

Le Monde Diplomatique'in Aralık 2020 sayısında "Kadınların Davos'u" başlıklı bir yazı yayınlandı. Çeşitli feminizmler bulunduğunu ve aralarında bazen sertleşen mücadeleler yaşandığını yıllardan beri biliyoruz. Yazı bunları tekrarlasaydı üzerinde durulması gerekmezdi ama önemli yeni bilgiler vermektedir.

Pazar feminizmi olarak da adlandırılan anlayış 1980'li yıllarda ABD'de başlıyor, ardından özellikle Fransa'da geliyor. France Telecom, IBM France ve başka büyük firmalardaki kadın yöneticiler arasında iletişim ağı kuruluyor. Bu kesim hükümet düzeyinde yaptığı çalışmalarla 500'den fazla kişinin çalıştığı ve yıllık cirosu 50 Milyon Avro'dan fazla olan firmalarda kontrol kademesinde yüzde 40 kadın kotasını kabul ettiriyor. Fransa'da büyük firmalarda yönetici kademesinde kadın oranı geçtiğimiz yıl halen yüzde 17,9'dur.

Norveç, İtalya ve ABD'nin bir eyaleti olan Kalifornia'da benzer yönde adım atılıyor. Almanya'da kontrol komisyonlarında kadın kotası daha yenidir.

IBM'den McKinsey'e, Google'dan Microsoft'a kadar büyük firmalarda yönetici konumdaki kadınlar Kadın Davos'u olarak da adlandırılan toplantıda bir araya geliyorlar. Bu uluslararası toplantıya 1000-2000 arasında kadın katılıyor. Yeniden belirteyim, bunlar büyük firmalarda yönetici konumda olan kadınlardır. Birkaç gün süren toplantıya katılım ücreti 3000-4000 Avro arasında değişmektedir. Bu toplantıda büyük firmalarda kadınların yönetim kademelerindeki rollerinin nasıl artırılacağı ve değişik konular konuşulur.

Buraya kadar verilen bilgide pek yeni bir yan yok denilebilir. Erkeklerin Davos'u gibi kadınlar da benzeri bir forum örgütlemişlerdir. Yeni olan şu bilgidir:

Büyük bir firmada kadınların ve farklı cinsel kimliklerin oranı arttıkça, ciro artmaktadır. Bunu çok sayıda kadın yönetici açık olarak ifade ediyor. "Biz kamu yararına çalışmıyoruz. Kadın sorunuyla daha fazla artı değer üretimi doğrudan birbirine bağlıdır."

Pazar feminizmi

Engin Erkiner tarafından yazıldı
Cumartesi, 12 Aralık 2020 15:21 -

Pazar feminizmi isimlendirmesi buradan kaynaklanmaktadır.

Yapılan araştırmaya göre yönetici kademesi büyük çoğunlukla erkeklerden oluşan büyük firmalardaki artı değer üretimi dört yılda yüzde 13 artarken, yönetici kademesi ağırlıkla kadınlardan ve farklı cinsel kimliklere sahip kişilerden oluşan firmalarda bu artış yüzde 44'tür.

Yazıda bunun nasıl olduğu açıklanmıyor. Şöyle bir açıklama yapılabilir:

Kapitalizmin içinde bulunduğu aşamada yenilikçilik önemlidir. Bu anlayış 1980'li yıllarda Fordist üretimden post Fordizme geçişle başlamış ve gelişmiştir. Fordist üretimde tek tip mal alırdınız. Mesela dört kapılı Volkswagen alırsanız çeşitler sınırlıydı. Bunlardan birisini seçmek zorundaydınız. Post Fordizmle birlikte birey olarak her müşterinin isteği üretime yansıtılır. Bu bağlamda birbirinin benzeri araba yoktur. Model adı aynı bile olsa müşterinin siparişine göre arabada değişiklik yapılır.

Burada küçük de olsa yeniyi düşünebilmek ve üretime geçirebilmek, pazarda tutunmak ve daha fazla kazanç sağlamak önemlidir.

Kadınlar ve farklı cinsel kimliklere sahip kişilerin toplumdaki yerleri erkeklerden farklı olduğu için hayata farklı bakmakta ve erkeklerin göremediklerini görebilmektedirler. Farklı cinsel kimliklerin yönetim kademelerindeki varlığı daha fazla yenilik ve cironun yükselmesi demektir.

Burada genel olarak kadınlar, genel olarak eşcinseller ve genel olarak daha farklı cinsel kimlikler değil; bunlardan yetenekli ve eğitilmiş olanlarının ya da küçük bir azınlığın yükselme şansı artırılmaktadır. Bunlardan geriye kalan kesim tıpkı erkeklerin geriye kalan kesimi gibi cironun artışı yönünden önemli değildir, eski hayatında kalabilir.

Kadın yöneticiler kadın işçilere karşı hiç de yumuşak değildir. Fransız firması olan L'oreal'de kadınların çalışma koşullarından şikayetçi olmaları ve bunu basına yansıtılmaları, onların kadın yönetici tarafından işten çıkarılmasını getirmiş; bunu yazan gazete de ilgili yazıyı internet sitesinden kaldırmıştır. Karşılığında firmadan daha fazla reklam almıştır.

Pazar feminizmi

Engin Erkiner tarafından yazıldı
Cumartesi, 12 Aralık 2020 15:21 -

Buradaki yöntem tipiktir, tek farkı bu kez kadınlar tarafından hayata geçiriliyor olmasıdır.

Kadınlar Davos'unu örgütleyen kadınlardan birinin ifadesiyle; "radikal feministlerle işimiz yoktur. Bir kamu yararına çalışmıyoruz, bizi ciro ilgilendiriyor."

Hükümetlerde, büyük firmaların yönetim kademesinde daha fazla kadının yer almasıyla gelir artışı doğrudan birbirine bağlanmaktadır. Sömürü ve baskı anlayışı yönünden erkeklerden fazla farklı olmayan bu kadınların yükselmesini, genel olarak kadınların yükselmesi sanan anlayış da bulunuyor. Bunlar umarım konuyu biraz daha yakından öğrenirler.

Birkaç ay önce şöyle bir örnek yaşanmıştı: bazı erkekler Almanya'nın pandemi ile mücadelesinde başarılı olmasını bir kadının (Merkel) yöneticiliğine bağlamışlardı. Bu örnekten hareketle "kadınlar daha iyi yönetiyor" sonucuna ulaşmışlardı.

Buna "cahillik insanı konuşturur" demek yeterli olmaz. Bu da vardır ama yeterli açıklama değildir.

Almanya 16 eyaletten oluşur. Her eyaletin parlamentosu ve başbakanı vardır. Bunların üzerinde federal parlamento ve federal başbakan (Merkel) yer alır.

Federal başbakan önemli konulardaki kararları eyalet başbakanlarıyla konuşarak ve onların onayıyla alır. Kendisi karar alıp onlara dayatamaz. Dolayısıyla pandemi ile mücadelede Almanya'nın başarısı eyalet yönetimlerinin ve onların temsilcisi eyalet başbakanlarının başarısıdır. Bu başbakanların da tamamı –ya da hepsini bilmediğim için büyük çoğunluğu diyelim- erkektir.

Merkel'in yöneticilik becerisi genel olarak kabul edilir ama bunu saptamak bir şeydir, "Almanya başarılı oldu çünkü yöneticisi kadındır" demek başka bir şeydir ve gerçek de bu değildir.

Pazar feminizmi

Engin Erkiner tarafından yazıldı
Cumartesi, 12 Aralık 2020 15:21 -

Bilgisizlikten kaynaklanan acele hüküm vermek bir neden ise, diğer önemli neden de kadın hayranlığının söyleme (diskurs) hakim olmasıdır. Erkek feministler her yerde kadın başarısı arıyorlar, bulamadıklarında da uyduruyorlar. Yetenekli ve eğitilmiş küçük bir bölüm kadının büyük firmaların üst kademelerinde yer almasını genel olarak kadınların yükselmesi sanıyorlar, bu kadınların sorun yaratan kadın işçilere karşı tutumunun yıllardan beri bilinen tutumdan farklı olmadığını da göremiyorlar.

İşin daha da ilginç yanı, işten atılan ya da baskı gören kadınların kadın yöneticilere karşı çıkmakta aktif olmamalarıdır. Yönetici erkek olsaydı daha kolay karşı çıkarlardı ve yıllardır da böyle yapıyorlardı ama uygulanan yöntemler aynı olmasına karşın kadın yöneticilere daha alışamadılar anlaşılır...

Bunları yazarken aklıma Yazın Dergisi'nin yıllar önceki iki sayısı geldi.

Nisan 1996, Sayı 70'deki kapak konularından bir tanesi: erkek feminizmi.

Mart 1997, Sayı 75'deki kapak konusu: ayrı bir cins olarak erkek.

Her iki sayıda da yazmıştım. Bu yazıların ana fikri şöyleydi: erkekler kendilerini kadınlar üzerinden değil ayrı bir cins olarak tarif etmelidirler. Erkeklerin de kendilerine özgü büyük sorunları vardır.

O yıllarda katıldığım bir panelde bir kadın dinleyici, "Erkeklerin ne sorunu var?" diye sormuştu. Ben de kısaca, "siz 20 yaşında 18 ay ya da iki yıl askere gitmenin ne demek olduğunu biliyor musunuz?" demiştim. O yıllarda ülke dışındakiler için kısa süreli askerlik vardı ama bedel çok yüksekti: 20.000 DM. Birçok genç erkeğin bu parayı ödeyebilme şansı yoktu. Konumuz bu olmadığı için başka önemli sorunlara girmiyorum.

Zamanı geldi; konu güncel ve artık söylemin (diskurs) değiştirilmesi için daha uygun şartlar bulunuyor.

Pazar feminizmi

Engin Erkiner tarafından yazıldı
Cumartesi, 12 Aralık 2020 15:21 -

Burada genel kural şudur: farklı bir söylem için birilerini ikna etmeye çalışmayın, tartışma doğal olarak olacaktır ama özel olarak ikna için çabalamayın; ayrı bir yapı kurun ve bunu büyütün.

Şimdiye kadar bunu marksist sosyalizm eleştirisinde ve alt emperyalizm konusunda yapabildik. 20 yıl önce bu konulara kapalı olan kulaklar açıldı hem de epeyce...

Konuyla ilgili olarak yazmayı sürdüreceğim ve önce o yılların yazılarını yeniden yayınlamak gerekecek...