomik eşitsizliğin iş gücü piyasalarını enformel biçimde düzenleyişidir. Ekonomik alandaki ve üretim ilişkilerindeki eşitsizliğin mekâna yansması gelir düzeyi, kültürel çeşitlilik, inanç etnik yapı ve sınıfsal farklılık veya benzerlikleri olan bireylerin mekânı seçme tercihlerini belirlemektedir (Alpman, 2019, s. 386).

Kadın girişimciliği, toplumsal gelişme ve ekonomik kalkınma ile ilişkili olan bir konudur. Türkiye’de kadınların çalışma hayatına katılımını tarımsal alandan diğer alanlara genişletmek ve kadınların istihdama katılımını artırmaya yönelik politikalar 6. Beş Yıllık Kalkınma Planından başlamıştır. Bu planda kadınların iş yaşamı, sosyal güvenlik, meslek eğitimi ve işe alımlarda ve pratikte karşılaşılan engellerin giderilmesi konuları gündeme alınmıştır. Daha sonra 7. Beş yıllık kalkınma planında toplumsal refah artışıyla kadınların kalkınma süreçlerine katılımının geliştirilmesinden bahsedilmiştir. 8. Beş yıllık kalkınma planındaysa kadın girişimciliğine ilişkin iş kurma süreçlerinde ve kredilerle ilgili formalitelerin azaltılması tavsiyelerine yer verilmiştir (Ecevit, 2007, s. 4-5).

Girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik katma değerinin yüksek olması nedeniyle devlet bu faaliyetleri özendirme ve geliştirmek amacıyla bazı politikalar üretmiştir. Türkiye mevcut genç nüfusu, eğitim seviyesinin yüksekliği ve jeopolitik konumu ile girişimcilik faaliyetlerinde başarılı olma potansiyeline sahiptir. Ancak üretilecek politikaların rekabet, risk alma, başarıya motivasyonu yüksek bireyleri teşvik etme ve destekleme hedefli olması gerekmektedir. Toplumsal yapının ekonomik bileşenlerinin yanı sıra var olan toplumsal cinsiyet rejimi girişimci olacak kadınların eğilimleri uzun vadede girişimcilik kültürünü oluşturan etkenler olacaktır. Kadınların toplumsal yaşamla ve ataerkil kültürle olan etkileşiminin ürünü olan değerler girişimcilik kültürünü etkilemektedir. Kadınlar için girişimciliği teşvik eden politikaların mevcut girişimcilik kültürünü

değerlendirip kadınların önündeki kültürel engelleri kaldırma hedefli olması gerekmektedir (Güney & Çetin, 2003, s. 206-207).

Türkiye’de kadın girişimciliğinin teşvik edilmesinde en önemli nedenler kadınların emek piyasalarına katılımındaki azalma ve buna bağlı olarak kadın işsizlik oranlarının hızlı artışı olmuştur. Kentsel alanlarda ailelerin giderek yoksullaşması politika yapıcılarını harekete geçmeye itmiştir. İşsizlik ve yoksulluğa karşı politik çözüm kadın girişimciliğini özendirme politikalarını uygulamak olmuştur. Kadın girişimciliğinde genel politikaların olmayışı devlet ve sivil toplum örgütlerinin çeşitli projelerle, farklı hedeflere uygulamalar yapmasına neden olmuştur. Dolayısıyla bu uygulamalar kadın girişimciliği özelinde kadınları özne olmaktan çıkarmıştır (Ecevit, 2007, s. 47). Girişimcilerin faaliyet gösterdikleri bölgenin sosyokültürel değerleri bu alanda çalışacakların çeşitli engeller veya fırsatlar sunarak bazen iş piyasalarına girmelerini desteklemekte bazen de engellerle girmelerini güçleştirmektedir. Girişimci kadınlar için bölgenin kültürel değerleri, eğitim düzeyi, ailenin yapısı ve dini inançlar girişimcilik özelliklerinde belirleyici olmaktadır (Kasalak, 2014, s. 264).

Kentleşme, değişim ve örgütlenmeyi içine alan kentli yaşam biçiminin oluşmasını sağlayan kültürel süreçleri kapsamaktadır. “Kentleşme” kavramı kentte yaşayanların kültürlerinde meydana gelen değişimin dinamiğiyle kent kültürünün oluşmasıdır. Kent kültürüne bağlı değişime uğrayan bu öğelerden bazıları; akrabalık ve komşuluk ilişkilerinin çözülmesi, aile biriminin küçülmesi, hane içindeki bazı görevlerin kurumlara devredilmesi, kadınların ekonomik özgürlük kazanmasıyla hane içi rollerinde küçük değişikliklerin meydana gelmesi, tüketimin artması, boş zaman etkinliklerindeki değişim olarak sayılabilir (Yahyagil, 1998, s. 108-109).

İstanbul’un 1980’lerde başlayan kentsel gelişme süreci incelendiğinde o dönemde yaşanan dönüşümlerin kırılma noktası bugünü yorumlayabilmek için önemlidir. İstanbul Türkiye’nin diğer kentlerine göre iş olanakları, eğitim, sağlık alanlarında temel yaşam koşullarında daha ileri düzeyde olması nedeniyle iyi bir yaşam arayışında olan bireylerin çekim noktası haline gelmiştir. Hızla artan nüfus İstanbul’da yerleşim alanlarının kontrolsüz genişlemesine neden olmuş, şehrin artan nüfusuna, yaşam alanlarının genişlemesine kentin planlama bürokrasisi de yetişememiştir. Eğitim, kültür, ekonomik ve sosyal birikimleri birbirinden oldukça farklı olan yeni nüfus hem kendi koşulları içinde hem de kentin mevcut koşulları içinde kendilerini var etme mücadelesine girmiştir. Kendileri için çeşitli ve karmaşık olan bu ortama uyum sağlamak ve mekâna aidiyet duygusu geliştirecek bağlar kurmak isteyen bireyler bu süreçte mekânın kimliğini de yeniden yaratarak yeni tanımlar oluşturmaktadırlar (Aksel & Olgun, 2016, s. 196).

Yeni kentleşme politikaları kentin ve kentlilerin yaşam biçimlerindeki değişimlerin hızına paralel ne liberal devlet ne de refah devletine özgü kurumlar ve çözümler üretememektedir. Ancak geleneksel toplum içinde bulunan örgütler, dernekler, kurumlar varlıklarını sürdürmeye devam etmiştir. Devlet politikaları kentleşme sürecinde toplumsal dayanışma ihtiyaçlarının yükünü aile ve akrabalık ilişkilerine terk etmiştir. Zaman içerisinde bu ilişkiler de değişime uğrayarak kentlilerin komşularıyla, arkadaşlarıyla, yakın çevreleriyle olan ilişkileri “akrabamsı” ilişkilere dönüştürmüştür (Erder, 2015, s. 43).

Kentte gündelik ilişkilerde çeşitli değişimler yaşanmıştır. “Gündelik” kavramıyla bireyler her gün olan sıradan anlatılmaktadır. Gündelik yaşamın içerisinde sıradan olan bireyin varlığını devam ettiren gerçekleştirdiği faaliyetler bütünüdür. Bunlar gündelik yaşamın rutininde olan barınma, yeme, içme, giyinme, çalışma vb. eylemlerdir. Bu eylemler verili bilgilerin, toplumsal dayanışma ve iş bölümünün toplumun yasalarında göre yapılmasıdır. Ancak kavramın anlamına daha geniş açıdan bakılacak olursa deneyimleme, anlam verme, analiz etme, öğrenme gibi yaşam tecrübelerini de simgelemektedir. Dolayısıyla gündelik yaşam birikimlerini çözümlenmek bireyin kendisini ve dünyayı anlamlandırması üzerine düşünce kapıları açacaktır (Elias, 2001 Akt., Balta, 2020, s. 53). Hafıza mekânı, sunulan şey hakkında bilinmesi gerekenin çıktısı olma niteliğiyle kimliğe ait anlatı ve başlangıç yolculuğudur (Nora, 2006, s. 33). Bu araştırmada mekâna ve gündelik ilişkilere dair verileri

değerlendirirken katılımcıların gündelik hayat rutini özelinde girişimcilik faaliyetleriyle gündelik yaşamlarının nasıl etkilendiğine bakılmıştır.

### Yöntem

Bu araştırmanın kuramsal çerçevesini feminist teori oluşturacaktır bu nedenle araştırmanın yöntemi feminist yöntemdir. Feminist yöntem “iyi bilim yapma” pratiği ilkesiyle dünyaya hükmetmeye değil onu “anlamaya” yönelik bir yaklaşımı benimsemesi nedeniyle statükoya karşı eleştiri yöntemi olarak ortaya çıkmıştır. Feminist yöntemi diğer yöntemlerden farklı kılan “toplumsal değişim ve toplumsal adalet konularını toplumsal cinsiyet temelinde” ele alarak egemenlik ve güç ilişkilerine karşı çıkacak ve bu yapı ile mücadele için gerekli bilginin ortaya çıkarılmasını sağlamaktır. Kadınların maruz kaldığı eşitsizlikler ve ayrımcılıkların üstesinden gelebilmesi için onların “göz ardı edilen duygu, düşünce ve deneyimlerinin” yazılı kaynaklarda ortaya çıkmasına olanak ve öncelik vermektedir (Sirman, 2020, s. 11; Toksöz, 2020, s. 143).

Feminist yöntemde araştırmanın amacı, araştırma bağlamında açıklayıcı ögeler sunmaktan ziyade kadınların faydalanmasına yönelik üretilen bilginin araştırmacının “içeriden bakışı” ile mümkün olacağı yönündedir. Bu noktada feminist yöntem var olagelmış araştırma yöntemlerine eleştiri getirerek “doğal mesafeler ve dâhil olmama halinin” dışında kendini konumlandırmaktadır. Yöntem, araştırmanın öznesi olarak kadına önem vermekte, hiyerarşik ve faydacı ilişkiye karşı tavır koyarak araştırmadan elde edilen verileri genelleme yapmadan, özünü değiştirmeden, yetersiz yorumlardan kaçınarak kadınların yararına bilgi üreterek daha eşitlikçi toplumsal yapıların oluşması için temel sorulardan yola çıkmaktadır (Kümbetoğlu, 2017, s. 58).

Feminist eleştiriye diğer yöntemlerden ayıran özelliklerinden birisi de cinsiyet ilişkilerinin her alanda görülen etkisini ortaya çıkarmaktır. Erkeklerin ve kadınların deneyimleri farklıdır. Ancak kadınların da deneyimleri birbirinden farklıdır. Araştırma boyunca kadınların yaşamlarının sosyal gerçekliklerini gözlemleyerek onların durumlarını etkileyen faktörleri odağa alarak bunları sorunsal konular olarak tartışmaya açmak amaçlanmaktadır.

İstanbul ilinin seçilmiş bölgelerinde (Tomtom, Kuzguncuk, Atatürk) işveren kadınların kenti nasıl kullandıkları, ataerkil değerlerin onları nasıl etkilediği konusu niteliksel yöntemle araştırılacaktır. Konusu ve sorusu gereği bu araştırma niteliksel yöntem ile gerçekleştirilecektir. Niteliksel yöntemin seçilmesinde en önemli neden girişimci kadınların deneyimlerini sözü edilen boyutlar çerçevesinde anlamaya çalışmak ve girişimciliğin kadın istihdamındaki yerini ekonomik ve sosyal boyutlarıyla ele almak olanağını bize en verimli şekilde sunmasıdır.

Araştırma için İstanbul ilinin tercih edilmesinde kozmopolit bir yapıya sahip olması ve mega-kent özelliklerini taşıması etkili olmuştur. Kentin seçilen bu üç mahallesinde kültürel, ekonomik, siyasi özellikler birbirinden farklı yapıdadır. Örneğin Tomtom ve Kuzguncuk Mahallelerinde yaşayan bireylerin eğitim seviyesi ve gelir durumu daha yüksek iken Atatürk Mahallesinde yaşayan bireylerin eğitim ve gelir seviyesi daha düşüktür. Kuzguncuk Mahallesinde gösteri, dünyasından olan ünlü kişiler yaşamaktadır. Saha gözleminde Kuzguncuk Mahallesinde girişimcilik faaliyetinde bulunan ünlü bir oyuncunun işyerine rastlanmıştır.

Her mahallenin kendine özgü yapısal farklılıklarının araştırmanın öznesi olan kadınların sosyal gerçekliklerine de farklı yansımaları beklenmektedir. Araştırmada girişimci kadınların istihdam alanındaki diğer kadınlara göre ayrıcalıklı konumları (kendi işlerini kurabilmiş olabilmeleri) önemli bir konu olarak ele alınacaktır. Araştırmanın örneklem tekniği olarak kartopu tekniği seçilmiştir. Ayrıca maksimum çeşitlilik dikkate alınarak örneklem oluşturulmuştur. Saha çalışması 3 Ocak 2022 de başlamıştır. Araştırma sorularına verilen cevaplar doyum noktasına geldiğinde örneklem büyüklüğüne erişilen tarih olan 1 Mart 2023 tarihinde alan uygulaması tamamlanmıştır.

Saha çalışmasının öncesinde ve sonrasında alan gözlemlerinin devam etmesine özen gösterilmiştir. Veri analizinde, veriler gözden geçirilerek, alan notları incelenerek ön kodlama

yapılmıştır. Araştırma tasarımının ana kavramlarının yanı sıra bulgulara karşılaşılan diğer kavramlar araştırmanın kavram haritasını oluşturmuştur. Araştırmanın soruları ve gözlem notlarına bağlı kalarak kategoriler oluşturulduktan sonra kategoriler arasındaki bağlamlandırma ve kategoriler arasındaki etkileşim ortaya konduktan sonra analiz gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmada niteliksel yöntemin veri oluşturma teknikleri kullanılmıştır; bunlar derinlemesine görüşme ve gözlemdir. Derinlemesine görüşme tekniği için hazırlanmış yarı yapılandırılmış rehber formuyla, kapsadığı açık uçlu sorularla katılımcıların gündelik ve iş yaşamları üzerine yönelik kendi dünyalarında nasıl anlamlar yüklediklerini ifade edebilme olanağı sunması amaçlanmıştır.

Sosyal bilimlerde yapılan çalışmalarda özellikle nitel yöntemin tekniklerini seçen çalışmacılar için etik sorunlarla karşılaşma olasılığı daha yüksektir. Çünkü nitel çalışmalarda katılımcıların hayatının “en duyarlı, gizli ve derin” alanlarına girmek olasılığı söz konusudur. Etik problemler çalışmacının konuyu seçiminden, konunun kimlere fayda sağlayacağından başlayıp araştırmanın tüm süreçlerinde ortaya çıkacaktır (Punch, 2016, s. 266).

Bu çalışmada niteliksel çalışmalara özgü etik kurallara özenle uyulmuştur. Beykent Üniversitesi Sosyal ve

Beşeri Bilimler İçin Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’ndan 21.02.2022 tarih ve 174 sayı ile izin alınmıştır. Katılımcıların araştırma konusunda ayrıntılı olarak bilgilendirilmesi çalışmadan istedikleri anda çekilebilecekleri bilgisinin sunulması, katılımcıların kişisel bilgilerinin sadece çalışmacı tarafından saklı tutulacağı, araştırma nedeniyle katılımcıların herhangi bir zarar görmemesi için farklı isimler kullanılacağı konularında bilgilendirme yapılmıştır. Çalışmada kullanılan görseller mutlaka katılımcıların izniyle elde edilmiştir. Çalışma boyunca katılımcılarla eşitlikçi bir yol izlenmiştir. Çalışmanın soruları yönlendirici olmadan katılımcıların deneyimlerini öğrenmek ve aktarmak odaklı hazırlanmıştır. Çalışmanın her aşamasında dürüst ve güvenilir olmakla beraber çalışmanın sonuçlarının kötüye kullanılmaması ilkeleri benimsenmiştir.

Derinlemesine görüşme soruları 10 başlık altında toplanmıştır. Demografik sorularla başlayan rehber formu sırasıyla; Kent Yaşamı, Çalışma Hayatı, İşyerinin Kuruluşu, İşyerinin Mekânsal Özellikleri, Sosyal Girişimci, Eril Ortam, Girişimcilik Kültürü, Evlilik Yaşamı ve Aile Yaşamı başlıklarından oluşmaktadır. Bu çalışma makalesinde çalışmaya katılan girişimci kadınların kent yaşamı başlığı sunulacaktır. Bu makalede yukarıda sözü edilen 10 başlık altında oluşturulan bulguların bazıları ele alınacaktır. Bu başlıkta; İstanbul’da yaşam, çalışılan mahallenin sosyal ilişkileri, bölgenin fiziksel ve toplumsal ilişkiler alanında geçirdiği değişim, katılımcı girişimci kadınların İstanbul’un diğer semtleriyle olan ilişki biçimleri, çalışılan mahallede nasıl vakit geçirildiği ve çalışılan bölgede başka kadınlar işyeri açmayı tercih etse bölgenin bu olanağı sunup sunmayacağı üzerine odaklanılmıştır.

### **Bulgular**

Bu çalışma da kentte yaşanan ve çalışılan semt hakkında sorulan sorular, girişimci kadınların kent ve mekân algılarını ve bunun çalışma hayatlarına etkisini anlamayı mümkün kılacak verilere ulaşmak için kullanılmıştır. Sorular, İstanbul’da yaşam, çalışılan ve yaşanan mahallede yaşam ve sosyal ilişkiler, İstanbul’da hangi semtlerde vakit geçirilir?, bu semtlerde neler yapılır?, işyeri kiralarının kentte kadınların girişimcilik yapmasına etkisi gibi başlıkları içermiştir.

### **Girişimci Kadın**

Girişimci kadın tanımı bu çalışmanın ana kavramlarından birisidir. Bu çalışmanın girişimci kadın tanımının katılımcıların ifadelerine dayanılarak sunulduğundan girişimcilik yerine esnaf kavramı öne çıkmıştır. Çalışmanın bulguları henüz kültürümüzde girişimcilik kavramının alan yazımında tartışıldığı biçimde yer almadığını göstermektedir. Katılımcı kadınların ifadelerinde “girişimcilik” kavramını hem toplumsal cinsiyet normları boyutuyla hem de bir şeyi icat etmek, daha

büyük ölçeklerde üretimler yapmak, çalışan istihdam etmekle ilişkilendirilmiştir. Kendi birikimleriyle kendi işlerini kurarak kamusal alanda kendi istihdamlarını sağlayan katılımcılar küçük ölçekli iş hacmine sahip olmaları nedeniyle ülke ekonomisine ve refahına sundukları katkıyı önemli bir değer olarak aktarmamışlardır. Ayrıca kendi konumlarını esnaf kavramıyla ilişkilendirmişlerdir. Elbette ki kendi konumlarının istihdamdaki diğer kadınlardan farklı olduğunun bilincini taşımaktadırlar. Kendilerine ait bir işyeri, sermayeleri, cesaretleri ve bağımsız olma duygularından motive olmaktadır.

Sıfırdan bir şey üretmiş olmalı. Mesela ... var ... hanımın çiftliği diye. Nazilli’de bir yer tuttu Karslı bu kadın oraya gitti ordaki şeyleri ayarladı, ürettirdi. Ona öyle inanmışım ki çünkü kadınlar düzgün yapar hele eğitilmiş böyle. Eğitimsizleri bir araya getirdi hikayelerini biliyorum benim için girişimci mesela o. Yoktan var etmek Kars’ta istihdam sağladı tek başına. Girişimcilik böyle bir şey. Başkalarıyla birlikte hani ben şu anda girişimci sayılmam ben kendine münhasır 4 arkadaşımın hani bir yaparsam galeri net o zaman bu iş kolunda okey diyeceğim. Yani böyle kadınlarımız çok. Girişimcilik o gidip onla konuş bence (60 yaş, evli, 12 senedir bu işinde, sanat galerisi).

Başka bir katılımcı ise girişimci kadın kavramını toplumsal cinsiyet boyutuyla değerlendirmiştir. Kadınların çalışma hayatının bir parçası olmasına rağmen eşitsiz koşullarda var olmaya çalıştıklarına vurgu yaparak doğrudan anne ve babasının birlikte iş yeri kurmasına rağmen annesinin işyerinde görünür olmaması nedeniyle babasının girişimci ünvanıyla anıldığına vurgu yapmıştır.

Çok romantik değil mi girişimci kadın. Girişmek zorunda artık girişimci erkek diye bir şey yok demi. Girişimci diye bir şey var. Girişimci kadın girişimci olarak alt başlıkta. Bu ülkede her şeyin bir alt başlığı var. Aslında çok garip kadınlar her an her yerde aslında hayatın her alanında varlar. Ama bence bu dönemde görünürlükleri arttığı için girişimci kadın deniyor. Kadınlar bir şekilde bu işlerde çalışıyorlardı zaten. Ha zaten belli sektörler ülkede de dünyada da yeni. O sektörlerde erkekler. Sektörler var dijitalleşme diyoruz teknoloji diyoruz başka mesela piyasalar diyoruz. Mesela annem hep babamın işlettiği bilinir ama annem zaten yıllardır orada çalışıyordu. Ama mutfakta idi. Kasada olmadığı için hesap almadığı için hiçbir zaman o kadın girişimci olarak görülmedi. Ama aslında annem kadın girişimciden farkı neydi. Kendi açmamış olması mı? Aslında o değil birlikte açmışlar. Ama orada hep göz önünde olan babamdı (30 yaş, 11 aydır bu işinde, kafeterya, pilot görüşme).

Bu makalenin odak noktası kamusal alanda girişimcilik faaliyetlerinde çalışan kadınların çalışma yaşamları deneyimlerinin kentin imkanları ve sınırları üzerinden değerlendirilmesi temel alınmıştır. Makalenin sınırlılıkları nedeniyle “Esnaf” kavramına ilişkin alan yazındaki tartışmalar burada tartışılmamıştır.

### **Yaşanılan Mahalle ve Sosyal İlişkiler**

Girişimci kadınlara yaşadığı semtte komşuluk ve sosyal ilişkiler hakkında neler düşündüğü sorulduğunda anlatılar oldukça uzun ve çeşitli olmuştur. Araştırmada kent yaşamı içinde yaşanılan semtte komşuluk ve sosyal ilişkilerden girişimci kadınların nasıl etkilendiği veya kendilerinin yaşanılan bir semtte etkisinin olup olmadığının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Mahallede kendi aralarındaki sosyal ilişkileri anlatırken yardımseverlik ve sahip çıkma sözcükleriyle birbirlerine olan yakınlıklarını, güven duygusunu öne çıkarmışlardır. Mahalle sözcüğü, sakinlerinin yardımlaşma, iş bölümü, birlikte olma, güvenlik, kontrol, dayanışma, aidiyet, kimlik gibi temel kavramları çağrıştıran sembolik harita işlevi görmektedir. Mekâna duyulan aidiyet ve bağlılık diğerleriyle iletişim halinde kalma bireylerin kendilerini sosyal ve fiziksel olarak güvende hissetmelerini sağlamaktadır (Koyuncu, 2009, s. 31; Alver, 2010, s. 117).

Valla çok güzel burada komşuluk çok güzel. Aile burada değil tabi ama komşularımız var. Ancak onlarla iyi geçiniyoruz. Bir şey oldu mu hepsi birbirine sahip çıkar. Mesela ona lazım



oldu mu deriz, yeri geliyor o bize müşteri gönderiyor, çokta güzel geçiyor. Kuzguncuk küçük bir yer olduğu için hepimiz birbirimize yardım ediyoruz (49 yaş, 7 senedir bu işte, kafeterya).

Girişimci kadınlardan bazıları yaşadığı semtte komşuluk ve sosyal ilişkilerin kentleşmeyle birlikte bahçe içi evlerin yıkılıp yerine apartman şeklinde birbirinden bağımsız taşınmazların inşasıyla komşuluk ilişkilerinin de tıpkı yapılar gibi birbirinden koptuğunu ifade etmiştir. Kentleşmeyle birlikte çalışma hayatının toplumda daha yaygın hale gelmesinin komşuluk ilişkilerine olumsuz etkisi de tekrar edilen ifadeler arasında yer almaktadır. Gündelik yaşam belli bir rutinde gerçekleşirken yıllara yayılan değişim ise ilişkileri etkilemektedir. Fiziksel mekânda işyeri sahiplerinin değişmesi de etkili iletişim kurmayı kısıtlamıştır. Hala işinde devam eden kadın girişimci kendinin “eski” olduğunu iş yeri sahiplerinin değişimini ise “yenilik” olarak aktarırken yakın ilişkilerin geçmişte kaldığını ancak eski komşularla sohbet ettiklerine vurgu yapmıştır. Uzun yıllar aynı yerleşim alanında yaşamak toplumsal ve sosyal sermayenin güçlenmesine yardımcı olmaktadır (Ardahan, 2014, s. 45).

Bu mahallede değişim sadece bina yapıldı başka bir şey yok. Burada bir iki komşularımız var. İşte Şileliler ağırlıkta işte bir Rizeliler ağırlıkta burada. Esnaf olduğumuz için biz diyalog kuruyoruz, onlarla sohbetimiz oluyor. Konuşmazsan kimse konuşmaz senle burada. Öyle enteresan bir yer burası. Fazla esnaf derken aynı esnaf vardı gene ama değişti. Yani esnaf vardı herkes kimi bıraktı, kimi devretti. Kimi bıraktı gitti. Ama esnaf vardı (60 yaş, 30 senedir bu işte, tuhafıye).

Çalıştığı ve yaşadığı semti anlatan katılımcının ifadelerinde kendisinden daha eski mahalle sakinlerini tanımlarken değişimin sürekliliğinin vurgusu ve asıl yerlinin kim olduğuna ilişkin görüşlerin anlatısı ortaya çıkmaktadır. Anlatılarda mahalle kültürü eski olan yerleşim yerlerinde sonradan geleni kabullenme süreçlerinin zaman aldığını ve karşılıklı çabayla devam ettiği ortaya çıkmaktadır. Bireyler kendilerini ve başkalarını yaşadıkları semtle veya kentle ilişkilendirirken “eski aile” veya “yeni aile” terimleriyle uzun süredir aynı kentte yaşamayı sosyal statüyle ilişkilendirmektedir (Sencer, 1967, s. 207).

Burda oturan birçok kişi akraba birbiriyle o yüzden akrabalık ilişkileri içerisinde dışarıdan kendilerine samimi buldukları insanlara da akrabalıymış gibi davranabiliyorlar. Ama böyle bi burası işte 90’ların başlarında göç almış buradaki insanlar ev sahipleri olmuşlar gerçek sahipleri 50’lerde falan gitmişler sonra burda yerleşik hayata geçmişler artık onlarda. Ama genelde Bitlis’ten, Siirt’te gelen aileler var. Yani sosyal hayatları yardımcı olmaya çalışıyorlar ilk başta çok fazla erkek egemen bir hal vardı esnaf olarak hiçbir saygısızlıklarını görmedik zaten ama böyle bir şeydi çok da destekleyici bir tavırları da yoktu. Sonra yavaş yavaş esnaf muhabbeti yapa yapa erkeklerle de ilişkimiz gelişti, öyle (39 yaş, evli, 10 senedir bu işinde, faaliyet alanı, deri işleri tasarımı).

Girişimci kadınların faaliyet gösterdikleri mahallelerde çalışma yaşamının çoğunlukla eril değerlerle yüklü olduğu gündelik ilişkilerde saygılı davranışların dışında davranışlar sergilenmediği işlerin sürekliliğini sağlamakta var olan gündelik ilişki biçimleri içinde çaba sarf ettiklerini aktarmışlardır.

### **İşyerinizin Bulunduğu Semt ve Değişim**

Girişimci kadınların mahallenin değişimine ilişkin görüşleriyle oluşacak veriler ışığında kentin girişimcilğe niyetlenen kadınlara kamusal alanda iş yeri açma, işini sürdürme olanağını mekânsal ve toplumsal açılardan sunup sunmadığı ele alınacaktır. Anlatılarda her semtte insan ve araç kalabalığının yoğunlaştığını artık yaşadıkları ve çalıştıkları semtlere farklı kültürden insanların yerleşmeye başladığını dolayısıyla bu artış ve çeşitliliğin işyeri sayısı ile birlikte ziyaretçi sayısını da artırdığını ifade etmişlerdir. Ancak girişimcilik faaliyetlerine uzun süredir devam edenler çalışma yaşamının ilk yıllarında bölgenin kazanç sağlama ve güvenlik açısından kadın girişimcilere imkân

sunmadığını aktarmıştırlar. Girişimci kadınlar kurdukları işi sürdürebilmeyi uzun yıllar süren bir birikim ve yatırım olarak değerlendirmişlerdir. Mahalledeki değişim imkânlar ve engeller boyutuyla karşımıza çıkmaktadır. Kadınlar kentin daha az değerli bölgelerinde işyeri açmaktadırlar. Çalışma yaşamına girişimci olarak devam etme arzusu kentin her türlü riskine rağmen girişimci kadınlara maliyetlere katlanmaya mecbur bırakmıştır. Bu araştırma alan yazında geçtiği gibi girişimci kadınların ancak belirli bir noktaya ulaşana kadar kendi birikimlerini kullandığını göstermektedir. Girişimciliğe niyetlenen kadınlar kuruluş sermayesini kendi birikimlerinden ve gayrimenkul gibi varlıklarının satışından sağlamaktadırlar. İş kuran girişimci kadınlar 3-5 yıl arasında oluşacak giderler için sermaye bulundurmaktadırlar (Dibek, 2022, s. 37). Dibek'in tartıştığı gibi kendi işlerini kuran girişimci kadınlar iş kurma süreçlerinde kendi tasarruflarına yönelmektedirler.

E biz işte 96'da bu mağazamızı bulduk şeyde Yeni Çarşı Caddesindeki. Geldiğimizde fakat o cadde ay kuş uçmaz kervan geçmez bir Çingenerler yürüyor bir de arabalar geçiyor öyle bir caddeydi. E çok geçe kalmışsam o arka sokaktan Cihangire yürüyemezdim. Düşün o hani oradan aşağı inerek. Öyle bir yerden 10 sene boyunca ancak kiralari filan ödedik belki de. Büyük kendimiz fiziken yatırım yaptık, bekledik yani orada işi (58 yaş, 29 senedir bu işte, kırtasiye).

Katılımcıların anlatıları fiziksel mekânın cinsiyetini, kullanılma biçimini ve mekânın temsil edilme pratikleri hakkında bilgiler sunmaktadır (Topçu, 2018, s. 181). Kentte girişimcilik yapan katılımcı kadınların deneyimleri bağlamında mekânın şekillenme ve dönüşüm süreçlerini ortaya çıkaran bu anlatılar kenti ve içindeki toplumu anlamının bir yolu olarak ele alınacaktır. Mekânın kendisi şekillenirken toplumsal yapı da mekânla birlikte yeniden şekillenmektedir. Katılımcılar, kamuya açık alanlardaki karşılaşmaları kendiliğinden anlamlandırmadıkları gibi kamusal alanı kullanma nedenleri ve tercihleri de kendiliğinden verilen kararlar değildir. Kadınlar ve erkekler mevcut kültüre ve yaşam dünyalarına ilişkin anlamları birlikte oluşturmaktadırlar (Erdönmez & Akı, 2005, s. 85). Ataerkil toplumsal yapıda 'iktidar ve otorite' yaşlı ilerlemiş erkeklerin egemenliğindedir. Yaşlı erkekler çeşitli iktidar sistemleriyle erkek ve kadınlar üzerinde egemen olma gücüne sahiptir (Özbay, 2013, s. 191). Bu araştırmada da yukarıda sözü edilen alan yazında tartışılarda belirtilen hususlarla ilgili bazı bölgelerin katılımcıları mahalleyle ilgili geçmiş dönem anlatılarında güç ve otorite yapısından söz etmişlerdir.

Yani şimdi mahallenin ağabeyleri olurdu eskiden. Hani o ağabeylerin sözünün dışına çıkılmazdı. Bir şey yapılacağı zaman bile o ağabeylere danışılırdı onlar karar verirdi. Şimdi büyükler hep gitti, hep öldüler. E ölünce artık gençler de eski şey yok, tat yok yani. Eski o zaten edepte kalmadı. Hani biz bile geçemedik eskiden buradan. Kimseye bakmadan kafamız önümüzde gider gelirdik. Artık zaman değişti (55 yaş, 8 aydır bu işte, el sanatları dükkânı).

Toplumsal cinsiyetle ilişkili çözümlenmeler yaparken mekânda kadınların ve erkeklerin var olma eylemleri hakkında mekânla bütünlük sağlayan kültürel yapıdan bağımsız değerlendirme yapmak cinsiyetler arasındaki ilişkileri, davranış modellerini, rolleri ataerkil sistem ve egemen ilişkilerin etkisinin gizli kalmasına neden olacaktır (Çubukçu, 2011, s. 103). Semtteki toplumsal değişimi aktaran ifade verili toplumsal cinsiyet değerlerinin içselleştirilmiş bir yansımasıdır. Kadınlar yaşadıkları, aşına oldukları semtlerinde kamusal alanı kullanırken etraflarıyla göz teması kurmamaları eril gözün denetleme gücünü, kadın davranışlarının neye uygunluğu ya da uygunsuzluğuna ilişkin belirgin hatlarda sınırlar çizdiğini, eril düşünce yapısı bu süreçleri yorumlayarak, sınıflandırarak ve ikilikler üreterek zihinsel kabullerle meşruluk zeminine oturtmaktadır (Hutton, 2001, s. 110).

Her katılımcının semtlerine ilişkin anlatılarında mekândaki fiziksel ve sosyal değişimle birlikte güç ve iktidar ilişkilerinin yeniden farklı biçimlerde üretildiğine ilişkin ifadeler söz konusudur. Aşağıdaki ifadelerde, semte yerleşen ünlü kişilerin mahallenin ekonomik değerini

yükselterek bölgede yeni iktidar ve güç ilişkilerini oluşturduğu yer almaktadır. Mekânda meydana gelen değişimler her bireyin gündelik yaşamında kamusal alanı nasıl kullanacağını etkilemektedir.

Burası artık para eden bir yer haline gelince ee mülk sahipleri yüksekte kiraya vermek istediler işte evlerini sattılar biraz daha eğitilmiş kitle gelmeye başladı biraz daha entelektüel diye tabir ettiğimiz insanlar. 10 sene öncesine kadar burası böyle sakin bir mahalleyken şu anda yaşayanlar için çok yani eskiden beri yaşayanlar için diyim genelleme için bir şey söyleyemem bilemem ama herkesin çok şikâyet ettiği bir mahalle haline geldi. Artık mahalleliği kalmadı çünkü sokağa çıktığınızda tanıdık insan yüzü görmek bile artık böyle mucizeye bağlı oldu (48 yaş, evli, 25 senedir bu işinde, faaliyet alanı, kafeterya).

Ticari faaliyetlerin hangi iş kolunda gerçekleştiği girişimci kadınların mahalleyi etkin kullanımında dinamik bir işleve sahiptir. Yeme- içme işleriyle uğraşanların iş yoğunluğu diğer iş kollarına göre daha dinamik bir yapıya sahiptir bu nedenle bu iş kollarında çalışan girişimci kadınlar her sabah işlerini, alışveriş listelerini düzenlemek zorunda olduklarını müşteri olmayan saatlerde işyerlerine gelen arkadaşlarıyla veya komşularıyla çay, kahve içerek vakit geçirdiklerini aktarmışlardır. Kuzguncuk ve Tomtom Mahallesinde çalışan girişimci kadınların çoğu işleri elverdiği ölçüde mahalleyi, sahili ve mahalleye yakın turistik yerleri, çarşıları, alışveriş mekânlarını ziyaret ettiklerini anlatmışlardır. Atatürk mahallesinde çalışan girişimci kadınların çalıştıkları mahallenin turistik özelliklere sahip olmaması ve sahile konumunun uzak bulunması nedeniyle bu konulardan söz etmemişlerdir.

Mahallede zaman geçiriyorum çünkü burada birçok arkadaşım da var. Kendi atölyemde olmasam onları bazen ziyarete gidiyorum, kahveye. Mahalle de bir tiyatroya var oraya gidiyorum. Hepsini farklı meslek gruplarından insanlar var, alışverişimi buradan yapıyorum vakit geçirdiğim şeyler alışveriş, sosyal etkinlik, kültürel etkinlik zaten dükkânda olmak çok fazla zamanımı alıyor (39 yaş, evli, 10 senedir bu işinde, el sanatları mağazası).

Araştırmanın her üç semtinde girişimcilik yapan katılımcılar gün içerisinde işyerlerinin içinde veya yan komşularıyla iletişim halinde kaldıklarını aynı zamanda çoğu çalıştıkları mahallede bulunan işyerlerinden yemek yediklerini, kişisel ihtiyaçlarını, evlerinin, işyerlerinin ihtiyaçlarını yine buralardan yapmayı tercih ettiklerine vurgu yapmışlardır. Çalıştığı mahallede vakit geçiremeyenlerse sebepleriyle ilgili sürekli çalışmak, hane içi sorumlulukların fazlalığı, işyerinde bulunma zorunluluğu, işyerinin bulunduğu mekânın kahvehane, ganyan gibi eril bir ortamın hâkim olması gibi nedenler olarak ifade edilmiştir. Bu çalışmada toplumsal cinsiyete ilişkin normlar, beklentiler ataerkil toplumun girişimci kadınların çalışma yaşamını etkilediğini göstermiştir. Bazılarının anlatıları hane içi sorumlulukları nedeniyle çalıştığı mahallede iş dışında vakit geçirmede doğrudan evine gittiği şeklinde olmuştur.

Gezmeye zamanın var mı diyeceksin? Yaşamaya zamanın var mı diyeceksin? Benim kendi açımdan benim gezmeye eğlenmeye zamanım yok. Benim 4.5 yaşında bir tane ufak kızım var buradan çıktığım zaman ilk düşüncem at gözlüğü takmış gibi ilk odaklandığım yerim bir an önce eve gideyim (40 yaş, evli, 16 senedir bu işinde, terzi).

Kadınlarla erkeklerin kamusal alanda var oluş ve görünürlükleri eşit ilkelere belirlenmemiştir. Her ne kadar kadınların kamusal alana çıkmasını yasaklayan kurallar olmasa da ataerkil iktidar ilişkilerinin belirlediği normlarda kamusal alanda erkeklere kadınlara göre daha fazla imkân sunulmuştur. Kadınlar ve erkekler çocukluk çağlarından itibaren cinsiyetlerine göre ayrılaştırılmış mekânlarda sosyalleşerek büyümektedirler. Toplumsal olarak bireyler 'habitusla' doğmazlar yaşadıkları çevrenin kalıp yargılarına göre oyunun kurallarını ve oyunu nasıl oynayacaklarını öğrenmektedirler (Calhoun, 2014, s.79). Örneğin kahvehaneler ve sokaklar erkekler için uygun mekânlardır ve onların kullanımına göre düzenlenmiş mekanlardır. Eğer bir kadın kahvedeki eşine ulaşmak istiyorsa aracı olarak yine bir erkekten yardım istemesi gerekmektedir. Kültürel öğrenme ve değerler sistemi, her iki cinsiyetin birbirini dışlama pratikleri geliştirmesini

teşvik etmekte ve sıradanlaşmış mesafeler inşa ederek kadınlar ve erkeklerin kendilerine uygun görülen alanların sınırlarını aşmamayı kabullendirmektedir (Bourdieu, 2002, s. 42). Eril tahakküm, toplum tarafından kabul gören sistematik süregiden egemenlik pratikleridir. Cinsiyete dayalı ayırım toplumsal temellerini; cinsiyetçi iş bölümü, mekânsal ayrışma ve doğanın döngüsüyle ilişkilendirerek kadın ve erkek bedenini cinsiyetlendirilmiş ayırım ilkelerinin taşıyıcısı olarak inşa etmiştir (Bourdieu, 2015, s. 22).

Mahalleyi çok kullanmıyorum. Şöyle ki kullanmıyorum, çokta şey kullanılacak bir mahalle değil. Kahveler falan filan. İşte ganyancı arkadaşlar ama iyiler yani. Ben arabayı falan burada park ederken çok yardımcı oluyorlar. Yani esnaf iyi ya. Böyle iyiler bir şey olduğunda işte abla şöyle böyle yardımcı olmaya çalışıyorlar (41 yaş, 6 senedir bu işte, terzi).

Yukarıdaki anlatı kamusal alanda eril mekânların yoğun olduğu cadde ve sokakları kadınların kullanmaktan kaçındığı yönündedir. Katılımcı kadınlar ataerkil değerlerin normlarına uygun tutum ve davranışlar sergileyerek mahallede çalışma hayatlarına devam etme stratejisini geliştirmişlerdir. Kurallar ve normlar katılımcılar tarafından icat edilmese de bu normlara uygun davranışlar ataerkil iktidarın devamlılığını dinamik tutmaktadır.

Araştırmaya katılan girişimci kadınların hepsinin kente ilişkin anlatılarda sürekli değindikleri konu olan “değişim” çalıştırdıkları işyerleri için ödedikleri kira tutarları için de geçerlidir. Ümraniye’nin ana caddesi kendi tarihsel süreci içinde hep yüksek maliyetli işyerlerine sahip olduğu, Kuzguncuk semtinin mimari, tarihi dokusu, dizi çekimleri ve bazı ünlülerin semte yerleşmeleriyle kira oranlarının aşırı yükselmesine neden olduğu aktarılmıştır. Tomtom Mahallesinin de kendine özgü mimari yapısıyla turistik olsa da ticari faaliyetler açısından araştırmanın diğer bölgelerine göre son yıllarda tercih edilir olmaya başlaması ve Galataport’un faaliyete geçmesiyle kiraların artışı gündeme gelmiştir.

Kent toprağın ve aklın denetimini kontrolüne alarak malların değiş tokuşuyla ekonomik ilişkileri şehri lehine kullanır. Kent ne kadar büyürse para piyasası da o kadar güçlenir (Weber, 2018, s. 42). İstanbul’da mülkiyet üzerinden rant faaliyetlerinin büyük dönüşüm yaşamaya başlamasında yerel yönetimlerin kent kaynaklarını dağıtırken eşitlik ve adalet ilkesinden ödün vererek kentsel ranta öncelik vermeleri önemli rol oynamaktadır (Tekeli, 2015, s. 80). Kentler, sermayenin kamusal alanı işgaliyle fiziki çevrenin bozulduğu, refahın, iktidarın, üretim ve tüketim alanlarında artış fazlalığının oluşmasıyla bölgesel ve sosyal farklılıklar doğmuş buna bağlı kentte ayrışmaları yaratan mekânlar oluşmuştur (Güler, 2011, s. 68).

Herkesin kirası artıyor ya kiramı arttırırım ya da çık buradan gelene daha yüksek kirayla veririm. Bu sokaklar değil ama üst sokaklarda dehşet kiralar oynuyor. En düşük 60.000-150.000 TL. 250.000’e giden kiralar var. Çok çok yüksek. Söyledikleri şey de savundukları, burada milyonlarca insan geçiyor gün içerisinde. Yani cesaret edemiyorsun ve oradaki mağazalar artık kemikleşmiş. Yıllardır bildiğim mağazalar, 10-15 yıl, 20 yıldır mağazacılık yapıyor (30 yaş, bekar, 1 senedir bu işte, eşarp dükkânı).

Yüksek kira tutarları girişimcilerin işyeri kurmaya niyetlendikleri bölgede iş yeri açmalarının önündeki engellerden bir tanesidir (Bozkurt & Yaşar, 2018, s. 246). Alanda girişimciliğe niyetlenen kadınların karşılaştıkları engellerle ilgili yazımda geçen konular bu araştırmanın katılımcılarının anlatılarıyla benzerlik göstermektedir. Katılımcılar mekânda artan insan sayısı ile birlikte gayrimenkul fiyatlarındaki artıştan ekonomik bağlamda olumsuz etkilendiklerini işlerini geleceğe taşımaktan duydukları kaygıya vurgu yapmışlardır.

Şu an sormamalısın. Şu an yani yanımdaki komşudan 20’den 75 istemiş mülk sahibi. 20 verirken 75 düşün (58 yaş, evli, 29 senedir bu işinde, kırtasiye).

Girişimci kadınlar çalıştıkları bölgenin girişimcilik faaliyetlerine yeni başlayacak kadınlar için uygun olup olmadığı hakkındaki düşüncelerini aktarırken, çalıştıkları mahallenin fiziki dokusu ya da

kültürel yapısının iş kurmak için önemli olduğunu ancak girişimcilik faaliyetlerinin belirli bir sermayeye bağlı olduğunu, kadınların yapacakları iş hakkında mutlaka bilgi sahibi olmalarının ve işin başında kendilerinin bulunması gerektiğinin önemine özellikle vurgu yapmışlardır.

Yani isteyen tabii ki maddiyata bakıyor bu işler daha çok. Parası varsa açar (40 yaş, 16 senedir bu işte, terzi).

Doğru ürünle doğru bir ticaretle kesinlikle açılacağına inanıyorum. İstersen en işlek caddeye bir dükkân aç, istersen çok ara sokağa da gir ne açtığına bağlı, ne satacağına bağlı, nasıl sergilediğine bağlı (30 yaş, bekar, 1 senedir bu işinde, faaliyet alanı, eşarp dükkânı).

Bireyin girişimcilik faaliyetlerine yönelip yönelmemesinde içinde yaşanan toplumun kültürel özellikleri teşvik etme ya da engeller yaratma gücüne sahiptir. Girişimcilik faaliyetlerinin ekonomik ve toplumsal kaynakların verimli kullanımıyla bireylerin refah düzeyini yükseltmesi beklenmektedir (Aytaç & İlhan, 2007, s. 118).

Araştırma katılımcıları çalıştıkları mahallelerin bazı boyutlarına vurgu yaparak anlatmışlardır. Araştırma sahası olan semtlerden Kuzguncuk tarihi evleri, kafeleriyle, Atatürk Mahallesi gelinlik, çeyiz, giyim, kumaşçılarıyla tanınırken Tomtom Mahallesi, İstiklal, Galata kulesiyle ve Galata-portla kesişen yolları, kafeler, tasarım eşya dükkânlarıyla moda ve tüketim kültürünün bir parçasıdır. Bireyler bu yerleri gezmek, alışveriş yapmak, fotoğraf çekmek için ziyaret ederek bir bütünün içinde farklı hissetmenin alternatiflerini aramaktadırlar. Kent, bireylerin ihtiyaçlarının çeşitliliğine hizmet ederken bir tüketim metasına dönüşmüştür.

Örneğin katılımcılar Kuzguncuktan söz ettiklerinde özellikle kafelerin fazla ve geç saatlere kadar açık olmasından mahallenin huzurunu, sakinliğini yitirerek kalabalık, gürültülü bir mekâna dönüştüğünden girişimci kadınların geneli özellikle de Kuzguncukta ikamet edenler şikâyet etmektedir. Sokağa çıkamadıklarını, yaşama alanlarının daraldığını evlerinde dinlenirken bile mahremiyet alanlarının ziyaretçilerin fotoğraf çekimleriyle işgal edildiğini aktarmışlardır.

Baudrillard, “müsrif aylaklık” kavramını tüketimin insan yaşamının bütün alanlarını egemenlik altına alarak anlamlı ve birleştirici bir var oluşu temsil etmek olarak tanımlamaktadır. Gündelik yaşam pratikleri içine yerleştirilen çeşitli tüketim nesnelere bireyler tarafından ödül ve eğlence araçları olarak işlev kazanmaktadır. Bireyin yaşam çevresinin bütünüyle tüketim ilkelerine göre düzenlenmesi ise kültürle ilişkilendirilmektedir (Baudrillard, 2013, s. 20). Tüketim nesnelere modanın cazibe ve çekimi bir araya getirmek için kullandığı göstergelerdir. Moda bireyler arasında değişim yaratarak farklılaşma ve toplumsal eşitlik sunarak çeşitli hayat biçimleri arasında uyum sağlamaktadır (Simmel, 2006, s. 106).

Yani bu kadar çok popüler değildi Kuzguncuk kafelerin artması işte instagram sosyal medyanın etkisiyle dışarıdan gelen insanın fazlaca artması söz konusu. Şimdi turiste geliyor, grup olarak. Hani park problemi oldu, işte gürültü patırtı, hem çok kalabalık. Kuzguncukta şeydi yani Kuzguncuklu yürürdü. Kuzguncuklunun dışında ana caddeden çok yürüyen olmazdı yani. Ama şimdi öyle değil (41 yaş, bekar, 1 senedir bu işinde, gözlük dükkânı).

Girişimcilik faaliyetlerinin yürütüldüğü mahalleye ilişkin anlatılarda yerlilerin yardımseverliği, paylaşımcı oldukları, selamlaştıkları aktarılmıştır. Ancak özellikle Atatürk Mahallesi ve Tomtom Mahallesinin yerlilerinin “tutucu” olduğu, apartmanda ve kentte yaşama kurallarına uyum sağlanmadığı bu nedenle iletişim kurmanın zor olduğunu aktaran katılımcı bunu sınıf farklılığıyla ilişkilendirmiştir. Toplumsal cinsiyet gibi toplumsal sınıf, ırk, inanç, etnik yapı, ekonomik refah düzeyi gibi etkenler toplumsal farklılıkları oluşturan özelliklerdir (Alkan, 1999, s. 4).

Girişimci kadınlar kendi varlıklarının zamanla mahallede değişime neden olacağını ifade etmişlerdir. Mahallenin sınıfsal dokusuna ilişkin görüşlerindeyse kendilerini mahallenin sakinlerinden ayırarak konumlarını kentli olmakla özdeşleştirmişlerdir. Mahallenin yerlilerinin bir

kısının da kendini mahallenin kültürel ve sosyal yapısının dışında tuttuğu, katılımcılara ücretli iş yaparak, birbirleriyle yemek alışverişi gibi çeşitli iletişim biçimleriyle etkileşim canlı tutulmaktadır. Bu yakın sosyal ilişkiler girişimci kadınla mahalle arasında değişim yaratacak bir “köprünün” (Simmel, 2020, s. 48) kurulmasına öncülük etmektedir.

Yani tutucu bir mahalle. İki şey var o tutucuların arasında da kendini daha şey tutan insanlar var yani o kafada olmayan insanlar var. Mesela ... ağbi ta bu tarafta oturuyor. Benim bazen camlarımı siliyor adam. Patates pişiriyor, getiriyor bana yumurta pişiriyor getiriyor. Ben ona bir şeyler veriyorum. Mahalle 2 şey 2 tabakalı 2 bir şey var sınıf var. Bi bizim gibiler (bir esnaf bir de bu Siirtli) zamanında gelmiş oturmuşlar buraya. Ee çöpünü atan, halısının içinden pislikleri şangır insanın üstüne atan karşıdalar. Bir karmaşa yaşanıyor bi onlar biraz bu tarafa gelecek biraz evrilecekler belki çocuklarıyla birlikte bilemiyorum. Biz de biraz şey olacağız yani anlayışlı olacağız (60 yaş, evli, 12 senedir bu işinde, faaliyet alanı, sanat galerisi).

Bourdieu “habitusu” özneyi içeriden şekillendiren yapılaştırmacı mekanizma biçiminde tanımlarken öznenin kendinin dışında gerçekleşen toplumsal yapıyı içselleştirerek daha sonra etkinleştirdiğini ifade etmektedir. Toplumsal deneyimlerin sonucu oluşan ‘habitus’ aynı zamanda öznenin zihnindeki eğilimlere de (sınıfsal konum, toplumsal cinsiyet, dil) atıf yapmaktadır. Araştırma katılımcılarından birinin ifade ettiği gibi mahalle sakinleri ve kendisi dış dünyaya karşı kendi toplumsal koşullarına bağlı oluşmuş deneyimler ışığında yaklaşımlar sergilemektedirler (Tatlıcan & Çeğin, 2014, s. 315).

### **Kente ve Semte Aidiyet**

Araştırmanın katılımcılarının çoğu İstanbul doğumludur ya da çok küçük yaşlarda ailelerinin işleri nedeniyle bu şehre yerleşmişlerdir. Kendilerini “yerli” hisseden katılımcılar, kentle ve buldukları semtlerle güçlü bağlar kurmuşlardır. Erder’in Ümraniye çalışmasında o bölgede yaşayanlar 20 senedir İstanbul’da yaşamalarına rağmen kendilerini ‘İstanbullu’ tanımlamadıkları gibi kente ‘yabancı’ olarak da tanımlamamışlardır. Erder, aidiyetle ilgili bu olguyu göçle gelenlerin hemşerilerinin yoğun yaşadığı bölgelere yerleşip bu bölge dışında sosyal ağlar geliştiremedikleri için somut anlamda İstanbullu gruplarla etkileşim olmamasına bağlamaktadır (Erder, 2018, s. 198; Erder, 2021, s. 180-181). Bu araştırma, Erder’in çalışmasıyla aidiyet duygusunu oluşturan öğelerden bir tanesinin aynı mekânda uzun yıllar yaşamak ve iyi bir konumu elde etmekle ilgili olması bağlamında benzerlik göstermektedir. Görüştüğüm kadınlar diğer kadınlara göre görece daha iyi konumda olup işlerini önemsemektedirler.

Hissediyorum. Valla başka bir yerim yok ki, burada doğdum büyüdüm. Sıkıldığımız zaman bir Ege diyoruz gidelim yerleşelim ama şartlar el vermiyor ki şimdi. Yazın hoşumuza gidiyor bir hafta on gün. Ama bakalım kalabilecek miyim? Bu yoğunluğa alışmışız. Onu da bilmiyorum (37 yaş, 6 senedir bu işte, terzi).

Katılımcılardan sadece bir tanesi aidiyet duygusunu geçim sağladığı yerle ilişkilendirmiş olsa da çoğunluğu köklerinin, aile, iş ve arkadaşlık bağlantılarının bu semtlerde kurulmuş olmasına önem vermektedirler. İstanbul’un kalabalığı, trafiği ve kültür çeşitliliği aidiyet duygusunu zedelese de aidiyet duygusunun da sınırları bireylerin kendi izole alanlarıyla çizilmektedir.

İstanbul genelini konuşmak gerekirse biraz şey oluyor. Evet, ben İstanbul’a ait hissediyorum ama İstanbul sadece boğaz hattından ibaret değil. O hattın dışında da çok hissetmiyorum. Ama geniş çaplı İstanbul’a baktığım zaman atıyorum Bayrampaşa da İstanbul yani Başakşehir de İstanbul oralara ait hissetmiyorum (41 yaş, bekar, 1 senedir bu işinde, faaliyet alanı, gözlük dükkânı).

Bachelord, ev kavramı aracılığıyla ruhun çözümlenebileceğini, bireylerin evlerini sadece oturmak için kullanmadıklarını yaşamın kayıpları, tesellileri, anıları ve unutulmuş öğelerinin de evin içinde barındığını ifade etmektedir. Yazar, bireylerin ev ve odaları anımsayarak duygu dünyasını inşa

ettiğini göz önüne alarak mekân çözümlemesi yapmamızı tavsiye etmektedir (Bachelord, 1996, s. 28). Katılımcıların çoğu İstanbul ve İstanbul'un semtleriyle evleri, evlerinin odaları gibi özdeşlik kurmuşlardır. Kentin karmaşasından, trafiğinden, yaşam şartlarının ağır olduğundan bahsetseler de İstanbul'dan ve yaşadıkları semtlerden aile ve iş bağlarının olması nedeniyle kopmanın mümkün olmadığı görülmektedir.

Çalıştığı semtin İstanbul denilince herkesin gelmek istediği yer olduğuna vurgu yapan katılımcı İstanbul'un çok büyük olduğunu sadece bilinen yerlerden ibaret olmadığını kenti keşfetmek adına ziyaret edilecek başka bölgelerin olduğunu aktarmaktadır. Mekân, içinde ekonomik üretim yapılan bir yapı olduğu gibi artık üretilen bir meta olma özelliğini de kazanmıştır. Dolayısıyla mekân çeşitli üretim biçimlerinin toplumsal yapıyla ilişkilendiren mekanizmalar setiyle işlevselleşmiştir. Sınıfsal yapı ve mekân ilişkisinde öne çıkan öğelerden bir tanesi de kimliktir. Mekânsal gelişmedeki eşitsizlikler ekonomik, sosyal ve kültürel değerlerle birleşince o mekâna ilişkin yeni tanımlar, yeni damgalar (Goffman, 2014) üretilmektedir. Mekân ve kimliğe ilişkin göstergeler bireyler arasındaki ayrışmaların, sosyal sınıf farklılıklarının en güçlü sembolleridir. Özellikle göçle gelen bireylerin yoğunlaştığı semtlerde mekân göçmenlerinin kimliğiyle özdeşleştirilmektedir. Hemşerilerin yaşadığı bölgelerin tercih edilmesi kimlik ve sınıfsal yapılarıdaki farklılıkları perçinlediğini katılımcının 'hoşlanmayacağım' ifadesinde açığa çıkmaktadır (Sencer, 1967, s. 210; Tümtaş, 2016, s. 139).

E İstanbul tanıyorum yani niye tanımasın ama herkesin gelmek istediği yer burası olduğu için hani ben a şu semti de göreyim diye yapacak zamanım olmuyor. Aslında çok merak ediyorum Başakşehir nasıl bir yer mesela. Yani hoşlanmayacağımı tahmin edebiliyorum ama bir görmek yani her yerin görmek istiyorum. Gazi Mahallesi'dir şurası burası ama bir türlü öyle şeylere zaman olmuyor. Ama burası beni yeterince tatmin ediyor (58 yaş, 29 senedir bu işte, kırtasiye).

Girişimci kadınların gündelik rutinleri genellikle yaşadıkları semtin içinde gerçekleşmektedir. Bu rutini kırarak bulunduğu semtin dışına çıkanlar kendi yaşam alanlarına yakın mekânlarda arkadaşlarıyla, aileleriyle yeme- içme, konser, alışveriş, sinema, müze ziyareti gibi etkinlikleri tercih ettiklerini aktarmışlardır. Farklı semtlere gitme nedenleri arasında aile ziyaretlerinden de bahsedilmiştir.

Kadıköy, en sevdiğim yerler. O ara sokakları. Önceden kitapçılar vardı. Çok keyif alırdım. Orada her türlü kültürü görmek çok güzel. Yani her türlü kültürü bir arada görebiliyorsun. Eminönü'nü çok severim. Özellikle oturur böyle o Gülhane parkının oralara gittiğimde o turistleri oturup seyretmek, o yabancı kültürleri görmek, onların hayatlarına dokunmak güzel (49 yaş, 26 senedir bu işte, moda dikim evi).

Bu konudaki alan yazında vurgulandığı gibi kamusal alan kullanımını belirleyen hizmet politikaları toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadınların bu alanları etkili şekilde kullanımı için önemlidir. Kadınların kamusal alan olarak karşılaştıkları ilk mekânlar yaşadıkları mahalle ve o mahallenin sokaklarıdır. (Akçayır & Biricikoğlu, 2021, s. 108). Toplumsal cinsiyet eşitliği ve sınıflar arasında analiz yapılırken gündelik hayatın rutini içinde sosyal ve kültürel süreçleri göz önüne almak her iki cinse ilişkin kamusal alanı kullanma politikaları için yeni çözümler üretmeye imkânı verebilir (Çeğin, 2018, s. 62). Katılımcı kadınlar yaşadıkları ve çalıştıkları mahallenin sınırları dışında kentin başka mekânlarını iş yoğunluğu nedeniyle sınırlı ölçülerde kullanmaktadırlar. Katılımcılar çalışan kadın konumunda olsalar da karşılaştıkları ilk mekân yaşadıkları mahalle, o mahallenin sokakları ve yakın çevresidir.

Girişimci kadınların çalıştıkları mahallenin sosyal çevresine uyum sağlamakta karşılaştıkları engelleri; mevcut kültürün değerlerine göre giyinmek, saçına şekil vermek, sosyalleşme mekânlarına gelen müşteri kitlesinin ve bu mekânları işletenlerin tavırlarından duyulan memnuniyetsizlik hem yaşadığı mahallede hem de çalıştığı mahallede nezih ve kibar insanların azalması ve bireylerin sözlü

şiddeti olarak aktarılmıştır. Bazı girişimci kadınlarsa çalıştıkları mahallede müşteri, ziyaretçi, göçmen ve işyeri sayısındaki artıştan huzursuz olduğunu kendini güvende hissetmediğini anlatmıştır. Giyim kuşam alışkanlıkları bireyin kimliğini dışa vurumu olmakla beraber bedende cisimleşen toplumsal, siyasi ve kültürel ayrımların inşasını sağlamaktadır. Beğeniler, eğitim, gelir durumu, inanç gibi özelliklerini yansıtarak bir anlamda toplumsal manada bire bir var olma hali sadece kadınlar için geçerli değildir. Erkekler de kamusal alanda kendi var olma biçimlerini giyim kuşam tarzlarıyla ifade etmektedir.

Mecbur, sağlayamıyorsun, sağlamak zorunda kalıyorsun. Giyimim, kuşamım, saçımı buraya göre ayarlıyorum (39 yaş, bekar, 5 senedir bu işinde, faaliyet alanı, butik).

Uyum sağlıyorum evet. Onların tarzına saygı duyuyorum, onlar da bana saygı duyuyorlar. Şimdi burada normalde eskiden olsa izin vermezlerdi diyor arkadaşlarım, şimdi ama öyle bir şeye karışmıyorlar (37 yaş, bekar, 6 senedir bu işinde, faaliyet alanı, kişiye özel terzi).

Siyaset toplumsal ilişkilerin, kurumsal faaliyetlerin rutin işleyişinde belirleyici role sahiptir. Resmi işleyiş yön veren cinsiyetçi ilişkiler olması halinde sosyalleşme süreçleri de cinsiyetçi tahakküm biçimlerinden etkilenmektedir. Bu şekilde kurulan ilişki pratikleri kadınların kamusal alanda bağımsız, eşit değerler ekseninde var olmasına engel teşkil etmektedir (Çakır, 2019, s. 132). Kamusal alan, kadınların ve erkeklerin temsil ettikleri sınıf, sosyal konum vb. özellikleri taşıyan her özne tarafından farklı anlamlarla yüklüdür. Kadınlar için kamusal alan ahlakın ve erdemlerin kaybedildiği karmaşık bir yer iken erkekler için aile sorumluluklarından azade olunan erkeğin kendini var ettiği bir özgürlük alanı olarak işlerlik kazanmıştır (Sennett, 2013, s. 41). Giyim-kuşam biçimleri “kimlikleşme” araçlarından biri olarak bireyler arasında sosyal konum ve sınıf farklılıklarını yansıtmaktadır. Bireyler görünüşleriyle kamusal alanda kendilerine yükledikleri anlamı ifade etmektedir (Köse, 2007, s. 458). Bu çalışmada da katılımcıların sıklıkla vurguladığı gibi giyim kuşam tercihleri buldukları semtlere göre biçim almaktadır. Kamusal alan yaşamın farklı alanlarından oluşan bireylerin eşitçe ve özgürce var oldukları, kullanabildikleri yerler olmasına rağmen kadınlar hane içinde olduğu gibi dışarıda da toplumsal beklentilerin ve kendilerinden beklenen rol ve davranışların sınırlarını aşmadan var olmaktadır.

## Sonuç

Ulusal düzeyde kadın girişimciler üzerine yapılan çalışmalar daha çok kadınların neden girişimcilğe yöneldikleri, iş kurma ve devam ettirme süreçlerinde karşılaştıkları engeller, kadın ve erkek girişimciliği arasındaki farklılıklar, kadın girişimcilerin sosyo-demografik nitelikleri, girişimci kadınların etkilendiği bölgesel özellikleri ele almaktadır (Gündüz& Karadeniz, 2022, s. 105). Bu araştırma kentte girişimcilik yapan kadınların deneyimlerine ilişkin kendi anlatılardan yola çıkılarak; kentli girişimci kadın kendini nasıl tanımlıyor, faaliyet gösterilen semtin imkânları ve engelleri girişimci kadınları nasıl etkiliyor, kentli girişimci kadınların mekânı dönüştürme gücü var mı, değişim segmentleri hayatını nasıl etkiliyor konularında ele almıştır.

Bu araştırmanın odağında kentte yaşayan kadınların girişimcilik faaliyetlerinde bulunurken toplumsal cinsiyet değerleri ekseninde toplumsal statülerindeki farklılıklar, sosyal yaşamlarında maruz kaldıkları ataerkil değer örüntüleri, çalıştıkları ve yaşadıkları semtle ilişkileri toplumsal yaşam sistemiyle ilişkilendirilerek değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada elde edilen verilerde araştırmanın katılımcısı olan girişimci kadınlar anlatılarının akışı içerisinde kendilerinden ve komşularından bahsederken esnaf sözcüğünü kullanmışlardır. Bunun nedenini, katılımcıların girişimci kavramını yeni bir şey icat etmekle tanımlayarak, kendi iş ölçeklerinin dışında kalan daha büyük ölçekli işletmeleri kapsadığına ilişkin düşünmeleridir. Çalışma hayatında kadın ve erkek arasındaki eşitsizliğin toplumsal cinsiyet rolleriyle ilişkisine bağlı olarak işyerlerinde erkeklerin daha görünür olması kadınların kendilerini girişimci olarak değerlendirmesinin önüne geçmektedir.



Bölgenin değişimine ve fiziksel mekânın yapısına bağlı olarak girişimci kadınların yaptığı işlerin niteliği de değişmektedir. Atatürk Mahallesi'nde girişimcilik yapan kadınların yaptığı iş kollarında sektör çeşitliliği fazla iken Tomtom ve Kuzguncuk mahallesinde iş kolu çeşitliliği daha sınırlı sayılarda kalmaktadır. Bölgenin sosyal ve kültürel değerlerinin farklılığı girişimci kadınların faaliyetlerini yürütürken farklı stratejiler belirlemesine neden olmaktadır. Atatürk Mahallesi ve Tomtom Mahallesi'nde faaliyet gösteren girişimci kadınlar toplumsal cinsiyet normlarından daha fazla etkilenirken Kuzguncuk mahallesinde çalışan kadınlar daha az etkilenmektedir. Katılımcılar yaşadıkları ve çalıştıkları mahallelerdeki komşuluk ilişkilerini yakınlık ve dayanışma ilkeleri temelinde inşa etmişlerdir. Bu nedenle çevrelerine karşı güven ve aidiyet duyguları güçlüdür. Doğup büyüdükleri mekânın İstanbul olması, ailelerinin, dostlarının bu kentte yaşaması girişimci kadınların faaliyetlerinin sürekliliğine destek olan en önemli imkânlardan bir tanesidir.

Semtlerde yaşanan değişim süreçleri hizmet sektörünün gelişmesine neden olmuştur. Bu gelişim kadınlara girişimcilik faaliyetleri açısından yeni imkânlar sunmuştur. Atatürk Mahallesi (Ümraniye) saha gözlemlerinde görüşülen girişimci kadınlardan birisi "Ümraniye Anadolu yakasının Eminönü'sü" oldu diyerek bölgenin ticari açıdan büyüklüğüne ve yoğunluğuna vurgu yapmıştır. Ümraniye'nin yaşadığı demografik dönüşüm nüfusun artışıyla ticaretin gelişmesi bu bölgede çalışan girişimci kadınlara müşteri potansiyeli olarak yansımıştır. Ümraniye'de ana caddenin trafiğe kapatılarak tamamen yayalaştırılması bu bölgeye ziyaretçi sayısının artırmasına neden olmuştur. Kuzguncuk ve Tomtom Mahalleleri ise mimari ve tarihi dokularıyla yerlilerin ve yabancıların uğrak yerlerindedir. Tomtom Mahallesi'nin doğrudan Galataport'a bağlanan sokaklarıyla ticaret hacmi artmaktadır. Ziyaretçi fazlalığı bölgenin girişimci kadınlara müşteri potansiyeli olarak imkân yarattığı gibi kalabalığın, kaosun yarattığı güvensizlik duygusu kentin engellerinden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Her üç semtte işyeri kiralari fahiş oranlarda artış göstermekle beraber bölgede kiralık işyerinin bulunmaması girişimci kadınların faaliyetleri için yeni engeller oluşturmaktadır. İstanbul'da artan nüfus ve bina sayısı kentte boş arsa, arazi bırakmadığı gibi merkez ve merkez dışı kavramı da hükmünü yitirmek üzeredir. Bu nedenlerle girişimci kadınların ana caddeye yakın olan ara sokaklarda çalışma imkânları azalmaktadır.

Girişimci kadınların iş yoğunluğu, hane içi bakım sorumlulukları, mahallenin toplumsal yapısı gibi nedenlere bağlı kendi mekânsal sınırları ve sınırlılıkları vardır. Katılımcıların sosyalleşme süreçleri işyerlerinde, mahallede ve mahalleye yakın çevrelerde gerçekleşmektedir. Katılımcı kadınlar çalıştıkları semtlerde verili cinsiyet rollerine bağlı eril iktidarın egemenliğine karşı çeşitli direnme stratejileri geliştirerek çalışmaktadırlar. Bu stratejileri; eril mekânların yoğun olduğu bölgelerde görünür olmamak, mahallenin kültürüne uygun giyim-kuşam tercihleri, erkek girişimcilerle iletişimde eril söylem biçimini benimsemek, mahalle sakinleriyle karşılıklı alışverişler yapmak ve hâl hatır ilişkilerini canlı tutarak içeriden biri olmak eylemleri olarak sayabiliriz.

Girişimci kadınlar deneyimleri ışığında bölgelerindeki kadın iş gücü olarak görünür olmalarının önemini vurgulamışlardır. Var olan eril yapıyı dönüştürme, mevcut toplumsal cinsiyet rollerini değişime uğratma ve diğer kadınlara rol model olmaya dair ümitli olduklarını belirtmişlerdir.

### **Kaynakça**

- Alkan, A. (1999). Toplumsal cinsiyet ve kent planlaması. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 54(4), 1-29.
- Alkan, A. (2000). "Özel alan- kamusal alan" ayrımının feminist eleştirisi çerçevesinde kentsel mekân. *Kültür ve İletişim*, 3(5), 71-95.
- Alver, K. (2010). Mahalle: Mekân ve hayatın esrarlı birlikteliği. *İdealkent*, (2), 116-139.

- Akçayır, G. & Biricikoğlu, H. (2021). Toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında kent konseyi kadın meclisinin rolü: Sapanca kent konseyi kadın meclisi örneği. *Journal of Political Administrative and Local Studies*, 4(2), 106-131.
- Aksel, B. & Olgun, İ. (2016). İstanbul üzerine yazmak: Grafiti ve sokak sanatı bağlamında kent. İçinde D. Özhan Koçak & O. K. Koçak (Haz.), *İstanbul kimin şehri? Kültür, tasarım, seyirlik ve sermaye* (ss. 195-229). Metis Yayınları.
- Ardahan, F. (2014). Bireylerin sosyal sermaye profili: Antalya örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(8), 38-56.
- Alpman, P. (2019). Mekân, kimlik, sınıf: Farklar neden bir arada barınamazlar?. *İdealkent*, 10(26), 373-401.
- Aytaç, Ö. & İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve girişimci kültür: Sosyolojik bir perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (8), 101-120.
- Bachelord, G. (1996). *Mekânın poetikası* (A. Derman, Çev.). Kesit Yayıncılık.
- Baudrillard, J. (2013). *Tüketim toplumu söylenceleri/yapıları* (H. Deliceçaylı & F. Keskin, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Balta, E. (2020). Marxizm, ütopya ve gündelik hayat. İçinde A. Esgin & G. Çeğin (Eds.), *Gündelik hayat sosyolojisi temalar sorunsallar ve güzergâhlar* (ss. 53-67). Phoenix Yayınları.
- Bourdieu, P. (2002). *Bekarlar balosu* (Ç. Eroğlu, Çev.). Dost Kitabevi.
- Bourdieu, P. (2015). *Eril tabakküm* (B. Yılmaz, Çev.). Bağlam Yayınları.
- Bozkurt, Ö. & Yaşar, F. (2018). Girişimci olma yolunda kadın girişimcileri anlamak: Kadınlar ne ister?. *Akademik Bakış Uluslararası hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (66), 239- 251.
- Calhoun, C. (2014). Bourdieu sosyolojisinin ana hatları. İçinde G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı & Ü. Tatlıcan (Der.), *Ocak ve zanaat Pierre Bourdieu derlemesi* (ss. 77-129). İletişim Yayınları.
- Çakır, S. (2019). *Erkek kulübünde siyaset* (M. Gökyıldız, Ed.). Sel Yayıncılık.
- Çeğin, G. (2018). Türkiye’de sosyal bilimler alanında sınıf incelemelerini haritalandırmak. İçinde H. Etil & M. Demir (Eds.), *Türkiye’de çağdaş sosyoloji konuşmaları* (ss. 43-74). Küre Yayınları.
- Çubukçu, S. U. (2011). Mekânın izdüşümünde ‘Toplumsal cinsiyet’: Sulukule mahallesi ve romanlar. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, (44), 83-16.
- Dedeoğlu, S. (2014). İstanbul’da mekân, cinsiyet ve endüstriyel istihdam. İçinde A. Bartu Candan & C. Özbay (Haz.), *Yeni İstanbul çalışmaları sınırlar, mücadeleler, açılımlar* (ss. 198-211). Metis Yayınları.
- Dibek, Y. A. (2022). *Toplumsal cinsiyet, girişimcilik ve yaş kesiminde Türkiye’de kadımlı kadın girişimciliği üzerine nitel bir araştırma* (Tez No. 732244) [Yüksek Lisans Tezi, Uşak Üniversitesi]. YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Ecevit, Y. (2007). *Türkiye’de kadın girişimciliğine eleştirel bir yaklaşım*. Uluslararası Çalışma Ofisi.
- Erder, S. (2015). *İstanbul bir kervansaray (Mı?) göç yazıları* (N. Uçarlar, Der.). İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Erder, S. (2018). Nerelisin hemşerim?. İçinde Ç. Keyder (Haz.), *İstanbul küresel ile yerel arasında* (ss. 192-205). Metis Yayınları.
- Erder, S. (2021). *İstanbul’a bir kent konu Ümraniye*. İletişim Yayınları.
- Erdönmez, M.E. & Akı, A. (2005). Açık kamusal kent mekânlarının toplum ilişkilerindeki etkisi. *Megaron*, 1(1), 67- 87.
- Goffman, E. (2014). *Damga örülenmiş kimliğin idare edilişi üzerine notlar* (Ş. Geniş, L. Ünsaldı & S. N. Ağırnaslı, Çev.). Heretik Yayıncılık.

- Güler, M. (2011). Kentsel haklar, kapitalizm ve katılım. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 66(1), 49-71.
- Gündüz, A.Y. & Karadeniz, B. (2022). Girişimcilik olgusunun tarihsel gelişimi ve kadın girişimciliği: Malatya ilinde yapılan çalışmanın incelenmesi. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (24), 96-112.
- Güney, S. & Çetin, A. (2003). Kültürün girişimcilğe etkisi ve Türkiye’de girişimcilik kültürü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 189-210.
- Hutton, P. H., Foucault, M. & Gutman, H. (2001). Foucault, Freud ve benlik teknolojileri. İçinde Y. Göktürk (Yay. Haz.), *Kendini bilmek* (ss. 102-129). Om Yayınevi.
- Kasalak, M. A. (2014). Bölgesel kalkınma açısından sosyokültürel yapının girişimcilğe etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (3)1, 249-266.
- Koyuncu, A. (2009). Küresel kentte komşuluk. *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, (22), 23-42.
- Köse, H. (2007). Kültürel/siyasal bir kimlikleşme aracı olarak giyim-kuşam modası. İçinde Z. Dilek, M. Akbulut, Z. C. Arda, Z. Bağlan Özer, R. Gürses & B. Karababa Taşkın (Eds.), 38. *ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi* (ss. 457-477). Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Yayınları:11/2.
- Kümbetoğlu, B. (2017). *Sosyoloji ve antropolojide niteliksel yöntem ve araştırma*. Bağlam Yayıncılık.
- Nora, P. (2006). *Hafıza mekânları* (M. E. Özcan, Çev.). Dost Kitabevi Yayınları.
- Özbay, C. (2013). Türkiye’de hegemonik erkekliği aramak. *Doğu Batı*, (63), 185-204.
- Punch, K. F. (2016). *Sosyal araştırmalara giriş nicel ve nitel yaklaşımlar* (D. Bayrak, H. B. Arslan & Z. Akyüz, Çev.). Siyasal Kitabevi.
- Sencer, M. (1967). Bir sosyal sınıf kriteri olarak yerleşme kesimi ve konut. *İstanbul University Journal of Sociology*, 2(21-22), 199-212.
- Sennett, R. (2013). *Kamusal insanın çöküşü* (S. Durak & A. Yılmaz, Çev.). Ayrıntı Yayınları.
- Simmel, G. (2020). *Harabe kapı ve köprü kulp* (A. Tümertekin & N. Ülner, Çev.). Janus Yayıncılık Ltd. Şti.
- Simmel, G. (2006). *Modern kültürde çatışma* (T. Bora, N. Kalaycı & E. Gen, Çev.). İletişim Yayınları.
- Sirman, N. (2020). Sunuş bölümünden. İçinde E. Erdoğan & N. Gündoğdu (Haz.), *Türkiye’de feminist yöntem* (ss. 9-13). Metis Yayıncılık.
- Tatlıcan, Ü. & Çeğin, G. (2014). Bourdieu ve Giddens: Habitus veya yapının ikiliği. İçinde G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı & Ü. Tatlıcan (Der.), *Ocak ve zanaat Pierre Bourdieu derlemesi* (ss. 303-366). İletişim Yayıncılık.
- Tekeli, İ. (2015). *İlhan Tekeli ile günümüze ve geleceğe dair* (Ö. Taner, Yay. Haz.). Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Toksöz, G. (2020). Sayıların kadın mücadelesindeki yeri. İçinde E. Erdoğan & N. Gündoğdu (Haz.), *Türkiye’de feminist yöntem* (ss. 123-144). Metis Yayınları.
- Topçu, Ü. (2018). Açık kamusal alan olarak mahalle parkı. İçinde M. Z. Sözeri Yıldırım (Ed.), *Bir şehri düşünürken: İstanbul* (ss. 175-191). Ceres Yayınları.
- Tümtaş, M. S. (2016). Mekân, kimlik, siyaset. İçinde M. S. Tümtaş, A. Dericioğulları Ergun & C. Ergun (Yay. Haz.), *Kente dair...* (ss. 124-141). Bağlam Yayınları.
- Weber, M. (2018). *Şehir* (M. Ceylan, Çev.). Yarı Yayınları.
- Yahyagil, M., Y. (1998). Kentlerin kültürün gelişmesindeki etkileri. *Istanbul Journal of Sociological Studies*, (25), 105-120.

Ek:

### ETİK KURUL ONAYI

“Kentin Kadınlara Sunduğu İmkanlar: Cihangir, Kuzguncuk, Ümraniye Örneğinde Girişimci Kadınların Deneyimleri” başlıklı doktora tezi için Beykent Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler İçin Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu’ndan 21.02.2022 tarih ve 174 sayı ile izin alınmıştır. Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli “*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*” ile bildirilen 6689 Sayılı Kişisel Verileri Koruma Kanunu kapsamında gizlenmiştir.