

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ANABİLİM DALI

**KENT YOKSULU GENÇLERİN
TÜKETİM TOPLUMUNDA YAŞAMA DENEYİMLERİ:
ANKARA ÖRNEĞİ**

Doktora Tezi

Melike AKTAŞ YAMANOĞLU

Ankara-2008

**T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ANABİLİM DALI**

**KENT YOKSULU GENÇLERİN
TÜKETİM TOPLUMUNDA YAŞAMA DENEYİMLERİ:
ANKARA ÖRNEĞİ**

Doktora Tezi

Melike AKTAŞ YAMANOĞLU

Tez Danışmanı
Prof.Dr.Metinay İNCEOĞLU

Ankara-2008

T.C.
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
HALKLA İLİŞKİLER VE TANITIM
ANABİLİM DALI

KENT YOKSULU GENÇLERİN
TÜKETİM TOPLUMUNDA YAŞAMA DENEYİMLERİ:
ANKARA ÖRNEĞİ

Doktora Tezi

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Metinay İNCEOĞLU

Tez Jürisi Üyeleri

Adı ve Soyadı

Prof. Dr. Metin İnceoğlu

Prof. Dr. B. Nent Şaplı

Prof. Dr. Esat Kışer

Yrd. Doç. Dr. Fatih Kılın

Yrd. Doç. Dr. Alişu Bora

İmzası

Prof. Dr. Metinay İnceoğlu

Prof. Dr. B. Nent Şaplı

Prof. Dr. Esat Kışer

Yrd. Doç. Dr. Fatih Kılın

Tez Sınavı Tarihi 19 Eylül 2008

TÜRKİYE CUMHURİYETİ
ANKARA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Bu belge ile, bu 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.(...../...../200...)

Tezi Hazırlayan Öğrencinin
Adı ve Soyadı

Melike AKTAŞ YAMANOĞLU

İmzası

.....

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ	1
I. MODERN TOPLUMLARDA TÜKETİM İLİŞKİLERİNİN ANLAMLANDIRILMASI	24
A. Tüketim Çalışmalarında Temel Yönelimler	24
1. Tüketimin Olumsuz Kavramsallaştırılması	25
2. Tüketimin Olumlu Kavramsallaştırılması	31
3. Olumlu ve Olumsuzun Ötesinde Tüketim	34
B. Tüketime İlişkin Diğer Yaklaşımlar	43
1. Rasyonel Tüketici Olarak İnsan: Tüketime İlişkin Ekonomi Odaklı Yaklaşımlar	43
2. Tüketimin Üretimi: Frankfurt Okulu'nun Tüketim Yaklaşımı	49
3. İmajların ve Göstergelerin Tüketimi: Tüketime İlişkin Postmodern Yaklaşımlar	60
C. Tüketim Pratiklerinin Sınıfsal Anlamlılığı ve Pierre Bourdieu	70
1. Bourdieu'nün Sosyolojik Yaklaşımı ve Geliştirdiği Temel Kavramlar	71
2. Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi: "Ayrımlar"	87
3. "Ayrımlar"a Yönelik Eleştiriler	101
D. Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü Tartışmaları	109
II. YOKSULLUK ve TÜKETİM TOPLUMU	129
A. Yoksulluğun Kavramsallaştırılması	129
1. Mutlak ve Göreli Yoksulluk Tanımları	130
2. Mekana Göre Yoksulluk: Kent Yoksulluğu	134
3. Sosyal Dışlanma	138
B. Tüketim Toplumunda Yoksulların "Kusurlu Tüketiciliği": Zygmunt Bauman	143
C. Yoksul Tüketici Yaşam Deneyimleri: "Dezavantajlı Tüketiciler"	150
D. Türkiye'de Kent Yoksulluğu	157
1. Türkiye'deki Yoksulluk Araştırmalarının Temel Yönelimleri	163
2. Türkiye'deki Kent Yoksullarının Tüketim Dünyalarına İlişkin Bilgi Birikimi	169
3. Türkiye'de Gençlik Üzerine Yapılmış Araştırmalarda Gençlerin Yoksulluğu	175

III. ANKARA’DA KENT YOKSULU GENÇLERİN TÜKETİM İLİŞKİLERİNİN ANLAMLANDIRILMA TARZI	185
A. Ankara’da Kentsel Gelişme ve Kent Yoksulluğu	185
B. Kent Yoksulu Gençlerin Yaşam Koşulları	190
1. Eğitim	191
2. İşgücü Piyasası Koşulları	203
3. Yaşanılan Fiziksel ve Sosyal Çevre	215
C. Tüketim Toplumunda Genç ve Yoksul Olmak	227
1. Yoksul Gençlerin Tüketim Baskısıyla Karşı Karşıya Kalışı	227
2. Tüketim Toplumu Göstergeleri ile Karşılaşma Alanları	231
3. Tüketim Toplumundan Dışlanma Deneyimleri	235
D. Kent Yoksulu Gençlerin Tüketim Dünyaları	244
1. Kent Yoksulu Gençlerin Habitusları	244
a) Gereksinim Beğenisi	247
b) Gereksinim Sistemi	252
c) Gereksinimleri Fazilet Yapmak	255
2. Kent Yoksulu Gençlerin Tüketim Pratikleri	257
3. Tüketim Toplumundan Dışlanma Sürecine Karşı Geliştirilen Stratejiler	263
E. Tüketim Pratiklerinin Toplumsal Anlamlılığı: Sınıfsal Eşitsizliklerin Yeniden Üretim Alanı Olarak Tüketim	267
1. Zengin-Yoksul Karşıtlığı	267
2. Sembolik Sermaye Olarak Tüketim	274
SONUÇ	283
KAYNAKÇA	291
ÖZET	306
ABSTRACT	307
EKLER	308

GİRİŞ

Günümüz toplumlarını birer “tüketim toplumu” olarak yorumlayan akademik çalışmalar, tüketimin tüm toplumsal alanlarda sahip olduğu başat rolün altını çizmektedirler. Tüketim her zaman için toplumsal hayatın önemli bir parçası olmasına rağmen, günümüz toplumlarından “tüketim toplumu” olarak bahsedilmesi, bu toplumlardaki bireylerin tükettiğine dair alelade bir gerçekten daha farklı bir gerçeğe de vurgu yapmaktadır. Tüketim toplumu, tüketim merkezli yaşam biçiminin ve yaşam stratejisinin seçiminin cesaretlendirildiği ve sürekli olarak desteklendiği, bireylerin tüketici “rolleriyle” veya “yetenekleriyle” öne çıktığı bir toplum olarak ele alınmaktadır. Böylece tüketicilerin tüketim alanında gösterdikleri “performans” bir “başarı” ölçütü haline gelmekte ve tüketim toplumuna dahil olabilme ile tüketim toplumundan dışlanma arasındaki ayrımı düzenleyen bir prensip olarak işlev görmektedir.

Literatürde tüketim toplumunu konu edinen çalışmalar genel olarak “tüketimin toplumsal yaşamı kuşatması” üzerinde dururken, tüketim toplumunu homojen bir yapı olarak ele alınmakta ve farklı toplumsal katmanların farklılaşmış tüketim pratikleri nadiren inceleme konusu yapılmaktadır. Bu bağlamda tüketim toplumunun yoksulları ancak birer “arızalı”, “yetersiz” veya “kusurlu” tüketici olarak kavramsallaştırılmakta ve yoksulların fiili tüketim pratiklerine dair ayrıntılı analizlere tüketim toplumuna ilişkin literatürde yeterince yer verilmemektedir. Öte yandan yoksulluk konusundaki literatürde de yoksulların tüketimleri oldukça sınırlı bir şekilde yer bulmaktadır. Yoksulluğun dar anlamda “yetersiz tüketim kapasitesi” olarak kavramsallaştırılması, hem yoksulluğun çok boyutluluğunun anlaşılmasını

engellemesi hem de yoksulların tüketimle ilişkilerini yalnızca maddesel yoksunluğa indirgemesi nedeniyle sorunludur.

Tüketim toplumunda yoksul olmak, Zygmunt Bauman'ın ifadesiyle (1999: 60) “unutulmanın, yoksun bırakılmanın ya da aşağılanmanın, başkalarının girebildiği toplumsal şöleden dışarıya atılmanın üzüntüsüne dönüşen bir yetersizliğe” işaret ederken, bu süreci yoksul bir genç olarak deneyimlemenin daha şiddetli dışlanma süreçleri ürettiği öne sürülebilir. Zira tüketim toplumunda gençlerin tüketici olarak sahip olduğu “ayrıcalıklı” bir konum bulunmaktadır. Genç tüketici gruplarının kârlılığı yüksek bir pazar kategorisi oluşturuyor olması, pazarlama mesajlarının bu hedef kitle üzerinde yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Gençlerin ayrı bir tüketici grubu olarak kabul görmesi II. Dünya Savaşı'nın ertesinde gençlerin tüketim harcamalarındaki yükseliş ve tüketim tercihlerinin farklılaşması ile birlikte gerçekleşirken (Abrams, 1959), gençlerin oluşturduğu pazarın zenginliği özellikle 1980 sonrası dönemde eşi görülmemiş düzeylere ulaşmıştır (Zaim, 2006: 92). Yoksul gençler, gençlere yönelik tüketim pazarının ancak kıyısında yer alabilmelerine rağmen, tüketim yönelimli baskılara diğer toplumsal katmanlardan gençler gibi maruz kalmakta ancak sahip oldukları kısıtlılıklar nedeniyle tüketim alanına katılımda çeşitli güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Genç olmanın anlamının, tüketime “özgürce” katılabilmek olarak yeniden tanımlandığı tüketim toplumunda yoksulluk nedeniyle bu “özgürlüklerden” mahrum kalmak, yoksul gençlerin dışlanma süreçlerine yeni boyutlar eklemektedir.

Gençliğin çeşitli yaş aralıkları çerçevesinde, “çocukluktan yetişkinliğe bir geçiş dönemi”, “yaşamın bir evresi” ya da “bir dilimi” olarak ele alan yaklaşımların literatürde sahip olduğu ağırlıklı konumlara rağmen, bu türden “biyolojik”

açıklamaların gençliğin karmaşıklığını ve sosyolojik boyutunu ihmal etmesi nedeniyle sorunlu olduğu söylenilebilir (Alemdaroğlu, 2005; Kentel, 2005; Lüküslü, 2005; Kurtaran vd., 2008). Bu yaklaşım biçimlerinde gençlik, “homojen bir grup” olarak kavramsallaştırılmakta, bu kategorinin kendisi içinde nasıl farklılaştığına değinilmemektedir.

Pierre Bourdieu’ye göre “gençlik bir laftır” (1997: 130). Bourdieu bu belirlemesiyle, gençliğin yaş temelli açıklamalarının toplumsal sınıflandırmanın gücünü elinde bulunduran yetişkinler tarafından gençlerin hayat imkanlarını ve hareket sınırlarını belirlemek için kullanıldığının; gençliğin de aynı yaşlılık gibi veri olmadığına ancak gençler ile yaşlılar arasındaki mücadelede toplumsal olarak oluşturulduğunun altını çizmek istemektedir (1997: 130-131). Bourdieu’ye göre gençlerden ortak çıkarlarla donanmış, oluşmuş bir grup olarak söz etmek ve bu çıkarları biyolojik olarak tanımlanmış bir yaşa indirgemek açık bir manipölasyondur. Dolayısıyla gençlik kendi içinde farklılaşmamış bir grup olmaktan ziyade, sosyal statüye göre farklılaşan bir yapıda olduğu ve gençliğin anlamlandırılmasının ancak toplumdaki iktidar ilişkileri bağlamında incelenmesiyle mümkün olabileceği öne sürülebilir. Her ne kadar aynı dönemde doğmuş olmak, benzer şeyleri yaşamak gençler arasında çeşitli ortaklıklar yarattığını söylemek mümkün olsa da (Lüküslü, 2005:35), “sosyal kökenden bağımsız”, “tek bir gençlikten” söz etmek mümkün değildir (Kurtaran, vd., 2008: 7), zira farklı sosyal kesimden gençler bu ortaklıkları farklı şekilde deneyimlemektedirler. Gençliğe ilişkin bu farklı yaklaşımları bir araya getirerek “her genç kuşağın, bir önceki kuşaktan farklı özellikler gösterdiğini, ancak bu farklı özelliklerin toplumsal, sosyo-ekonomik kategorilerle bağıntılı olarak geliştiğini” söylemek mümkündür (Kentel, 2005: 13). Dolayısıyla bir yandan art arda

gelen kuşakların, örneğin ebeveynler ile çocuklarının, diğer yandan farklı toplumsal kategorideki gençlerin arasında yoğun farklılıkların bulunduğu söz edilebilir. Bourdieu “kuşak çatışması” olarak söz edilen sürecin, esas olarak farklı yaşlarda oluşmuş “esin sistemlerinin çatışmasından” ileri geldiğini, ebeveynlerin ile çocuklarının özlemlerinin, farklı mallara ulaşma imkanlarına ve malların dağıtım yapısının farklı durumlara göre inşa edilmiş olduğundan verdiği örnekle şöyle açıklar (1997: 137):

“Ebeveynler için olağanüstü bir ayrıcalık olan şey (onlar yirmi yaşındayken, örneğin, onların yaşındaki, onların ortamlarındaki insanların binde birinin arabası vardı), istatistikî olarak sıradan bir şey haline geldi. Ve birçok kuşak çatışması, farklı yaşlarda oluşmuş esin sistemlerinin çatışmasıdır. Birinci kuşak için bütün yaşamın fethi olan şey, ikinci kuşağa doğumundan itibaren anında verilmiştir. Yirmi yaşlarının bütün imtiyazlarının (örneğin kayak yapmak veya denize girmek) genelleştiği bir dönemde, yirmi yaşlarında sahip oldukları şeye bile artık sahip olamayan çöküş halindeki sınıflar örneğinde, farklılıklar özellikle güçlüdür.”

Bu çerçevede genç ve yoksul olmanın, hem gençlik hem de yoksulluk deneyimini farklılaştırdığından söz edilebilir. Tüketim toplumunda genç ve yoksul olarak yaşamak, bu gençlerin tüketimle ilişkilerine hem diğer toplumsal katmanlardan gençlerden hem de kendi katmanlarındaki yetişkinlerden farklı boyutlar eklemektedir. Dolayısıyla yoksul gençleri, hem gençler hem de yoksullar içerisinde farklılaşan, ayrı bir toplumsal kategori olarak ele almak mümkündür.

Bu tez çalışmasında Ankara’nın kent merkezi dışında kalan alanlarında ve gecekondu bölgelerinde (Altındağ, Sincan, Mamak) yaşayan kent yoksulu gençlerin tüketim toplumunda yaşama deneyimleri araştırılmıştır. Bu gençlerin tüketim toplumunda yaşama deneyimleri, tüketim toplumunun sınırsız bolluk ve refah

imgelerinin kent yoksulu gençler tarafından anlamlandırılma biçimleri ve bu temsiller ile kendi dünyaları arasındaki kurdukları karmaşık ilişkiler bağlamında incelenmiştir. Bu çerçevede kent yoksulu gençlerin tüketime ve tüketim nesnelere yükledikleri sembolik anlamlar, gündelik yaşamlarında tüketimle kurdukları ilişkiler, tüketebilen kesime yönelik olarak geliştirdikleri yargılar, toplumsal hiyerarşileri tüketim merkezli olarak değerlendirme biçimleri, farklı tüketim kalıplarını farklılaştırıcı işaretler olarak yorumlama pratikleri, kendilerini tüketici olarak nasıl gördükleri ve kent yaşamına tüketici olarak katılmalarını sağlayan stratejiler incelenmiştir. Ayrıca kent yoksulu gençlerin tüketim kültürü tarafından beslenen tüketim hayalleri, özlemleri, arzuları ve bunlara ulaşamaması durumuyla ortaya çıkan gerilimlerle mücadele biçimleri ve bunlarla başa çıkma stratejileri araştırılmıştır. Bu çalışma çerçevesinde incelenen kent yoksulu gençlerin tüketim pratikleri ve tüketim dünyaları, sadece maddi tüketim ürünleriyle kurulan ilişkilerle sınırlandırılmayıp, tüketim hizmetlerinin, iş ve çalışma dışında kalan zamanların, mekânların, deneyimlerin, imajların ve hazların tüketimi de kapsayacak şekilde ele alınmıştır.

Türkiye 1980 sonrasında uygulanan serbest pazar ekonomisiyle birlikte, küresel tüketim kültürüne yönelmiş, özellikle 1990’larda tüketim toplumu hemen hemen tüm unsurlarıyla yerleşmiştir¹. Bu gelişmelere yön veren temel unsur, Türkiye ekonomisinin dünya pazarına açılmasıdır. 1980-83 dönüşümü ile başlayan ve 1989-

¹ Türkiye’deki tüketim toplumunun gelişimine dair oldukça sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. En yakın tarihli çalışma Mustafa Orçan’ın *Modern Türk Tüketim Kültürü* (2004) adlı kitabıdır. Bu çalışmada Orçan, “Türk tüketim kültürü için bir dönemleştirme denemesi” gerçekleştirmiştir (5). Tüketim kültürünün gelişimini Batılılaşma ve modernleşme süreciyle birlikte ele alan Orçan, tüketim kültürünün Osmanlı Devleti’nde kendisinin “nüvelenme dönemi” olarak adlandırdığı Lale Devrinden itibaren gelişmeye başladığını belirtir. Zafer Toprak (1995) da 19. yüzyıldan itibaren Osmanlı Devleti’nde Batılı tüketim örüntülerinin görülmeye başladığını, reklamların ve büyük mağazaların gelişiminin bu sürece eşlik ettiğini belirtir. Orçan’ın “küreselleşme dönemi” olarak tanımladığı 1980 sonrası süreç ise tüketim kültürünün Türkiye’de yerleştiği yıllar olarak belirlenmiştir.

90’da tamamlanan bu süreçte öncelikle mal piyasaları dış pazarlara açılmış ve ticaret kotalarının koruması altında olan ithalat rejimi serbestleşmiştir. Ulusal mali piyasaların serbestleştirilmesi ve dış finans merkezleriyle eklemlenme süreci bu gelişmeleri yakından izlemiş ve Türkiye ekonomisi 1990’lara tamamıyla dışa açık bir ekonomi konumunda girmiştir (Yeldan, 2005: 25). Türkiye ekonomisinin liberalleşmesi süreci aynı zamanda Türkiye’nin sosyo-kültürel açıdan da dünyaya açılmasına neden olmuş, özellikle yabancı yatırımın özendirilmesine dayalı yeni kalkınma stratejisiyle ürün ve hizmetlerde kıtlıktan bolluğa geçilmiştir (Durakbaşı ve Cindoğlu, 2003: 85). Perakende ticaretin ve hizmetlerin uluslararası niteliğe bürünmesi, uluslararası bilinirliği olan prestijli markaların ve zincir restoranların Türkiye’de özellikle büyük kent merkezlerinde sayılarının artmasını beraberinde getirmiştir. Piyasanın üst ucunda şık giyim markaları sunan butiklerden, daha geniş müşteri kitlelerine hitap eden hipermarketlere ve büyük alışveriş merkezlerine kadar uzanan bir yelpaze içinde yeni alışveriş merkezlerinde artış gerçekleşmiştir (Kandiyoti, 2003: 21). Bu anlamda 1980’lerden itibaren Türkiye’de ürün çeşitliliği artmış, sergileme ölçekleri büyümüş, tüketim, dağıtım ve pazarlamada yeni yaklaşımlar oluşturulmuştur. 1990 yılından itibaren gelişen özel televizyon yayıncılığı ve buna paralel olarak büyüyen reklam pastası Türkiye’de tüketim toplumunun gelişimine katkıda bulunmuştur. Ayrıca yine 1980’lerden itibaren Türkiye’deki ulaşım ağlarının genişlemesinin, yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin ve tasarım alanındaki ilerlemelerin özellikle pazarlama süreçlerine etki ederek tüketim toplumunun şekillenmesine hız kazandırdığı söylenebilir.

Türkiye’de 1980’lerde uygulanmaya başlayan serbest pazar ekonomisi bir yandan yabancı yatırımın özendirilmesi amacını gerçekleştirirken, bir yandan da

reklam, kitle iletişimi, tüketici kredisi ve ticari etkinlikler konusunda sağladığı büyümeyle, “Türkiye’nin kentli sınıflarının tüketim ile ilişkilerinde hem nicelik hem de nitelik açısından önemli bir değişime neden olmuştur” (Özyeğin, 2003: 70) ve büyük kentlerde çelişkili fenomenlerin görülmesine yol açmıştır. Liberalleşme politikaları Türkiye’de özel sektör çalışanlarının leyhine, orta sınıflar açısından daha önce benzeri görülmemiş bir “bölünme ve kutuplaşma sürecini” harekete geçirmiştir (Kandiyoti, 2003: 19). Kent merkezlerinde vitrinlerdeki lüks mallar, ofis binaları, üst düzey konut alanları ve sokaklarda teşhir edilen gösteriş tüketimi (Keyder, 2000: 31) yer alırken, kent merkezlerinin çevrelerinde bu refah göstergeleriyle çelişkili görünümler oluşmuştur. Yeni ekonomik dinamiklerin sunduğu fırsat yapılarına ancak nüfusun küçük bir bölümünün dahil olması Deniz Kandiyoti’ye (2003: 18) göre, “orta sınıf gelirlerinin eridiği, toplumsal hizmetlerin bozulduğu ve yoksullaşan göçmen dalgalarının kente geldiği dönemde, pahalı yaşam tarzlarına hizmet eden ürün ve hizmetlerin çoğalması ile birlikte, toplumsal gerilim yaratmaktadır”. Toplumsal kesimler arasında genişleyen uçurumlar özellikle büyük kentlerde yerleşim ve konut tercihleri aracılığıyla pekiştirilmekte, yoksulların dışlanmalarına örnek oluşturmaktadır. Kentlerdeki gündelik yaşam kentli grupların birbirlerini görmemelerini, neredeyse birbirleriyle hiç temasa geçmemelerini sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmektedir (Bali, 1999; İnsel, 1999; Öncü, 1999; Etöz, 2000; Işık ve Pınarcıoğlu, 2005)².

Türkiye’de 1980’den itibaren uygulanan ekonomi politikaları bu anlamda bir yandan tüketim toplumunun gelişmesine yön verirken, bir yandan da toplumsal

² Büyük kentlerdeki bu gelişmelerle birlikte Sencer Ayata’ya (2003:37) göre, “kentler sınıflar ve kültürler arsında tahayyül edilen farkların sosyal ve mekansal sınırlar olarak yerleştiği birçok yerel muhite bölünmekte, parçalanmış kentte gerilim, şüphe ve ayrımcılık farklı gruplar arasındaki temaslara giderek daha fazla damgasını vurmakta ve gruplar arasındaki uzlaşması mümkün olmayan farklılıkları vurguladıkça kentsel bütünleşme ümidi de giderek azalmaktadır.”

kesimlerin birbirinden gelir ve tüketim biçimleri açısından giderek kopmasına yol açmış, Türkiye’deki yoksulluğun görünümünü etkilemiştir. Zeliha Etöz’ün (2000: 49) belirttiği gibi, Türkiye’de “1990’lar toplumsal ayrışma, parçalanma ve uçurumların daha aşikar hale geldiği yıllar olmuştur” ve hayata geçirilen neo-liberal politikalar hem tüketim toplumunun tüketicilerini hem de “kalabalık bir dışlanmışlar ordusu”nu yaratmıştır. Kısacası, tüketim toplumunun Türkiye’de yerleştiği yıllar aynı zamanda zengin-yoksul ayrımının da keskinlik kazandığı yıllar olmuştur.

Bütün büyüme istatistiklerinin yanında gelir dağılımındaki bozulmaya dair rakamlar, toplumdaki her kesimin genişleyen ekonominin yarattığı faydalardan eşit derecede yararlanamadığını göstermektedir (Durakbaşı ve Cindoğlu, 2003: 85; Işık ve Pınarcıoğlu, 2005: 125). Günümüz Türkiye’sinde yoksulluk temel bir problem olarak öne çıkmaktadır ve yoksulların sayısı her geçen yıl daha fazla artmaktadır (Buğra ve Sınmazdemir, 2004). Türkiye’de 1980’lerden itibaren uygulanmaya başlayan neo-liberal politikalarla birlikte bir yandan kamu hizmetlerinin özel sektöre devri yani özelleştirmeler gerçekleştirilirken, diğer yandan da devletin piyasadan el çekmesi ve sosyal güvencelerin kısıtlanması gündeme gelmiştir. Refah devletine özgü uygulamaların önemli bölümü devletin küçülmesi söylemi eşliğinde sona erdirilmiştir ve bu durum Türkiye’deki gelir dağılımının giderek bozulmasına ve Türkiye’deki yoksulluğun artmasına neden olmuştur (Işık ve Pınarcıoğlu, 2005: 125).

Yoksulluk konusu bugün Türkiye için önemli bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. TÜİK (2007) tarafından yayınlanan 2006 Yoksulluk Çalışması sonuçlarına göre, Türkiye’de fertlerin yaklaşık % 0.74’ü (539 bin kişi) sadece gıda harcamalarını içeren açlık sınırının, %17.81’i (12 930 bin kişi) ise gıda ve gıda dışı

harcamaları içeren yoksulluk sınırının altında yaşamaktadır³. TUIK'in (2007) çalışmasının sonuçlarına göre, fertlerin çalışma durumlarına göre yoksulluk riski de değişmektedir. Ücretli-maaşlı çalışanlarda yoksulluk oranı % 6 iken, yevmiyeli çalışanlarda bu oran %28.63, kendi hesabına çalışanlarda %22.06 ve ücretsiz aile işçisi olanlarda ise %31.98 olmuştur. 2006 yılında ekonomik olarak aktif olmayan fertlerin yoksulluk oranı %13.6 iken, iş arayan fertlerin yoksulluk oranı % 20.05'tir. Buna göre en yüksek yoksulluk oranı ücretsiz aile işçilerinde ve işsizlerde görülmektedir.

TUIK (2008) tarafından yürütülen Hanehalkı İşgücü Araştırması 2007 Ekim Dönemi Sonuçlarına göre, Türkiye genelinde işsizlik oranı %9.7 seviyesindedir. Kentsel bölgelerde işsizlik oranı 11.8 iken, kırsal bölgelerde %6.6'dır. Kentlerde yaşayan genç nüfus (15-24 yaş grubundaki nüfus) arasındaki işsizlik oranı %22.2 olarak belirlenmiştir. Ancak TUIK'in işsizlik araştırmasında kullandığı ölçütler ve buna bağlı olarak çalışmaların sonuçlarının işgücü piyasasındaki gerçek durumu yansıtıp yansıtmadığı konusunda önemli tartışmalar vardır. Bu tartışmalarda üzerinde durulan konu, TUIK'in araştırmasındaki işsizlik oranlarının, "iş bulma ümidi olmadığı için ve diğer nedenlerle iş aramaktan vazgeçmiş; ancak çalışmaya hazır bulunanları" kapsamamakta oluşudur⁴. Bu grubun da çalışmaya dahil edildiği durumda, "geniş anlamda işsizlik" oranı Türkiye genelinde %16.6'ya ulaşmaktadır (BSB, 2007: 39).

Yoksulluk ile istihdam arasında güçlü bir ilişki vardır. Ancak Türkiye'de yalnızca işsiz olanların yoksullukla karşı karşıya olduğunu söylemek mümkün

³ 2006 yılında, 4 kişilik hanenin aylık açlık sınırı 205 YTL, aylık yoksulluk sınırı ise 549 YTL olarak hesaplanmıştır (TUIK, 2007).

⁴ TUIK'in "işsiz" tanımında "referans dönemi içinde istihdam halinde olmayan kişilerden iş aramak için son üç ay içinde iş arama kanallarından en az birini kullanmış ve 2 hafta içinde iş başı yapabilecek durumda olan kişiler" yer almaktadır (Yükseler ve Türkan, 2007: 47).

değildir. Bugün için Türkiye’de istihdam içindeki nüfusta da yoksulluk oldukça yaygındır. Eurostat’ın 2001 yılındaki verilerine göre Türkiye’de “çalışan yoksul”ların oranı %23’tür. Burcu Yakut Çakar’a göre (2007: 93), Türkiye’de ücretlerin düşüklüğü, gelirin düzensizliği ve belirsizliği, güvencesiz, enformel istihdamın yaygın oluşu gibi nedenlerden dolayı “çalışan yoksullar” arasında özellikle kadınlar bu durumdan daha fazla etkilenmekte, bu oran kadınlar için %26’ya yükselmektedir.

TUİK’in yoksulluk sınırını belirlerken kullandığı ölçütler oldukça tartışmalıdır. Özellikle yoksulluk sınırı ve oranı tüketim temelli olarak hesaplandığı için, araştırma sonuçlarının yorumlanmasında hatalarla karşılaşilmektedir. Yoksulluk oranlarında yıllar içerisinde düşüş gerçekleşiyor olması, kamuoyunda giderek daha çok hanenin ya da bireyin yoksulluk sınırını aşacak şekilde gelir elde ettiği yanılsamasını doğurmaktadır. Halbuki bu durum gelir seviyesinde düzelmeden ziyade, ileride daha büyük sorunlara yol açabilecek olan borçlanma veya mevcut varlıkların azaltılması yoluyla tüketim harcamalarının finanse edilmesiyle ilişkili görünmektedir (Yükseler ve Türkan, 2007: 56).

Türkiye’deki yoksulluğun, TUİK tarafından açıklanan resmi rakamlardan çok daha fazla olduğu tahmin edilmektedir. Ayşe Buğra’ya (2007: 75) göre, Avrupa Birliği’nde yoksulluğu ölçmek için kullanılan temel gösterge olan ülkenin ortanca gelirinin %60’ından daha az bir gelirle yaşayan insanların toplam nüfusa oranına bakıldığında, Türkiye’deki yoksulluk %26’ya ulaşarak bütün AB üye ve aday ülkelerinden daha yüksek seviyede bulunmaktadır. Eurostat’ın 2003 verilerini kullanan Buğra’ya göre, yoksulluk özellikle çocukları etkilemekte ve 15 yaş altı çocukların %34’ünün yoksullukla karşı karşıya olduğu görülmektedir (2007: 75;

Çakar, 2007: 92). Bir dizi sağlıklı koşula ve şiddet tehlikesine maruz kalan özellikle çalışan çocuklar, esas risk altında olan kesimi oluşturmaktadır ve bu durum yoksulluğun nesilden nesile kendini yeniden üreten bir olgu olma eğilimini tanımlamaktadır (Buğra, 2007: 75). Ayrıca yoksulluğun sadece gelir ve tüketim düzeyiyle sınırlandırılmayacak çok boyutlu bir olgu olduğunu göz önüne aldığımızda ve çalışma hayatıyla ilgili, eğitim, sağlık ve temel altyapı hizmetlerine ulaşabilmeyle ilgili verileri de Türkiye’deki yoksulluğu değerlendirmek için kullandığımızda çok daha vahim bir durum ortaya çıkmaktadır.

Yoksulluğun değerlendirilmesinde kullanılan bir diğer ölçüt ise gelir dağılımına ilişkin verilerdir. Gelir seviyesinde en alt grupta bulunanların en üst gelir grubuna göre durumu hem ülke çapındaki gelir bölüşümü, yoksulluk ve sosyal dışlanma riski açısından önem taşımaktadır. Gelir dağılımındaki eşitsizliğin bir göstergesi olarak kabul edilen gini katsayısı 2002 yılında DİE Hane Halkı Bütçe Anketi’ne göre Türkiye genelinde 0.44 olarak hesaplanmıştır. Gini katsayısı, anketin uygulandığı bir önceki dönem olan 1994 yılında Türkiye genelinde 0.49 olarak belirlenmiştir. Eğilmez ve Kumcu’ya (2005: 130-31) göre bu durum, gelir dağılımında küçük de olsa bir düzelmeyi işaret ediyor gibi görünse de, Türkiye 0.44 gini katsayısıyla, dünyadaki en adaletsiz gelir dağılımına sahip ülkeler arasında üst sıralarda yer almaktadır. Türkiye’de 2002 istatistiklerine göre nüfusun en yoksul yüzde 20’si gelirden sadece 5.3 pay alırken, en zengin yüzde 20’si gelirin 50.1’ini elinde tutmaktadır. Türkiye’de gelir dağılımı, bugün yoksulların aleyhine giderek daha fazla bozulmaktadır.

Başka çalışmalar eşitsizliğin sadece gelir ile kısıtlı kalmadığını, farklı göstergelerde de çarpıcı şekilde ortaya çıktığını göstermektedir (Pınarcıoğlu ve Işık,

2005: 42). Örneğin Dünya Bankası tarafından yürütölmüş olan bir araştırma bebek ölüm oranlarından çeşitli kitle iletişim araçlarına sahiplik oranlarına, dayanıklı tüketim mallarına sahiplik oranlarından odabaşına kişi sayısına kadar uzanan göstergelerle en yoksul %20'lik gruplar ile en zengin %20lik gruplar arasındaki kopuşu ortaya koymuştur (World Bank, 2000: Işık ve Pınarcıoğlu, 2005: 41).

Ankara'nın kent merkezleri dışında kalan alanlarda özellikle gecekondu bölgelerinde yaşayan kent yoksulu gençlerin tüketim toplumunda yaşama deneyimlerinin ve tüketimle kurdukları ilişkilerin araştırıldığı bu tez çalışmasının alan araştırması Ankara'nın Altındağ, Mamak ve Sincan ilçelerinin çeşitli mahallelerinde yürütölmüştür. Bu ilçeler Ankara'nın görece en yoksul olan bölgelerini oluşturmaktadır. Araştırma için seçilen bölgelerden Altındağ ilçesi, Ankara'nın halen en yoğun gecekondu nüfusunun bulunduğu yerleşim yeri olmasından ötürü, alan araştırmasının esas olarak yoğunlaştığı bölge olmuştur. Ayrıca Altındağ, Ankara'da yürütölmekte olan kentsel dönüşüm projelerinin önemli bir kısmına ev sahipliği yapmaktadır ve bu süreç ilçede yaşayan yoksul hanelerin yaşamlarında araştırma için önemli görölen dönüşümler yaratmaktadır.

Alan araştırmasının sonucunda elde edilecek bulguların, Türkiye'deki kent yoksulu gençlerin bütününe genellemek gibi bir yöntemsel amaç güdülmemiştir. Bunun yerine kent yoksulu gençlerin gündelik yaşamlarında tüketimle olan ilişkileri kendi tikel bağlamında anlaşılmalıya çalışılmış ve bireysel deneyimler eşliğinde yoksulluk ve tüketim ilişkisinin aldığı farklı biçimler üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu amaç doğrultusunda yoksulluğun farklı katmanlarından gelen gençlere ulaşılmalıya çalışılmıştır.

Alan araştırması, yaşları 15-29 arasında değişen toplam 65 gençle yapılan 58 yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmelere dayanmaktadır⁵ (Bkz. **Ek 1**). Görüşmelerden toplam yedi tanesi, birbiriyle kardeş veya yakın arkadaş olan iki genç ile birlikte yapılmıştır. Görüşülecek kişilerin seçiminde, çalışmada yoksulluğun nesnel bir ekonomik kategori olarak tanımlanmamasından ve kent yoksulluğunun çok boyutlu bir olgu olarak ele alınmasından hareketle, belirli bir gelir grubu ile araştırma sınırlandırılmamıştır. Ancak görüşülen gençlerin hane halkı gelirleri dört kişilik bir ailenin asgari geçim haddinin çok altındadır⁶. Yaşanılan yerin yoksulluk deneyimine olan katkısı gözetilerek, özellikle yoksulluğun mekansal olarak yoğunlaştığı bölgelerde, yaşam standartlarını yükseltebilecek her türlü kaynaktan belli ölçülerde yoksun olan kişiler araştırma için uygun örneklem olarak düşünülmüştür. Bu çerçevede görüşülen kişilerin büyük bir kısmını da, yaşam düzeylerini yükseltebilecek ekonomik, sosyal ve kültürel sermayeden yoksun gençler oluşturmuştur. Araştırmada gençlerin yaş ve cinsiyet dağılımına da özen gösterilmiştir⁷.

Görüşülecek kişilere çeşitli kişi ve kurumların referanslarıyla ulaşılmıştır.

Altındağ bölgesindeki hanımlar lokalleri (Beşikkaya, Seyfi Demirsoy, Altınpark),

⁵ Gençliğin belli yaş kategorileri çerçevesinde belirlenmesi, özellikle Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği ve Dünya Bankası tarafından yapılan gençlik araştırmalarındaki hâkim gençlik tanımı yaklaşımıdır. Gençler üzerine yapılan çoğu araştırmada, gençlik bir yaşam evresi, çocukluktan yetişkinliğe geçiş olarak betimlenip yaş aralığıyla ifade edildiğinde, bu kurumlar tarafından yayımlanmış olan rapor ve dökümanlara atıfta bulunmaktadır. Bu raporlarda kabul edildiği şekliyle gençlik 15-25 yaş arasındaki kişileri kapsamaktadır. Ancak Kurtaran, vd. (2008:5) belirttiği gibi, özellikle son yıllarda gençlik tanımı, aynı uluslararası kuruluşlar tarafından okulda kalma sürelerinin uzamasıyla birlikte 15-29 yaş grubuna uzatılmaya başlamıştır (Birleşmiş Milletler, 1993; Birleşmiş Milletler, 2005; Avrupa Konseyi, 2003; Dünya Bankası, 2007). Görüşmelere katılan gençlerden yalnızca beş kişi 25 yaş üstündedir. Diğer 60 gencin yaşı 15-25 arasında değişmektedir.

⁶ Türkiye Kamu-Sen Araştırma Geliştirme Merkezi'nin yapmış olduğu 2008 Mayıs ayına ait asgari geçim endeksi (yoksulluk sınırı) sonuçlarına göre, dört kişilik bir ailenin asgari geçim haddi 2.589,39YTL'dir(http://www.kamusen.org.tr/mevzuat.asp?menu=istatistik&konu=asgari&detay_id=98). Görüşmelere katılan gençlerin hane halkı gelirleri ise genellikle düzensizdir veya 700-900 YTL civarında yoğunlaşmaktadır. Bu sonuçlar, görüşülen gençlerin önemli bir kısmının yoksulluk sınırının çok altında, hatta açlık sınırında yaşadıklarını göstermiştir.

⁷ Toplam 32 kadın, 33 erkekle görüşme yapılmıştır.

kültür merkezleri (Hüseyin Gazi Kültür Merkezi, 29 Ekim Kültür Merkezi) ve Büyükşehir Belediyesi Altındağ Gençlik ve Kültür Merkezi, Mamak bölgesinde Çağdaş Gençlik Merkezi bu bölgede yaşayan gençlere ulaşılmasını sağlamıştır. Bu merkezlerdeki yetkililerin ilişkileri aracılığıyla, buralara devam eden, buralarda kurs ve eğitim gören gençlerden araştırmaya katılmak isteyenlerin listesi sağlanmış, daha sonra bu kişiler teker teker aranılarak, uygun görüşme yeri ve saati tespit edilmiştir. Sincan bölgesinde ise Saraycık Mahallesi gerek konumu gerekse buradaki konutların tümünün gecekondur olmasından dolayı araştırma için seçilmiş, buradaki gençlere o mahallede yaşayan bir ailenin referansı ile onların bazı tanıdıklarına, akrabalarına ve komşularına ulaşılmıştır. Altındağ Kale Mahallesiindeki katılımcılara, o bölgede yaşayan bir kişinin referansı ile gençlerin zamanlarını geçirdikleri bir kahvehanede ulaşılmıştır. Araştırmanın bir bölümü ise, Ankara Ostim Sanayi Bölgesi'nde çalışan usta, kalfa ve çıraklarla yürütülmüştür. Buradaki gençlere ise Sanayi Bölgesi'nde bir dükkân sahibinin referansı ile ulaşılmıştır. Araştırmaya katılacak kişilerin soruları yanıtlamak için ayırması gereken zaman, soruların onların özel duygu, düşünce ve deneyimlerini anlamaya yönelik olması, katılımcıların seçilmesinde çeşitli bağlantı ve referanslara başvurmayı zorunlu kılmıştır. Araştırma için seçilen bölgelerdeki suç oranlarının yüksekliği, gençlerin tanımadıkları kişilerle konuşmak istememelerine neden olmaktadır. Bu türlü sorunlar, kişisel tanıdıklar ve kurumsal ilişkiler sayesinde önemli ölçüde giderilmiştir.

Gençlerle yapılan görüşmelerin uzunlukları otuz dakikadan üç saate kadar değişiklik gösteren sürelerle yayılmış ve genellikle tek bir oturumda tamamlanmıştır. Görüşme sürelerindeki farklılıklar, görüşmelere katılan gençlerin araştırmaya gösterdikleri ilginin farklılığından kaynaklandığı kadar, katılımcıların yaşlarındaki,

eğitim düzeylerindeki ve çalışma durumlarındaki farklılıklar tarafından da etkilenmiştir. Örneğin bir işte çalışan ve bu vesileyle yaşadığı bölgenin dışına daha fazla çıkabilen, toplumun farklı katmanlarındaki kişilerle daha fazla temas edebilen gençlerin anlattıkları deneyimler ve verdikleri örnekler daha çeşitli iken, bulunulan bölgenin dışına pek çıkamayan ve eğitim düzeyi daha düşük olan gençlerin anlatıları daha sınırlı kalmıştır. Aynı şekilde yaşları görece daha küçük olan gençlerle yapılan görüşmeler büyük olanlara kıyasla daha kısa sürede tamamlanmıştır. Katılımcıların aktardığı görüş ve deneyimlerin çeşitliliği ve derinliği doğrudan bu etkenlerle sınıflandırılmaz ancak genel olarak gençlerin yaşamlarında tecrübe ettikleri farklı etkileşimlere, tanıklıklara ve karşılaşmalara yön verdikleri için görüşmelerin uzunlukları üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Öte yandan alan araştırması yalnızca gençlerle yapılan görüşmelerle sınırlı kalmamıştır. Araştırma yapılan bölgelerde çalışan öğretmenlerle, Gençlik ve Kültür Merkezlerinde çalışan yöneticiler, eğitim veren kişiler ve sosyal hizmet uzmanlarıyla da çeşitli görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelerden o bölgelerde yaşayan yoksul gençlerin yaşam koşulları, davranış biçimleri, talepleri, özlemleri ve sıkıntılarına ilişkin görüşler alınmıştır. Ayrıca görüşmelerin yapıldığı kuruluşlara, görüşme günleri dışında da gidilerek, buralara devam eden gençlerle mümkün olduğunca çok zaman geçirilmeye çalışılmıştır. Böylece görüşülen gençlerin yanısıra çok sayıdaki gençle de iletişim kurabilme ve gözlem yapabilme fırsatı elde edilmiştir.

Alan araştırması kent yoksulu gençlerin tüketimle ve tüketim toplumuyla kurdukları ilişkileri anlamaya yönelik olan yarı-yapılandırılmış görüşmelere dayanmaktadır. Araştırılan konulara ve temalara yönelik olarak temel sorular önceden çeşitli başlıklar altında belirlenmiş ve her bir kategori altında sorulabilecek

çeşitli sorulara ilişkin görüşme planı görüşmelerin öncesinde hazırlanmıştır. Görüşmelerde sorulan sorular temel olarak görüşülen kişinin kişisel ve hanehalkı bilgilerini öğrenmeye ve böylece sermaye kompozisyonları hakkında bilgi sahibi olmaya yarayacak olan anket tipi sorular ile başlayıp; görüşülen kişinin kendilik algılarını, yoksulluk algılarını, iş/okul dışı zaman faaliyetlerini, beğenilerini ve meşru beğeniye değerlendirme biçimlerini, medya tüketimlerini, tüketim merkezli özelemlerini, tüketim toplumu imgelerini anlamlandırmalarını, tüketici olarak geliştirdikleri stratejileri, tüketememenin gerilimiyle başa çıkma stratejilerini, iyi yaşam algılamalarını, geleceğe yönelik beklentilerini, zenginlik anlamlandırmalarını ve farklı sınıftan gençlere ve onların tüketim biçimlerine ilişkin düşüncelerini anlamaya yönelik kategoriler altındaki çeşitli sorular ile devam etmiştir. Ancak herkese aynı soruların sorulması yerine, görüşülen kişilerin anlatıları doğrultusunda sorular uygun şekilde yeniden biçimlendirilmiş, bazı durumlarda yerleri değiştirilmiştir. Gençlerle yapılan görüşmelerin tamamına yakını, görüşülen kişilerin izini alınarak kaydedilmiştir. Gençler, ses kayıt cihazının kullanımından rahatsız olmayacaklarını hatta isimlerinin kullanımının kendileri için bir sakınca yaratmayacağını dile getirmiş olmalarına rağmen, sembolik şiddet biçimlerine maruz bırakmamak ve doğrudan onları “yoksul” olarak adlandırmamak için görüşülen kişilerin kimliklerinin açıkça belirtilmesinden kaçınılmış, orijinal isimler başka isimlerle değiştirilmiştir.

Görüşmelerde mümkün olduğunca Bourdieu’nün (1999: 609) “aktif ve metodolojik dinleme” olarak adlandırdığı yöntem kullanılmıştır. Bu yöntemin temel amacı, araştırmacı ile görüşülen kişi arasındaki toplumsal mesafenin azaltılması ve dolayısıyla araştırma ilişkisine içkin olan simgesel şiddetin mümkün olan en alt

seviyeye indirgenebilmesinin sağlanmasıdır. Her araştırma ilişkisi (gerek nitel gerekse nicel araştırmalar) bir toplumsal ilişki üzerine kuruludur⁸. Toplumsal ilişkilerde taraflar arasındaki farklı sermaye kompozisyonlarından doğan toplumsal asimetrik konumlar, bir yandan araştırma sonuçlarını etkilerken bir yandan da araştırmacı ile görüşülen kişi arasında simgesel şiddetin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Araştırmacının kendine dönük düşünümSELLİK kazanması (reflex reflexivity), görüşmenin içinde yapılandığı toplumsal yapının ve bunun görüşme üzerindeki etkisinin algılanmasına ve izlenmesine yarayan sosyolojik hissetme ve görme biçimlerinin geliştirilmesine katkıda bulunacaktır.⁹ Böylece araştırmacı ilk önce kendi soru sorma ve değerlendirme biçimlerini belirleyen varsayımları (ön kabulleri) fark edebilecektir. Öte yandan görüşmelerin kasıtlı olarak planlanmasa dahi bir çeşit “zorla dahil olma” (intrusion) süreci olması ve bu süreçteki tarafların özellikle kültürel sermayeye sahiplik temelindeki asimetrik konumları tarafından üretilen dilsel sermaye eşitsizlikleri, görüşmelerde simgesel şiddetin meydana gelmesinin koşullarını üretir. Bourdieu’ya göre (1999: 609), görüşmelere içkin olan

⁸ Bourdieu bu anlamda nitel ve nicel araştırmaların aralarında kurulmuş olan geleneksel zıtlığın hatalı olduğunu belirtir. Her iki araştırma türü de öznel ve nesnel yapıların sınırlandırmaları içinde yürütülmektedir. Bu yapılar birbiriyle iç içe ve etkileşim halinde hem araştırılan nesnenin araştırılma/sorgulanma biçimini, hem de araştırmacının sonuçlarının yorumlanma biçimini etkilemektedir (1999: 608, 2. Dipnot).

⁹ Belirtilen bu düşünümSELLİĞİN kazanılmasını sağlamak için Türkiye’deki kent yoksulluğunu konu alan film (*Ağır Roman*, Mustafa Altıoklar, 1997; *Sır Çocukları*, Aydın Sayman-Ümit Cin Güven, 2002; *Metropol Kabusu*, Ümit Cin Güven, 2003; *Yoksul*, Zeki Ökten, 1986; *Üçüncü Sayfa*, Zeki Demirkubuz, 1998 vb. gibi) ve romanlardan (*Berci Kristin Çöp Masalları*, Latife Tekin, 1998; *Kumru İle Kumru*, Tahsin Yücel, 2005 vb. gibi) yararlanılmıştır. Ayrıca yoksul gençlerin okuduğu düşünülen popüler gençlik romanları (İpek Ongun, Ahmet Günbay Yıldız, Emine Şenlikoğlu gibi yazarların kitapları) okunmuş; moda ve müzik dergileri (*Salsa*, *Trendy*, *Kral*, *Hey Girl*), gençleri konu alan televizyon dizileri (*Hepsi 1*, *Selena*, *Acemi Cadı*, *Bez Bebek*, *Kavak Yelleri*, *Arka Sıradakiler*) takip edilmiştir. Türkiye’deki kent yoksulluğunun anlatıldığı film ve kitaplar aracılığı ile yoksul gençlerin dünyalarına ilişkin önemli ayrıntılar sağlamıştır. Öte yandan gençlerin takip ettiği popüler kültür ürünlerinin bilinmesi, onlarla iletişim kurabilmeyi kolaylaştırmış, zaman zaman sorulmak istenilen sorular romanlardaki veya televizyondaki karakterlerden veya olaylardan yararlanılarak şekillendirilmiştir. Ayrıca, alan araştırmasında ortaya çıktığı üzere bu popüler metinler, kent yoksulu gençlerin diğer toplumsal katmanlardaki kişilere ilişkin algıların geliştirilmesinde önemli birer kaynaktır. Bu popüler kültür ürünlerinin araştırmacı tarafından bilinmesi, bu algıların toplumsal anlamlılığının çözümlenmesi sürecine katkıda bulunmuştur.

bu iki özelliğin dikkate alınması, bunların etkilerini tamamen yok etmese de, kontrol altında tutabilmeye olanak sağlayacaktır. Bourdieu'nün araştırma ilişkisindeki bu türden metodolojik ve epistemolojik sorunları aşmak için öne sürdüğü “aktif ve metodolojik dinleme” yöntemi, taraflar arasında şiddet içermeyen iletişimin (non-violent communication) kurulması ya da diğer bir ifadeyle araştırma ilişkisinin mümkün olabildiğince ideal sınırlara ulaştırılması için gerekli görülmektedir (Bourdieu, 1999: 608-609). Araştırmacı şiddet içermeyen iletişimi gerçekleştirebilmek için özellikle araştırma ilişkisindeki dilsel ve sembolik piyasanın¹⁰ yapısına göre hareket etmelidir. Pratikte pek de kolay başarılamayacak bu durumun sağlanabilmesi için Bourdieu'nün önerisi gerektiğinde taraflar arasındaki toplumsal mesafenin azaltılmasını sağlamak amacıyla araştırmacının görüştüğü kişinin dilini, görüşlerini, duygularını ve düşüncelerini kontrollü bir şekilde taklit etmesidir (1999: 609). Ayrıca görüşülecek kişilerin seçiminde, yakın çevreye ya da tanıdıkların referansına başvurmak taraflar arasında aşinalık ve yakınlık sağlayacağı için şiddet içermeyen iletişimin kurulmasına yardımcı olacaktır (1999: 610).

Her dilsel alışveriş, bir iktidar edimi potansiyelini içerir (Bourdieu, 2003: 140). Ancak bu araştırmada da söz konusu olduğu gibi, taraflar arasında sermaye dağılımında asimetrik konumlar işgal eden eyleyiciler söz konusu olduğunda bu durum daha da belirgin olmaktadır. Görüşmelere başlamadan araştırmacının kendisini tanıtmayıyla birlikte ortaya çıkan asimetrik ilişkinin aşılabilmesi için, araştırmanın yapılma gerekçesi görüşülen kişiye açıklanmaya çalışılmış,

¹⁰ “Dilsel piyasa, simgesel bir kuvvet ilişkileri sistemidir, özgül bir yaptırım ve sansür sistemiyle kendisini dayatır, böylece dilsel ürünlerin ‘bedelini’ belirleyerek dilsel üretimi biçimlendirmeye katkıda bulunur.... Dilsel piyasa ne denli resmi ya da ‘gergin’se, yani hâkim dilin normlarına ne denli uygunsa, sansür de o denli büyüktür ve piyasa da tahakküm edenlerin-meşru dilsel beceriyi elinde bulunduranların- o denli tahakkümündedir.” (Bourdieu, 2003: 140).

araştırmacının orada özellikle onları dinlemek için bulunduğu, soruların doğru yanıtlarının aranmadığı, kendilerini en rahat ifade ettikleri şekilde konuşulması istenmiştir. Ayrıca görüşülen kişi ile aradaki toplumsal mesafenin azaltılmasının sağlanması için onların hayat hikayeleri dinlenmiş, bu hikayeler üzerinden görüşülen kişi ile çeşitli benzerlikler kurulmuş, zaman zaman soruların yanıtlarının dışına çıkan konuşmalara izin verilmiştir. Görüşülen kişilerin büyük bir kısmı araştırmanın neden yapıldığı ile oldukça yakından ilgilendikleri gözlemlenmiştir. Onların sorularına en ayrıntılı şekilde yanıt verilirken, yaşadıkları deneyimlere ilişkin onlardan yanıt almayı cesaretlendirecek ifadeler kullanılmıştır. Ancak araştırmanın yoksulluk temelli bir araştırma olduğu, gençleri bu şekilde adlandırmamak ve susturmamak için ve böylece yoksullara/yoksulluğa dair simgesel şiddet biçimlerine dahil olmamak adına açıkça belirtilmemiştir. Zira gençlerin kendilerini yoksul olarak adlandıracak her türlü ifade ve örnekten özellikle kaçındıkları, bu türden sorulara cevap vermek istemedikleri yapılan ilk görüşmelerden itibaren ortaya çıkmıştır.

Görüşmelere katılan gençlerin kendilerini yoksul olarak adlandıracak süreçlerden uzak tutmak istemeleri, görüşmelerin dışındaki tutumlarında da öne çıkan bir unsur olmuştur. Görüşmelere katılan gençlere arkadaşlarıyla da görüşme yapılabilmesi için yardımcı olmaları istendiğinde, ilk etapta bu isteğe olumlu yaklaşımlarına rağmen ilerleyen günlerde buna karşı gönülsüz oldukları gözlemlenmiştir. Bunun nedeni sorulduğunda ise, arkadaşlarının kendilerini “düzgün” ifade edemeyeceklerine inandıkları, onların kendilerinden “farklı” oldukları, görüşmelere katılmayı istemeyecekleri gibi açıklamalar öne sürülmüştür. Gençlerin kendi arkadaşlarını görüşmelere dahil etmekte çekingen davranmalarının önemli bir nedeninin, gençlerin yoksulluklarını gizlemek için çaba göstermelerinden

kaynaklandığı düşünülebilir. Ayrıca görüşmelerde gençlerin sıklıkla kendi arkadaşlarından verdikleri örneklerden yararlanmaları, aynı şekilde arkadaşlarının da kendileri hakkındaki düşüncelerini açıklıkla dile getirebileceği endişesinin de bu süreçte belirleyici olduğu söylenebilir. Gençlerin yoksulluklarını gizlemek için kullandıkları taktikler, aynı zamanda onları evlerinde ziyaret etme isteği üzerine de ortaya çıkmıştır. Görüşmelerin kendi evlerinde yapılması istendiğinde çoğu genç buna karşı çıkmış ve neden olarak ailelerinin olası tavırlarını ya da zaman kısıtlılıklarını göstermiştir.

Görüşmelerde sorulan sorular, “epistemik şiddet” oluşturacak şekilde araştırmacının kendi (akademik, kültürel, sınıfsal vb) dünyasından çıkan ifadelerle değil (Erdoğan, 2007b:45), mümkün olduğunca gibi görüşülen kişinin toplumsal uzamdaki konumlarını ve toplumsal koşullarını anlayarak onların görüş açılarından biçimlendirilmiştir. Bourdieu’nün belirttiği üzere, kişilerin toplumsal uzamda işgal ettikleri konumlara araştırmacının kendisini yerleştirmeye çalışması ve böylece onları oldukları gibi anlamaya çalışması, sorularını bu bakış açısından sorması ve belli bir derecede onların yerini alması, araştırmacıya bu kişilerin kim olduğuna dair üretken ve kalıtsal bir anlayış geliştirmesini sağlayacaktır. Böylece anlamak ile açıklamak özdeş olacaktır (1999: 613).

Her ne kadar görüşmelerde toplumsal asimetri etkilerini azaltmak için metodolojik özen gösterilmiş olsa da, araştırmanın bu sorunların tamamen üstesinden geldiğini söylemek mümkün değildir. Öncelikle görüşülen kişilerin seçimi, araştırmada açıkça ifade bulmasa da onları yoksul olarak adlandırmıştır. Ayrıca görüşmelerde sorulan soruların bazıları belki de, onların kendilerine hiçbir zaman sormadıkları ya da sormak istemedikleri türden sorular olmuştur. Bu sorular,

mahrumiyetlerini onlara göstermiş ya da tekrar hatırlatmış olabilir. Sorulan arzu ve hayaller, görüşülen kişilere belki de asla ulaşamayacakları şeylere özlem uyandırmış olabilir. Tüm bunlar aslında araştırmacının istemeden de olsa sembolik şiddet biçimlerine dahil olması anlamına gelebilir. Ancak görüşülen kişilerin çoğu, görüşme sonrasında araştırmaya katılmaktan dolayı memnuniyet duyduklarını, araştırmanın kendi seslerinin duyulmasına katkıda bulunacağına inandıklarını, konuşmanın onları rahatlattığını, istendiği takdirde tekrar görüşmelere katılabileceklerini dile getirmişlerdir.

Tezin birinci bölümü, modern toplumlarda tüketim ilişkilerinin anlamlandırılmasına ayrılmıştır. Bu çerçevede tüketim çalışmalarında geliştirilen temel perspektifler ve yaklaşımlar ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bölümün birinci kısmında tüketim çalışmalarına hakim olan ve tüketimi “olumlu” ve “olumsuz” olarak kavramsallaştıran iki temel yönelimin, kent yoksulu gençlerin tüketim pratiklerinin anlaşılmasını sağlayacak temellerden yoksun olduğu ortaya konularak, bu iki yönelimin eksiklerini gideren ve tüketimin gündelik ilişkiler açısından anlamlılığını kavramayı sağlayacak üçüncü bir bakış açısının gerekli olduğu savunulmuştur. Bu bakış açısının geliştirilmesinde temel olarak Pierre Bourdieu’nün tüketim pratiklerinin sınıfsal anlamlılığını ortaya çıkartan yaklaşımı benimsenmiştir. Birinci bölümün ikinci kısmında Bourdieu’nün yaklaşımına karşıt olan ancak tüketimin teorileştirilmesine katkılar sunan diğer tüketim yaklaşımları ele alınarak, Bourdieu’nün yaklaşımının tüketim pratiklerinin anlaşılması için önemi daha geniş bir perspektiften değerlendirilmiştir. Bölümün üçüncü kısmında ise Bourdieu’nün özellikle *Distinction* (1984) adlı çalışmasından yararlanılarak, burada geliştirilen yaklaşım biçiminin kent yoksulu gençlerin tüketimle kurdukları ilişkilerin

anlaşılmasına yaptığı kuramsal katkı özetlenmiş ve kent yoksulu gençlerin tüketim pratiklerinin gerçek anlamlarının ortaya çıkartılabilmesine olanak sağlayabilecek temel kavramlar aydınlatılmıştır. Bölümün son kısmında tüketim toplumu ve tüketim kültürü üzerine olan tartışmalar, modern toplumların tüketim toplumu olarak betimlenmesine olanak veren özellikleri bağlamında ele alınmıştır.

Tezin II. bölümü yoksulluk ve tüketim toplumu ilişkisinin sorunsallaştırılmasını konu edinmektedir. Bu bölümde ilk önce yoksulluğun çeşitli kavramsallaştırılma biçimleri özetlenerek, bu yaklaşımların kent yoksulu gençlerin yaşadıkları dışlanma süreçlerinin anlaşılmasına sunabileceği katkılar değerlendirilmiştir. Ardından bölümün ikinci kısmında, tüketim toplumunda yoksulluğun anlamı üzerine kapsamlı analizler gerçekleştiren Zygmunt Bauman'ın eserlerinde konuyu ele alış biçimine ve kullandığı kavramlara değinilmiştir. Bu çerçevedeki yaklaşım biçiminin yoksulların tüketim pratiklerinin anlaşılması konusundaki yetersizliklerine işaret edilerek, bölümün üçüncü kısmında yoksul tüketicilerin tüketici yaşamlarını inceleyen literatür üzerinde durulmuştur. Bölümün son kısmı, Türkiye'deki kent yoksulluğu tartışmalarına ayrılarak, Türkiye'de yapılmış olan yoksulluk araştırmaları, kent yoksullarının tüketim dünyalarının anlaşılmasına katkı yapan akademik incelemeler ve doğrudan genç yoksullara odaklanmamasına rağmen dolaylı yoldan gençlerin yoksulluk deneyimlerine ilişkin bilgi üreten çalışmalar incelenmiştir.

Tezin üçüncü bölümü alan araştırmasının bulgularına, konuya ilişkin literatür çerçevesinde yer vermektedir. Bu çerçevede ilk önce Ankara'da kent yoksulluğunun tarihsel gelişimi üzerinde durulmuş ardından kent yoksulu gençlerin yaşam koşullarına ilişkin değerlendirmeler sunularak, tüketim pratiklerinin içinde

gerçekleştirdiği bağlam açıklanmaya çalışılmıştır. Ardından tüketim toplumunda genç ve yoksul olmanın anlamı, tüketim toplumunun tüketim baskısının ortaya çıkarttığı süreçler bağlamında incelenmiştir. Kent yoksulu gençlerin tüketim dünyalarının incelendiği kısımda, gençlerin tüketim pratiklerine yön veren yatkınlıkların yoksulluğun içselleştirildiği erken dönem toplumsallaşma deneyimleriyle nasıl kazanıldığı, gereksinimlerin yoksul gençlerin tüketimle ilişkilerinde nasıl işlev gördüğü ele alınmıştır. Ayrıca kent yoksulu gençlerin gereksinimlerle yönlendirilen beğenilerinin dışında kalan tüketim pratikleri ve tüketim toplumuna katılabilmek için geliştirdikleri stratejilere bu kısımda yer verilmiştir. Üçüncü bölümün son kısmında tüketim pratiklerinin toplumsal anlamlılığı ele alınarak, yoksul gençlerin tüketim pratikleri aracılığı ile toplumsal hiyerarşilerin yeniden üretimine nasıl katkı yaptıkları incelenmiştir. Bu kısımda yoksul gençlerin tüketim alanından dışlanmalarıyla yine tüketimden yararlanarak ve tüketimi bir sembolik sermaye olarak kullanarak baş ettikleri üzerinde durulmuştur.

Ankara'nın yoksul bölgelerinde yapılan alan araştırmasına ve gözlemlere dayanan bu tez çalışması, kent yoksulu gençlerin tüketimle kurdukları ilişkilerin çok boyutluluğunu ve tüketim biçimleri aracılığıyla kurulan, geliştirilen ve sınırlandırılan ilişki biçimlerini ortaya çıkartmayı hedeflemekte, böylece genel olarak yoksulluğun gençlerin gözünden nasıl anlamlandırıldığını ve genç ve yoksul olmanın anlamının tüketim toplumunda kazandığı yeni içerimleri, tüketim süreçlerini toplumsal eşitsizlikler içinden açıklamayı amaçlamaktadır.

I. MODERN TOPLUMLARDA TÜKETİM İLİŞKİLERİNİN ANLAMLANDIRILMASI

A. Tüketim Çalışmalarında Temel Yönelimler

Uzun bir dönem boyunca sosyal bilimler literatüründe ihmal edilmiş bir konu olarak kalan tüketim incelemeleri, özellikle son yirmi yılda belirgin bir şekilde artmıştır. Tüketim modern Batı düşüncesinde en azından 18.yüzyıldan itibaren önemli bir konu olarak varlığını devam ettirmiş olmasına rağmen, kendi başına nadiren inceleme konusu yapılmıştır (Ritzer ve Slater, 2001: 5). Günümüzde tüketime odaklanan çalışmalar geniş bir alana yayılırken özellikle üzerinde durulan konu, günümüz toplumlarının birer tüketim toplumu olarak betimlenmesi ve bunun dolayısıyla tüketimin bu toplumlarda sahip olduğu merkezi role işaret edilmesiyle ilgilidir (Miller, 1987, 1995; McCracken, 1990; Featherstone, [1991] 2005; Wernick, 1991; Lury, 1996; Mort, 1996; Slater, 1997; Clarke, 2003). Özellikle 1980'lerden sonraki süreçte uygulanan neo-liberal politikalar ile birlikte hemen hemen tüm toplumsal alanların (eğitim, sağlık, yönetim vb) tüketim bağlamında yeniden tanımlanması tüketim incelemelerinin kapsamını da genişletmiştir. Tüketim süreçlerine, mekanlarına/alanlarına, tüketim nesnelere ve tüketicilerin kendilerine odaklanan incelemeler, konuya ilişkin literatürün kapsamını gittikçe genişletirken, kavramların sınırlarını belirlemek de güçleşmektedir. Tüketim her biri kendine özgü kavramsallaştırma biçimine sahip çok fazla sayıda nesne dünyası etrafında ele alınmaktadır. Giyim-kuşamdan yiyecek-içeceğe, teknoloji kullanımından medyaya ve hatta “patolojik” tüketimi konu alan uyuşturucu madde kullanımından dükkân hırsızlığına kadar geniş bir alanda tüketim incelemeleri kendi alt alanlarını yaratmıştır (Miller, 1995: 34).

1. Tüketimin Olumsuz Kavramsallaştırılması

Tüketim konusundaki çalışmaların yaygınlığına ve odaklandığı konulardaki çeşitliliğe rağmen bu incelemelerin özellikle iki temel yönelim etrafında şekillendiği iddia edilebilir. Bunlardan ilki tüketime karşı eleştirel duruşla tüketimi olumsuz olarak ele alan yaklaşımlardır. Tüketime yönelik bu eleştirel yaklaşımların temelinde, tüketimin “kapitalist süreçler” içerisinde değerlendirilmesinden türeyen “materyalist” kavrayışlar yer almaktadır (Miller, 2001a). Bu yaklaşımın çerçevesinde saf insanların veya saf toplumsal ilişkilerin meta kültürü tarafından lekелendiği varsayılmakta, üretim ile yaratılan dünyanın tüketim yolu ile kullanılıp atıldığı düşünülmektedir (Miller, 2001a: 227). Tüketimin literatürdeki bu olumsuz betimlenişi aşırı tutucu bir görüş ortaya çıkartmaktadır. Tüketim yalnızca insan ihtiyaçlarını tatmine yönelmiş olduğunda ve gündelik rutin içerisinde değerlendirildiğinde meşru olarak görülür. Bunun dışında kalan tüketim biçimleri, yani temelde gerekli olarak görülmeyen istek ve arzuları tatmine yönelmiş ürün ve hizmetlerin tüketilmesi lüks ve gereksiz olarak nitelenir. Bu durumda tüketim, etik olarak belirsiz güdülerle tahrik edilen ve değersiz, geçici ve esasında anlamsız olan amaçları hedeflemiş yüzeysel bir eylemdir (Campbell, 1994: 20). Bu görüşe göre insanların arzularını tatmine yönelen tüm tüketim eylemleri kötüdür, bunları harekete geçiren güdüler değersizdir ve eğer kişilerin özgün ilgileri varsa bu tarz tüketim süreçleri ile meşgul olmayacakları düşünülür. Buna bağlı olarak tüketim “hırs”, “ihtiras”, “açgözlülük” ve “kıskançlık” gibi en olumsuz insan güdülerinin hüküm sürdüğü bir alan olarak değerlendirilir.

Tüketimin olumsuzlanarak ele alındığı yaklaşım biçimlerinde birey bu tarz tüketim biçimleriyle meşgul olması nedeniyle eleştirilmektedir ancak esas olarak

tüketicileri bu tüketim biçimlerine yönlendiren kitlesel üretim ya da kapitalizmin mantığından kaynaklanan talep yönetimi, özelde ise bu sistem içinde simgesel üretim işlerinde çalışan uzmanlar (pazarlama uzmanları, halkla ilişkiler profesyonelleri veya reklamcılar gibi) süreçten sorumlu tutulur (Marcuse, [1964] 1968; Horkheimer ve Adorno, [1969] 1996; Schiller, [1973] 1993; Packard, 1977; Ewen, 1977, 1988; Illich, [1978] 2002; Bauman, [1987] 2003; Mattelart, [1989] 1995).

Tüketime yönelik bu olumsuz kavramsallaştırmalar, tüketim toplumu ve tüketim kültürüne ilişkin çalışmalara da uzanmaktadır ve genellikle bu kavramların tanımlanması tüketimin eleştirel öncüllerinin üzerine kurulmaktadır. Tüketim toplumunun olumsuz betimlenişi Mike Featherstone'nun (2005) "tüketimin üretilmesi" olarak ifade ettiği, Frankfurt Okulu'nun kitle toplumu ve kitle kültürü tezlerine dayanmakta, bireyleri pasif olarak değerlendirirken, egemen sınıf dışında kalan toplumsal katmanların tepkileri yok sayılmaktadır. Tüketim toplumu ve tüketim kültürüne ilişkin literatürde bu kavramlar, genellikle taşıdıkları iddia edilen homojenleştirme eğilimine vurgu yaparak açıklanmaktadır. Buna göre, tüketim toplumu kapitalist meta birikiminin genişlemesinden doğan, nüfusun ideolojik manipülasyonu ile baştan çıkartılarak, tüketim odaklı arzular yoluyla yönlendirildiği bir toplum olarak ele alınmakta ve tüketim merkezli değerlerin toplumsal yaşamın her alanında yarattığı dönüşümler ile ifade edilmektedir. En basit ifadesi ile tüketim kültürü de tüketim toplumunun kültürü olarak tanımlanmakta ve "simgesel üretim, gündelik tecrübeler ve pratiklerin yeniden örgütlenişinin kitlesel tüketime eşlik etmesi" olarak ele alınmaktadır (Featherstone, 2005: 185).

Diğer taraftan, tüketim, tüketim toplumunun gelişimine yön veren maddesel refah artışının mutluluk ve tatmin sağlamadığı ve hatta yoksulluğu, sömürüyü ve

güvenlik tehdidini arttırdığı, çevre üzerinde baskı yarattığı öne sürülerek, dolaylı yoldan olumsuzlanır (Slater, 1997; Shor, 1999; Borgmann, 2000).

Tüketim konusundaki olumsuz değerlendirmelerin kökenindeki yargıların ahlakçı (moral) eleştirilerden ileri geldiğini iddia eden Daniel Miller’a göre (2001a: 226-227) söz konusu eleştiriler o kadar güçlüdür ki hem eyleyicilerin gerçek tüketim pratiklerine odaklanan çalışmaların gelişmesini engellemektedir hem de tüketimin karmaşık ve çelişkili yapısını hedef alan alternatif eleştirilerin önünü kesmektedir.¹¹

Miller’a göre (2001b: 3) güncel tüketim çalışmalarının önemli bir kısmında hala belirgin etkisi olan moral eleştirilerde, tüketimin “modern kitle tüketimi” olarak ele alındığı eski dönemli çalışmaların önemli katkısı vardır. Bu çalışmalarda kitle tüketiminin toplum ve çevre üzerinde yarattığı olumsuz sonuçlara odaklanarak tüketim olumsuzlanmaktadır. Tüketimin kitle tüketimiyle özdeş kabul edildiği bu çalışmalarda tüketimin olumsuz kavramsallaştırılması günümüz çalışmalarına kaynaklık yaparken, tüketimin bu eleştirel kavrayışların kökenleri Miller’a göre (2001b: 3) modern kitle tüketiminin henüz kökleşmediği dönemlerde yazılan çalışmalara kadar uzatılabilmektedir. Tüketim eylemi “kullanıp atma”, “son verme”, “yok etme süreci” olarak tanımlandığında, dünyayı kuran üretim karşısında toplumun kaynaklarının boşa harcanması olarak değerlendirilmekte ve üretimin tüketime göre üstünlüğünden söz edilerek tüketim eleştirilmektedir. George Ritzer ve Don Slater’a göre de (2001:5) tüketimin olumsuz olarak değerlendirildiği kavramsallaştırmalara hakim olan konum, toplumsal düşüncedeki “üretimci eğilim”dir.

¹¹ Ulrich Beck’e (2001: 262) göre de, tüketim toplumu ve tüketim kültürünün olumsuz değerlendirilişi, düşünce sistemimizi yönlendiren ancak günümüz toplumlarını ifade etmekte yetersiz kalan yaşayan-ölü kategoriler olarak tanımladığı “zombi kategori”lerden biri haline gelmiştir ve insanların bunları deneyimlediği haliyle yeniden tanımlanması gerekmektedir. Aynı şekilde Featherstone (2005) da tüketim kültürüne dair geliştirilen perspektiflerin olumsuz özelliklerinden kurtulup farklı tüketim pratiklerini, farklılaşmış izlerkitle tepkilerini ve malların farklı kullanımlarını ortaya koyan fiili tüketim süreçlerini içerecek şekilde genişletilmesi gerektiğini belirtir.

Raymond Williams (2005: 95) “tüketmek” (consume) kelimesinin İngilizce’deki tüm ilk kullanımlarında, istenmeyen bir anlamı olduğunu; “yok etmek”, “kullanıp bitirmek”, “ziyan etmek”, “harcamak”, “tükenmek” gibi anlamlara geldiğini, ancak 18. yüzyılın ortalarından itibaren burjuva siyasal iktisadının tanımlarında yansız bir anlamla kendini göstermeye başladığını belirtir. Williams’a göre (2005: 95) örgütlü piyasanın yeni başatlığı içinde, hizmetler ve malları yaratma ve kullanma edimleri üretici ile tüketici, üretim ile tüketim gitgide yaygınlık kazanan soyut çiftlerle yeniden tanımlanmıştır ancak tüketmek kelimesi en azından 19. yüzyılın sonlarına kadar istenmeyen yan anlamlarını korumuştur. Kavram ancak 20. yüzyılın ortalarında siyasal iktisattaki özel kullanımından genel ve popüler kullanıma geçmiştir. Üretim bir değer yaratma ve yaratıcı bir etkinlik olarak görülürken, tüketim üretim ile yaratılan kaynakların boşa harcanması süreci olarak kavramsallaştırılmıştır. Dolayısıyla tanımlamaların tarihsel gelişiminden de anlaşılabilceği üzere, tüketim konusundaki çalışmaları hakimiyeti altına alan moral eleştirilerin kökeni Miller’ın da belirttiği gibi, günümüz materyalizmine yöneltilmiş eleştirilerden çok daha derin ve eskidir (2001b:4).

Öte yandan tüketimin olumsuz nitelendirilmesinde yüzyıllar boyu hakim sınıfların tüketime yönelmişliklerinin ve bu tüketim biçimlerine karşı gelişen tepkilerin önemli bir payı vardır. Fernand Braudel ([1986] 2004) endüstri öncesi 15. ve 18. yüzyıllar arasında Avrupa’daki ekonomilerin faaliyet alanını çerçevelemek için gündelik hayatın yapılarına (nüfus, beslenme, kıyafet, konut, teknikler, para ve kentler gibi) odaklandığı *Maddi Uygarlık* çalışmasının birinci cildinde, lükse konu olan malzemeler yüzyıllar içinde değişse de fakirler ile zenginlerin tüketim biçimleri arasında her zaman uçurum bulunduğu işaret etmiştir. Braudel’e göre (2004: 165)

15.yüzyıldan lüksün görece yaygınlık kazandığı 18. yüzyıla gelinceye kadar özellikle Avrupa’da “gerekli olanla gereğinden fazla olan yan yana bulunmakta ve nihayetsiz şekilde zıtlasmaktadır”. Braudel, temel yaşamsal besin maddelerinden yoksun olan alt sınıflar ile beslenme tercihlerinden, konut, giyim ve moda tercihlerine kadar lükse yönelmiş olan ayrıcalıklı sınıfların arasında çeşitli tüketim ürünlerine sahiplik ve bunların kullanım biçimleri açısından çok açık farklılıkların bulunduğunu göstermiştir (2004: 169-302). Toplumsal katmanlar arasında tüketim alanındaki farklılıklar lüks ve sefalet, aşırı bolluk ve yokluk olarak ilk bakışta kolayca fark edilebilir niteliktedir. Werner Sombart’ın ([1912] 1998) endüstri öncesi dönemlerdeki Batı’nın hükümdar sarayları tarafından başlatılan lüksün “modern kapitalizmin başlangıcının mimarı” olduğu görüşüne karşıt olarak Braudel (2004: 168) 19.yüzyıldan ve icraatlarından çok önce çeşitli biçimler altında ortaya çıkan lüksün, bir gelişme unsuru olmaktan çok “boşuna dönen bir motorun, birikmiş sermayesini etkin bir şekilde kullanamayan bir ekonominin işareti” olduğunu düşünür. Sombart *Aşk, Lüks ve Kapitalizm* (1998) adlı çalışmasında, 19. yüzyıla gelinceye kadar endüstri öncesi dönemde lüksün var edilmesi için zenginlik, aşk yaşamının özgürleşmesi, gruplaşmış kitlelerin kendilerini diğerlerine kabul ettirmek için gösterdiği çabalar ve tüketimin yoğunlaşması ile şekillenen büyük kentlerdeki yaşam özellikleri olarak sıralanabilecek tüm koşulların hazır duruma geldiğinden söz etmiş ve kapitalizmin gelişmesinde lüksün öneminin altını çizmiştir. Sombart (1998) bu dönemde Avrupa’daki ayrıcalıklı sınıfların tüketim biçimlerine ilişkin günümüze aktarılagelmiş olan somutluklarının (yapılar, giysiler, araçlar vb), gider tutanakları ve yapı hesaplarının, dönemin çağdaşlarına ait gezi notları ve durum tasvirlerinin,

16.,17., ve 18. yüzyıllara dair geniş kapsamlı anı literatürünün sunduğu malzemelerin üzerinden kanıtlar sunmuştur.

Tüketimin olumsuz olarak ele alındığı günümüz tüketim çalışmalarına kaynaklık eden en önemli çalışma Thorstein Veblen'in ilk kez 1899 yılında daha sonra da yeniden düzenlenmiş olarak 1912'de basılan *Aylak Sınıfının Teorisi* adlı eseridir. Veblen bu çalışmasında, 19. yüzyılda Amerikalı yeni zenginler ile ilgilenmiş, bu grupların Avrupalı aristokrat yaşam tarzını kendi anladıkları şekilde taklit etme eğiliminde olduklarını veya böyle yapmaya çalıştıklarını, ama yanlış anlaşılmalardan yüzünden bazı ilginç sonuçlarla karşılaştığını öne sürmektedir (Bocock, 1997: 27). Veblen ([1899] 2005), toplumdaki üst sınıfların kendilerini alt sınıflardan ayırmak için "gösterişçi tüketim" olarak tanımladığı tüketim biçimlerine yöneldiğini, alt sınıfların ise üst sınıfların tüketimini taklit ettiklerini belirtir. Veblen'e göre (2005) üst sınıflar kendi tüketim kalıpları ve nesneleri taklit edildikçe kendilerine yenilerini yaratarak, ayrımı yeniden kurmaktadır. Gösterişçi tüketimi yönlendiren önde olma güdüsü Veblen'e göre (2005), üst sınıfların tüketimlerine biçim kazandıran önemli bir özelliktir. Gösterişçi tüketim Veblen tarafından savurganlık ve müsriflik olarak görülmüş ve toplumun bütünü için hiçbir fayda taşımadığının altı çizilmiştir. Veblen'nin çalışmasında ele alınan tüketici grubu yeni zenginlerdir. Ancak tüketim alanındaki güncel çalışmaların bir kısmında Veblen'nin gösterişçi tüketim kavramı, toplumun tüm katmanlarına yayılan şekilde tüm tüketim biçimlerini ifade etmek için kullanılmakta, bu bağlamda tüketim olumsuz olarak değerlendirilmektedir.

2. Tüketimin Olumlu Kavramsallaştırılması

Sosyal bilimler alanındaki tüketim çalışmalarına kaynaklık eden ikinci yönelimde ise, tüketimin eleştirel bir bakışla ve çoğunlukla tüketicinin pasif olarak değerlendirildiği ilk yaklaşımın tersine, tüketim olumlu olarak kavramsallaştırılmakta hatta övülmektedir. Bu perspektifteki çalışmalar, ilk yaklaşımda hakim olan tüketim anlayışının, insanların tüketim dünyasıyla aralarında geliştirdikleri farklı türden etkileşimlerin göz ardı edildiği düşüncesi üzerine kuruludur. Dilbilim çalışmaları, post-yapısalcı ve postmodern yaklaşımlardan incelemelerle çeşitlendirilen bu ikinci yönelimdeki çalışmalar, tüketim çalışmaları içinde tüketimin ve tüketicilerin onaylandığı yeni görüşlerin şekillenmesini sağlamıştır (Ritzer, vd. 2001: 415).

İkinci yönelim içinde değerlendirilebilecek kültürel çalışmalar alanında yapılan çalışmaların tüketim ile ilişkisi, tüketim kültürüne de konu olan kültürel pratiklere (giyim-kuşam, görünüş, serbest zaman kullanımı, müzik vb) odaklanması dolayısıyla kurulabilir. Özellikle gençlik ve azınlık alt kültürlerini konu alan çalışmalarda çeşitli alanlardaki tüketimin muhalif özelliklerinin altı çizilmektedir. Kitle kültürünün ve tüketimin tek tipleştirici özelliğine vurgu yapan yaklaşımların aksine bu çalışmalarda, tüketim toplumuna ve tüketime bireysel ya da popüler düzeyde yeniden biçim verilebilir veya direniş gerçekleştirilebilir olarak yaklaşılmaktadır (Chin, 2001: 9). Tüketim alanındaki direnişleri konu alan ilk incelemeler arasında sayılabilecek olan John Fiske (1989, [1987]1999) ve Dick Hebdige'in (1979) çalışmaları, tüketicilerin kitle kültürünü kendi amaçları doğrultusunda yorumlayabileceklerine işaret etmiştir. Hebdige'in punklar, modlar, tedler ve rastalar üzerine yaptığı etnografik incelemede gençlik alt kültürlerinin

tüketim ile ilişkisi, alt kültürlerin muhalif özelliklerinin ortaya konulmasında çeşitli tüketim ürünlerinden ve tüketim biçimlerinden yararlanılması bağlamında ele alınmıştır. Fiske *Popüler Kültürü Anlamak* (1999) adlı kitabında, tüketim ürünlerinin ve kültürel metaların kullanım biçimlerindeki farklılıklara odaklanarak, popüler kültürü bir mücadele alanı olarak kavramsallaştırır. Bu mücadele alanı içerisinde egemenlik altına alma mücadelesi ile bu güçlere direnmek, onlardan sıyrılmak ve onlarla baş etmek için kullanılan popüler taktikler bir aradadır. Bu bağlamda Fiske, yalnızca “dahil etme süreçlerinin izini sürmek yerine, dahil etmeyi sürekli bir zorunluluk kılan popüler ruhu ve yaratıcılığı” araştırır (1999: 33). Böylece ilk yaklaşımda da hakim olan düşünce biçiminde olduğu gibi tüketim alanındaki egemen ideoloji pratiklerinin üzerinde durmak yerine, medya ürünlerine verilen anlamlara, modanın kullanılış ve sergileniş şekillerine, müziğin tüketilişine ve kamusal mekanların kullanılış biçimlerine bakarak, bu ideolojinin kendisini ve değerlerini böyle sert ve ısrarlı biçimde korumasına neden olan gündelik direnişleri ve kaçmaları anlamaya çalışır. Fiske’nin yaklaşımı, direnişi tüketimden alınan bilinçli hazlarda keşfeder (Göker, 1998: 5).

Tüketim alanındaki direnişleri bu çerçevede kavramsallaştıran çalışmalar, tüketim ürünlerinin de aynı metinler gibi çoklu okumalara açık olduğuna yani çok anlamlılığa sahip olduğuna vurgu yaparlar ve bunların anlamlarının sabit olmadığını, tüketicilerin kendi anlamları yaratmakta özgür olduğunu öne sürerler. Frankfurt Okulu tarafından temsil edilen kötümser bakışın tersine bu çalışmalara da direnişin kapsamının ve etkililiğinin abartıldığı yönünde eleştiriler getirilmiştir (Sholle, 1990; Slater, 1997; Miller vd., 1998; Göker, 1998). Bu eleştirilerin üzerinde durduğu temel

konu, bireyin tüketimlerinde aktif olmasının tamamen özgür ve her zaman muhalif olması anlamına gelmediğidir.

Tüketim alanındaki çalışmalara kaynaklık eden ikinci yönelimdeki çalışmalar arasında tüketim pratiklerini gündelik yaşamın merkezine yerleştiren ve tüketim kalıplarıyla belirlenen toplumsal kimliklere dayalı yaşam biçimlerini tüm toplumsal hayatın temel düzenleyici prensibi olarak değerlendiren yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu grup görüşlerde tüketim toplumunun ve tüketim kültürünün tasviri gösterge ve imajlara kaydırılmıştır. Sosyal bilimler literatüründeki postmodernizm tartışmaları içinde yer alan bu yaklaşımlarda tüketim toplumu ile postmodern toplum arasında özdeşlikler kurulmakta ve tüketim üretim süreçlerinden bağımsız olarak inceleme konusu yapılmaktadır. Tüketime ilişkin postmodern görüşlerde üretim-tüketim ilişkisi göz ardı edildiği için tüketim pratiklerinin açıklanmasında “sınıf” modası geçmiş bir kavram olarak değerlendirilir ve incelemelerde yer almaz¹².

Tüketim alanındaki çalışmaları yönlendiren bu iki temel eğilim, her ne kadar farklı türden çalışmaların gelişmesine ve alanın çeşitlenmesine yol açsa da, tüketim pratiklerinin gerçek anlamlarının açıklanmasında yetersiz kalmaktadır. Tüketime olumsuzlanarak veya aşırı olumlanarak kavramsallaştırıldığı çalışmalar, tüketim süreçlerinin gündelik ilişkiler içerisindeki anlamlılığını; kurduğu, geliştirdiği ve sınır çizdiği toplumsal ilişkileri; toplumsal cinsiyet, ırk, sınıf gibi toplumsal eşitsizliklerin tüketim alanında nasıl biçimlendiğini ve bu bağlamda tüketim süreçlerinin birer iletişim vasıtası olarak gördüğü işlevlerin açıklanmasına yeterli katkıyı

¹² Tüketime ilişkin literatürde sınıf temelli açıklamalar giderek önemini yitirmektedir. İleride de değinileceği gibi Pierre Bourdieu'nün tüketim konusundaki tartışması, tüketim davranışı ile sınıf konumu arasındaki ilişkiye odaklanan en ayrıntılı teorik incelemedir. Bourdieu, tüketim pratiklerinde sınıfsal özelliklerin önemine vurgu yaparken bunu doğrudan üretim ilişkilerindeki sınıfsal konumlarla açıklamaz. Tam tersine ortak sınıfsal konumdan insanların sahip olduğu farklı tüketim pratiklerine dikkat çeker (Warde, 1992: 15).

sunmamaktadırlar. Bu çerçevede tüketimin nötr olarak ele alındığı ve tüketimin kendisinin olumlu ya da olumsuz değerlendirilmediği fakat onun aracılığı ile kurulan ilişkilere ve gündelik tüketim pratiklerine odaklanan, tüketimi daha kapsamlı bir boyutla ele alan çalışmaların sayısı oldukça sınırlı olsa da son yıllarda giderek artmaktadır¹³.

3. Olumlu ve Olumsuzun Ötesinde Tüketim

Özellikle 1979'da yayımlanan iki önemli çalışma alanda bu türden farklı kavramsallaştırma biçimlerine sahip incelemelerin gelişmesine önemli katkılar sunmuşlardır (Miller, 2001: 8). Bu çalışmalardan ilki Mary Douglas ve Baron Isherwood'un ([1979] 1999) *Tüketimin Antropolojisi* adlı kitabıdır. Bu çalışmada Douglas ve Isherwood, tüketimi ve tüketim toplumunu kınayan ahlakçı eleştirilere ve özellikle tüketimin iktisat teorisindeki yorumlanma biçimlerine karşı çıkarak, tüketimin bu kavramsallaştırma biçimlerinde ele alındığından çok daha karmaşık bir süreç olduğunun altını çizerler. Yazarlara göre, tüketim “toplumsal sürecin içine yerleştirilmeli”, “başka insanlarla ilişki kurmaya ve bu ilişkinin kurulabilmesi için dolayım kuran malzemelere sahip olmaya dönük toplumsal ihtiyacın parçası olan çalışma güdüsünü açıklayan aynı toplumsal sistemin bütüncül parçası olarak” görülmelidir (Douglas ve Isherwood, 1999: 8). Douglas ve Isherwood tüketimin bir iletişim sistemi olarak işlev gördüğünü anlatır. Douglas ve Isherwood'a göre (1999: 89) mallar, sınıflandırma yapmaya yarayan kategoriler anlamında işaretleme için kullanılır. Yazarların kullandığı işaretleme kavramı, kişisel olmaktan ziyade kamusal

¹³ Sage Publications tarafından 2001 yılından beri yayımlanan *Journal of Consumer Culture* dergisi bu yönelimdeki tüketim çalışmalarının gelişimine önemli katkılar yapmaktadır. Derginin editörleri George Ritzer ve Don Slater ilk sayıdaki “Editorial” makalesinde derginin amacının tüketim ve tüketim kültürüne ilişkin yeni tartışmaların ve yeni kavramsallaştırma biçimlerinin gelişmesini sağlamak olduğunu belirtmişlerdir (Ritzer ve Slater, 2001: 8).

bir kullanıma gönderme yapar. Mallar, tüketimi birlikte yapanların anlaşılmasıyla değer kazanırlar. Mallar kullanılıp, sarf edilirken diğer yandan toplumsal ilişkilerin kurulmasına ve bu ilişkilere sınır çizilmesine de yarar. Fiziksel tüketimden haz alma tüketimin sadece bir boyutudur, diğer boyutta ise tüketim ürünlerinin birer damga olarak kullanılması ve bunun paylaşılması yoluyla tüketimden haz alınması bulunmaktadır (1999: 90). Douglas ve Isherwood bu görüşlerinin açıklanmak için spordan örnek verirler:

Bazı insanlar tenis oynarlar, bazıları Wimbledon'a gider, bazıları da televizyonda seyreder. Futbolu alın, ya da kriketi: Bu oyunların tutkunları, bir isimler yumağını kafalarında içselleştirir. Unutulmaz zaferleri, kepaze malubiyetleri ve beraberlikleri bilir; tarihi maçlar, iyi hakemler, büyük kalabalıklar, coşku verici kaptanlar, iyi ve kötü seneler, günümüz ve eski günler hakkında konuşmaya bayılır. Bir başka heveslinin, kendi aralarında mümkün olan büyük paylaşımı başlatmak için iki kelime mırıldanması yeterlidir. İsimleri paylaşmanın bu hazzı, uzun süren bir zaman, ilgi ve para yatırımlarının bir ödülüdür (Douglas ve Isherwood, 1999: 90).

Douglas ve Isherwood (1999: 92) tüketimi bir bilgi sistemi olarak ele alarak, kültürlü bir kişinin ustalığını sahip olduğu bilginin genişliğini genel bir bakış noktasında bütünleştirebilmesiyle açıklarlar. Bu bağlamda, kültürlü kişi bilgilerini doğal bir ustalıkla sentezleyen kişidir, yani ustalık enformasyonun “değişen her duruma uygun bir şekilde ve doğal bir kolaylıkla kullanımını ve tüketimini de bilmeyi gerektirir” (Featherstone, 2005: 43). Yazarların bu bakış açısı, yüksek kültür ürünlerinin tüketimi ile sıradan ve gündelik tüketim ürünlerinin kullanım ve tüketim biçimlerinin birbiriyle ilişkili olduğunu ifade etmektedir.

Douglas ve Isherwood (1999: 108) tüketici talebini yönlendiren etmenleri açıklarken, talebin sadece malların fiziksel özelliklerinden kaynaklanmadığını,

insanların başkalarıyla iletişim kurabilmek ve etrafında olanları anlamlandırmak için mallara ihtiyaç duymalarıyla gerçekleştiğini belirtirler. Bu anlamda tüketim bir bilgi sistemi olarak, bu enformasyona sahip olanlarla olmayanlar arasındaki rekabeti de oluşturmaktadır. Yazarlar, tüketim sınıflarının belirlenmesinde genel olarak iktisat alanında ele alındığı şekliyle, harcama alışkanlıklarını meslek ve gelir gruplarına bağlayarak açıklamanın yetersizliğinden söz ederler ve malların toplumsal kullanımlarına bakılarak yapılacak bir sınıflandırmanın, tüketim örüntülerinin ortaya konulmasında çok daha etkili olacağını öne sürerler (Douglas ve Isherwood, 1999: 183–185). Bu anlamda tüketimlerine göre tanımlanan üç temel mal dizisi bulunmaktadır (185): Bunlardan ilki ana üretim sektörüne denk gelen temel ürünler (örn; temel besin maddeleri) grubu; ikincisi, ikincil üretim sektörüne denk gelen bir teknoloji grubu (örn; seyahat ve tüketicinin sermaye donanımı); üçüncüsü ise üçüncül üretime denk gelen bilgi grubu (örn; tiyatro, konser biletleri, eğitim) mallarıdır. Bu üç grup mal, bunların kullanıcısı olan toplumsal sınıfları ifade etmektedir. Bu durumda yoksulların harcamaları temel ürünler dizisiyle sınırlı kalırken; üst sınıf bilgi malları ve hizmetlerini değerlendirme becerisine sahip olarak, daha çok gelir getiren işlere sahip olabilmeyi gerektiren vasıfları da elde eder, böylece tüketimden istihdama bir geri dönüş gerçekleştirirler (1999: 188). Ancak bu ayrıcalıklı konumlarını koruyabilmek için sürekli olarak kültürel ve simgesel sermaye yatırımlarını devam ettirmek durumundadırlar. Douglas ve Isherwood (1999: 187), bilgi mallarını değerlendirme becerisi daha yüksek kazancında yolunu açan bir vasıf olduğu için, bilgi sınıfındaki malları elde etme rekabeti yüksek kabul bariyerleri ve etkili dışlama tekniklerini de ürettiğini belirtirler.

Tüketim ürünlerinin birer iletişim sistemi işlevi görerek, toplumsal farklılıkların işaretlenmesinde etkin olarak kullanılması üzerinde duran ve tüketim pratiklerinin toplumsal anlamlılığını konu edinen diğer çalışma ise Pierre Bourdieu'nün ilk kez Fransızca olarak 1979 yılında yayımlanan *La Distinction: Critique Sociale du Judgement* (*Distinction: A Social Critique of Judgement of Taste*, 1984)¹⁴ adlı çalışmasıdır. Bourdieu'nun bu çalışması ile Douglas ve Isherwood'un çalışması arasında özellikle tüketim ürünlerinin toplumsal anlamlılığını tartışmaları bakımından birtakım paralellikler kurulabilse de, Bourdieu'nün çalışması gerek ampirik gerekse kuramsal açıdan daha zengindir ve tüketim alanında yapılan çalışmalara etkisi bu oranda çok daha büyük olmuştur.

Kent yoksulu gençlerin tüketim pratiklerinin ve tüketimle kurdukları ilişki biçimlerinin anlamlandırılmasında, tüketimi olumsuzlayarak ya da aşırı olumlayarak ele alan yaklaşımların katkısı oldukça sınırlıdır. Her iki perspektif de kent yoksulu gençlerin tüketim dünyasına nasıl ve neden katıldıklarını anlamlandırmada yetersiz kalmaktadır. İnsanların tüketim dünyasıyla girdikleri ilişki biçimleri, onların yalnızca tüketim nesneleriyle olan ilişkileri bağlamında kavranamaz. Tüketim gündelik yaşama ve toplumsal ilişkilere gömülüdür. Bu süreç içerisinde bireyler gerek tüketim nesneleriyle gerekse birbirleriyle ilişki içindedirler. Tüketim bu ilişkilerin kurulmasında ve biçim kazanmasında etkili olarak, bir dizi özerk ekonomik etken sonucunda yerleşmiş olan farklılıkları ifade etmeye değil, toplumsal gruplar arasında farklılıklar oluşturmaya yarayan toplumsal ve kültürel uygulamalar dizisi olarak kabul edilebilir (Bocock, 1997: 71). Bu bağlamda gündelik hayat, tüketim süreçleri açısından karmaşık ilişkilerle doludur. Kent yoksulu gençlerin fiili tüketim

¹⁴ Bu çalışmada Pierre Bourdieu'nün *La Distinction: Critique Sociale du Judgement* (1979) eserinin İngilizce çevirisi (1984) kullanılmıştır. İlerleyen bölümlerde kitaptan kısaca *Distinction* olarak bahsedilecektir.

pratiklerinin incelenmesi, belirli tüketim biçimlerinin “gösterişçi tüketim” olarak değerlendirilip önemsizleştirilmesinin ötesinde, bu sürece dahil olan gençler açısından ne anlama geldiğinin ortaya çıkartılması için önem taşımaktadır. Böylece tüketimin gündelik ilişkiler açısından taşıdığı anlama odaklanan, toplumsal eşitsizliklerin tüketim alanında nasıl biçimlendiğinin, tüketim ürünlerinin farklı kullanımlarının ve bunun toplumsal anlamlarının üzerinde duran bu türden bir yaklaşımda, kent yoksulu gençler manipüle edilebilir edilgen kişiler olarak değil, dünyaya anlam veren eyleyiciler olarak değerlendirilmektedir ve onların tüketim pratiklerinin özgüllüğünün ortaya çıkartılması hedeflenmektedir.

Pierre Bourdieu’nün tüketim ve beğeni kalıplarını incelediği *Distinction: A Social Critique of Judgement of Taste* (1984) adlı çalışması, tüketimin yukarıda çerçevesi çizildiği şekliyle analiz edilebilmesi için işlevsel kavramsal araçlar sunmaktadır. Tartışmanın merkezi insanların neden tükettiklerinden neden belli şekillerde tükettiklerine kaydırıldığında ve tüketimin toplumsal ilişkiler bağlamında anlamının ortaya çıkarılması hedeflendiğinde Bourdieu’nün yaklaşımı tüketim incelemeleri açısından oldukça ufuk açıcıdır.

Bourdieu’nün incelemesi tüketim konusundaki sosyolojik araştırmaların gelişmesinde önemli rol oynamıştır.¹⁵ Tüketim sürecini yönlendiren mekanizmanın “ayrım” (distinction) üzerindeki mücadeleler etrafında temellendiği görüşünü ortaya

¹⁵Bourdieu’nün yaklaşımı, tüketim konusunda çalışan Mike Featherstone [1991] 2005; Daniel Miller (1995, 1998); Alan Warde (1992, 1997, 1999 Martens ve Olsen’la birlikte, 2002 Tampubolon’la birlikte-), Mike Savage (1996, 2005 Bennet’le birlikte-) üzerinde etkili olmuştur. Bu yazarların katkısıyla tüketim incelemeleri özellikle İngiltere merkezli olarak farklı boyutlarda ele alınmaya başlanmıştır. Örneğin İngiltere’de Economic and Social Research Council bünyesinde bir grup araştırmacı (Tony Bennett, Mike Savage, Elizabeth Silva ve Alan Warde) “Cultural Capital and Social Exclusion: A Critical Investigation” başlıklı bir araştırma projesi yürütmektedirler. Burada Bourdieu’nün kavramlarından yararlanarak, onun *Distinction*’da yaptığı analize benzer analizleri çeşitli kültürel alanlarda sürdürmektedirler. (Bennet et al, 2005; Savage et al, 2005). Ayrıca Lamont (1992), Peterson ve Kern (1996), Brynson (1996) ve Ericson (1996) Bourdieu’nün yaklaşımını farklı bağlamlarda ele alarak onun ulaştığı sonuçları yeniden düzenleyen ve tartışan yazarlardan bazılarıdır (Warde, Martens ve Olsen, 1999: 110).

atan Bourdieu'nün *Distinction*'daki yaklaşımı, konuya ilişkin tartışmalara yeni bir çerçeve sağlamıştır. Burada yazar, farklı tüketim biçimlerinin mücadele ve çatışmalarla nasıl bağlantılı olduğunu ampirik ve teorik olarak ortaya koymuştur. Brian Longhurst ve Mike Savage'a (1996: 274) göre Bourdieu'nün çalışmasının kritik önemi, analizinin tüketim süreçlerini Marxist ve Weberci sosyologların geleneksel vurgularıyla – sınıf, statü, toplumsal kapanma – ilişkilendirmesine olanak sağlamasından ve aynı zamanda bu teorik görüşleri kültürel medyanın karmaşıklığına ve farklı kültürel alanların özgüllüklerine duyarlı şekilde yeniden çerçevelemesinden ileri gelmektedir.

Longhurst ve Savage (1996: 277) Bourdieu'nün bu incelemesinin tüketim araştırmaları açısından iki farklı yönelim meydana getirdiğini söylerler. Geniş düzeyde tüketim sosyolojisi, herhangi bir toplumsal ortamdaki tüketim pratiklerini ve kültürlerini incelemeye yönelmiştir. Çalışmalarda bu toplumsal ortamlar, küçük ölçekli toplumlardan Batı'da yirminci yüzyılının sonlarındaki “hiper-modern” toplumlara kadar uzanmaktadır. Daha dar bir düzeyde ise Bourdieu'nün çalışması tüketim sosyolojisinde, Frankfurt Okulu'nun kitle kültürü analizinden türeyen ancak 1980'lerdeki büyük çaplı ekonomik ve toplumsal dönüşümlerle yeni bir boyutla ele alınan tüketim kültürüne ilişkin daha özgün iddiaların ve düşüncelerin geliştirilmesine yardımcı olmuştur. Bu bağlamda tüketimin toplumsal ve kültürel anlamı konusunda daha kapsamlı görüşler geliştirilmiştir. İkinci grup yönelimdeki görüşler en ayrıntılı haliyle postmodernizm konusundaki incelemelerde tartışılmıştır.

1980'lerde İngiltere'de tüketim kültürü üzerine çalışan Mike Featherstone ve arkadaşları görüşlerini özellikle *Theory, Culture and Society* dergisinde dile getirmişlerdir (TCS, 1983). İlk zamanlarda temel olarak Frankfurt Okulu'nun ve

Baudrillard'ın erken dönem çalışmaları bağlamında tüketim kültürünü kavramsallaştıran Featherstone, *Distinction*'ın 1984'te İngilizce'ye çevrilmesini ve bu incelemeye ilişkin ikincil literatürün de gelişmesini takiben tüketimciliğe ve tüketim kültürüne dair görüşlerini Bourdieu'nün çalışmasının katkılarıyla yeniden ele almıştır (Longhurst ve Savage, 1996: 278) ve böylece Bourdieu'nün tüketim çalışmalarında kullanımına yaygınlık kazandırmıştır. Featherstone (2005), Bourdieu'den yararlanarak tüketim kültürüne ilişkin o zamana kadar üzerinde durulmamış olan üç farklı tema geliştirmiştir: İnsanlar kitle toplumu kuramcılarının iddia ettiği gibi pasif tüketiciler değil, tüketim pratiklerine aktif olarak katılan eyleyicilerdir; bu türden aktiflikler sınıf stratejileri ve habituslarıyla ilişkilidir ve dolayısıyla tüketiciler homojen “kitle”nin bir parçası değildirler; ve “hayat tarzı” kavramı tüketim kültürlerinin dinamiklerini anlamak için kullanılabilir (Longhurst ve Savage, 1996: 278–279). Bu üç temanın yanısıra Bourdieu'nün *Distinction*'da önemle üzerinde durduğu “yeni kültür araçları” olarak adlandırdığı yeni orta sınıfa ait grup, tüketim kültürünün yaygınlaştırılmasında ve yeni biçimlerinin geliştirilmesinde oynadıkları roller bağlamında tüketim incelmelerinde sıklıkla konu edilmişlerdir (Lash, 1990; Lash ve Urry, 1993; Featherstone, 2005).

Bourdieu'nün incelemesi, tüketim sosyolojisinde belirtilen iki yönelimin geliştirilmesine katkı yaparken aynı zamanda konuya ilişkin yerleşik perspektiflerin de aşılmasını sağlayarak tüketim alanındaki çalışmalara kaynaklık etmiştir ve bu durum Bourdieu'yü alandaki çalışmalar içerisinde ayrıcalıklı bir yere yerleştirmiştir. Bunun en önemli nedenlerinden biri konuya ilişkin ekonomi odaklı yaklaşımların tüketim tercihlerini ve beğenileri tamamen bireysel seçimler olarak ele almasına karşıt olarak, Bourdieu'nün tüketim tercihlerindeki ve beğenilerdeki toplumsal

karakterin ve sınıfsal özelliklerin altını çizmesidir. Bourdieu’ya göre kişilerin sınıfsal pozisyonları ve toplumsal konumları beğenilerini etkilerken, beğeniler de kişilerin sınıfsal pozisyonlarını güçlendirir. Bu anlamda, kültürel ürünlerdeki beğeni bir sınıfsal “damga” işlevi görmektedir (Bourdieu, 1984: 2). Tüketim odaklı incelemelerde sıklıkla atıf yapılan, Bourdieu’nün “beğeni sınıflandırır, sınıflandırıcıyı sınıflandırır” ifadesi, bir yandan tüketim ve hayat tarzına ilişkin tercihlerde içselleştirilmiş, sınıfsal olarak ayırım yapan yargıların var olduğuna, öte yandan kişilerin beğeni yargılarının da kişiyi tanımladığına ve sınıflandırdığına gönderme yapar. Toplumsal özneler, kendi sınıflandırmalarıyla sınıflandırılır ve kendilerini yaptıkları ayrımlarla ayırt ederler (Bourdieu, 1984: 6).

Öte yandan, Bourdieu’nün “tüketimin kültürel doğasına” (Slater, 1997: 159) ilişkin geliştirdiği kavramsallaştırma ve “kültürün tüketiminin” sınırlı ifadesini antropolojik anlamıyla genişleterek ele almasından dolayı tüketim çalışmalarında önemli bir yere sahiptir¹⁶. Bourdieu’nün *Distinction* adlı çalışmasındaki amacı, “yüksek” kültür pratiklerinin (müze ziyaretleri, konsere gitmek, okuma) yanı sıra, hayat tarzları ve tüketim tercihlerindeki (yiyecek, içecek, giysi, otomobil, roman, gazete, dergi, tatil, hobi, spor, boş zaman uğraşısı) meşru beğenilerin toplumsal alanının haritasını yapmak (Featherstone, 2005: 149) ve böylece tüketilen kültürel ürünlerin ve bunların tüketilme tarzlarının, eyleyici kategorilerine göre nasıl farklılık gösterdiğini belirlemektir. Bourdieu (1984) incelemesinde, “temel tüketim kalıplarının sosyo-kültürel kimliklerin gelişimindeki önemine” (Bocock, 1997: 99),

¹⁶ Bourdieu, kültürel pratikleri anlayabilmek için “kültürü” antropolojik anlamına kavuşturmak gerektiğini ve en rafine beğenilerin ayrıntılarını yemek tadımın basit beğenisiyle birleştirerek ele almak gerektiğini söyler (1984: 1).

özellikle “beğeni dinamiklerine” ve “tüketim pratiğinin mantığına” (Rocamora, 2002: 34) odaklanarak dikkat çekmektedir.

Don Slater’a göre (1997: 159), Bourdieu’nün çalışmasının tüketim konusundaki incelemeler için taşıdığı önem özellikle onun tüketimin kültürel doğasını sadece göstergelere indirgeyerek kavramsallaştırmamasından, bunu geliştirdiği “eylem kuramı” (theory of practice) aracılığıyla, kişilerin beğenilerinin toplumsal düzendeki yerlerini korumak ya da geliştirmek için birer kaynak olarak ele almasından ileri gelmektedir. Slater’a göre bu süreci anlamadaki temel kavram “ayrım”dır (distinction). Ayrım kavramı, Bourdieu’nün incelemesi açısından hem şeyler arasında ayrım yapmayı mümkün kılan sınıflandırma şemaları anlamını, hem de bu şeyler ve onların anlamları aracılığıyla hiyerarşik toplumsal ilişkilerde yaratılan ayrım anlamını taşımaktadır.

Bourdieu’nün (1984) çalışması, toplumsal öznelerin, tüketim mallarına ve hayat tarzı tercihlerine ilişkin olarak, bunları anlamaya, sınıflandırmaya ve kullanmaya yarayan beğeni ve ayrım yapma yargısını -ya da yeterliliğini- nasıl kazandıklarını göstermek açısından da tüketim çalışmaları için önem taşır. Beğeni ve ayrım yapma yargısı, tüketim mallarının taşıdığı farklı simgesel anlamların çözümlenmesinde kendisini gösterir. Bourdieu, bu süreci anlaşılabilir kılmak için kültürel sermaye, simgesel sermaye ve habitus gibi kavramlara başvurur. Bourdieu’nün sadece *Distinction*’da değil, diğer tüm çalışmalarında geliştirdiği alan, sermaye (kültürel, ekonomik, sosyal, simgesel), pratik, habitus gibi kavramlar tüketim çalışmaları için oldukça işlevseldir. Ayrıca, Bourdieu, tüketim ürünlerinin toplumsal farklılıkların işaretlenmesi amacıyla nasıl kullanıldığını ve böylece iletişim vasıtası olarak nasıl iş gördüğünü inceleyerek (Featherstone, 2005: 43), tüketim

ürünlerinin taşıdığı simgesel anlamların çözülmesi bağlamında, tüketim çalışmaları için bir çerçeve sunar.

Bourdieu'nün tüketim konusunda geliştirdiği teorik yaklaşımı ve alandaki çalışmalara yaptığı katkılar bir bütün olarak değerlendirildiğinde, tüketim çalışmalarına hakim olan ve gerçek tüketim pratiklerinin anlamlarının açıklanmasında yetersiz kalan, üç temel perspektife karşıt olduğu savunulabilir. Bu yaklaşımlardan ilki tüketimin ekonomi disiplini içinde kavramsallaştırıldığı ekonomik yaklaşımlardır. İkincisi tüketimin üretilmesi üzerinde duran ve literatürde tüketimin olumsuz kavramsallaştırma biçimlerine de etki eden Frankfurt Okulu düşünürlerinin görüşlerinden oluşan perspektiftir. Üçüncü perspektifi ise, tüketimin fenomenlerine ya da göstergelerine eğilen ve tüketimi imajlar boyutu ile ele alan postmodern yaklaşımlar oluşturur.

B.Tüketime İlişkin Diğer Yaklaşımlar

1. Rasyonel Tüketici Olarak İnsan: Tüketime İlişkin Ekonomi Odaklı

Yaklaşımlar

Ekonomi disiplini içerisinde tüketimin kavramsallaştırılması, özellikle neo-klasik ekonomi politik temelli yaklaşımlarla öne çıkmıştır. 1870'lere kadar ekonomi literatürüne hakim durumda olan klasik ekonomi politik literatüründe tüketimin ele alınış biçimi, uzun süre değişmeden kalmıştır. Bu tarihten itibaren ekonomi teorisinde klasik ekonomi politiğin yerini alan neo-klasik yaklaşımlar, tüketime ilişkin daha kapsamlı açıklamalar getirmeye çalışmışlardır. Neo- klasik ekonomi politiğin tüketimi kavramsallaştırma biçimi temel olarak arz ve talep dengeleri üzerine kuruludur. Tüketim bu yaklaşım çerçevesinde, farklı değişkenleri kullanan

fakat aynı temel öncüllere sahip kuramlarla açıklanmaya çalışılmıştır. Neo-klasik ekonomi politik, ekonomi teorisi içerisinde günümüze kadar gelişmeyi sürdürmüş ve etkililiğini korumaya devam etmiştir.

Ekonomi rasyonel ekonomik birey ve bu onun atomize edilmiş bireysel davranışları üzerine kurulu bir disiplindir (Fine, 1995; Fine ve Leopold, 1993). Ekonomi disiplini içindeki “homo-economicus” figürü, kendi çıkarlarını rasyonelce takip eden tüketicidir (Slater, 1997). Neo-klasik ekonomi politiğin tüketime yaklaşımının altında yatan temel davranışsal varsayım, bireyin faydasını azamileştirmesi motividir. Bireyin bunu gerçekleştirebilmesini belirleyen ise sahip olduğu gelir ile tüketim mallarının fiyatlarıdır. Tüketicinin verili beğenileri ve tercihleri vardır ve temel motivasyonu mevcut verili gelir düzeyinde mümkün olan en fazla faydayı yakalamaktır. Bunu geliri ve malların fiyatları dahilinde, en uygun mal sepetini seçerek gerçekleştirir. Neo-klasik ekonomi politikte tüketim kuramı, talep kuramı olarak şekillendirilmiştir (Fine ve Leopold, 1993).

Tüketicinin hakim bütçe ve fiyat sınırlılıklarına tabi olan fayda azamileştirilmesi ile esas olarak belirlendiği görüşü, farklı modeller ve ekonometrik analizlerin temelinde yer alan ortak bir varsayımdır (Fine ve Leopold, 1993). Fayda azamileştirilmesi tüketici davranışının esas hareket noktasıdır. Rasyonel tüketici faydasını optimum seviyede tutmaya çalışır. Böylece faydayı maksimize etmeyen tüm davranışlar irrasyonel olarak değerlendirilir ve analizlerde kapsam dışı tutulur. Tüketici tercihleri de yine fayda fonksiyonu ile sınırlandırılmıştır.

Neo-klasik ekonomide tüketici pazara girmeden ne istediğini bilen kişidir. Diğer bir deyişle, tüketicilerin halihazırda belirlenmiş ve tanımlanmış olan arzularının tatminini nasıl azamileştireceklerini hesapladıkları varsayılır. Buradaki

tüketicinin rasyonel tercihleri, ürünlerden elde edilebilecek tatminlerin doğasından değil, hesaplamaların mantıksal yapısından ileri gelmektedir (Slater, 1997).

Fine'a göre (1995: 129) ekonomi teorisinin dayandığı temel öncüller tüketim konusunda geliştirilebilecek yenilikçi bir girişimi kırılğan hale getirmektedir. Fine bu görüşünü iki kuramdan verdiği örnekle açıklar¹⁷. Bunlardan ilki James S. Duesenberry'nin geleneksel fayda teorisine ve burada kavramsallaştırılan bireyci ve atomize tüketici modeline karşı hücumudur (Fine, 1995: 130; Douglas ve Isherwood, 1999: 61). Duesenberry (1949), *Income, Saving and the Theory of Consumer Behaviour* adlı çalışmasında, her bireyin tüketim davranışının, öbürlerinden bağımsız olduğu varsayımını ve tüketim kararlarının zamanla tersine çevrilebilir olduğu varsayımını eleştirir (Douglas ve Isherwood, 1999: 61). Douglas ve Isherwood (1999: 61), Duesenberry'nin bu varsayımları eleştirmesinin temel nedeninin, mevcut teorisinin tasarruf davranışını açıklamadaki yetersizliğinden kaynaklanan ilgi odağındaki değişiklikten ileri geldiğini belirtir. Böylece Duesenberry, çok uzun zamandan beri, psikolojik bir teori yerine sosyolojik bir teori arayan ilk iktisatçı olmuştur.

Duesenberry tarafından geliştirilen “nispi gelir hipotezi” yaklaşımına göre, bireylerin tüketim kararları birbirinden bağımsız değildir ve bu bağlamda her bireyin tüketim düzeyinin, o bireyin ait olduğu gruptaki nispi gelir durumuna bağlı olduğu; kişinin ait olduğu gruptaki nispi gelir durumu değişmedikçe, gelirden tüketime tahsis ettiği kısmın da değişmeyeceği kabul edilir (Ünsal, 2003: 421). Tüketicinin tasarruf eğilimi buna göre, mutlak gelir düzeyine göre değil, tüketicinin içinde yer aldığı

¹⁷ Fine, bu örnekleri ekonomi disiplini içinde kalıp, temel varsayımlara denk düşmeyen teorilerin de geliştirilebileceğini göstermek için verir. Ancak fayda maksimizasyonu, gelir-fiyat optimizasyonu ve rasyonel ekonomik tüketici öncülleri sabit kaldığı sürece, ekonomi teorisinde tüketim kavramsallaştırması dar sınırlara hapsolacaktır.

nüfusun gelir dağılımındaki göreceli konumu ile ilişkili olmaktadır (Douglas ve Isherwood, 1999: 62). Böylece Duesenberry, reel gelirdeki değişimlerin uzun bir dönem boyunca tüketim oranları üzerinde küçük bir etkisi olmasının nedenini açıklamış olur. Nispi gelir hipotezinin ikinci varsayımı, iktisadi dalgalanma nedeniyle (kısa dönemde) gelir değiştiğinde, tüketim sadece cari gelire göre değil, önceki dönemlerin en yüksek gelir düzeyine bağlı olarak da değişmesidir (Ünsal, 2003: 422). Duesenberry'e göre gelirin düştüğü durumlarda, kişiler tüketimlerini kısmak yerine öncelikle tasarruflarını kısmakta ve tüketim düzeylerini belli bir süre koruyabilmektedirler. Bu yönüyle nispi gelir hipotezi kısa ve uzun dönem zaman serilerine dayalı bulgular arasındaki çelişkiye açıklık getirmiş olur¹⁸ (Ünsal, 2003: 422).

Douglas ve Isherwood (1999: 62), Duesenberry'nin kuramını tüketicilerin sürekli harcama baskısı altında olduğu türden bir toplum tasvirinden kurduğunu belirtir. Geliri görece yüksek bir insan, toplumsal olarak kendisine dayatılan tüm zorlukları yerine getirilebilecek ve tasarruf için bir bakiyeye sahip olacaktır. Geliri düşük olan kişi ise bu baskıları karşılayamayacak ve tasarruf edemeyecektir.

Duesenberry'nin yaklaşımına iktisatçılar fazla önem atfetmemişlerdir. Bunun nedeni ise yaklaşımda tercihlerin dışsal olarak ele alınması (model dışında belirlendiği görüşü), yaklaşımın toplumsal süreçlerle ilişkilendirilmesi (Fine, 1995: 130) ve tüketici fayda maksimizasyon davranışına dayalı bir biçimde geliştirilmemiş olmasından kaynaklanmaktadır (Ünsal, 2003: 422). Bu yaklaşım yerine, Milton

¹⁸ Duesenberry, tüketim oranının gelirdeki değişimlerden etkilenirliği konusunda Keynes'e karşı çıkar (Douglas ve Isherwood, 1999: 62). Duesenberry'nin nispi gelir hipotezi, Keynes'in mutlak gelir hipotezinin temel varsayımlarından biri olan, insanların gelirleri arttıkça tüketimlerini arttırma (gelirdeki artıştan oransal olarak daha az) eğiliminde olmalarını açıklayan temel psikolojik kanunun açıklama gücündeki yetersizlikleri bertaraf etmektedir. Böylece gelir düzeyindeki artışın tüketim düzeyindeki artışa eşlik etmesi kısa ve uzun dönemlerde farklı olması açıklanmış olur.

Friedman'ın "sürekli gelir hipotezi" tercih edilmiştir. Friedman'ın teorisinde bugünkü tüketimin sürekli gelire bağlı olduğu ortaya konur ve bu yaklaşım verili tercihlerdeki tüketicilerin optimizasyon davranışı ile tutarlıdır (Fine, 1995: 130; Ünsal, 2003: 423). Aynı zamanda tüketim ve tasarruf arasındaki tercihlerin rasyonel olarak yapıldığını iddia etmesi açısından katı bir iktisadi yaklaşımdır (Douglas ve Isherwood, 1999: 64).

Fine'nın (1995: 131) verdiği ikinci örnek, Stigler ve Becker'in (1977) yaklaşımına ilişkindir. Stigler ve Becker, tüketim yoluyla kazanılan kümülatif tecrübenin üzerinde durur ve optimize edilmiş rasyonelliğin buradan kaynaklandığını belirtir. Tüketim yoluyla öğrenme süreci bulunmaktadır. Bu arka plan, neden bazı alışkanlıkların kişisel refahı tehdit etmesine rağmen yapıldığını açıklamaktadır. Aynı zamanda bu açıklama daha zengin tüketicilerin tüketim davranışını da açıklamaktadır. Onların tercihlerinin farklı olmasının arkasında yatan neden Stigler ve Becker'e göre, sahip oldukları farklı tüketim deneyimlerinden kaynaklanmaktadır (Fine, 1995: 131).

Ekonomi disiplini içerisinde tüketime yönelik açıklamalar dayandıkları dar motivasyonel ve davranışsal hesaplar nedeniyle tüketici davranışına ilişkin anlayışa yeterli katkı yapamamıştır. Katı varsayımları kıran sınırlı sayıdaki yaklaşımlar ise hiçbir zaman alternatif oluşturabilecek kadar teorik bir çerçeve kazanamamışlardır (Fine ve Leopold, 1993: 46). Tüketici davranışına yönelik kavramsallaştırmadaki eksiklikler her ne kadar ayrıntılı istatistiki ve matematiksel tekniklerle örtülmeye çalışılsa da, dayarılan temel öncüller ekonominin diğır disiplinlerle olan bağıını güçsüzleştirir ve işbirliğini zora sokar (Fine ve Leopold, 1993: 47).

Tüketici davranışının ekonomik yaklaşımları, talebi belirleyen rasyonel ve sistematik belirleyiciler üzerinde durup, diğer motivleri ve davranışsal özellikleri kapsam dışı tutarak temellerini meşrulaştırmaktadır. Ekonomi tüketici davranışının diğer yönlerinin başka disiplinlerin konusu olduğunu belirterek ve fayda gütmeyen ya da faydayı azamileştirme amacıyla olmayan her tür davranışı irrasyonel olarak tanımlayarak disiplinlerarası açıklamaların gelişimini de engellemiş olur (Fine ve Leopold, 1993: 48).

Tüketicilerin fayda motivleri ile rasyonel olarak hareket ettikleri varsayımı, Slater'a göre (1997) toplumsal veya kültürel anlamda bir "tüketici davranışı" olmaktan ziyade insan davranışını açıklamaktadır (praxeology). Ekonomi disiplini bireysel tercihleri merkeze aldığını iddia etse de ne bu tercihlerin niteliği, ne nasıl oluştukları ya da değiştikleri ayrıntılandırılmaz. Aynı zamanda, tercihlerin kökeninde yer alan fayda fonksiyonu da netleştirilmez. Faydanın tanımı belirsizdir. Bireylerin kendi çıkarlarını, arzularını bilip onlar doğrultusunda hareket ettiği varsayılırken bunların nasıl oluştuğu ya da nasıl düzenlendiği açıklık kazanmadan kalır. Yalnızca bunların hesaplı biçimde takip edildiği ifade edilir. Arzuların veya ihtiyaçların nasıl eyleme dönüştüğü belirsizliğini korumaktadır. Tüm bu belirsizliklerin yanı sıra, tüketimin hiçbir mala bağlanmadan, malın özelliği dikkate alınmadan soyut olarak kavramsallaştırılması, diğer bir ifadeyle malların niteliksel anlamda farklılaşması üzerine durulmaması, tüketici davranışını ve tercihinin kapsamlı açıklamasının yapılabilmesinde önemli bir engeldir.

Tüketici davranışının ekonomik açıklamaları, beğenilerdeki farklılaşmaları da açıklamaktan yoksundur. Gelir ve fiyata dayandırılan tüketici davranışı beğenilerdeki değişikliklere ilişkin açıklama yapamamaktadır. Aynı zamanda tüketici davranışının

açıklanmasında tüketicilerin kendi aralarında nasıl ayrıştıkları, tüketim teorisi içerisinde incelenmemektedir. Farklı gelir düzeyine sahip tüketicilerin davranışlarında fayda maksimizasyonu ortak bir hareket noktası olarak kabul edilir. Tüketim sadece satın alma davranışına indirgenir.

2. Tüketime Üretimi¹⁹: Frankfurt Okulu’nun Tüketim Yaklaşımı

Tüketim çalışmalarında sıklıkla yararlanılan bir diğer perspektifi, Frankfurt Okulu düşünürlerinden özellikle Theodor W. Adorno, Max Horkheimer ve Herbert Marcuse tarafından geliştirilmiş olan kitle toplumuna ve kitle kültürüne ilişkin tartışmalar oluşturur. Frankfurt Okulu kuramcıları, tüketimin kitleler üzerinde kontrolün arttırılması ve manipülasyonun sağlanabilmesi için bir imkan olarak görüldüğüne dair eleştiriler geliştirmişlerdir. Bu eleştirilerden literatürde en fazla öne çıkanı, Horkheimer ve Adorno’nun *Aydınlanmanın Diyalektiği* ([1969] 1996) eserinde ele alınan “Kültür Endüstrisi” tartışmasıdır.

Horkheimer ve Adorno’nun kavramsallaştırdığı şekliyle kültür endüstrisinin birbirini destekleyen üç ana vurgusu olduğu söylenebilir. Bunlardan ilki, bu terimin çalışmanın ilk yazmalarında kitle kültürü olarak kullanılmasına rağmen daha sonra kültür endüstrisi teriminin yeğlenmesinin arkasındaki nedendir. Adorno (2003: 76), bu terimin kullanılmayı uygun bulmalarının nedenini, kültür endüstrisi ürünlerini popüler sanatın çağdaş formundan kesin bir şekilde ayırt etmek olarak belirtir ve bunun kitlelerden kendiliğinden çıkan bir kültür sorunu olmadığını söyler. Kültür endüstrisi kavramının kullanımıyla öne çıkarılan nokta, kültürün imal edilmiş olması ve oluşturulmasında kitlelerin katkısının olmamasıdır. Kültür endüstrisinde kültür

¹⁹ “Tüketime Üretimi” başlığı Featherstone (2005: 37) den alınmıştır. Featherstone, bu kavramı “tüketimin denetimi ve manipülasyonunu” konu edinen çalışmaları ifade etmekte kullanmıştır.

aşağıdan gelmez, tekelci yapılanma içerisinde kültürel mallar, tüketicilerin sahip olduğu maddi güce göre bölümlendirilmiş piyasa koşullarında onlara sunulmaktadır. Terimin kullanımındaki ikinci vurgu ise, kültür ve endüstri gibi birbirinden farklı alanları tanımlamada yararlanılan kavramların birlikte kullanılmasıdır. Besim F. Dellaloğlu'na (2003: 22) göre bu kullanım, içinde bulunan yapının bütünselliğini öne çıkarmakta, hiçbir parçanın diğerinden ve parçaların bütünden soyutlanarak ele alınamayacağını ifade etmektedir. Bu haliyle bütüncül ve kapsayıcı kültür endüstrisi bireyi yok etmekte, araçsal akla tabi kılmakta, düşünmeyi yenmekte ve çokluğu tek hale getirmektedir (Kejanlıoğlu, 2005: 190). Adorno'ya göre (2003: 76) çağdaş teknik olanaklar, ekonomik ve yönetsel yoğunlaşmayla birlikte, kitlelerin tüketimine yön veren tüm sektörleri yapısal olarak birbirine benzetmiştir ve bunlar birbirinin açıklarını kapatarak, neredeyse tamamen gediksiz bir sistem oluşturmuşlardır. Bu ifade “Kültür Endüstrisi” denemesinin ilk satırlarında şu şekilde ifade edilmektedir: “Bugün kültür her şeyi birbirine benzetiyor. Sinema, radyo, dergiler bir sistem oluşturuyor. Her alan kendi içinde ve diğerleriyle uyum sağlıyor” (Horkheimer ve Adorno, 1996: 7). Bu sistem içerisinde kültür endüstrisi kendi tüketicisini üretir durumdadır. Bunu yaparken bireylerin bilincini ve bilinçaltını, sistemin devamlılığı ve kar güdüsü adına yönlendirir böylece kitleleri üretim alanında işleyen bir makinenin parçaları haline getirir. Horkheimer ve Adorno (1996: 14-15), kültür endüstrisinin tüketiciler üzerindeki gücünün psikolojik mekanizmalarla açıklanamayacağını söylerler. Tüketicideki imgelemin ve kendiliğindenliğin körleştirilişi, tamamen kültürel ürünlerin yapısından kaynaklanmaktadır. Bu ürünler tüketicilerin düşünme etkinliğini yasaklayacak şekilde hazırlanmaktadır. Kültür endüstrisinin bu özelliği kavramın üçüncü vurgusunda belirginlik kazanır. Kültür

endüstrisi temel olarak iki sürece, kültür ürünlerinin standartlaştırılması ve dağıtım tekniklerinin rasyonelleştirilmesine dayanmaktadır. Horkheimer ve Adorno (1996: 8), kültür endüstrisinin bu iki sürecinin ilgililerince teknolojik yönden açıklandığını belirtirler. Onlara göre insanların ortak olan ihtiyaçlarının standart ürünlerle karşılanması doğaldır ve bu da sayıları az alan üretim merkezlerinde gerçekleştirilen üretimin dağıtımının belli bir örgütlenme ve planlama dahilinde yapılmasını zorunlu kılmaktadır. Böylece tüketicilerin gereksinimlerinden doğmuş olan standartların bu özellikleri sayesinde dirençle karşılaşmadan kabul görmekte olduğu iddia edilmektedir. Ancak Horkheimer ve Adorno'ya (1996: 8) göre, bunlar döngü sistemin bütünselliğinden, manipülasyondan ve tepkisel ihtiyaçtan oluşmuştur ve esas olarak bu tekniğin hakimiyetini sağlayan ise ekonomik yönden en güçlülerin toplum üzerindeki iktidarlarıdır, fakat bu pek dile getirilmemektedir. Standartlaştırılan kültürel ürünler, ortalama tüketicinin beğenisine göre biçimlendirilir ve böylece tüketiciyi zihinsel bir çabaya sokmaksızın tüketime hazır halde bulunurlar. Kültür endüstrisinin başarısı, standartlaştırılmış kültürel ürünlerin yapay bir bireysellik havası içerisinde sunulmasında yatar. Böylece kitleler yönlendirilirken, bunun onların hükmediciliklerinden kaynaklandığı yanılsaması yaratılabilmektedir. Horkheimer ve Adorno'ya göre (1996: 10), ürünler arasındaki farklılıklar ürünlerin temel niteliklerinden kaynaklanmamakta yalnızca tüketicilerin sınıflandırılmasına hizmet etmektedir. Kültür endüstrisi içinde, kimsenin kaçmasına izin vermemek için herkes için bir şey öngörülmüş ve çekici hale getirilmiştir. Tüketicilerin çeşitli niteliklerine göre bölümlendirilmiş pazarda, her kategoriye uygun ürünler seri halinde tüketiciye sunulmakta, adeta birer istatistik malzemesine dönüştürülmüş tüketiciler önceden belirlenmiş davranış kalıplarına göre hareket

etmektedirler. Kültür endüstrisinin dayandığı ikinci süreç ise Horkheimer ve Adorno'nun kullanımında doğrudan reklamla ilifkilidir (Kejanlıoğlu, 2005: 188). Dağınık tüketim noktaları arasındaki bütünlüğü belli bir örgütleme ve planlama modeline göre sağlayan reklamcılıktır. Horkheimer ve Adorno'ya göre (1996: 56) reklam kültür endüstrisinin yaşam iksiridir. Kültür endüstrisi tüketicilere bir tatmin vaadi sunması ve doyum sağlaması zorunludur ve bunu ancak reklam aracılığıyla başarabilmektedir. Horkheimer ve Adorno (1996: 56), reklamın rekabet toplumunda tüketicinin piyasada yönünü bulması için hizmet ettiğini, tanınmamış üreticilerin mallarını satabilmelerine yardımcı olduğunu ancak tekelci piyasa koşulları altında tüketiciyi büyük tekellerden ayırmayan bağı pekiştirdiğini belirtirler. Sistemin bütünselliği içinde, yüksek giderleri ödeyerek reklam verebilenler, sisteme ait olan ya da banka ve sanayi sermayesinin kararlarından dolayı seçilen kişiler olmaktadır. Böylece reklam artık engelleyici bir araç haline gelmiştir. Reklamı yapılmayan her ürüne şüphe ile yaklaşılmaktadır. Reklamcılık ve kültür endüstrisi teknik ve ekonomik olarak i  içe geçmiştir.

Horkheimer ve Adorno (1996: 26), kültür endüstrisinin bir eğlence kurumu olduğunu ve tüketiciler üzerindeki etkisini de bunun dolayımıyla gerçekleştirdiğini  ne sürerler. Eğlence geç kapitalizm koşullarında işin bir uzantısıdır. Mekanikleştirilmiş  alışma süreçlerinin gerektirdiği enerjiyi sağlayabilmek ve etkisinden kaçabilmek için eğlence aranmaktadır. Ancak kültür endüstrisi içinde çalışma sürecinden kaçmak sadece boş zamanlarda bu sürece uyum sağlamakla mümkün olabilmektedir (Horkheimer ve Adorno, 1996: 26). Bu anlamda kültür endüstrisi, sistemin genel bütünselliği içinde, bireyin iş dışında kalan boş zamanlarını

onun sisteme yabancılaşmasını önlemek adına kullanır ve genel-tikel uyumunu sürekli kılan bir işlev görür (Dellaloğlu, 2003: 25).

Kültür endüstrisi daha önce de var olan her şeyi tüketim alanına sokar ve bunu düzenler. Kültürün kendisi artık bir iş alanı olarak tanımlanmaktadır ve kendisini bir süreç olarak değil, tüketilmesi gereken ürünlerle ortaya koymaktadır, tüketilmesi için de yönetim altına alınmalıdır (Kejanlıoğlu, 2005: 185). Özerk olduğu sürece, insanın ütopyasını, umudunu, düşlerini saklayabileceği bir alan olarak kalan sanat, kültür endüstrisinin eğlencesi içinde yenilikçi gücünü kaybeder ve tüm eleştirel ve ütöpik içeriğinden yoksunlaştırılır (Habermas, 2003: 90). Sanatın özerkliğinden vazgeçerek herhangi bir tüketim metası gibi ele alınması kültür endüstrisinin yarattığı bir yeniliktir. Kültür endüstrisi yüzeysel sanatı ciddi sanata katarak sanatın özgürlüğünü kısıtlamaktadır. Kültür endüstrisinin bütünleşikliği kültürün, sanatın ve eğlencenin uzlaşmaz öğelerini birbirine bağlamaktadır (Horkheimer ve Adorno, 1996: 25). Böylece yüksek kültür ile aşağı kültür arasındaki ayrım kültür endüstrisince silinir ve bu kategoriler artık yalnızca pazarlamaya ve pazarlanmaya hizmet eder hale getirilir (Krogh, 1999: 258).

Horkheimer ve Adorno (1996: 30) kültür endüstrisinin tüketiciyi durmaksızın söz verdiği konularda aldattığı düşüncesindedirler. Kültür endüstrisi bir mutluluk vaadi üzerine kuruludur ancak bu sürekli ertelenir, müşteri yalnızca yemek listesini okumakla yetinmektedir. Gündelik yaşamın tekdüzeliği, tüketim vaatleriyle kırılmaya çalışılır. Fakat bu danışıklı bir dövüştür. Kültür endüstrisi insanlara cennet diye yine aynı günlük yaşamı sunar (Horkheimer ve Adorno, 1996: 33)

Thomas Krogh (1999: 258-260) Horkheimer ve Adorno'nun "Kültür Endüstrisi" çalışmasında iç içe geçmiş üç düzeyin var olduğunu belirtir. Buna göre

çalışmanın gerçek içeriğini oluşturan birinci düzeyde yazarlar, üretimin mi yoksa tüketicinin mi öncelik taşıdığı ve halkın bu değersiz tüketim ürünlerini kendilerinin mi istediği yoksa bunlar tarafından esir mi alındığı tartışmalarına son noktayı koyarlar. Horkheimer ve Adorno'ya göre bu ayrımın içi boştur. Gerek kültür girdileri gerekse bunlara verilen tüm tepkiler aynı toplumsal süreçte imal edilmektedir ve bu bağlamda ihtiyaçların bağımsızlığı fikri aynı bireyin bağımsızlığı düşüncesinde olduğu gibi geçersizdir.

Krogh'un belirttiği ikinci düzeyi, kültür endüstrisi teorisi ile o tarihsel noktada yazarların yaşamlarını sürdürdükleri ABD'nin içinde bulunduğu gerçek koşullar arasındaki ilişki oluşturmaktadır. Yazarların analiz ettikleri kültür endüstrisinin yapısı ile Amerikan ekonomisinin gelişimi arasında yakınlıklar bulunmaktadır. Kültür endüstrisi teorisinin artyöresini, o tarihte Amerikan ekonomik ve endüstriyel gelişimini tanımlamak için kullanılan Fordist üretim sistemi oluşturmaktadır (Krogh, 1999: 259). Fordizm, öncülüğünü Henry Ford'un yaptığı seri üretim sistemine dayanan bir sanayi dönemidir. Bu sistemde ürünler standartlaştırılmıştır, buna bağlı olarak her parça ve her görev de standartlaştırılabilmekte hatta görevler aynıysa bazıları mekanize edilebilmektedir. Her iş bileşenlerine ayrılmakta ve uzmanlarca her iş bölümü zaman ve hareket ilkesine göre en verimli şekilde yeniden tasarlanmaktadır. Bu verimlilik ilkesi uyarınca yürüyen bant sistemi, sabit tezgahın yerini almış ve standartlaştırılmış ve parçalarına ayrılarak basitleştirilmiş işin, tek bir işçi tarafından en kısa sürede yapılabilmesi sağlanmıştır (Murray, 1995: 47). Henry Ford'un Model T'yi üretmekte kullandığı bu üretim sistemi, yirminci yüzyıl boyunca çok farklı sektörlerce benimsendi ve yaygınlık kazandı çünkü seri üretim kuruluş aşamasında maliyetli olsa

da, kitlesel üretim sayesinde birim maliyeti ucuzlamaktaydı. Bu nedenle Fordizm'in dayandığı seri üretim kitlesel tüketimi garantilemek zorundadır çünkü seri üreticiler tüketimdeki ani değişimlere ve talepteki düşüşlere karşı aşırı derecede duyarlı durumdadırlar. Dolayısıyla bu süreç tüketimin denetimini gerekli kılmaktadır. Kitlesel reklam bir kitle tüketim normu oluşturulmasında merkezi bir rol oynamaktadır (Murray, 1995: 48). Fordizm kitlesel tüketimi garanti altına almak için işçi sınıfı için de bir tüketim kalıbı oluşturmak ve işçileri de tüketicisi haline getirmek zorundaydı. Böylece üretim ile tüketim birbirine bağlanmıştır. Robin Murray'e (1995: 49) göre, uygulandığı dönemde Fordizmin etkisi yalnızca ekonomide değil, çok daha geniş kültürel alanlarda hissedilebilir ve bu kültür "ölçek ve standart bir ürüne (ister Mars çikolatası ister Dallas'tan bir bölüm olsun) bağlılık; maliyet düşürmeye dayalı rekabet stratejisi; otoriter ilişkiler; merkezi plan ve detaylı iş betimleri etrafında inşa edilmiş katı bir örgütlenme ile tanınır". Bu nedenle Horkheimer ve Adorno'nun kültür endüstrisi betimlemelerini bu bağlamda değerlendirmek gereklidir. Kültür endüstrisinin üretim ve tüketimin bütünleşikliği, Fordizm'deki seri üretim ve kitlesel tüketim mantığı ile uyumludur.

Krogh (1999: 260), kültür endüstrisinin üçüncü düzeyini, teorisinin toplumsal zaman teorisi olmasıyla açıklar. Kültür endüstrisi toplumu yeniliğe meydan tanımayan, mekanik bir ritm ve tekrarlarla nitelenmektedir. Bu toplumda değişim potansiyellerinin önü kapanmıştır.

Marcuse'nin de Amerika Birleşik Devletleri üzerine kurulu olan *Tek Boyutlu İnsan* ([1964]1968) adlı çalışması, kültür endüstrisi tartışmasının daha sistematik ve doğrudan ifadesi olarak görülmüştür (Kejanlıoğlu, 2005: 252). Horkheimer ve Adorno'nun modern kapitalizmin somutlaştırıcı eğilimlerine karşı tüm gerçek

muhalefetin silinişini kavramsallaştırdığı kitle kültürü tartışması, Marcuse'nin bu yapıtında en aşırı ifadesini bulmuştur (Swingewood, 1996: 40). 1964'te ilk defa İngilizce olarak yazılan ve tartışmasını özellikle ABD üzerine odaklayan *Tek Boyutlu İnsan*, ABD'de öğrenci hareketinin yükselişiyile çakışmış ve birçok ülkede Yeni Sol ile anılan öğrenci eylemleri için bir tür manifesto haline gelmiştir (Giddens, 2000: 225).

Marcuse çalışmasında ileri endüstri toplumunun ilk bakışta somut bir mantık çerçevesi içindeymiş gibi görünmesine rağmen aslında ne kadar mantık dışı olduğunu anlatır. İleri endüstri toplumu, insanlara geniş ve rahat yaşam olanakları yaratıp, onların isteklerini ve gereksinimlerini karşılar görünürken, bunları tatmin ettiği söylenen üretim sistemi aslında insan ihtiyaçlarının ve yeteneklerinin özgür gelişimini baltalamaktadır (Marcuse, 1968: 14). Nüfusun çoğunluğunun bu toplum düzenini kabul etmesi ya da etmek zorunda kalışı düzenin mantıklı ve geçerli olması anlamına gelmemektedir (Marcuse, 1968: 18).

İleri endüstri toplumundaki kar güdüsü üretimi geliştirirken, bunun yan etkisi olarak toplumdaki tahakküm alanı da genişlemektedir. Bu toplumu önceki dönemlerden ayıran, toplumun bireye tahakküm alanının geçmiş dönemlere kıyasla çok daha geniş olması ve bunun teknik kanalıyla elde edilmiş olmasıdır. İleri endüstri toplumundaki artan entelektüel ve maddesel kapasite, artan yaşam olanaklarıyla birlikte tahakkümün genişlemesine taban oluşturmuştur (Marcuse, 1968: 14). Marcuse (1968: 17) kapitalist sistemde temel iki sınıf olan burjuvazi ve proleteryanın ileri endüstri toplumunda varlıklarını sürdürmelerine karşın kapitalist gelişim içinde yapı ve işleyişlerinin değiştiğini, bunların tarihsel değişiminin birer ögesi olmaktan

ve hatta karşıt taraflar olmaktan çıktıklarını söyler.²⁰ İşçi sınıfı ileri endüstri düzeninin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sisteme karşıt olan glerin uzlaştırıldığı ve bütün karşı çıkışların çürütüldüğü yeni yaşam ve iktidar biçimleri, teknik gelişim ile sağlanmıştır (Marcuse, 1968: 16-17). İşçi sınıfının düzene dahil edilmesinde sendikaların işletme liderleri ve devletle yaptıkları işbirliğinin etkisinden söz edilebilse de, Marcuse’ye göre teknolojiadaki ve üretim sürecindeki değişiklikler daha kklyd (Giddens, 2000: 228). Üretimdeki mekanikleşme hala yabancılaşmanın odak noktasındaydı. Makinenin kendisi de el emeği ve kafa emeği arasındaki ayrımları silen kapsamlı teknik örgütlenme sistemleri içinde massedilmiş durumdaydı (Giddens, 2000: 228).

Marcuse çalışmasının iki karşıt varsayım arasında şekillendiğini belirtir. İleri endüstri toplumu kendi özsel nitelikleri dolayısıyla gelecekteki değişim olasılığını sınırlarken aynı zamanda bu sınırlamaları ortadan kaldıracabilecek eğilimleri ve güçleri de içinde barındırmaktadır. Marcuse’ye göre her iki varsayım da geçerli olmasına rağmen egemen olan ilkidir. Çünkü bu toplum içinde düzeni tersine döndürecek gteki hazırlayıcı koşullar, tam da bunu engellemek için kullanılmaktadır. Ancak bir rastlantı durumu değiştirebilir. Marcuse’ye göre değişim konusunda şans çok azdır: “Yapılanlarla yapılmayanlar tanımlanmadığı ve bu tanım insan bilinci ile davranışlarını alt st etmediği takdirde, hiçbir bela, hiçbir afet, hiçbir tehlike, bu değişmeyi sağlayamaz” (Marcuse, 1968: 20).

²⁰Giddens’a göre (2000: 233) Marcuse’nin “ileri endüstri toplumu” terimini kullanımı, başka açılardan fikirleri oldukça farklı olmasına rağmen Bell ve Lipset gibi düşünürlerin, işçi sınıfının, onların “kapitalizm”den çok “sanayi toplumu” adını verdikleri topluma başarılı bir şekilde dahil edildiklerini söyledikleri görüşleriyle benzerdir. Onlara göre kapitalizm, yirminci yüzyılda olgunluğa eren daha kapsayıcı sanayi toplumunun alt kategorisidir ve bu toplumda toplumsal sınıfları kutuplaştıran karşıtlıkların yerini, ekonomik ilerleme ve siyasi liberalleşme hedefleri üzerinde genel bir uzlaş almıştır.

Marcuse'ye göre siyasal iktidar ile teknik üretim ve dağıtım aygıtı iç içe geçmiştir. Üretim aygıtı, hem toplumun ihtiyacı olan iş, yetenek ve davranışları hem de bireysel ihtiyaç ve istekleri belirleyerek ileri endüstri toplumuna totaliter bir nitelik kazandırmaktadır (Marcuse, 1968: 20-21). Böylece toplumsal ve bireysel gereksinimler arasındaki karşıtlık ortadan kalkar, bireysel gereksinimler sistemin ihtiyaçlarına göre şekillendirilir. Öte yandan yarattığı yeni ve daha etkili denetim biçimleriyle teknoloji, bu totaliter eğilimi dünyanın az gelişmiş hatta sanayileşmemiş bölgelerine de taşır. Marcuse'nin görüşünde "totaliterlik" salt terörle işleyen bir siyasi toplum düzenlemesi değil, aynı zamanda ihtiyaçların yerleşik çıkarlar tarafından manipüle edilmesi yoluyla işleyen bir ekonomik-teknik düzenlemedir (1968: 29; Giddens, 2000: 228). Böylelikle düzene cephe alabilecek eğilimlerin ortaya çıkması da önlenmiş olur.

Marcuse, insanın biyolojik gereksinimlerinin ötesindeki ihtiyaçlarının şiddetinin, tatmin edilme yollarının ve niteliğinin ileri endüstri toplumunun gereksinimleri doğrultusunda düzenlendiğini belirtir. Burada Marcuse yapay ve hakiki ihtiyaçlar arasında ayrım yapmaktadır (1968: 32-34). Yapay olanlar, bireyin baskı altında tutulması için belirli toplumsal çıkarlarca şekillendirilen ihtiyaçlardır. Bu tür ihtiyaçların tatmini, bireyin ve toplumun genelinin özgür yeteneklerinin gelişmesini engellediği için esasında bireye yapay bir mutluluk sağlamaktadır. Marcuse bu ihtiyaçların yaratılması ve tatmin edilmesinde kitle iletişim araçları aracılığıyla yapılan reklamların etkili olduğunu belirtir. Reklamlar bireylere belli türde dinlenme, eğlenme, davranma ve tüketme kalıpları sunmakta, sevilmesi gerekenler ile nefret edilmesi gerekenleri sınıflandırmaktadır. Hakiki ihtiyaçlar ise ancak hayati olan ve kayıtsız şartsız karşılanması gereken ihtiyaçlardır. Kişiler baskı

altında tutulup, yönlendirildiği sürece hangi ihtiyaçlarının gerçek hangilerinin yapay olduğunun ayırtına varamazlar. Baskı altına alan bir bütünün hakimiyetinde, bireye özgürlük olarak sunulan çeşitli mal ve hizmetler arasında seçim yapma alanı, özgürlüğün ölçüsünü belirleyici unsur olamaz. Çünkü bu özgürlük sadece belirli seçenekler arasında yapılabilen bir tercihe ya da zorla benimsetilmiş olan ihtiyaçların yenilenmesine dayanmaktadır (Marcuse, 1968: 35).

Marcuse, baskının ve denetimin sağlanmasında kitle iletişim araçlarının rolüne dikkat çeker. İleri endüstri toplumunun kurulu düzeninin korunmasına yarayan yapay ihtiyaçların ve tatminlerin geniş kitleler tarafından benimsenmesinde ve toplumsal ihtiyaçlar ile bireysel ihtiyaçlar arasındaki ayrımın silinmesinde kitle iletişim araçları etkili olmaktadır. Bireyler üretim aygıtının çıkarları doğrultusunda yapay gereksinimlerle şekillendirilen gereksiz tüketim biçimlerine dışarıdan güdülendirildiğinde, gereksinimlerini karşılayabilmek için daha çok çalışmak zorunda kalırlar ve üretim aygıtına olan bağımlılıkları da artar (Atiker, 1998: 62). Dolayısıyla yapay ihtiyaçlar ekonomik tahakkümün devamını sağlamak konusunda işlev görürler ve bu çerçevede belirlenen tüketim eğilimi ne kadar geniş oranda kabul görürse, üretim aygıtının gereksinimleri bireysel gereksinimlere göre öncelik kazanır.

Frankfurt Okulu düşünürlerinden Adorno, Horkheimer ve Marcuse'nin çalışmaları bir bütün olarak değerlendirildiğinde, 1950'lerden itibaren gelişmiş kapitalist toplumlarda yaşanan değişimleri tüketim merkezli olarak anlamaya katkıda bulunmaktadır. Kitlesele üretim kitlesele tüketimi zorunlu kıldığı için, genişleyen meta üretimi tüketimin denetimini ortaya çıkartmıştır. Bu bağlamda tüketim toplumuna ilişkin tartışmalar, tüketim faaliyetlerinin Batı toplumlarında sahip olduğu merkezi öneme dayanarak şekillendirilmiştir. Tüketim toplumu tüketimci değerlerin ön plana

çıkıldığı, tüketimin tüm toplumsal ilişkilerin belirlenmesinde anahtar rol oynadığı bir toplum olarak resmedilir. Diğer yandan, Frankfurt Okulu düşünürlerinin eleştirel bilincin ortaya çıkmasında kültüre atfettikleri önem, tüketim toplumunda kültürün tıpkı bir meta gibi üretilen, değişime sokulan ve tüketilen bir özellik kazanmasıyla ortadan kalkmıştır. Toplumsal baskı ve denetim mekanizmalarından kurtuluşu sağlayacak ve özgürleşme yaratacak eleştirel bilincin ortaya çıkması ve gelişmesi, tüketim kültürü tarafından engellenmektedir. Kültür tamamen tüketim kültürü halini almıştır (Slater, 1997:121). Tüketim, bu toplumlarda sahte bir özgürlük, seçme şansı ve mutluluk algısı yaratarak aslında bu değerlerin kaybolmasına neden olmakta ve insanları sistemle özdeşleştirmektedir. Tüketim tüketicilerin sisteme dahil edilmesini sağlarken bunu özgürlük olarak sunmaktadır. Bu çerçevede tüketiciler, sersemletici istek ve yapay gereksinimlerle yönlendirilen, kendi gerçek ihtiyaçlarının farkına varmaktan uzak pasif kişiler olarak betimlenmektedir. İnsanların gereksinimleri ve tercihleri biçim ve içerik olarak her zaman yoğun toplumsal baskıların hedefindedir. Frankfurt Okulu düşünürlerinin çalışmaları ışığında kavramsallaştırıldığı haliyle tüketim toplumu, bütüncül, kapsayıcı ve homojen bir toplumdur. Kitle iletişim araçları insanları tüketime yönlendirmekte önemli bir rol oynamaktadır.

3. İmajların ve Göstergelerin Tüketimi: Tüketime İlişkin Postmodern

Yaklaşımlar

Tüketim konusundaki incelemelerin özellikle 1980'lerden sonra sosyal teori içinde öne çıkması, tüketim konusunun postmodernizm ile ilgili daha kapsamlı bir tartışmanın parçası olmasıyla ilgilidir. Postmodernizm konusunda gelişen literatür tüketim çalışmalarını özellikle kapsam yönünden oldukça etkilemiştir. Örneğin, moda, alışveriş veya reklam gibi daha önce literatürde pek fazla üzerinde

durulmayan konular, postmodern perspektiflerin gelişmesiyle gündeme taşınmıştır (Wernick, 1991, Shields, 1992; Gabriel ve Lang, 1995; Falk ve Campbell, 1997). Postmodern sosyal teorinin gelişmesine katkı yapan Frederic Jameson ve Jean Baudrillard'ın çalışmaları, postmodern toplum ile tüketim toplumu arasında kurdukları dolaysız bağlantılar ve kültürel alanda tüketime atfettikleri önem nedeniyle konuya ilişkin literatürde önemli bir yer tutmaktadır.

Jameson'un postmodernizm tartışmasına ve tüketim konusundaki literatüre başlıca katkısı önce "Postmodernism and Consumer Society" (1983) başlığıyla sonra 1984'te genişletilmiş haliyle "Postmodernizm: ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı" başlığıyla yayımladığı makaledir. "Postmodernism and Consumer Society" (1983) makalesinde Jameson, postmodernist kültürü tanımlayan biçimsel ve stilistik özelliklere değinir. Jameson'a göre (1983) postmodernizm üzerine geliştirilmiş düşünceler ya modernizmin yerleşik biçimlerine karşı bir reaksiyon olarak ortaya konulmakta ya da yüksek kültür ve kitle ya da popüler kültür arasındaki eski ayrımların ortadan kaldırılmasına dayanmaktadır. Jameson'a göre ise (1983) postmodernizm, sadece belli bir tarzın tanımlanmasından öte bir dönemselleştirici kavramdır ve 1960'ların başlarında yeni bir türde toplumsal yaşamın ve ekonomik düzenin ortaya çıkışıyla kültürdeki yeni biçimsel özellikleri birbirine bağlar. Postmodern toplumun başlıca özellikleri, üslup ve moda döngülerinin hızlanması, reklâmın ve elektronik medyanın gücünün artması, evrensel standartlaşmanın başlaması, yeni sömürgecilik, Yeşil devrimle ifade bulur. Bu özellikleri postmodernist kültürün şizoid pastişine bağlayan şey tarih duygusunun körelmesidir (Connor, 2001: 67-68). Çağdaş toplum, kendi geçmişini bilme yeteneğinden yoksun olarak, derinliği, tanımı ve güvenilir bir kimliği olmayan bir dizi şimdi olarak

yaşanır. Gerçekliğin imajlara dönüştürülmesi ve zamanın ebedi bir şimdi dizisi olarak parçalanması postmodernizmin temel nitelikleridir. Jameson’a göre (1983: 205) postmodernizmin ortaya çıkışı geç, tüketici veya çokuluslu kapitalizm olarak adlandırılabilir yeni bir durumun gelişmesiyle yakından ilişkilidir.

Jameson buradaki düşüncelerini, postmoderniteyi sosyo-ekonomik terimlerle ifade ettiği, “Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı” ([1984] 1994) adlı makalede geliştirir. Burada Jameson (1994) postmodernizm olarak tanımlanan, yüzyıllık modern hareketin gözden kaybolduğu ya da silindiğine yönelik nosyonlarla ilişkili olan kopuşun, salt kültürel bir bağlamda ele alınmaması gerektiğini söyler. Jameson’a göre (1994: 31) postmodern kuramlar, en iyi postendüstriyel toplum adıyla bilinen ancak sık sık tüketim toplumu, medya toplumu, bilgi toplumu, elektronik toplum, ya da ileri teknoloji toplumu gibi adlarla anılan tümüyle yeni bir toplum türünün ortaya çıktığını ileri süren toplumbilimsel geleneklerle güçlü bir ilişki içindedir. Bu türden toplum tasarımları, klasik kapitalizmin yasalarının –yani endüstriyel üretimin başatlığı ve sınıf savaşlarının her yerdeliğine– yeni toplumsal formasyonlara uymadığını göstermek amacı taşırlar. Jameson’a göre postmodernizm, kapitalist büyümenin üçüncü ve son aşamasına tekabül eden geç kapitalizmin kültürel mantığıdır. Jameson’a göre ilk dönem sanayi sermayesinin asıl olarak ulusal pazarlar içerisinde gelişmesiyle nitelenen piyasa kapitalizmi dönemidir. İkinci dönem, pazarların genişleyip dünya pazarı halini almasıyla ve ulus devletler çerçevesinde örgütlenmesiyle fakat ucuz hammadde ve emek sağlayanlarla bunu sömürenler arasındaki eşitsiz ilişkiye dayanan, emperyalizm çağıyla özdeşleşen tekeller kapitalizm dönemidir. Üçüncü aşamayı ise İkinci Dünya Savaşı sonrası çokuluslu kapitalizm (tüketici kapitalizmi) olarak dönemselleştirir (Connor, 2001:

68). Postmodern dönem, geç sermaye ekonomik sistemi içinde sahip olduğu farklı konum, ve bunun ötesinde, çağdaş toplumda kültür alanının bizzat geçirdiği dönüşümlerden dolayı, anlam ve toplumsal işlev yönünden kesinlikle önceki dönemlerden farklıdır (Jameson, 1994: 33).

Jameson postmodern kültürü, tüketim toplumunun, İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki geç kapitalizm aşamasının kültürü olarak tanımlar. Bu toplumda kültür, çevrenin göstergeler ve iletilerle dolup taşmasıyla yeni bir önem kazanır, göstergelerin ve imajların sıvılaşmasıyla yüksek kültür ile kitle kültürü arasındaki ayrımlar silinir (Featherstone, 2005: 40). Jameson (1994: 34) bu durumu kültürdeki derinlik yoksunluğu olarak ifade eder. Postmodern toplumda kültür alanını, toplumsal yaşamımızda her şeyin kültürel hale geldiğinin söylenebileceği noktaya kadar alanını genişletmiştir.

Featherstone'a göre (2005: 94) Jameson'nun postmodernizm üzerine yaptığı çalışmalar, "postmodern olarak tarif edilen kültürel tecrübelerin tikel niteliğini bulup anlamaya çalışmakla kalmayıp, bunları toplumsal bir çerçeveye yerleştirmenin yolunu aramasından ötürü epey etkili olmuştur". Ancak tüketim incelemelerine postmodern perspektiften esas katkıyı yapan, Jameson'nun da görüşlerinden etkilendiği Baudrillard'dır.

Baudrillard, *Tüketim Toplumu* (2004 [1970]) adlı çalışmasında, tüketimin özellikle ekonomi teorisindeki kavramsallaştırma biçimine karşı çıkarak tüketimi sadece nesnelerle kurulan ilişki ve ihtiyaç tatmini olarak değil, kolektivite ve dünyayla etkin bir ilişki biçimi, anlamlandırma ve iletişim alanı olarak ele alır. Tüketimin ekonomi teorisindeki açıklamalarının nesnel ihtiyaç kavramı üzerine kurulu olması ve nesnelerin kullanım değerleriyle ele alınması Baudrillard'a (2004:

67) göre tüketimin toplumsal mantığını açıklamakta yetersiz kalmaktadır. Tüketimin toplumsal mantığı Baudrillard'ın kavramsallaştırmasında, tüketilenin esas olarak göstergeler olduğundan hareketle iki düzeyde çözümlenmelidir: 1) Tüketim pratiklerinin kaydoldukları ve anlamlarını kazandıkları bir koda dayanan anlamlandırma ve iletişim süreci olarak, 2) Nesnelerin/Göstergelerin sadece bir kod içinde anlamlandırıcı farklılıklar değil, ama aynı zamanda bir hiyerarşi içinde statüyle ilgili değerler olarak düzenlendiği toplumsal sınıflandırma ve farklılaşma süreci olarak²¹. Baudrillard'a göre (2004: 68) tüketilen nesne asla kendinde yani kullanım değeri içinde tüketilmez. Kullanım değeri dışında gösterge değeri kazanarak nesneler, kişiyi gerek kendi grubuyla ilişkilendirir, gerekse de üst bir statü grubuna göndergeyle kişiyi grubundan ayırt eder. Bu anlamda nesneler her zaman güdümlenir. Tüketimin sınırsız yapısını belirleyen de bu ayırt edici göstergeler olmaktadır. Tüketici kendi ayırt edici davranışlarını bireysel tercihler ve özgürlük olarak yaşarken, farklılaşma talebi olarak ortaya konanın aslında bir farklılıklar düzeni içine yerleşmek olduğunu anlayamamaktadır. Her birey bu düzen içinde yer değiştirirken bunu sürmesini sağlayan yapısal zorlamayı yaşamamaktadır. Baudrillard bu süreci farklılaştırıcı kaydolma olarak tanımlar ve bunun tüketimin temel yapısını açıkladığını söyler. Zira tüketimin sınırsızlık boyutu ekonomi teorisindeki hiçbir ihtiyaç ve tatmin kuramının modelleriyle açıklanamamaktadır (Baudrillard, 2004: 68-69).

Baudrillard, tüketimin alanını ekonomistlerin ele aldığı gibi standartlaştırılmış bir tüketici etrafında istatistiksel olarak açıklanabilecek bir alan olarak değil,

²¹ Steve Connor'a göre, Baudrillard'ın "kod"la kastettiği "ham enformasyonun arabalara, moda, pop yıldızları ile aktörlerin ve hükümetlerin imajına dönüştürülmesini sağlayan, genel olarak göstergelerin mübadele, promosyon, dağıtım ve idaresiyle ilgili teknoloji ve pratiklerin kazandığı egemenlik ve daha genel olarak kamuoyunun fabrikasyonudur". Bütün bunlar Baudrillard'ın "göstergenin genel işlemeleştirilişi dediği süreçlerdir (2001: 77).

yapılandırılmış bir toplumsal alan olarak tanımlar. Bunun anlamı, ihtiyaçların da aynı nesneler gibi tüketici talebinden doğmadığı, daha önceden “seçkin paket”te yer alan ihtiyacın zaman içinde “standart ihtiyaçlar paketinde” yer almasıdır. Buradaki temel itici güç, mesafenin ve farklılaşmanın göstergeler yoluyla sürdürülmesi ve yeniden kurulması yolundaki bir mutlak ilkedir (Baudrillard, 2004: 70).

Baudrillard yaklaşımda tüketimi göstergeler yoluyla ilişki kurma ve farklılaşma talebi olarak ele alırken, bunun üretim süreçlerinden bağımsız olmadığına da vurgu yapmaktadır. Çağdaş kapitalizmde sistem için yaşamsal olan tüketim talebinin denetlenmesidir. Ancak bu süreç Baudrillard’a göre tüketimin üretilmesi tezlerinde ele alındığı gibi işlememektedir. “Doğru olan ihtiyaçların üretimin meyvesi olduğu değil, ama ihtiyaçlar sisteminin üretim sisteminin meyvesi olduğudur” (Baudrillard, 2004: 86). Bunun anlamı, ihtiyaçların nesnelerle karşılıklı ilişki içinde teker teker üretilmediği fakat ihtiyaçların sistem öğeleri olarak üretildiğidir. Dolayısıyla ihtiyaçlar tek başlarına anlamı yoktur, bir ihtiyaçlar sistemi içerisinde anlam kazanırlar.

Baudrillard’ın yapay bir bolluk algısı üzerine kurulmuş olan tüketim toplumunda, nesneler de bu bolluk içerisinde, takım ya da koleksiyon biçimde düzenlenmektedir. Tüm nesneler bir dizge içerisinde birbirine seslenir ve birbiriyle ilişki içindedir ve nesnelerin bu bütünselliği birlikte ürünlerin toplamından daha fazla bir şey sunmaktadır. Tüketici, sağladığı özel fayda bağlamında değil, bütünsel anlamı bağlamında bir nesneler kümesine yönelmektedir. Nesneler birer gösterge olarak gösterenleri birbirine bağlayarak tüketiciyi daha karmaşık tercihlere götürür ve zincirleme alışverişi oluşturur (Baudrillard, 2004: 18). Nesnelerin göstergesel ilişkiselliği tüketim kültürünün temel dinamiğini meydana getirmektedir. İhtiyaçlar

sistemi de nesnelerin bu şekildeki bütünselliğinin bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır.

Baudrillard'ın tüketim konusundaki yaklaşımının temelini oluşturan ve literatüre yaptığı en önemli katkıyı özetleyen, nesnelerin kendi nesnel işlev alanının dışında, gösterge değeri kazanması ve tüketilenin de esas olarak bu gösterge değeri olduğu görüşüdür. Nesne, nesnel erekselliğini kaybeder ve bir nesneler bütününe ögesi haline gelir (Baudrillard, 2004: 143). Nesneler kendi anlam alanının dışında, gösterge değerini kazandığı yan anlamlar alanında neredeyse sınırsız biçimde başka nesnelerle değiştirilebilir hale gelmektedir (Baudrillard, 2004: 89). Baudrillard tüketimin alanının tam da bu ikinci alan olduğunu belirtir. Göstergeler mantığında nesneler hiçbir işleve ya da tanımlı ihtiyaca bağlı değildir. Örneğin bir otomobil bir taşıt aracı olarak hizmet eder ve konfor, prestij, özgürlük ögesi rolü oynar. Farklılaştırıcı göstergeler üzerinden toplumsal bir değerler kodu üretilir ve bu iletişim sürecine sokulur.

Baudrillard'a göre tüketim, göstergelerin düzenlenmesini ve grubun bütünleşmesini güvence altına alan bir sistemdir. Dolayısıyla tüketim hem bir ideolojik değerler sistemi hem de bir iletişim sistemi, bir değiş tokuş yapısıdır (Baudrillard, 2004: 91). Tüketimin tanımlandığı temel nokta Baudrillard'a göre, tüketimin nesnelerin işlevsel pratiği, mülkiyeti vs. olarak veya basit birey ya da topluluk prestiji olarak değil fakat bir iletişim ve değiş tokuş sistemi olarak tanımlandığı noktadır (Baudrillard, 2004: 111). Tüketimin toplumsal mantığı farklılıkların değiş tokuşu üzerine kurulmuştur ve bu sosyolojik olarak grubun bütünleşmesini pekiştirmektedir. Farklılıklar ise özden gelen farklılıklar değildir, gösterge olarak üretilmiş olandır. Sistemi sistem yapan, yerine ayırt edici gösterge

olarak endüstrileştirilebilir olan farklılaştırıcı biçimi geçirmek için öz içerikteki farklılıkların dışarıda bırakılmasıdır. Farklı olmak bir modele dahil olmak ve kendini bu modeldeki birleştirici tarza göre nitelendirmektir. Dolayısıyla farklı olmak temelde özdeki farklılıkların yitirilmesi üzerine kuruludur (Baudrillard, 2004: 105). Özden gelen farklılıklar eskiden değiş-tokuş edilememekteydi. Ancak günümüzdeki farklılıklar (giysi, ideoloji ve hatta cinsiyet farklılıkları) geniş bir tüketim olanağı içerisinde değiş tokuş edilebilmektedir. Baudrillard’a göre bu değişimi yaratan artık farklılıkların bir düzene göre göstergeler olarak üretiliyor olması ve birbirlerinin yerine geçebiliyor olmasından kaynaklanmaktadır (2004: 111). Tüketicinin ideolojik işlevi de tüketicinin iletişim sistemi işlevinden ileri gelmektedir. Toplumsal denetim, bilinçdışı bütünleşme ve düzenleme aygıtına bireyin dahil edilmesiyle yani bireylerin bir farklar sistemine, bir göstergeler kodunun içine sokulmasıyla başarılmaktadır (Baudrillard, 2004: 112).

Baudrillard’ın tüketim toplumu tanımı bu noktada netlik kazanmaktadır. Baudrillard’a göre söz konusu olan nesnelerin kullanım değerinin, ihtiyaçların, doğal faydalılığın ve farklılığının olmaması değil, bu tarz tüketicinin çağdaş toplumun özgül kavramı olmamasıdır. Günümüz toplumlarını önceki dönemlerden ayıran tüketim biçimlerinin göstergeler sisteminde yeniden düzenlenmesi ve iletişimin bu göstergelerin değiş tokuşu üzerinden yürümesidir (Baudrillard, 2004: 93).

“Dolaşım, satın alma, satış, farklılaşmış mallar ve nesneler/göstergelerin sahiplenilişi günümüzde dilimizi, kodumuzu tüm toplumun iletişime geçmek ve konuşmak için kullandığı şeyi oluşturur. İşte bu tüketicinin yapısı, tüketicinin dilidir; bireysel ihtiyaçlar ve hazlar bu dile bağlı olarak söz etkilerinden ibarettir” (Baudrillard, 2004: 93).

Tüketim toplumu aynı zamanda toplumsal değerler sistemi olarak tüketimin öğrenilmesi ve tüketime toplumsal biçimde alıştırma toplumdur, özgül bir toplumsallaşma tarzıdır. Baudrillard tüketim toplumunda kitle iletişiminin ve özellikle reklamın rolüne dikkat çekmektedir. Kitle iletişim araçlarının tüketime hazırlama işlevleri vardır, tüketim toplumunun genel karakteristiğini genelleştirir ve sistematikleştirir. Reklamlar nesnelerin bütünselliğini tüketiciye ileten en güçlü araçlardan biridir. Reklam hem tüketicileri hem de nesneleri birbirine bağlar ve birinden diğerine gönderme yapar (Baudrillard, 2005: 157). Reklam tüketiciye tek başına seslenmez, onu farklılaştırıcı ilke bağlamında ele alır ve buna hitap eder. Tüketim toplumundaki bolluk algısı, reklamlarla ve kitle iletişim araçlarından gelen iletilerle gösteri haline gelmektedir (Baudrillard, 2004: 15-16).

Baudrillard'ın *Tüketim Toplumu* çalışmasında tüketim toplumu doğrudan bir postmodern toplum olarak nitelendirilmemektedir. Zaten Baudrillard da bu terimi 1980'lere kadar benimsememiştir fakat 1970'lerin başlarındaki eserleri birçok ön-postmodernist temalar içermektedir (Kellner, 1994). Baudrillard 1970'lerdeki çalışmalarında geliştirdiği simgesel değiş tokuş kavramını daha sonraki eserlerinde daha ileri bir boyutta ele alır.

Baudrillard'ın postmodern tartışma içinde en önemli etkiyi yapan *Simülakrlar ve Simülasyon* ([1982] 2005) adlı çalışmasındaki “Gerçeğin Yerini Alan Simülakrlar” denemesidir (Connor, 2001: 81). Baudrillard burada gerçekliğin boş göstergelere dönüştürülmesine hiçbir şeyin direnemeyeceği sonucuna varır. Artık tüm gönderen sistemlerinin tasfiye edildiği bir simülasyon çağına girilmiştir, gösterge sistemleri gönderen sistemlerini “yapay bir solunumla yaşatarak” giderek daha da esnek bir hale gelmektedir (Baudrillard, 2005: 15). Simülasyon, gösterge ve

gerçeklik arasındaki eşdeğerlilik ilkesine ters düşer ve göstergelyi kesinlikle bir değer olarak yadsır (Baudrillard, 2005: 20). Yani göstergelerin artık temsil ettikleri varsayılan dünyayla hiçbir doğrulanabilir ilişki içinde olmalarının gerekmediği bir çağa girilmiştir (Connor, 2001: 81). Baudrillard temsilin saf bir benzetiye (simülakr) kadar geçirdiği dört tarihsel aşamayı sıralar. Gösterge ilk başta “derin bir gerçekliğin yansımasıdır”, ikinci aşamada gösterge “derin bir gerçekliğı değiştirir ve gizler”, üçüncü aşamada gösterge “derin bir gerçekliğin yokluğunu gizler”, dördüncü aşamada ise göstergenin herhangi bir gerçeklikle herhangi bir ilişkisi yoktur: “gösterge sadece kendi kendinin saf benzetisidir” (Baudrillard, 2005: 20). Simülasyon aşaması olan son basamakta, maddi üretim çılgınlığından daha ileri bir düzeyde gerçek ve gönderen sistemleri üretilmektedir. İmgeler bunları gerçekliğe bağlamak için hiçbir çaba gösterilmeden üretilmektedir. Bunun anlamı, benzetilerin gerçek dışı olması değil, gerçeğin kendisinden daha gerçek, Baudrillard’ın deyişiyile “üst-gerçek/hipergerçek”- olmaya çalışan imal edilmiş nesne ve deneyimler biçimini almasıdır (Connor, 2001: 83). Baudrillard’a göre günümüzdeki temel hastalığın adı gerçeğin üretimi ve yeniden üretimidir. Artık değer üretiminin, mal üretiminin anlamı kalmamıştır. Uzun yıllardan beri toplumda üretilen elden kaçırılmış olan gerçektir. Bu yüzden “maddi üretimin bizzat kendisi günümüzde hipergerçek bir şeye dönüşmüştür” (Baudrillard, 2005: 44). Literatürde tüketim kültürüne ilişkin postmodern değerlendirmeler, Baudrillard’ın görüşlerine dayanarak “gerçeğin kaybı” ile ilintilidir. Kaybolan gerçek sadece ihtiyaçlar, nesneler değil sınıf, toplumsal cinsiyet, etnik kimlik ve hatta toplumsalın kendisi olmaktadır (Baudrillard, [1982]2003).

Bourdieu'nün hayat tarzları ve beğenilerin sadece toplumsal yapıyı yansıtmadığı, onun kuruluşuna da toplumsal pratikler yoluyla katkıda bulunduğu görüşünün tersine burada söz konusu olan kültürel olarak yapılandırılmış olan hayat tarzları kategorilerinin sınıf, toplumsal cinsiyet gibi kategorilerin yerini alması ya da bunları yerinden etmesidir (Slater, 1997: 191). Postmodern perspektiften bu iddialar, kişilerin kimliklerinin tüketim kalıplarından geçerek tanımlandığı noktaya kadar taşınırlar. Postmodern tüketim kültürü bağlamında bireylerin tüketim mallarını serbest çağrışım tarzında kültürel göstergeler olarak kullandıkları düşünülür²² (Featherstone, 2005: 141). Postmodern yaklaşımlarda hayat tarzı sınıfsal konumun bir ifadesi olmaktan uzaktır²³.

C. Tüketim Pratiklerinin Sınıfsal Anlamlılığı ve Pierre Bourdieu

Bourdieu'nün *Distinction* adlı çalışmasının, tüketim incelemelerine yaptığı katkıyı değerlendirebilmek için öncelikle onun bu çalışmasına da kaynaklık eden sosyolojik yaklaşımını genel hatlarını ve bu çerçevede geliştirdiği temel kavramları aydınlatmak gereklidir. Bourdieu'nün çeşitli alanlardaki araştırmalarını²⁴ birleştiren organik, kuramsal ve ampirik bağların ortaya konması, *Distinction* adlı çalışmadaki girişimi anlayabilmek açısından önem taşımaktadır.

²² Bu varsayım, Bourdieu'nün beğenilerin sınıfsal konumun bir ifadesi olarak "sınıflandırıcıyı sınıflandırmakta" olduğu görüşüne tamamen karşıt bir görüşü oluşturmaktadır.

²³ Postmodern tüketici araştırmaları, tüketicileri günümüz toplumlarında değişken, küçük ölçekli, modern toplumların hiçbir yerleşik parametresiyle sabitlenemeyen net olarak seçilemeyen gruplar olarak değerlendirilir. Bu grupları bir arada tutan ortak duygular, hayat tarzları, yeni ahlaki inançlar ve tüketim pratikleri olmaktadır (Cova ve Cova, 2001: 67)

²⁴ Bourdieu'nün eserleri, köylülerin, sanatın, işsizliğin, okulun, hukukun, bilim ve edebiyatın incelemesinden akrabalık, sınıflar, din, siyaset, spor, dil, yerleşim, entelektüeller ve devlet konusundaki tahlillere kadar uzanan geniş bir yelpaze içinde yer alır ve titiz etnografik betimlemelerden istatistikî modellere, buradan da en soyut felsefî ve kuramsal tezlere uzanan üslup çeşitliliği gösterir (Wacquant, 2003: 13).

1. Bourdieu'nün Sosyolojik Yaklaşımı ve Geliştirdiği Temel Kavramlar

Pierre Bourdieu'nün sosyolojik yaklaşımının temelini, sosyal bilimlerdeki temel çatışmaları aşma çabası oluşturmaktadır (Mahar, vd., 1990; Swartz, 1997; Wacquant, 2003). Loïc J.D. Wacquant'a göre (2003: 14) Bourdieu, “nesnelci ve öznelci bilgi tarzları arasındaki görünürde aşılmaz olan uyumsuzluğun, simgeselin çözümlenmesi ile maddeselin çözümlenmesinin ayrılığının, nihayet kuram ile ampirik araştırma arasındaki süregelen ayrılığın ötesine geçmek için çaba gösterir”. Bourdieu, yapı ile eyleyici, mikro ile makro çözümleme arasındaki ayrımları yok edebilen yöntembilimsel yaklaşımlar ve kavramlar bütünü oluşturmuştur.

Loïc J.D. Wacquant, Pierre Bourdieu ile gerçekleştirdiği yapılandırılmış mülakatlardan ve onun bir araştırma seminerinin giriş bölümünden oluşan *Düşünümsel Bir Antropoloji İçin Cevaplar* (2003) adlı çalışmanın giriş bölümünde, Bourdieu'nün girişimine bir bütün olarak yönünü ve birliğini veren temel iddiaları özetlemektedir. Öncelikle Wacquant (2003: 17), Bourdieu'ye göre sosyolojinin görevinin “toplumsal evreni oluşturan çeşitli toplumsal dünyaların en derinine gömülü yapıları kadar, bu yapıların yeniden üretimini ya da dönüşümünü sağlama eğilimi gösteren mekanizmaları da gün ışığına çıkarmak” olduğunu belirtir. Bourdieu'ye göre, toplumsal evreni oluşturan yapılar iki düzey nesnellik içinde varolmaktadır (Wacquant, 2003: 17-21): İlk düzey nesnellik, maddi kaynakların ve toplumsal olarak kıt değer ve malları edinme araçlarının, Bourdieu'nün ifadesiyle toplumsal uzamı oluşturan ekonomik ve kültürel sermayenin dağılımı tarafından belirlenir ve toplumu maddi olarak gözlemlenebilen, ölçülebilen ve haritalandırılabilen nesnel bir yapı olarak ele alır. İkinci düzey nesnellik ise, evreni oluşturan yapıların toplumsal eyleyicilerin pratik etkinliklerinin, davranışlarının,

düşüncelerinin, duygularının ve yargılarının simgesel matrisi olarak işlev gören zihinsel ve bedensel şemalar biçiminde varolmasıyla tanımlanır (17). Bourdieu'ye göre bir toplum bilimi bu iki düzey nesnelliği de göz önünde bulundurmalıdır (Swartz, 1997: 96). Buradan çıkan toplumsal praxis bilimi, yapısalcı bir yaklaşım²⁵ ile inşacı bir yaklaşımı²⁶ bir arada tutar ve her iki yaklaşımın da olumsuzluklarından sakınarak epistemik üstünlüklerini birleştirir (Wacquant, 2003:20) .

Wacquant'a (2003: 21-22) göre Bourdieu'nün sosyolojisinin dayandığı ikinci temel nokta, eyleyicilerin gündelik hayatlarında kullandıkları algı ve değerlendirme şemalarının gelişimini ve bunların dışsal yapılarla ilişkilerini ortaya koymak üzere, toplumsal yapılar ile zihinsel yapılar arasındaki tutarlılıkları gün ışığına çıkarmaktır. Bourdieu'ye göre, bu yapılar arasında oluşumsal bir bağ vardır, çünkü zihinsel şemalar toplumsal bölünmelerin somutlaşmasından ibarettir (22). Toplumsal koşullara sürekli maruz kalmak, dış gerçekliğe ilişkin zorlamaları organizmanın içine kaydeder, böylece bireylerde toplumsal çevre gereğinin içselleştirilmesi anlamına gelen “dayanıklı ve bağlam değiştirebilir yatkınlıklar bütünü” yerleştirilir²⁷. Bourdieu'ye (1995: 168) göre, gerçekte dünyayla eyleyici arasındaki, zihinsel yapılarla toplumsal yapılar arasındaki ilişki, bir yandan toplumsal dünyanın yapıların toplumsallaşma aracılığıyla içselleştirilmesi, öte yandan da, toplumsal dünyanın bu yapıların hayata geçirilmesi aracılığıyla oluşturulması evrenseldir. Yeterli bir toplum

²⁵ Nesnelci (ya da yapısalcı) bakış açısı, Wacquant'a (2003:17-18) göre, toplumu “toplumsal fizik tarzında, dışarıdan anlaşılan, eklemlenmeleri maddi olarak gözlemlenebilen, ölçülebilen ve haritalandırılabilen” bir yapı olarak ele alır ve eylemlerin tabi olduğu nesnel düzenliliklerin varlığını belirtir. Ancak bu nesnelci bakış, eyleyicilerin pratiklerini belli yapısal düzenliliklere dayandırırken, yapılara “özerk kendilikler” muamelesi yaparak onları şeyleştirme eğilimi gösterir. Bu yaklaşımda eyleyicilerin deneyimleri, görme biçimleri, yorumlamaları dışlanır.

²⁶ Öznelci (ya da inşacı) bakış açısı, yapısalcı nesnelliğin tersine, “toplumsal gerçekliğin ‘gündelik hayatın örgütlü pratikleri’ yoluyla toplumsal dünyalarını sürekli inşa eden ehil toplumsal aktörlerin ‘olumsal ve sürekli yarattığı’ olduğunu öne sürer” (Wacquant, 2003: 19). Bu “toplumsal fenomenolojinin” gözünde toplum, dünyanın doğrudan doğruya tanıdık ve anlamlı olarak verildiği bilinçli bireylerin kararlarının, eylemlerinin ve bilme edimlerinin ürünü olarak görünür.

²⁷ Bourdieu (1984) “habitus” kavramını bu yatkınlıklar toplamını ifade etmek için kullanır.

bilimi her iki süreci de –hem nesnel düzenlilikleri hem de nesnelliğin içselleştirilmesini- kapsayabilmelidir.

Zihinsel yapılarla toplumsal yapılar arasında bu biçimde bir karşılıklılığın bulunması, aynı zamanda toplumsal düzenin korunmasında ya da dönüştürülmesinde, toplumsal dünyanın algılanma kategorilerinin belirleyici rolü bulunduğunu da gösterir. Bu anlamda toplumsal yapılar ile zihinsel yapılar arasındaki örtüşmenin siyasal işlevleri olduğu öne sürülebilir (Wacquant, 2003: 22-23). Bourdieu'ye göre bu örtüşme toplumsal tahakkümün en sağlam güvencelerinden birini oluşturur. Sınıflar arasında kendi özel çıkarlarına en uygun olan dünya tanımını sürekli olarak dayatmayı hedefleyen bir mücadele vardır ve sınıflandırma sistemleri bireyleri ve grupları toplumsal yaşamın her alanında karşı karşıya getiren bir mücadele kozu ve hedefidir (Wacquant, 2003: 23).

Bourdieu'nün sosyolojik görüşünün merkezini bağıntısal bakış açısı oluşturmaktadır. Bourdieu'nün kavramsal formülasyonu birey ile toplumu birbirinden ayrı iki varoluş olarak ele almaz, bunları bağıntısal biçimde, aynı toplumsal gerçekliğin iki boyutu olarak kurar (Swartz, 1997: 96)²⁸. Wacquant (2003: 24) Bourdieu'nün yapının ya da eyleyicinin, sistemin ya da aktörün, kolektifin ya da bireyselin varlıkbilimsel önceliğini öne süren tüm yöntembilimsel tekçilik biçimleri karşısında bağıntıların önceliğini savunduğunu belirtir. Bu konudaki görüşlerini geliştirdiği en önemli iki kavram olan habitus ve alan kavramlarıyla ortaya koyar ve bu iki kavram arasındaki bağıntının altını çizer.²⁹

²⁸ Bourdieu'nün yaklaşımı, yapı ile eyleyiciler arasındaki ilişkiyi anlamaya dayanan şu temel fikir üzerine kuruludur: Nesnel yapıların öznel sonuçları olduğu görüşü, toplumsal yaşamın bireysel eyleyicilerle kurulduğu fikriyle uyumsuz değildir (Swartz, 1997: 97).

²⁹ Bourdieu habitus, alan, sermaye gibi kavramları tanımlamaktan ziyade, onların kullanımlarından bahseder. Ona göre bu tarz açık kavramların kullanılması, pozitivizmden kopuşun işaretidir. Kavramların ampirik olarak sistematik biçimde kullanılmak üzere tasarlandıklarını belirtir

Bourdieu, eylemlerin belli kurallara ve normlara uyma zorunluluğu taşımadan, bilinçli niyet taşımadan nasıl düzenlendiğine; nasıl düzenli istatistiki biçimler izlediğine; eylemlerin düzenlilikleri soyut dışsal yapıların ya da öznel amaçların ürünü olmadan nasıl tekrar tekrar meydana geldiğine yanıt ararken habitus ve alan kavramlarını geliştirmiştir (Swartz, 1997: 95). Toplumsal hayatın nasıl olup da bu kadar düzenli ve öngörülebilir olduğu, dış yapıların eylemi mekanik olarak dayatmamasına karşın eyleme örüntüsünü kazandıranın ne olduğu sorularının cevabı Bourdieu'ye göre habitus kavramında saklıdır (Wacquant, 2003: 27).

Habitus, Bourdieu'nün çalışmaları boyunca araştırdığı alana göre şekillendirerek geliştirdiği bir kavram olmasından ötürü farklı çalışmalarda farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bourdieu, habitusu tanımlarken, “kültürel bilinçdışı”, “alışkanlık oluşturuucu güç”, “basit, derinden içselleştirilmiş temel biçimler dizgesi”, “zihinsel alışkanlık”, “algıların, takdirlerin ve eylemlerin zihni ve cisimsel şemaları” gibi kavramlardan yararlanmış, kavram zamanla alanını eylemin bedensel olduğu kadar bilişsel olduğu temelini vurgulamak ve eylemin alışkanlığa dayalı biçimleri kadar yaratıcı biçimleri olduğunun da altını çizmek için alanını genişletmiştir ancak temel olan eylemleri anlamda Bourdieu'nün yatkinlıklara yaptığı vurgudur (Swartz, 1997: 101). Bir çok tanımlamanın hepsinde ortak olan, “eylem üreten, içselleştirilmiş ana yatkinlıklar dizgesi” ifadesidir.

Bourdieu, habitus kavramının temel işlevinin, eylemin açıklanmasında, rasyonel eylem kuramının günümüze uyarlanmış şekli olan akılcı eyleyici olarak “homo economicus” teorisinin temsil ettiği eylem felsefesinden kopuşa işaret etmek

(Bourdieu ve Wacquant, 2003:79-80). Wacquant da, Bourdieu'nün kavramlarını ve hedeflerini doğru kavrayabilmek için, Bourdieu'nün nasıl kullandığını, somut ampirik araştırmalarda kavrama ne şekilde ve hangi analitik etkiyle başvurduğunu görmek gerektiğini söyler (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 109-dipnot7)

olduğunu belirtir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 110).³⁰ Pratiğin gerçek mantığının açıklanmasını, Bourdieu ne eylemi yapılara karşı verilen basit bir tepki olarak ele alan nesnelci kavrayışa, ne de eylemin tamamen bireysel seçimlere dayandıran ve bireyin davranışlarında sürekli karını azamileştirmeyi amaçladığını öngören öznelci kavrayışa dayandırarak yapar. Bourdieu, pratiği özgül mantığı ile anlamaya çalışırken, kendi ifadesiyle “hem eyleyiciyi feda etmeden özne felsefesinden kaçınmak, hem de yapının eyleyici üzerinde ve onun aracılığıyla yarattığı etkileri hesaba katmaktan vazgeçmeden yapı felsefesinden kaçınmak niyetiyle hareket eder” (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 111). Bourdieu’ye (1995: 45) göre “özneler”, gerçekte bir pratik duyusuyla [yani tercihlerden görü ve ayırım ilkelerinden, dayanıklı bilgisel yapılardan ve durumun algılanmasıyla buna uyan yanıtı yönlendiren eylem kalıplarından oluşan edinilmiş bir sistemle] donatılmış, eyleyen ve bilen eyleyicilerdir. Habitus, belli bir durumda yapılması gerekli olan şeye ilişkin bir tür pratik duyusudur.

Yatkınlıklar (disposition) kavramı, habitusu anlamakta temel öneme sahiptir. Bourdieu (1984:562-Not2), habitus kavramının içeriğinin yatkınlık kavramıyla önemli ölçüde ifade edildiğini belirtir. Yatkınlık kelimesi öncelikle yapı kelimesine yakın bir anlamda düzenleyici eylemin sonuçlarını ifade eder, aynı zamanda bir varolma biçimini, alışılmış durumu (özellikle bedenini) anlatır ve özellikle yönseme, eğinme, eğilim, meyil kavramlarını da içerir. Bu açıklamaya dayanarak David Swartz (2003: 103), yatkınlığın habitus düşüncesiyle iletmeyi amaçladığı iki temel bileşeni olduğunu belirtir: “yapı” (structure) ve “eğilim” (propensity). Habitus dışsal yapıların içselleştirildiği erken toplumsallaşma deneyiminden ortaya çıkar. Bunun

³⁰ Rasyonel eylem kuramını savunanlar, bireyleri açıklayıcı nedenlere uyan ve doğrudan doğruya taammüden eyleyen bilinçli ve bilen özneler olarak ele alırlar (Bourdieu, 1995:45).

sonucunda, katmanlaşmış toplumsal yaşamda belli gruplar için mümkün olan ve olmayanlara ilişkin sınırlılıklar ve geniş parametrelerin içselleştirilmiş yatkınlıkları toplumsallaşma aracılığıyla gelişir. Böylece bir yandan habitus bir eylem için yapısal sınırlar koyar, bir diğer yandan da erken toplumsallaşmanın yapılandırıcı özelliklerine denk düşen algılar, arzular ve pratikler üretir.³¹ “Yapılandıran yapılar” ve “yapılandırılmış yapılar” ifadesi habitusun bu iki özelliğini ifade eder (Swartz, 2003: 103).

Swartz’a (2003: 103) göre habitus, bireysel eylemi şekillendirir ve böylece varolan fırsat yapılarının devamlılığını sağlar. Yapıya bağlı olan başarı ve başarısızlık olasılıkları içselleştirilir ve daha sonra bireysel arzu ve beklentilere dönüştürülür ve bunlar nesnel yapıları yeniden üreten eylemlerle dışsallaştırılır. Bourdieu bu süreci şöyle ifade eder: “Nesnel yapılar yapılandırılmış eylemler üreten yapılandırılmış nesnel yatkınlıklar üretmeye meyillidir ve bunlar nesnel yapıları yeniden üretirler.” (Bourdieu ve Passeron, 1977’den aktaran Swartz, 2003: 103). Bireylerin arzu ve beklentileri, onların habituslarına karşılık gelmektedir. Habitus, yapısal gerekliliklerin (zorunlulukların) içselleştirilerek yatkınlıklara dönüştürülmesidir. Ancak habitusun üretim koşullarına tamamen indirgenebilir bir şey olmadığı belirtilmelidir. Habitus, ne tam anlamıyla bireyseldir, ne de davranışları tek başına belirler; buna karşın eyleyicilerin içinde işleyen yapılandırıcı mekanizmadır (Wacquant, 2003: 27).

Bourdieu (1996: 122), habitus ile habit (alışkanlık) arasındaki farkı şu şekilde açıklar: “Alışkanlık, kendiliğinden bir şekilde tekrarlanan, mekanik, otomatik ve üretici olmaktan ziyade kopyalanan bir şey olarak kabul edilir. Oysa habitus’un

³¹ Mahar vd.,’ye (1990:10) göre, yatkınlıklar alandaki toplumsal konumlardan elde edilir ve bu konuma ilişkin kişisel adaptasyonu ifade eder. Örneğin, bir kişinin davranışında bu tür bir adaptasyon ya da ayar, toplumsal uzaklık duygusu ve hatta vücut duruşuyla bile ima edilir.

büyük ölçüde yaratıcı bir şey olduğunda ısrar etmek istiyorum. Habitus, koşullanmaların nesnel mantığını yeniden üretmeye yönelik koşullanmaların bir ürünüdür, ama onu aynı zamanda bir dönüşüme maruz bırakır; kendi üretimimizin toplumsal koşullarını ‘üretmemizi’ sağlayan dönüştürücü bir makinedir, ama görece fark edilemez biçimde, üretim koşullarının bilinmesinden ürünlerin bilinmesine basitçe ve mekanik olarak geçilemeyecek bir şekilde bunu yapar.”

Habitus, eyleyicinin ya da bir eyleyici kümesinin yatkınlıklarına, tercihlerine, tavır almalarına ve pratiklerine yön veren üretken bir ilke olarak, eyleyicilerin toplumsal uzamdaki (social space) konumlarına ve temel olarak bu konumlar aracılığıyla oluşturulan sınıflarla ilişkilidir.³² *Toplumsal uzam*, Bourdieu’nün kavramsallaştırmasında iki temel farklılaştırma ilkesine, yani ekonomik sermaye ve kültürel sermayenin dağılımına göre kurulmuştur. Bourdieu, her biri kendi alt türlerine ayrılan üç temel sermaye biçimi olduğunu belirtir. Bunlar arasında ekonomik (iktisadi) sermaye, taşınmaz malları, nakit parayı, hisse senetlerini vb. içeren, kişinin sahip olduğu mali kaynakları gösterir. Bourdieu, sermaye kavramının kapsamını eğitim ve kültür alanına kadar genişleterek, bu alanlarda elde edilen niteliklerin de toplumsal alanda birer sermaye olarak değer kazandığını belirtir. Kültürel sermaye olarak ifade edilen ikinci sermaye türü, Bourdieu’nün çalışmalarında entelektüel sermaye ya da bilgi sermayesi olarak da anılır. Featherstone (1996: 174) Bourdieu’nün kültürel sermaye kavramının, “dolaysızca hesaplanabilir, mübadele edilebilir ve gerçekleştirilebilir olan iktisadi sermayeye paralel olarak, kültüre dayanan iktidar kiplerinin ve birikim süreçlerinin de var olduğunu” gösterdiğini ifade eder. Kültürel sermayenin üç biçimi vardır; kültürel

³² Bourdieu, toplumsal sınıfı ve sınıf kesimlerini sadece toplumsal uzamdaki konumlara dayanarak açıklamaz. Toplumsal sınıfları belirleyen diğer değişkenlere ileride değinilecektir.

sermaye a) nesneleşmiş halde (resimler, kitaplar, makineler, binalar gibi kültürel ürünler), b) bedenselleşmiş halde (sunum tarzı, konuşma biçimi, bedene ilişkin özellikler-bronz ten, adaleli vücut, dövme, piercing vb.) ve c) kurumsallaşmış halde (eğitim düzeyi, akademik diplomalar vb) bulunur. Son olarak sosyal sermaye, Bourdieu'nün kullandığı üçüncü temel sermaye türüdür. Bourdieu sosyal sermaye kavramıyla, bireyin ya da grubun, belli bir ilişkiler ağına dahil olmasıyla ve bu ilişki ağı içerisinde karşılıklı tanıma ve tanınma sayesinde elde ettiği gerçek ya da potansiyel kaynakların toplamını ifade eder. Bourdieu, bu üç tür sermaye biçimine son çalışmalarında simgesel sermaye olarak yeni bir kategori eklemiştir. Simgesel sermaye, diğer belirtilen sermaye türlerinden herhangi birinin, algı kategorileriyle kavrandığında büründüğü biçimdir. Wacquant, Bourdieu'nün bütün çalışmalarının simgesel sermayenin çeşitli biçimlerinin ve sonuçlarının keşfedilmesine yönelik bir arayış olarak da okunabileceğini belirtmiştir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 108). Toplumsal uzamın birinci boyutu iki sermaye türünün toplam hacmine göre, ikinci boyutu ise bu toplam sermaye hacmi içerisindeki bileşenlerin (ekonomik ve kültürel sermaye) göreceli ağırlığına göre şekillenir. Eyleyiciler bu iki boyutta bir birine ne kadar yakınlarsa o kadar çok, ne kadar uzaklarsa o kadar az ortak şeyleri vardır. Kısacası aralarındaki uzamsal mesafeler, toplumsal mesafelere tekabül etmektedir

Toplumsal uzamdaki mesafeler, habituslardaki farklılıkların veya benzerliklerin kökeninde yer alır. Her bir konum kümesine mukabili koşulla bağdaşan toplumsal koşullandırmanın ürettiği bir habituslar kümesi ve aralarında bir üslup yakınlığıyla birleşmiş olan sistematik mallar ve özellikle bütünü tekabül eder (Bourdieu, 1995: 22). Ancak Bourdieu bu iki farklılaştırıcı ilkeye bir de sermaye türlerinin zaman içindeki değişimi boyutunu ekler. Böylece habitusu üreten üç boyut

olduğu ortaya konur (Bourdieu, 1984: 114). Üçüncü boyut, en türdeş habitusu belirleyebilmek için önemlidir. Belirtilen üç boyut, sınıf ve sınıf kesimleri arasında fark yaratan bileşimler olarak karşımıza çıkar.

Eyleyiciler ve eyleyiciler sınıfları arasındaki en temel farklılıklar Bourdieu'ye göre sermayenin toplam hacminde bulunur. Sermaye hacmini Bourdieu (1984: 114), kullanılabilir kaynak ve güç toplamı olarak tanımlar ve ekonomik sermaye, kültürel sermaye ve sosyal sermaye bunun içerisinde. Ancak Bourdieu, özellikle ekonomik ve kültürel sermayeye farklı sınıfları (ve sınıf kesimlerini) belirlemede öncelik tanır. Farklı sınıf ve sınıf kesimlerinin dağılımı, en fazla ekonomik ve kültürel sermayeye sahip olanlarla, bunlardan en yoksun olan gruplar arasında oluşmaktadır.³³ İkincil farklılıklar, toplam sermaye hacmi içerisindeki sermaye türlerinin farklı ağırlığına göre oluşturulur ve bu sınıflar içerisindeki kesimleri (fraksiyonları) belirler (Bourdieu, 1984: 114). Bourdieu'ye göre (1984: 115) toplam varlık yapısı içerisinde (toplam sermaye hacmi) farklı sermaye türlerinin dağılımı dikkate alındığında, daha anlamlı bölümlendirmeler yapılabilen ve böylece yüksek kültürel sermaye-düşük ekonomik sermayeye ve düşük kültürel sermaye- yüksek kültürel sermayeye sahip olan gruplar arasındaki farklılıklar ortaya konabilmektedir.³⁴ Bourdieu (1984: 123-124), habitusu üreten toplumsal koşullar arasında, sınıf ve sınıfsal kesimin toplumsal

³³ Bourdieu (1984: 114), yaptığı analizdeki bazı sonuçları, sınıfsal farklılıkları ve buradan kaynaklanan farklı habitusları göstermek için şu şekilde belirtir: "Genellikle egemen sınıf kökeninden gelen (yüzde 52.9) ve maddesel ve kültürel ürünleri birlikte büyük miktarda alan ve tüketen yüksek gelir ve yüksek eğitim seviyesine sahip olan meslek gruplarındaki kişiler; genellikle işçi sınıfı ya da orta sınıf kökenli olan, ürünlerin az miktarda alan ve tüketen, zamanının büyük kısmını araba tamiri ve ev içi tamir işleri için harcayan düşük nitelikli ofis çalışanlarından hemen hemen tüm açılarından; en düşük geliri olan, eğitimsiz ve yaygın bir şekilde işçi sınıfı kökeni vasıflı, yarı vasıflı ve vasıfsız işçilerden tamamen farklıdır."

³⁴ Bourdieu (1984: 115-120), ekonomik ve kültürel sermayeye ilişkin göstergeleri sıralayarak (bunların tam ve eksiksiz olduklarını iddia etmez) bunların egemen sınıf içerisindeki çeşitli meslek grupları arasında nasıl dağıldığına bakar ve böylece sınıf kesimleri arasındaki farklılıkları ortaya koyar. Ekonomik ve kültürel sermayenin aynı sınıf içerisindeki dağılımının yapısı aracılığıyla, toplumsal uzamdaki konumları tespit etmekte ve mesafeleri karşılaştırabilmektedir.

yörüngesi olarak (social trajectory) ifade ettiği ve sermaye yapısının zaman içerisindeki değişimini üçüncü boyut olarak ortaya koyar. Buna göre, analiz açısından türdeş sınıf ve sınıf kesimlerinin (class fraction) ancak sermaye yapısının soy içerisindeki gelişimi gözetilerek yapılabilir. Bireyin toplumsal yörüngesi; kendi sermaye hacminin hayat boyu gelişimini (gelişiyor mu, durağan mı, azalıyor mu), her bir sermaye türünün hacminin gelişimini (yine aynı şekilde) ve sermaye bileşenlerini (çünkü sermaye hacmi toplamda aynı kalsa da, sermaye türleri içinde farklılıklar oluşmuş olabilir), kendi anne ve babasının sermaye hacmini, yapısını ve farklı sermaye türlerinin ağırlığını ve nihayet büyükanne ve büyükbabasının (her iki taraftan da) sermaye hacmi ve yapısını içerir.

Toplumsal uzamdaki konumlar, habituslar ve tavır almalar arasında kurulan denklik ile³⁵, bu model Bourdieu'ye göre uygun bir sınıflandırma ilkesi olarak iş görür: “toplumsal uzamın bölgelerini ayırarak üretebileceğimiz sınıflar, yalnızca varlık koşulları açısından değil, aynı zamanda da kültürel pratikleri, tüketimleri, siyasal kanaatleri vb. açısından da olabildiğince türdeş eyleyicileri bir araya toplar” (Bourdieu, 1995: 32).

Bourdieu *sınıfı*, “benzer varlık koşulları ve koşullanmaları” ve dolayısıyla “benzer yatkinlıklar” yaratan ve sonuçta “benzer pratikler” oluşturan “toplumsal uzamda benzer pozisyonlar” olarak ifade eder (Bourdieu, 1987f: 6’dan aktaran Swartz, 1997: 154). Toplumsal sınıfları oluşturan en temel unsurlar, toplumsal uzamdaki sınıfsal konumları da belirleyen sermaye hacmi, bileşimi ve zaman

³⁵ “Toplumsal uzam” ve “habitus” arasındaki ilişki en açık olarak Bourdieu’nün şu ifadesinde belirtilmiştir: “Dünya beni bir noktaymışım gibi içerir ve yutar ama o nokta bir görüş açısidir, toplumsal uzam içinde konumlanan bir noktadan hareketle edinilen bir görüşün, hangi nesnel konumdan hareketle alınmışsa, biçimi ve içeriğiyle o konum tarafından belirlenen bir perspektifin kökenidir. Toplumsal uzam, tam da, ilk ve son gerçekliktir çünkü üstüne üstlük, toplumsal eyleyicilerin kendisine ilişkin olarak sahip olabilecekleri tasarımları da belirler.” (1995: 28).

içindeki değişimdir. Ancak Bourdieu'nün sınıf kavramsallaştırması toplumsal cinsiyet, ırk, etnik köken, ikamet yeri ve yaş gibi unsurları da içerir. Bourdieu (1984: 102-9), bu unsurlara sermayeye ilişkin olan unsurların yanında ikincil önem atfeder. Fakat bu özelliklerin sınıfların ayrılmaz parçası olduğu konusunda ısrar eder. Bourdieu toplumsal sınıfı şöyle tanımlar: “Toplumsal sınıf özellikle (en belirleyici olan sermaye hacmi ve bileşimiyle bile), bir dizi özellikle (cinsiyet, yaş, toplumsal köken, etnik köken, gelir, eğitim düzeyi vb.), ya da temel bir özelliğe dayanan özellikler zinciriyle (üretim ilişkilerindeki konum) neden-sonuç, koşullandırıcı yada koşullanmış bağıntısı içinde belirlenmez; ancak özelliklerin kendi aralarındaki bağıntı yapılarınca belirlenir ve bu bağıntı yapısı her bir özelliğe ve pratik üzerindeki etkilerine belli değer verir” (1984: 106). Burada Bourdieu, sınıfların kurulmasında kullanılan tek bir özelliğin dahi, ona bağlı olan başka özellikleri de birlikte getirdiğine vurgu yapmaktadır. İkincil belirleyiciler olarak ifade ettiği unsurlar, Bourdieu'ye göre en temel maddesel varolma koşullarına etki etmesinden dolayı, sınıf analizlerinde gözetilmelidir.³⁶ Kurulmuş (kuramsal) sınıfları oluşturan unsurlar, birbirleriyle aynı şekilde bağlı değildir ve bunların bileşimiyle kurulan sistem en fazla işlevsel ağırlığı olan unsura dayanmaktadır. Bu durumda toplam sermaye hacmi ve bileşkesi, eyleyicinin pratiklerine etkide bulunan diğer unsurlara (yaş, cinsiyet, ikamet yeri vb.) belli değer ve biçim verir.³⁷

³⁶ Bourdieu (1984: 101-9), tüm toplumsal sınıfların “kurulmuş sınıflar” olduğunu belirtir. Swartz (1997: 157-8), kurulmuş sınıfların, istatistiksel kanıtlara ve etnografik tariflere dayanan yaratıcı özellikleri olduğunu söyler. Bourdieu, en türdeş sınıfların kurulduğunu ve böylece devreye sokulan sınıflandırma ilkesinin gerçekten açıklayıcı olduğunu; sınıfların kurgusal özelliklerinin, o halleriyle gerçekte oluşmuş gruplar olarak algılanmaması gerektiğini belirtir (1995:25). Sınıfların “kurulmuş sınıflar” olarak kavramsallaştırılması, Bourdieu'nün “alan” (field) ve “sınıfsal hareketlilik” görüşleriyle de bağlantılıdır.

³⁷ Bourdieu, cinsiyete ilişkin özelliklerin aynı limonun sarı renginin asidinden kaynaklanması gibi, sınıf özelliklerinden ayıramayacağını söyler. Bir sınıf iki cinsiyete ve bunların toplumsal olarak kurulmuş yatkınlıklarına verdiği değer ve yere göre tanımlanabilir. Kadınlığın farklı sınıf ve sınıfsal fraksiyonlara göre farklı tanımlanması mümkündür, farklı sınıflar arasında emeğin cinsiyetçi iş

Toplumsal uzamın iki temel boyutuna (kültürel ve ekonomik sermaye) tekabül eden birbirinden farklı iki yeniden üretim mekanizması vardır ve bunların bileşimi “sermayenin sermayeye yönelmesini” ve “toplumsal yapının süregitmesini sağlayan yeniden üretim tarzını” tanımlar (Bourdieu, 1995: 39). Bourdieu’ye (1984: 125) göre yeniden üretim stratejileri, eyleyicilerin varlıklarını (sermayelerini) korumak ya da geliştirmek için ve buna bağlı olarak sınıf yapısındaki konumu korumak ya da geliştirmek üzere bilinçli ya da bilinçsiz olarak gerçekleştirdikleri, birbirinden çok farklıymış gibi görünen pratiklerin aslında sistematik biçimde işleyen ve değişen tek bir birleştirici ve üretken sistemin ürünüdür. Yeniden üretimin nesnel olanakları tarafından belirlenen yatkinlıklar aracılığıyla bu yeniden üretim stratejileri Bourdieu’ye göre, bir yandan yeniden üretilecek olan sermayenin hacmine ve bileşimine, diğer yandan da yeniden üretim araçlarının durumuna (kalıtsal kurallar ve gelenekler, emek pazarı, eğitim sistemi vb) bağlıdır. Bourdieu’ye (1995: 39) göre aileler, kendi toplumsal varlığını, tüm güçleri ve ayrıcalıklarıyla sürdürme eğilimine sahiptir. Bu eğilim, yeniden üretim stratejilerinin (doğurganlık stratejileri, evlilik stratejileri, veraset stratejileri, ekonomik stratejiler, eğitim stratejileri) kökenini oluşturmaktadır. Ailelerin kültürel sermayesinin hacmi toplam sermaye hacmi içerisinde ekonomik sermayeye kıyasla ne kadar büyükse, okul eğitime ya da akademik eğitim olanaklarına o kadar çok yatırım yaparlar. Aynı biçimde, diğer yeniden üretim stratejileri (özellikle de ekonomik sermayenin doğrudan aktarımını amaçlayan veraset stratejileri) ne kadar daha az etkili ise eğitime yatırım eğilimi daha güçlü olacaktır (Bourdieu, 1995:39-40). Öte yandan, egemen sınıfın ve orta sınıfın

bölümü farklı biçimler alır (1984:108). Bourdieu analizinde, en alt pozisyondaki işlerde, göçmenlerin, kadınların ve özellikle göçmen kadınların yer aldığını; yine kişisel hizmetlerde (medikal ve sosyal hizmetler, kişisel bakım işleri, kuaförlük/güzellik bakımı, ev içi hizmetler) kadın yoğunluğu olduğunu göstermiştir.

ekonomik sermayesi güçlü kesimleri, kendi toplumsal yeniden üretimlerini sağlayabilmek için eğitim sisteminden yararlanmak zorunda kalmışlardır. Bu durum, farklı sınıfların eğitim sistemiyle olan ilişkilerinde yeni değişimler ortaya koymuştur. Böylece, akademik nitelikler ve işler arasında gelişen yeni ilişkiler toplumsal yapıda değişimler meydana getirmiştir (Bourdieu, 1984: 130-132).

Yeniden üretim araçlarında veya sermaye durumunda yapılacak herhangi bir değişim yeniden üretim stratejileri sisteminin yeniden yapılandırılmasına neden olur. Sermayenin yeniden düzenlenmesi (daha ulaşılabilir, karlı, meşru bir sermayeye geçiş), varlık yapısında bir dönüşüm gerektirir. Yeniden düzenleme stratejileri toplumsal uzam içerisinde hareketliliği ifade etmektedir (Bourdieu, 1984: 130-132). Toplumsal uzamın iki eksenini (toplam sermaye hacmi ve sermaye bileşenlerinin göreceli ağırlığı) iki çeşit hareketliliğe imkan vermektedir: 1) dikey hareketlilik, aynı alan içerisinde aşağı-yukarı hareketlilik (okul öğretmenliğinden profesörlüğe geçiş; küçük işletme sahipliğinden büyük işletme sahipliğine geçiş vb.), 2) çapraz hareketlilik, bir alandan diğerine yatay (okul öğretmenliğinden küçük işletme sahipliğine vb.) veya farklı düzeyler arasında (küçük işletme sahipliğinden sanayiciliğe geçiş vb.) hareketliliktir.³⁸ Bu yeniden düzenleme stratejileri arasında, dikey hareketlilik en sık gerçekleşendir. Burada, varlık yapısında halihazırda egemen olan sermaye biçiminde hacimsel olarak artış meydana gelir ve hareket alan içerisinde kalır (işletme alanı, akademik alan, yönetsel alan, tıbbi alan vb.). Çapraz hareketlilikte ise, bir alandan diğerine geçilmesi, belli bir sermaye biçimini diğerine veya belli bir sermaye alt biçimini diğer bir alt biçime dönüştürmeyi gerektirir (arsa

³⁸ Bourdieu (1984: 131), burada bahsettiği yeniden düzenlemelere karşılık gelen hareketlerin “toplumsal hareketlilik” adı verilen çalışmalarla hiçbir ilgisi olmadığını belirtir. Bu çalışmalar içerisinde açıklanan hareketlilikleri pozitivist naiflik olarak niteler. Geleneksel hareketlilik çalışmaları, birbiriyle hiçbir şekilde denk olmayan hareketliliklerin arasında ayrım yapmamaktadır.

sahipliğinden sanayi sermayesine veya edebi alandan ekonomik alana geçiş vb.) ve böylece varlık yapısında bir dönüşüm ortaya çıkar.³⁹

Alan (field), Bourdieu'nün sosyolojisinde temel uzamsal metafordur ve habitusun iş gördüğü toplumsal ortamın yapısını tanımlar. Bourdieu'ye göre, farklılaşmış toplum, sistematik işlevlerle, ortak bir kültürle, kesişen çatışmalarla ya da kapsayıcı bir otoriteyle bütünleşmiş yekpare bir bütün değildir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 26). Böyle bir toplum herbirinin özerk mantığı, kendine has değerleri ve kendi düzenleyici ilkeleri olan oyun alanları toplamından ibarettir.

Alan içerisinde eyleyiciler, alanın mantığına uygun olarak sermaye yapılarını arttırmaya ya da korumaya yönelik veya alana içkin olan kuralları kısmen ya da bütünüyle dönüştürmek amacıyla alanda öne çıkan sermaye türünü değiştirmeye, gücünü düşürmeye veya kendilerinin daha çok sahip oldukları sermaye türünün değerini arttırmaya yönelik stratejiler geliştirmeye çalışabilirler (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 84). Bu anlamda alan, mücadele ve rekabet mekanıdır, eyleyiciler alanda hakim olan sermaye türü üzerinde tekel kurma, meşru olanı belirleme ve hiyerarşiye karar verme gücü için birbirleriyle rekabet ederler. Bu rekabet ve üstünlük kurma mücadelesinde, sermaye biçimlerinin görece ağırlığını ve dağılımını değiştirmek, alanın yapısını da değişime uğratacağından alanın kendisi de temel bir mücadele hedefi haline gelir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 26)⁴⁰. Aynı zamanda

³⁹ Bourdieu (1984:135-143), 1954-1975 yılları arasında sınıf kesimlerinin sermaye tiplerine göre dönüşümlerini incelemiş ve buradan kullanılmış olan yeniden düzenleme stratejilerine ulaşmıştır. Mesleki kategorilerin zaman içindeki dönüşüne ve gelişimine odaklanarak varolan sermayenin nasıl değişime uğratıldığını anlamaya çalışmıştır. Zaman içerisinde diploma gerektiren iş kollarında yükselme görülürken, değerini kaybeden nitelikler, eski zamanda sahip olunan konumu korumak adına dönüşüme uğratılmış; veya belli nitelikteki kişiler, diplomalarının hiyerarşide değerinin düşmesine karşılık emeğini ucuza satmak yerine işsiz kalarak konumlarını korumayı tercih etmişlerdir.

⁴⁰ Swartz'a (1997:119) göre, Bourdieu'nün alan kavramı pozitivist açıklamaların karşısında bağıntısal açıklamayı savunmaktadır. Bourdieu'nün ifadesiyle alan kavramlarıyla düşünmek, bağıntısal düşündürmektir. Bağıntısal mantık, araştırmacıyı eylemin altında yatan ve görülemeyen ilişkileri ortaya

alan, eyleyicilerin stratejilerinin temelinde bulunur çünkü bu stratejiler, alanda eyleyicilerin özgül sermaye dağılımındaki konumlarına ve alanı algılayışlarına, yani alanın içinde durdukları noktadan alana bakış açılarına dayanır (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 87).⁴¹

Her alanda geçerli olan sermaye türleri bulunur, bunların etkililiği alanın mantığına göre değer kazanır. Buradaki sermaye türü, alana göre bir mücadele silahı olabileceği gibi, uğrunda mücadele edilen şey olarak, sahibine belli bir iktidar ve nüfuz kurma imkanı verir. Alanın yapısını belirleyen şey, sınıfı kuran özellikler sisteminin belirli biçimidir: sermaye hacmi ve bileşkesi, bunların zaman içindeki değişimi (sermayenin yörüngesi), cinsiyet, yaş, medeni durum, ikamet yeri vb. (Bourdieu, 1984: 112). Bourdieu (1984: 113), alan her ne olursa olsun neden belli özellikler sisteminin en fazla açıklama gücüne sahip olduğunu ve unsurların göreceli ağırlığının alandan alana neden fark gösterdiğini anlayabilmek için, sermayenin toplumsal bir bağıntı olduğunu görmek gerektiğini belirtir. Sermaye, kendisinin üretildiği ve yeniden üretildiği alanda varolan ve ancak etkisini orada üretebilen bir enerjidir, sınıfa ilişkin her özelliğin etkililiği ve değeri alanda hakim olan kurallarla verilir. Pratikte, yatkınlıklarda içselleştirilen özelliklerin hepsi aynı anda işlevsel değildir, alanın mantığı hangi özelliğin (ya da özelliklerin) etkili olacağını, temel sermaye olarak öne çıkacağını ve dolayısıyla eylemi açıklayan unsur olacağını

çıkartmaya yönlendirir. Toplumsal yerlere (mahallere) ilişkin çevre, bağlam ve hatta toplumsal alt yapı gibi pozitivist kavramsallaştırmalar, toplumsal yaşamın mücadele içeren özelliğini yeterince açıklayamamaktadır.

⁴¹ Bourdieu (1997: 104), “özgül sermaye” ifadesiyle, sermayenin alanla olan ilişkisini vurgulamak istemiştir, sermaye belli alanın sınırları içindedir ve bir başka tür sermayeye ancak bazı koşullar altında dönüşebilir. Burada Bourdieu alandaki mücadeleleri ve stratejileri de anlatan şu örnekten bahseder: “Sosyete terziliğinde birikmiş olan sermayeyi yüksek kültüre taşımak istemiş olan Cardin’in yenilgisini hatırlamak yeter: sanat eleştirmenlerinin en bayağısı, Cardin’in meşru sanat konusunda yaptığı herşeyin iğrenç olduğunu söyleyerek ve böylece sermayesine en uygunsuz değişim oranını dayatarak, yapısal açıdan daha meşru bir alanın üyesi olarak yapısal üstünlüğünü öne sürmeyi kendisi için görev bilir.”

belirler (Bourdieu, 1984: 112). Bunun anlamı Bourdieu'ye göre, belli bir alanda bireylerin hiyerarşik düzeyini ve iktidarını, diğer sermaye türlerinde sahip oldukları ek zenginlik her ne olursa olsun, alanın gerekliliklerine uygun olan sermaye türünü harekete geçirebilmeleri belirleyecektir. Söz konusu olan sermaye türlerine (ya da iktidara) sahip olmak, alanda elde edilebilecek özgül faydalara erişimi belirler (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 81).

Bourdieu, bir alan incelemesinde yürütülmesi gereken zorunlu ve birbirine bağlı üç evre olduğunu söyler. Öncelikle, alanın konumu iktidar alanına göre çözümlenmelidir (örneğin, yazar ve sanatçıların edebi alandaki konumu, iktidar alanına göre tahakküm altındadır ancak yasal alan iktidar alanına daha yakın konumlanır). İkinci olarak, incelenen alanda rekabet eden eyleyicilerin (ya da kurumların) konumları belirlenmelidir ve bu konumlar arasındaki bağıntıların nesnel yapısı kurulmalıdır. Alana özgü sermaye türünün ne olduğu, ekonomik ve kültürel sermaye türlerinin hangi biçimini aldığı, bunların diğer sermaye türlerine göre nasıl dağıldığı konumları belirlerken incelenmelidir. Son olarak, eyleyicilerin konumlarından türeyen habitusları tanımlanmalıdır (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 90; Swartz, 1997: 142).

Bourdieu habitus, sermaye ve alan kavramsal üçlemesi aracılığıyla, sosyolojik bakışındaki eylem kuramını açıklamaktadır. *Distinction*'da (1984: 101) belirttiği formül, hem kavramlar arasındaki ilişkileri hem de bunların eyleyicilerin pratiklerini belirlemedeki bağıntıları hakkında bilgi sunmaktadır.

$$[(\text{habitus}) (\text{sermaye})] + \text{alan} = \text{eylem (practice)}$$

Bourdieu, bu formül aracılığıyla bir alanda ortaya konan bir dizi farklı pratiklerin mantığını da açıklamaktadır. Bu modelde eylem, habitus, sermaye ve

alanın bağıntısının bir sonucu olarak ele alınmaktadır⁴². Modelde eylemin bu üç unsurdan birine indirgenerek açıklanamayacağı fakat bunlardan da bağımsız olamayacağı ifade edilmektedir. Eylemi üreten bu üç unsurun bileşimidir. Bu kavramsallaştırma içinde eylemin açıklanmasında yapı ya da eyleyici arasında seçim yapmaya gerek kalmamaktadır ve aynı zamanda Bourdieu, eylemin mikro analizi ile makro analizini birleştirmektedir.⁴³

2. Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi: “Ayrımlar”

Pierre Bourdieu’nün 1963 ve 1967-68 yıllarında Fransa’da yaşayan toplam 1,217 kişiyle yaptığı alan araştırmasındaki bulguların ortaya konduğu *Distinction* adlı çalışmasındaki temel amacı, tüketilen kültürel ürünlerin doğasında ve tüketilme biçiminde ortaya çıkan, ekili yatkinlıların ve kültürel yeterliliklerin, eyleyici kategorilerine ve uygulandıkları alanlara (en meşru olan resim veya müzikten, en kişisel olan giyim, ev dekorasyonu, mutfak gibi) göre nasıl fark gösterdiğini incelemektir (Bourdieu, 1984: 13).⁴⁴ Bourdieu çalışmasının dayandığı alan

⁴² Toplumsal alandaki konum habitusta kayıtlıdır, alanda biçimsel olarak herkese sunulan fırsat olanaklarının değerlendirilmesini (algılanılması ve kullanılması) sağlayan ise sermaye olmaktadır. Habitus ile alan ise tamamen birbirleriyle bağıntı halinde işlemektedir. Alan habitusu yapılandırır, habitus ise bir alanın ya da kesişen bir dizi alanın içkin zorunluluğunun somutlaşmasının bir ürünüdür. “İnsanın varoluşu ya da bedenleşmiş toplumsallık olarak habitus, dünyayı belli bir dünya olarak var eden şeydir” (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 118).

⁴³ Bourdieu’nün eylem kuramını, eylemleri açıklamada kullandığı strateji, çıkar (interesse), yatırım (ya da illusio) gibi kavramlardan yola çıkarak, iktisadi belirlenimcilik kuramı olarak ya da rasyonel seçim kuramının bir türevi gibi okuyan çeşitli yazarlar vardır (Wacquant, 2003: 31). Ancak Bourdieu, çalışmalarında başından beri bütün pratiklerin iktisada indirgenmesine karşı çıktığını belirtmiştir. Ayrıca, ona göre bu eleştiriler, kavramların yanlış yorumlanmasının sonucudur. Belirtilen bu kavramlar temelde Bourdieu’nün alan’a ilişkin kavramsallaştırmasıyla ilişkilidir.

⁴⁴ Uygulanan ilk alan çalışması, 1963 yılında görüşme ve etnografik gözlemle geliştirilerek her iki cinsiyetten toplam 692 kişiyle, Paris, Lille ve küçük bir kasabada gerçekleştirilmiştir. Eylem ve görüşlerdeki farklılaşmaları analiz etmeye yarayacak daha geniş bir örneklem oluşturmak için, destekleyici alan çalışması 1967-68 yılları arasında gerçekleştirilmiştir. Böylece toplam 1, 217 kişiye ulaşılmıştır. Anket görece durağan yatkinlıkları tespit ettiği için, bu zaman aralığı yanıtları etkilememiştir. Paris ve çevresinden elde edilen anketlerin sayısı yaklaşık olarak aynıdır (Bourdieu, 1984: 503). Uygulanan ankette, kişinin cinsiyeti, doğum yılı, medeni durumu, yaşadığı yer, eğitim seviyesi, mesleği, babasının ve büyükbabasının mesleği ve eğitim durumu, geliri gibi kişisel bilgilerin yanında, ev dekorasyonu, giyim, şarkıcılar, yiyecek, okumak, resim, müzik, fotoğraf, radyo, televizyon, hobiler vb. konulardaki beğenilere ilişkin toplam 26 adet soru yer almaktadır.

araştırmasında katılımcılara resim, müzik, fotoğrafik temaların yanısıra ev dekorasyonu, giyim-kuşam, yiyecek ve politik tercihlerine ilişkin sorulmuştur. Bu tercihler dil kullanımı ve beden üzerindeki sınıfsal farklılaşmalar eşliğinde değerlendirilmiştir.

Bourdieu bu çalışmasında, eyleyicilerin ya da eyleyici sınıflarının toplumsal uzamdaki konumlarından kaynaklanan habitusları aracılığıyla, bu konumlara denk düşen beğeni yapılarını ve tercihlerini inceler. Habituslar kendilerini üreten konumlar gibi farklılaşmıştır ancak aynı zamanda farklılaştırıcıdır. Ayırmıştır, ayırır, ama aynı zamanda ayrımları getirir: farklı farklılaştırma ilkelerini hayata geçirir ya da ortak farklılaştırma ilkelerini farklı biçimde kullanır (Bourdieu, 1995: 23). Habituslar ayrı ve ayırıştırıcı pratikler doğurur. Bourdieu çalışmasında bu pratiklerin analizini yapmaktadır.

Bourdieu, tüketimi kültürel ürünlerin tüketimi bağlamında, beğeniler üzerinden inceleme konusu yapmaktadır. Kültürel ürünlerin tüketiminin kişilerin toplumsal sınıf konumlarıyla ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu anlamda kültürel ürünlerin tüketiminin bireysel tercihler olmaktan ziyade toplumsal bir fenomen olduğunun altı çizilmektedir. Bourdieu, kişilerin eğitim düzeyine ve toplumsal sınıfına denk düşen üç tür beğeni düzeyi olduğunu belirtir. Bunlardan ilki eğitim seviyesiyle artan, egemen sınıfın eğitimsel sermayesi yüksek kesiminin beğenisi “meşru beğeni”dir (legitimate taste). İkinci beğeni, orta sınıfta ve egemen sınıfın entelektüel kesiminde yaygın olan “orta düzey beğeni”dir (middle-brow taste). Üçüncü beğeni türü olan “popüler beğeni” (popular taste) ise, eğitim seviyesi düşük olan kesimin ve işçi sınıfının beğenisidir (1984: 16).

Bourdieu'nün beğeni kalıplarına ilişkin görüşlerinin temelinde, birbirine karşıt olarak tanımlanan, farklı yaşam deneyimleri ve toplumsal konumlar tarafından koşullandırılmış iki temel estetik yargısının bulunduğu görüşü vardır (Göker, 2007a: 535). Bunlardan ilki “Kantçı estetik” diğeri ise “Anti-Kantçı”, popüler estetikdir (Bourdieu, 1984: 41-42). Popüler estetik Kantçı estetiğin olumsuz karşıtıdır. Bourdieu'ya göre (1984: 41) Kant estetik yargının özgüllüğünü açıklayabilmek için “haz veren şeyleri” “tatmin eden şeylerden” ayırmaya ve daha genel olarak, derin düşüncenin estetik niteliğinin tek garantisi olan “kayıtsızlığı”, “kabul edilebilir” olanı tanımlayan “duyuların ilgisinden” ve “iyi olanı” tanımlayan “aklın ilgisinden” ayırmaya çaba göstermiştir. Kantçı estetik egemen sınıfın estetik beğenisidir. Buna karşılık, her imgenin bir işlevi yerine getirmesini bekleyen işçi sınıfı bireyleri, ahlakçı normları veya kabul edilebilir olanı yargılarının tümünde referans almaktadırlar. Bourdieu, bu farklı referans noktalarının beğenileri nasıl yönlendirdiğini açıklayabilmek için, çalışmasında kullandığı farklı türden fotoğrafların farklı sınıflardan gelen kişiler tarafından anlamlandırma biçimlerinden örnekler verir. Örneğin, işçi sınıfından bireyler, bir sanat fotoğrafını (örn; ölü bir asker fotoğrafı) olumlu yada olumsuz olarak, her zaman somut bir gerçekliğin birer ifadesi (savaşın gerçekliğini göstermek) olarak yada bu temsilin hizmet edebileceği işlevlere odaklanarak (savaşın dehşetinin suçlanması) okumaktadırlar. Aynı şekilde fotoğrafın güzel olması, işçi sınıfı bireyleri tarafından imgenin güzelliğine bağlanarak açıklanmaktadır. Buna karşılık bir burjuva bir sanat fotoğrafının değerlendirilmesinde soyut kavramlara ve temalara başvurulacaktır (Göker, 2007a: 535). İşçi sınıfının popüler estetiğinde söz konusu olan biçimin işleve göre ikincil konumudur. İmgeler işçi sınıfı tarafından öncelikle yerine getirdiği işleve referansla

yargılanmaktadır, imgenin başka bir göndergesi olduğu düşünülmeden değerlendirilmektedir (Bourdieu, 1984: 43). Kantçı ve anti-Kantçı estetik arasındaki ayrım aynı habitus gibi sınıfsal konumlardan türer ve burada şekillendirilen düşünce tüketim alanına uyarlanabilecek şemaların kavranmasına katkıda bulunur.

İncelemesinin birinci bölümünde Bourdieu, estetik beğenilerinde sınıfsal farklılıklara değinmektedir. İşçi sınıfı estetiğinin tahakküm edilen bir estetik olduğunu, sürekli olarak kendisini egemen estetiğe atıfla tanımlamak zorunda bırakıldığından bahseder. İşçi sınıfı üyeleri, ne kendi estetik beğenilerini açıkça eleştiren yüksek sanat estetiğini yok sayarlar ne de kendi eğilimlerinden vazgeçerler. Bunu da genellikle iki yönlü ifadelerle ortaya koyarlar: “evet güzel ama bana göre değil”. Bourdieu’ye göre (2007: 48), egemen sınıfın ayrıcalıklı bir konumda dünyaya gelen üyelerinin habitusları toplumsal ve kültürel oyunun temel gerekliliklerine doğrudan uyumlu olması nedeniyle ayrıcalıklı görünmektedirler. Bu sınıftan kişiler, böylece herhangi bir çaba göstermeksizin farklı ve özel olduklarını öne sürebilmektedirler. Bourdieu, estetiksel eğilim ile kültürel sermayenin birbiriyle ilişkili olduğunu belirtir. Bourdieu’ya göre estetik duygusu, sınıfsal konumdan üreyen yatkınlıklar sisteminin bir parçasıdır ve imtiyaz göstergesi olarak ayırdedicilik değeri taşır. Estetiksel yatkınlık, her çeşit beğeni gibi birleştirir ve ayırt eder (1984: 56).

Wacquant (2007: 65) Bourdieu’nün *Distinction*’daki temel argümanlarından birinin, estetik yargının bireysel ilgisini ve seçimlerini ifade etmekten uzak bir şekilde, sınıfsal terbiye ve eğitimden kaynaklanan toplumsal bir yeti olduğunu göstermek olduğunu belirtir. Yüksek kültür pratiklerinin tüketimi, uygun türde kültürel sermaye gerektiren uzmanlaşmış sembolik koda hakim olmayı gerektirmektedir. Bu hakimiyet ise kişinin erken dönem toplumsallaşma

deneyimlerinden veya doğrudan eğitimle kazanılmaktadır. Sınıfsal habitus içinde anlam kazanan bu yatkınlıklar, doğal bir aşinalık, doğal bir eğilim olarak yaşanır.

Bourdieu, kitabın ilk bölümünde toplumsal köken ve eğitimsel sermaye arasındaki ilişkinin incelenmesine oldukça geniş bir şekilde yer verir. Hangi durumlarda toplumsal kökenin okuldan alınan eğitimsel sermayeye göre daha belirleyici olduğu üzerinde durur. Örneğin, eğitim seviyesi eşit olduğu durumlarda, kişinin meşru kültüre ilişkin beğenisinde toplumsal köken belirleyici rol oynamaktadır. Aynı şekilde Bourdieu, kültürel sermayenin hangi yolla elde edildiğinin (aileden ya da resmi eğitim aracılığıyla) kişinin beğenilerinde etkili olduğunu ortaya koyar. Sahip olma biçiminin etkisi, kişinin gündelik yaşamdaki tercihlerinde kayıtlıdır. Eğitim sistemi, ekonomik ve kültürel miras farklılıklarını azaltabilir ancak bu farklılıklar özellikle müfredat dışı alanlarda ortaya yine çıkacaktır ve bu alanlarda ayırım yaratacaktır. Bourdieu burada eğitimsel sisteminin kültürel sermayenin üretimi konusunda tekeli olmadığını, beğenilerin ayırt edici özelliklerinin tek bir özellikle ortaya konamayacağını ve sınıfların kendi içinde türdeş olmadıklarını, aynı sınıf içerisinde farklı kesimlerin rekabet içerisinde olduklarını göstermek istemektedir. Ayrıca, eğitim düzeyinin ve toplumsal kökenin belirleyici etkisinin alana bağlı olduğunu ve eyleyicilerin pratiklerine yön veren habituslarının ancak belli bir alanda şekillendiğini, geçerli olduğunu ve iş gördüğünü belirterek alanın beğeniler açısından önemine dikkat çeker.

Distinction'ın ikinci bölümünde Bourdieu, toplumsal uzam ve dönüşümü, sınıfsal hareketlilik, habitus ve alan gibi kavramları ayrıntılandırır. Bourdieu'ya göre toplumsal uzamda her eyleyicinin sahip olduğu farklı türden sermaye biçimlerinin hacimlerine ve bileşkesine göre şekillenen konumlar tarafından belirlenen toplumsal

dünyanın anlamlandırılmasına yarayan bakış açıları bulunmaktadır. Habitus toplumsal uzamdaki konumlardan türeyen yatkınlıklar toplamı olarak nesnel olarak sınıflandırılabilen yargıların ve bu pratiklerin sınıflandırma sisteminin üretken bir prensibidir (Bourdieu, 1984: 169-170). Sınıflandırılabilen pratiklerin ve işlerin üretilmesi kapasitesi ile bu pratikler ve bunların ürünlerinin (beğeni) takdir edilmesi ve farklılaştırılması kapasitesi arasındaki ilişki habitusu tanımlar (170). Habitus'un üretken şemaları, pratiğin bir biriyle uyuşmaz gibi görünen farklı alanlarına basit bir transfer ile uygulanabilir çünkü pratiğin bu farklı alanları da sınıfsal konumlardan türediği için birbiriyle türdeş durumdadır (175). Bourdieu bu görüşlerini derinleştirmek için kültürel tüketimden örnekler verir. Kültürel tüketimde temel karşıtlığın kültürel ve ekonomik sermayesi güçlü olan sınıf kesimlerinin nadir olması nedeniyle "seçkin" olarak nitelenen pratikleri ile bu sermaye türlerinden yoksun kesimlerin basit ve yaygın olması nedeniyle "barbar" olarak nitelenen pratikleri arasında olduğunu belirtir. Aradaki konumlar ise amaçlar ve olasılıklar arasındaki apaçık tutarsızlıklar nedeniyle "taklitçi" olarak değerlendirilir (176). Buradaki temel karşıtlık sermaye kompozisyonlarına göre belirlenmiştir. Bu karşıtlıklar sanat eserlerinin takdir edilmesindeki farklılıkların yanı sıra, pratiğin diğer alanlarında da işlevin inkar edilmesine yön veren, biçimin işleve göre üstünlüğü konusundaki sınıfsal farklılıklarda da gözlemlenebilir. Bu bağlamda yaşam tarzları uzamında Bourdieu'ye göre temel karşıtlık "biçim" (form) ve "öz" (substance) arasındadır. Biçim ve öz arasındaki sınıflar arası karşıtlığın örneklerini Bourdieu, yeme alışkanlıkları ve yemeğe ilişkin tercihlerden, giyim ve kişisel bakımla ilgili tercihlerden ve spor türü tercihlerinden verir. Örneğin işçi sınıfı beğenisi temel olarak gereksinim (ya da zorunluluk) tercihlerine göre şekillenirken, egemen sınıfta

beğenisinde lüks beğenisi (ya da özgürlük beğenisi) öne çıkmaktadır. Burada sınıfsal ayırım tercihlerdeki “gereksinimden uzaklaşma” ölçütüne göre belirlenmektedir. Lüks beğenisi ile gereksinim (zorunluluk) beğenisi arasındaki karşıtlık, tüm tüketim alanlarındaki sınıfsal farklılıklarda ortaya çıkar. Bourdieu anlatımlarını basitleştirmek adına, egemen sınıfın tüketim pratiklerindeki farklılıkları, üç kalem altında üç tüketim yapısından örnekler vererek açıklar: yiyecek (restoran veya kafeterya yemekleri vb), kültür (kitap, gazete, dergi, kırtasiye ürünleri, müzik albümleri, spor, oyuncaklar, eğlence vb) ve sunum (giysiler, güzellik bakımı, hijyen malzemeleri, hizmetçiler vb) (1984: 184). Bu yapılar, aynı sermaye yapılarındaki farklılıklar gibi katı karşıtlık biçimleri alır. Bu tüketim ürünlerine ayrılan bütçe miktarı sınıflar içinde ve farklı sınıfsal kesimler arasında farklılaşmaktadır.

Yiyeceğe ilişkin popüler beğeni, emek gücünün yeniden üretimini sağlayacak en ekonomik ve en doyurucu yemek tercihindən gelirken, gereksinimlerden uzaklaştıkça yiyeceğe ilişkin biçim, tarz ve sunum önem kazanır. Ekonomik baskılar azaldıkça, hafif, rafine ve özenli yiyecekler tercih edilmektedir. Yiyecekler konusundaki beğenilerin aynı zamanda yine sınıfsal *farklılıklar* gösteren bedene ve yiyeceğin beden üzerindeki etkisine ilişkin (güzellik, güçlülük ve sağlık) tercihlerle; bu etkilerin bazılarının bir sınıf için önem taşıyan ve diğeri tarafından önemsenmeyen, farklı sınıflar tarafından farklı önem derecesine sahip değerlendirilme kategorileriyle ilişkisi vardır (Bourdieu, 1984: 190). Örneğin, işçi sınıfı erkek vücudu konusunda biçimden çok güçlülüğe önem verip ucuz ve besin değeri yüksek yiyecek maddelerine yönelirken, uzmanlık gerektiren mesleklerden erkekler daha ince ve formda kalmayı önemseyip lezzetli, sağlık veren, hafif ve

şışmanlatmayan ürünleri tercih ederler (190). Bu bağlamda beden, sınıf beğenisinin cisimleşmiş hali olarak kendisini gösterir.

Bourdieu'ye göre işçi sınıfının giyim konusundaki beğenilerini yönlendiren ise yine işlevsel kullanım tercihleridir. Biçimden daha çok öze ve işleve bakarak, paralarının karşılığını arar ve uzun süreli kullanımı sağlayacak ürünleri seçerler. Bourdieu'ye göre farklı sınıfların görünüşlerine verdikleri önem ve kendilerini sunuş biçimleri, bunlar için harcanacak zaman, çaba, ödünle aynı oranda elde etmeyi umdukları sembolik ya da maddesel kârlara göre farklılık göstermektedir (202). Bourdieu bu karları, sahip olunan işte egemen güzellik değerlerinin o işe sahip olmak ve yerine getirmek için taşıdığı önem miktarına dayandırarak açıklar. Örneğin, işçi sınıfı kadınlarının egemen güzellik değerlerini talep eden işlere veya mesleklere sahip olma olasılıklarının düşük olmasından ötürü, güzelliğin “pazar” değerinin daha az farkında olduklarını ve kendi bedenlerini biçimlendirmek için zaman ve çaba harcamaya, ödün vermeye ve para yatırmaya daha az meyilli olduklarını iddia eder (206).

Bourdieu'ye göre pratiğin her bir alanındaki yatkınlıkları belirleyen habitus, üretken bir prensip olarak pratiğin diğer alanlarında da benzer eğilimler üretir ve böylece toplumsal sınıflara ait türdeş yaşam biçimi tercihlerinin oluşmasına katkıda bulunur. Bu bağlamda Bourdieu, toplam sermaye hacmine göre farklılık gösteren üç sınıfın beğeni ve tüketim tercihlerinde üç eğilimin bulunduğunu öne sürer.

Buna göre Bourdieu, *Distinction*'ın son bölümünde Fransa'daki farklı sınıfların beğenileri ve yaşam biçimlerini ayrıntılı olarak çözümler. Toplam sermaye hacmine göre sınıfları egemen sınıf, orta sınıf ve işçi sınıfı olarak ayırır. Mesleki kategorilere göre, egemen sınıf üniversite hocaları, üst düzey devlet memurları,

büyük işletme sahipleri ve yöneticileri, yazarlar ve sanatçıları içerirken karşı uçta en az toplam sermaye hacmine sahip, beceri düzeyine ve çalıştığı yere göre sıralanan işçi sınıfı yer almaktadır. İki uç arasında ise, orta düzey sermaye birikimine sahip orta sınıf bulunur. Sermaye bileşimindeki farklılıklar ise, sınıfsal kesimleri oluşturur. Ekonomik ve kültürel sermayenin toplam sermaye hacmindeki ağırlığı bu kesimleri birbirinden ayırır.

Egemen sınıf içerisinde, kültürel sermayesi ekonomik sermayesine göre daha yüksek olan gruplar ile ekonomik sermayesi kültürel sermayesine kıyasla üstün olan gruplar arasında temel bir karşıtlık bulunmaktadır. Kültürel sermayesi ve ekonomik sermayesi benzer düzeylerde olan gruplar ise üçüncü sınıfsal kesimi oluşturmaktadır. Bu üç sınıf kesimi değerli kaynaklara ulaşabilmek ve iktidar konumuna gelebilmek için sürekli olarak mücadele ederler ve kendi konumlarını güçlendirebilmek veya koruyabilmek için yeniden düzenleme ve yeniden üretim stratejilerini kullanırlar.

Orta sınıf içerisinde de yine ekonomik ve kültürel sermaye miktarlarındaki farklılıklara dayanan sınıf kesimleri bulunmaktadır. Orta sınıf içerisinde ekonomik ve kültürel sermaye miktarına eşit derecede sahip ve iki uç arasında yer alan kesimi Bourdieu “yeni küçük burjuva” olarak tanımlar ve bu sınıfsal kesimin incelenmesine özel bir önem atfeder (1984: 354-371). Bourdieu bu sınıf kesiminde yer alan meslekler için “yeni kültür aracıları” ifadesini kullanır. Yeni kültür aracıları, “harcama, tüketme ve eğlence sanatının” beğeni yaratıcıları olarak hayat tarzı kılavuzlarının üretilmesiyle uğraşan; piyasaya dönük tüketim kültürü mesleklerinde - pazarlama, reklam, halkla ilişkiler, medya, moda vb.- devletin desteklediği özel girişime de dahil olabilecek danışmanlık ve yardım mesleklerinde, eğitim ve terapi mesleklerinde görev alırlar (1984: 359). Yeni kültür aracıları, iletişim ve hizmet

sektöründeki gelişmeler sonucunda ortaya çıkmıştır. Bourdieu, Fransa’da yeni küçük burjuvanın a) işçi sınıfı kökenli eğitimli (prestijli olmayan bir eğitim) fakat sermayesini prestijli konumlara çevirememiş kimselerden, b) egemen sınıf kökenli, çok prestijli eğitime sahip olmayan ve aşağı hareketlilikten kaçınmak için kalıtsal kültürel sermayesini, sosyal ve ekonomik sermayesini kolay pazarlanabilen sembolik ürün ve hizmetlere dönüştürmüş kişilerden oluştuğunu ortaya koyar (Bourdieu, 1984: 357)

Sermaye hacmi en düşük olan sınıfı ise, işçi sınıfı oluşturur. Bourdieu, işçi sınıfını ekonomik ve kültürel sermayeden yoksun sınıf olarak tanımlamaktadır ve özellikle yaşadıkları ekonomik baskıların kültürel sermaye biriktirmekte onları sınırladığını belirtir. Ekonomik ve kültürel sermayenin göreceli ağırlığına göre işçi sınıfının farklı kesimlerini belirler fakat bu sınıf kesimleri arasındaki farklılıkları ayrıntılı olarak açıklamaz. Bu sebeple, Bourdieu’nün bu analizinin sınıf altı kitle (underclass) için yeterince açıklayıcı olmadığı öne sürülmüştür⁴⁵ (Swartz, 1997).

Bourdieu egemen sınıfın beğenilerini ve tüketim biçimlerini yönlendiren eğilimlerin “ayrım duygusu” (sense of distinction), orta sınıfsının “kültürel iyi niyet” (cultural goodwill) ve işçi sınıfsının ise “gereksinim ya da zorunluluk beğenisi” (taste of necessity) olduğunu belirtir. Bourdieu, *Distinction*’da tüm beğeni yargılarının sınıf temelli habitus tarafından yönlendirildiğini belirtmektedir. Estetik algının ve bilginin bir kültürel sermaye biçimi olduğundan hareketle Bourdieu, estetik beğeni yargılarının toplumsal düzenin yeniden üretimine nasıl katkıda bulunduğunu ayrıntılı olarak inceler (Codd, 1990: 142). “İyi biçimin” (good form) veya “katıksız beğenin” (pure taste) takdir edilmesi olarak ifade edilen “ayrım

⁴⁵ Diğer taraftan Charlesworth (2000: 63) Bourdieu’nün çalışmalarının bir bütün olarak işçi sınıfı yaşamının anlaşılmasına önemli katkısının olduğunu belirtir.

duyusu”, “terbiye edilmiş” ve “eğitilmiş” habitusun egemen sınıf yaşam tercihlerindeki somutlaşmasıdır. İşçi sınıfı beğenisi ise işlevi biçimin önüne geçirerek anlamını “ayrım duyusuna” karşıt olmasından alan tahakküm edilen beğenidir (Codd, 1990: 142). Bu iki kutup arasında yer alan orta sınıf beğenisi ise, katıksız (saf) beğenin bir çok dışsal özelliğini taşıırken, meşru kültürün “ayrım duyusundan” zımni bilginin ve inceliğin ustaca kullanım eksikliği ile ayrılır (Codd, 1990: 142). “Kültürel iyi niyet” meşru kültüre ilişkin aşinalığın derecesine bağlı olarak farklı biçimler alır ve genellikle “takdir etme ve bilgi sahibi olma arasındaki farkı ortaya koyan hatalı belirlenimler ve yanlış kabullerle karakterize edilir” (Bourdieu, 1984: 323).

John Codd (1990) Bourdieu’nün kuramında beğeniler üzerinden yürütülen sınıfsal mücadeleleri şu şekilde özetlemiştir:

Meşru kültürün damgası olarak ayrım duyusu, bir çeşit kültürel sermaye biçimidir ve hem aile hem de eğitim sistemi tarafından iletilir. Aynı maddi kaynakların değerini üretimci güce dönüştürebilmesinde olduğu gibi, kültürel bilgi de değerini kültürel ayrım ve sınır edimleri üretebilme kapasitesinden alır. Bu nedenle estetik beğenin temeli, grupların kendi kültürel sermaye birikimlerini geliştirmeye çalışırken diğer grupları dışlanmasına dayanan toplumsal kapanma prensibinde bulunur. Bu prensip, her bir grubun belli ekonomik ve sembolik ürünlere ilişkin değerlendirmeleri geliştirme veya koruma çabasına dayanan sahip olma ve dışlama stratejileriyle ortaya konur. Orta sınıflar, alt sınıfların “gereksinim beğenisinden” belli ölçüde uzaklaşabildiği için, kendilerini egemen sınıfların kendilerine ait kıldığı üslupçuluğuna karşı mücadele içinde bulur. İşçi sınıfı bireyleri içinse, gündelik yaşamdaki tüm tercihleri yönlendiren ilke ekonomik zorunluluklardan çıkar. İşçi sınıfı özellikle sanat uğruna sanat olan estetik

girişimlerin reddedilmesiyle, gereksinimi fazilet yapan pragmatik, işlevsel estetiğe doğru yönelme eğilimindedir (Codd, 1990: 142-143).

Kent yoksulu gençlerin tüketim pratiklerinin ve tüketim dünyasıyla giriştikleri ilişkilerin anlamlandırılmasında, Bourdieu'nün işçi sınıfı beğenisini tanımlamak için geliştirdiği “gereksinim/zorunluluk beğenisi” ve “gereksinimi fazilet yapmak” kavramları önem taşımaktadır. Bourdieu'ye göre (1984) işçi sınıfının gereksinim beğenisi, sınıf kimliğinin temelindedir. Bourdieu (1984: 372) işçi sınıfının yaşamlarındaki zorunlulukların, onların bu zorunluluklara göre hareket etmesini ve buna bağlı olarak zorunlulukların kabul edilmesini ve bunlara alışılmasını beraberinde getiren, “gereksinim (zorunluluk) beğenisini” dayattığını belirtir. İşçi sınıfının sahip olduğu maddesel sınırlılıklar, onların tüketim tercihlerinde gereksinimleri ön plana çıkartmaktadır. İşçi sınıfı için gereksinimlerin dayattığı tercihler o kadar derine gömülmüştür ki, ancak bu durumu yaratan koşulların ortadan kalması durumunda açıklık kazanırlar (374). Koşulların değişmesi durumunda dahi Bourdieu'ye göre işçi sınıfının yeni yatkınlıkları elde etmesi uzun zaman alacaktır. Bourdieu bu durumu gereksinim sistemleri aracılığı ile açıklar. İşçi sınıfının üst sınıfların gereksinim sistemi hakkında bilgisinin olmaması, onların tüketim tercihlerinin anlamsız ve gösterişçi olarak yorumlanmasına neden olmaktadır (375).

Bourdieu'ye göre (1984: 376), yaşamın üsluplaştırılması ve estetiksel yatkınlıklar ancak maddesel sınırlılıklardan ve dünyevi sıkıntılardan uzaklaşılabilir. Bu anlamda işçi sınıfının yaşamındaki zorunlulukların dayatmaları onların gündelik yaşamlarındaki tüm tercihlerinde işlevsel ve pragmatik olanı ön plana çıkartmaları ile sonuçlanmaktadır. Örneğin giyim tercihlerinin iki kat tutumlu olarak hem basit (her yerde giyilebilen, çok

amaçlı, çok yönlü) hem de paranın karşılığı (ucuz ve dayanıklı) olması, Bourdieu'ye göre işçi sınıfı açısından gerek ekonomik ve kültürel sermaye (harcanacak zaman açısından) gerekse bu yatırımdan elde edilecek olan sembolik kârlar açısından tercih edilecek en uygun stratejilerdir (1984: 378).

Bourdieu'ye göre ezilen sınıfların yaşam biçimlerinin birçok alanında kendilerini başarısız, yeteneksiz, deneyimsiz ve kültürel açıdan yetersiz hissetmeleri, egemen değerlerin kabulünün ve takdir edilmesinin ifadeleridir (1984: 386). Örneğin lüks malların - viski veya resim, şampanya veya konser, yat gezileri veya sanat sergileri, havyar veya antika – yokluğunda işçi sınıfı yaşam biçimi bu nadir bulunan malların çok sayıdaki ucuz ikamesinin varlığıyla şekillenir – şampanya yerine köpüklü beyaz şarap, gerçek deri yerine imitasyon, resimlerin reproduksiyonları, antika yerine eskitme mobilya gibi. Bu tüketim pratikleri, egemen sınıf yaşam biçimine ait olarak tanımlanan bu tüketim ürünlerinin üstünlüğünün ve sahip olmaya değer olmalarının kabulü ile ilgilidir.

Bourdieu, belli tüketim pratiklerini ve tercihlerini, sınıfın içsel bir özelliği olarak ele almaz. Bourdieu'ye göre (1984: 208) kültürel tüketim biçimleri ve hayat tarzları uzamı ile sosyal sınıfların alanı arasında yapısal türdeşlik bulunmaktadır. Bunun anlamı, toplumsal uzamdaki konumların içselleştirildiği habitus aracılığıyla, tüketim biçimlerinin ve hayat tarzı tercihlerinin oluşturulduğudur. Önemli olan sınıfların sahip oldukları beğenilerinin, tercihlerinin ve tüketim biçimlerinin ne olduğundan ziyade, eyleyicilerin tercihlerinde (resimden müziğe, giyimden yeme alışkanlığına, boş zaman kullanımından spor aktivitelerine kadar) sınıfsal karşıtlıkların bulunmasıdır. Diğer bir deyişle, farklı toplumsal grupların sergiledikleri estetik duyular ve onlarla ilişkili olan hayat tarzları kendilerini

birbiriyle karşıtlık içinde tanımlanmaktadır. Bu anlamda “beğeni öncelikle başkalarının beğenilerinden hoşlanmamadır” (Wacquant, 2007: 66). Wacquant’a göre (2007: 66) tüketimin toplumsal mantığının ortaya çıkartılabilmesi için, belirli bir tüketim pratiği ile belirli bir sınıfsal kategori arasında doğrudan bir bağ kurmamak, aksine hayat tarzları uzamı ve farklı grupların işgal ettikleri toplumsal konumlar arasındaki yapısal denkliklerin ortaya konulması gereklidir.

Bourdieu’nün yaklaşımında toplumsal gruplar arasında beğeniler ve tüketim biçimleri üzerinden yürütülen bir mücadelenin var olduğu görüşü kritik bir öneme sahiptir. Alt toplumsal katmanlardaki bireyler bir yandan kendi beğenilerini ve tüketim biçimlerini egemen sınıfın meşru kabul edilen ölçütlerine referansla tanımlarken, diğer taraftan sınıflandırma sistemleri üzerindeki mücadeleyi kendi avantajlarına döndürmeye çalışırlar. Bu avantajın sağlanması örneğin kendi fiziksel ve manevi güçlülüklerine yapılan atıflarla gerçekleştirilir. Rekabetçi mücadele sınıf mücadelesinin bir biçimidir, bu mücadele içinde ezilen sınıf egemen sınıf değerlerinin üstünlüğünü kabul ederek kendi üzerlerinde etkili olunmasına izin verir. Bourdieu’ya göre bu mücadele, rekabet alanına giren alt toplumsal katmanların daha oyunun başından yenildikleri, bütünleştirici ve yeniden üretici mücadeledir (184: 165).

Bourdieu’nün *Distinction*’daki girişimi genel olarak, beğeni ve tüketim biçimlerinin sınıfsal yeniden üretimi sağlamadaki işlevlerinin ortaya konması çabasıdır. Toplumsal sınıflar içinde bireyler “kültürel malların kendi sınıflarının zevk ve davranış standartlarına uygunluğunu değerlendirme yetilerine dayanarak toplumsal farklılık ve kültürel sermaye için yarışır” (Crane, 2003: 19). Kültürel ürünleri değerlendirmeye ve takdir etmeye yarayan kültürel sermaye erken dönem

toplumsallaşma deneyimlerinden, ailede ve eğitim sisteminden sağlanırken, mevcut toplumsal sınıf yapısının yeniden üretimine de katkıda bulunur. Alt sınıflar egemen sınıfın meşru beğenisini tamamen özümseyebilecek sermaye olanaklarından yoksun olması ve bu sınıflarla ilişkili kültürel ürünlerin tüketiminin toplumun alt katmanlarınca kolaylıkla erişilemeyecek bir takım ilgi ve bilgiyi gerektirmesi toplumsal sınıflar arasındaki ayrımların korunmasını ve sürdürülmesini sağlar.

3. “Ayrımlar”a Yönelik Eleştiriler

Bourdieu'nün *Distinction* ve diğer eserlerinde geliştirdiği kavramlara ve kuramsal tartışmalarına ilişkin farklı perspektiflerden çeşitli eleştiriler getirilmiştir. Craig Calhoun (2007) “Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları” adlı makalesinde bu eleştirilerde öne çıkan noktaları özetler. Bourdieu'nün en genel eleştirel incelemesi olan Jenkins'den (1992) yola çıkarak Calhoun (2007: 123), eleştirilerin temel olarak üç ana konuda yoğunlaştığını belirtir. Bu eleştirilerden ilkinde Bourdieu'nün kuramsal yaklaşımının ilk başta görüldüğü kadar özgün olmadığı belirtilir. Ancak Calhoun bu eleştirinin mantıklı olmadığını, Bourdieu'nün çalışmaları onu etkileyen (Goffman, Mauss, Weber, Durkheim gibi) sosyal bilimcilerin çalışmalarının izini taşımasına rağmen geliştirdiği yaklaşım biçiminin özgün olduğunu savunur. İkinci eleştiri, Bourdieu'nün kavramsal çerçevesinin üzerine temellendiği sosyal bilimlerdeki karşıtlıkları (öznellik ve nesnellilik gibi) aşma çabasının sonuçsuz kaldığını iddia eder. Jenkins (1992'den aktaran Calhoun 2007: 123) bu eleştiri odağında, Bourdieu'nün yaklaşımının “soyut bir toplumsal yapı modeli geliştirirken toplumu şeyleştirdiğini de öne sürer; o iç karartıcı ve aynı zamanda tamamlanmış bir sisteme dönüştüğünü” iddia eder. Üçüncü olarak ise, Bourdieu'nün aksi yöndeki iddialara rağmen nihayetinde bir Marksist ve determinist olarak kaldığı eleştirisi

getirilir. Calhoun (2007: 123-124) Bourdieu'nün kültür ve eylem üzerine olan vurgularının çoğu eleştirmen tarafından, Marksizm ve rasyonel seçim teorisinden biri veya ikisinin taraftarı olarak suçlanarak ya da en azından bunlardan aşırı etkilendiği savunularak, indirgemeci olarak değerlendirildiğini belirtir. Emrah Göker (2007b: 285) de Bourdieu'nün yaklaşımında bireyin her zaman çıkarıcı amaçlar peşinde koşan amiller olarak ele alındığını düşünenler tarafından sosyal bilimlerin politik ekonomi eleştirisinden giderek uzaklaştığı bir dönemde “ekonomik indirgemeci” olarak itham edildiğini söyler. Bu analizlerde Bourdieu'nün “açıkladığı tüm eylem biçimlerinin çıkar motivasyonuna indirgendığı, insanların sadece iktidar ve hesap peşinde koşan canlılar olarak temsil edildiği” düşünülmüştür (Göker, 2007b: 286). Bourdieu bu yöndeki eleştirilere “çıkarı olmanın”, “belirli bir toplumsal oyunun bir anlam taşıdığını, kazanılıp kaybedileceklerin önemli ve peşinde koşulmaya değer olarak kabul etmek” anlamına geldiğini söyleyerek cevap verir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 105). Bu anlamda “çıkar” kavramının kullanılması, iddia edildiği gibi “hedef-yönelimli akılcı eylem” anlamına gelmemektedir (Göker, 2007b: 287). Zira Bourdieu'nün pratiklerin alan ve habitus bağlamında anlam kazandığını öne sürüp, bunu kuramsal ve ampirik olarak destekleyecek veriler sunmuş olmasından ötürü bu türlü eleştiriler sağlam bir zemine oturmamaktadır. Bourdieu'ye yöneltilen eleştirilerin önemli bir kısmı alan, sermaye, habitus ve pratik arasındaki ilişkilerin birbiriyle bağlantılı olarak ele alınmamasından ileri gelmektedir.

Bourdieu *Distinction*'nın İngilizce çevirisinin ön sözünde, kitabın “aşırı Fransız” olması nedeniyle okuyucuyu epey zorlayacağını bildiğini belirtmiştir (1984: xi). Gerçekten de bu çalışma, gerek dili nedeniyle gerekse incelemede kullanılan verilerin ve yapılan analizlerin dönemin Fransa'sına ait olduğu yönünde çok çeşitli

eleştiriler almıştır. Çalışmada uzun ve karmaşık cümlelerin kullanımını Bourdieu, “toplumsal dünyanın karmaşıklığının gerçekte olduğu şekilde, birbirinden farklılaşmış birçok şeyi titiz bir perspektife oturarak bir arada tutabilme becerisine sahip dil içinde yeniden kurma” girişimi ile açıklamaktadır (1984: xiii). Bu girişim ise “ifadenin yazınsal, felsefi veya bilimsel tüm geleneksel kaynaklarının harekete geçirilmesi” yoluyla, çalışmanın basit bir okuma ile kavranmaya çalışılmasının önüne geçilmesini sağlamaya çalışır (xiii). Çalışmada kullanılan verilerin ve çözümlemenin Fransız toplumuna özgü olduğunu öne süren eleştirilere ise Bourdieu, bu eleştirileri getirenlerin “önemli olanın sonuçlardan çok, onları elde etmek için geçirilen süreçler olduğunu” göremediklerini söyleyerek cevap verir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 62). Verilerin eski olduğunun öne sürülmesine ise, yapılan araştırmanın amacının “tarihötesi sabitleri ya da görece olarak durağan ve dayanıklı yapılar arasındaki ilişkiler bütünü keşfetmek” olduğunu belirterek karşı çıkar. Bu açıdan bakıldığında verilerin kaç sene öncesine dayandığının önemi kalmamaktadır. Bourdieu kendisinin Fransız toplumunu analiz ederek ulaştığı sonuçların genel geçerliliğine, başka yerlerde ve başka zamanlarda yürütülen ampirik araştırmalar tarafından sürekli doğrulanarak ulaşıldığını belirtmektedir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 63). Ancak Bourdieu’nün *Distinction*’da ele aldığı kadar kapsamlı türden analizlere ve çözümlemelere dayanan ampirik çalışma sayısı oldukça sınırlıdır⁴⁶. Ayrıca yakın tarihli bazı çalışmalarda Bourdieu’nün bulgularıyla çelişen çeşitli sonuçların elde edildiği öne sürülmüştür. Örneğin Tak Wing Chan ve John H Goldthorpe’un bir grup uluslararası araştırmacı ile birlikte İngiltere, Şile, Fransa, Macaristan, İsrail, Hollanda ve ABD’de kültürel tüketim üzerine yürüttükleri makro-

⁴⁶ Bkz., 15. Dipnot.

sosyolojik araştırma projesinde, tüketicilerin kültürel tüketiminin türdeşlik iddialarında öne sürüldüğü gibi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır⁴⁷. Yazarlar, Bourdieu'nün yaklaşımını kültürel tüketim ile toplumsal tabakalaşma ilişkisini türdeş olarak kavramsallaştıran çalışmalar arasına yerleştirmişlerdir (Chan ve Goldthorpe, 2007) Türdeşlik iddialarının dayandırdıkları temel toplumsal tabakalaşma ile kültürel tabakalaşmanın tamamen birbiriyle örtüştüğü iddiası üzerine kuruludur. Ancak yazarların bulgularına göre bu iddianın tersi de geçerli değildir. Türdeşlik iddiasının karşıtı olarak tanımlanan bireyselleşme iddiaları, kültürel beğeniler, tüketim kalıpları ve yaşam biçimlerinin toplumsal tabakalaşma temelinden kaydığını iddia eden postmodern teorilere dayandırılarak açıklanmıştır. Yazarların ulaştığı sonuçlara göre her ne kadar toplumsal sınıflar ile kültürel beğenileri, tüketim kalıpları ve yaşam biçimleri arasında doğrudan bir bağ kurulamasa da, toplumsal statü eğitimin yanısıra bunların öngörülmesinde en etkili kavramdır. Ayrıca yazarlar kültürel tüketimin tabakalaştığına dair de kanıtlar elde etmişlerdir. Öte yandan söz konusu araştırmacılar, Bourdieu'nün dayandığı türden birincil verilerle değil, ikincil verilerle araştırmayı yürütmüşler ve de tamamen farklı bir istatistiksel teknik kullanmışlardır. Buna ek olarak, yazarlar Bourdieu'nün kültürü geniş anlamda ele alarak, kültürel tüketimin tüm alanlarının birbiriyle uyum içinde işlediği görüşlerini tam olarak değerlendirebilmiş gözükmemektedirler. Dolayısıyla buradaki bulguların Bourdieu'nün yaklaşımına tamamen karşıt sonuçlar ortaya koyduğu iddia edilemez.

Bourdieu'nün *Distinction* ve diğer eserlerindeki yaklaşım biçiminin genel olarak “yeniden üretim” merkezli olması, farklı eğilimlerden çok sayıdaki yorumcu tarafından “değişime ve tarih baskısına, ‘direniş’e çok az yer bırakan, fazla sabit ve

⁴⁷ Bu araştırma projesi 2004-2007 yılları arasında devam etmiş olan “Social Status, Lifestyle and Cultural Consumption”dır. Bu araştırma dizisinde Chan ve Goldthorpe’un incelediği kültürel tüketim alanı, görsel sanatlar, dans, müzik, tiyatro ve sinemayı kapsamaktadır.

‘kapalı’ modeller olmakla” eleştirilmiştir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 64). Bourdieu’ya göre bu eleştiriler büyük bir oranda temelsizdir. Zira Bourdieu’ye göre tahakküm ilişkilerinin, bir direniş biçimine neden olmaksızın oluşması mümkün değildir. Tahakküm altındakiler, hakim konumda olanların dışlama tepkilerine yol açabilecek olsa dahi, her zaman belli bir güç kullanabilecek durumdadırlar (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 65). Bourdieu’ya göre tahakküm altında olanların taşıdığı “itaat” eğilimlerinin “direniş”e göre güçlü olması, yatkınlıkların koşullara göre ayarlanmasının mantığıdır. Direnmeye yatkınlıkların da olduğu inkar edilemeyecek durumdadır, ancak önemli olan “bu yatkınlıkların hangi toplumsal koşullar altında oluşturulduğunu, etkin bir şekilde başlatıldığını ve siyasal olarak etkili olduğunu incelemektir” (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 65). Kısacası Bourdieu’ye göre “toplumun genel yapısı ve sınıf ayrımları göz önüne alınmadan özerk haz tanımları yapılamaz, bunlara direniş anlamları yüklenemez” (Göker, 1998: 6). Toplumsal eyleyicilerin çeşitli tüketim pratikleri Bourdieu’nün kavramsallaştırmasında ancak habitus ve bunun içinde işlediği alan tarafından anlamlandırılabilir. Bu bağlamda farklı tüketim biçimleri tercihleri ve bunlardan alınan zevkler, alelacele direniş oluşumları olarak okunmamalıdır (Göker, 1998: 6). Önemli olan farklı toplumsal katmanlardaki eyleyicilerin, alan içinde birbirleriyle karşılıklı etkileşimleri sonucunda oluşan iktidar ilişkilerinin ortaya çıkartılması ve tüketim pratiklerinin bu ilişkiler çerçevesinde anlamlandırılmasıdır.

Bourdieu’nün *Distinction*’da geliştirdiği yaklaşım biçimine getirilen bir diğer eleştiri ise buradaki çerçevenin Veblen’nin teorisine olan benzerliği üzerinedir. Bourdieu’ye göre bu yanlış anlamalar kitabın adındaki “ayrım” ifadesinin, kitabın tüm içeriğinin insanların bütün tavırlarının arkasındaki itici gücün ayrım, farklılık

arayışı olarak değerlendirilmesine sebep olmasından ileri gelmektedir (Bourdieu, 1995: 22). Miller’a göre (1987: 147) her iki çalışmanın da tüketimi toplumsal farklılaşma bağlamında ele alması bakımından aralarında paralellikle kurulabilse de, çok temel noktalarda birbirlerinden ayrılırlar. Öncelikle Miller’a göre Veblen’in amacı çok daha kısıtlıdır, tüketimi genel olarak değil, kitle tüketimine geçiş safhasındaki yeni zenginlerin tüketimini açıklamaya çalışır. Bourdieu’nün yaklaşımı ise Veblen’in yaklaşımından çok daha ayrıntılı bir şekilde tüketimi inceler ve belirli bir toplumsal grup ile sınırlı kalmadan analiz eder. Bourdieu’nün yaklaşımında tüketim biçimleri, basit bir taklit olarak kavramsallaştırılmasının ötesinde ortaya konulan karmaşık stratejiler ve toplumsal yeniden üretim bağlamında inceleme konusu yapılır (Miller, 1987: 149). İki yaklaşım biçimi arasındaki en önemli farklılık ise pratiği yönlendiren ilke üzerinedir. Veblen’in teorisi rasyonel seçim teorisinin eylem felsefesi üzerine kurulmuştur ve bilinçli ayırım arayışını temel alır (Bourdieu, 2007: 48). Bourdieu’nün kavramsallaştırma biçiminde ise bireysel eylemi şekillendirenin habitusun, alan ile “ontolojik bir suç ortaklığı içinde” olduğu ve bunun her zaman “bilinçli” ve “planlı niyet taşımaksızın” ve “açıkça ifade edilmeksizin” pratiklere yön verdiği savunulur (Bourdieu, 2007: 48).

Bourdieu’nün *Distinction*’daki yaklaşım biçimine yöneltilen bir diğer eleştiri ise işçi sınıfının beğeni ve tüketim tercihlerinin “gereksinim/zorunluluk beğenisi” olarak kavramsallaştırılmasına yöneliktir (Fowler, 1997: 4; Honneth, 2000: 10-14; Frow, 2000: 56-57; Boyne, 2002). Bu bağlamda işçi sınıfı kültürünün aşırı basitleştirerek betimlendiği, gereksinimlerle yönlendirilen tercihlerin dışında kalan tercih biçimlerinin göz ardı edildiği ve tüketim tercihlerinin yalnızca işlevsellik temelli açıklanarak sınırlandırıldığı öne sürülmüştür. Diğer sınıflar içindeki farklı

meslek grupları dolayısıyla belirlenen farklı sınıfsal kesimlerin tüketim pratiklerinin aynı sınıf içinde nasıl farklılaştığına dair ayrıntılı betimlemelerin sunulmasına karşılık, Bourdieu'nün aynı metodolojik özeni işçi sınıfı için göstermediği; yiyecek, bedensel sunum ve giyimin dışında kalan tüketim tercihlerine ilişkin oldukça az ayrıntı verildiği belirtilmiştir (Honneth, 2000: 12-13).

Bourdieu'ye işçi sınıfı beğenisi ve tüketim biçimleri konusunda yöneltilen en önemli eleştiri ise Bourdieu'nün *Distinction*'daki girişiminin de temelini oluşturan, sınıflar arası ayrımların beğeni ve tüketim tercihleri yoluyla kurulduğu, rekabetçi ve sembolik mücadelelerin bu merkezde gerçekleştiği düşüncesinin işçi sınıfı kültürünün açıklandığı bölümde somut olarak ortaya konulamamasına ilişkindir. Diğer bir ifadeyle, üst ve orta sınıflar kendilerini diğer toplumsal katmanlardan beğeni ve tüketim tercihleri dolayısıyla farklılaştırıp ayrımları ortaya koyarken ve sahip oldukları ekonomik ve kültürel sermaye olanaklarıyla ayırım mücadelesine ve avantajlı konum elde etme girişimlerine yönelirken, işçi sınıfının ayrımları nasıl yarattığı veya avantajlı konuma geçebilmek için ne gibi uygulamalar dizisi ortaya koyduğuna değinilmediği öne sürülmüştür (Honneth, 2000: 14-15; Frow, 2000: 57). İşçi sınıfı beğenisinin “tahakküm edilen” beğeni olarak, üst sınıflara ait beğenin karşısında konumlandırılması, Frow'a göre (2000: 57), toplumsal dönüşüme ve eleştiriye hiç yer bırakmamaktadır. Bourdieu'nün işçi sınıfına ilişkin kavramsallaştırma biçiminde, kısıtlı kaynaklar altında gereksinimlerle yönlendirilen tercihlerin dışında hiçbir olasılığa yer tanınmaması ve rekabet alanına giren alt toplumsal katmanların daha oyunun başından yenildiklerini öne sürmesi (Bourdieu, 1984: 165), eleştirmenlerce bu kavramsallaştırma biçiminde “direniş” imkan tanınmadığı yönünde yorumlanmıştır.

Bourdieu'ye yöneltilen bu eleştirilerden bazıları oldukça haklı eleştiriler olsa da büyük bir kısmı Bourdieu'nün geliştirdiği kavramların yeterince anlaşılmamasından kaynaklanmaktadır. Bourdieu'nün *Distinction*'da işçi sınıfı beğeni ve tüketim kalıplarına görece daha az yer ayırmış olması ve yeterince ayrıntılandırmaması yerinde eleştirilerdir. Ancak işçi sınıfının ayrımları nasıl kurduğunun belirsiz olduğu görüşünde ise yanılma payı mevcuttur. Zira Bourdieu işçi sınıfının “gereksinimleri fazilet yapma” yöneliminin onları diğer sınıflardan ayırdığının üzerinde durur. Bu yönelim işçi sınıfı habitusunun bir parçasıdır ve bu anlamda uzun dönemli yönelmişliklerin ve kayıtlı koşullanmaların bir ürünüdür. Direniş konusunda ise, daha önce de değinildiği gibi Bourdieu tahakküm ilişkilerinin her zaman direniş biçimlerine neden olacak şekilde yapılandığından söz eder (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 65). Ancak bu direniş biçimlerinin anlamlandırılması, bir alan içindeki eyleyicilerin karşıt konumlarının belirlenmesi ve o alanda yürütülen iktidar mücadelesinin nasıl biçimlendiğinin anlaşılması ile mümkün olacaktır.

Öte yandan Bourdieu'nün alt sınıfların tüketim ve beğeni kalıplarını açıklamakta kullandığı “gereksinim beğenisi” kavramının günümüz tüketim çalışmalarını belli bir açıdan sınırlandığı da öne sürülebilir. Bourdieu'nün kavramsallaştırmasında işlevselliğin ve gereksinimlerin tüketim tercihlerini yönlendiren temel etken olarak betimlenmesi günümüz tüketim pratiklerinin sınırlı bir boyutunu temsil eder niteliktedir. Bourdieu'nün gereksinim beğenisi dolayısıyla kavramsallaştırdığı tüketim ve beğeni biçimleri, kent yoksulu gençlerin tüketim pratiklerinin anlamlandırılmasında önemli bir yere sahiptir. Ancak Bourdieu, bu tüketim ve beğeni kalıpların zaman içindeki dönüşümlerine analizinde yer vermemektedir. Halbuki günümüzde tüketim kültürü ve tüketimci baskılar, yoksul

gençlerin yalnızca gereksinimlerine göre tercih yapmalarını giderek zorlaştırmaktadır. Bir taraftan gereksinimler ile arzular arasındaki sınırlar belirsizleşirken, diğer taraftan gereksinim sistemleri de tüketim toplumunun araçlarıyla yeniden düzenlenmektedir. Dolayısıyla kent yoksulu gençlerin tüketim pratiklerinin anlamlandırılmasında gereksinimler ve işlevsellik tercihlerinin dışında kalan farklı anlamlar taşıyan tüketim biçimlerinin de varolabileceği düşünülmelidir. Ancak yine Bourdieu tarafından geliştirilen kavramların çok boyutluluğu ve esnekliği, bu farklı türden tüketim biçimlerinin de analiz edilmesine imkan tanıyacaktır.

D. Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü Tartışmaları

Günümüz toplumlarının tüketim toplumu olarak betimlenmesi sosyal bilimler literatüründe oldukça sık şekilde vurgulanmaktadır. Bu çalışmalarda toplumsal değişimler tüketim süreçlerindeki değişimler bağlamında açıklanmaktadır. Genel olarak günümüz toplumlarının tüketim toplumu olarak kavramsallaştırılması, maddi kültürün tüketim malları, alışveriş alanları ve tüketim alanları biçiminde büyük miktarda birikmesine yol açan kapitalist meta üretiminin genişlemesi düşüncesine dayanmaktadır (Featherstone, 2005: 36). Tüketim toplumunda, tüketimin toplumsal yaşamın çok çeşitli alanlarında sahip olduğu merkezi role dikkat çekilmekte, tüketimin tüm yaşamı kuşattığından ve bireyin tüketici rolleri ya da yetenekleriyle öne çıktığından bahsedilmektedir (Jameson, 1988; Miller, 1995; Baudrillard, 1997; Slater, 1997; Bauman, 1999; 2007; Ritzer ve Slater, 2001; Cohen, 2003; Trentmann, 2004).

Tüketim toplumu tartışmalarının modern ve postmodern sosyal teoride ve hatta popüler kültüre ilişkin literatürde ele alınması, kavramın tanımına dair bir dizi

problemi de beraberinde getirmektedir (Ritzer ve Slater, 2001:6). Literatürde tüketim toplumunun nasıl ortaya çıktığı ve geliştiği, hangi unsurların tüketim toplumunun gelişmesine yön verdiği, topluma ne kadar derin ve geniş anlamda nüfuz ettiği, hangi koşullar altında değiştiği ve tüketim toplumunun yarattığı sonuçların neler olduğu konusunda fikir birliği bulunmamaktadır. Ancak temel olarak günümüz modern toplumlarının, tüketim toplumu olarak ele alınmasının esas nedeni, özellikle Batılı ülkelerde piyasa mekanizmalarının ve pazar odaklı bir anlayışın hakim olması, geleneksel statü sistemlerinin egemenliğini kaybetmesi ve kültürel ve politik çoğulculuğun yükselişe geçmesi olarak ifade edilebilecek modernleşme sürecinin toplumsal yaşamda merkezi konuma gelmesiyle ilgilidir. 1980’lerden sonra ise neo-liberal politikalarla birlikte hemen hemen tüm toplumsal süreçlerin (eğitim, sağlık, yönetim vb.) tüketim bağlamında yeniden tanımlanması, günümüz toplumlarının tüketim toplumu olarak ifade edilmesini yaygınlaştırmıştır (Ritzer ve Slater, 200: 6). Tüketim toplumunun gelişimi kimi yazarlar tarafından daha büyük eşitlik ve özgürlük getirdiği düşüncesi ile olumlanmakta, kimi yazarlar tarafından ise nüfusun alternatif bir “daha iyi” toplumsal ilişkiler seçeneğinden “baştan çıkartılarak” uzaklaştırılmasına ve ideolojik manipülasyonuna neden olduğu gerekçesi ile olumsuzlanmaktadır (Featherstone, 2005: 36). Tüketim toplumuna ilişkin bu türlü değerlendirmeler, bunların temelinde yer alan tüketim dair olumlu ve olumsuz kavramsallaştırma biçimlerinden gelişmektedir. Ancak tüketim toplumu tartışmalarına hakim olan negatif ya da pozitif vurguların kaldırılması ve tartışmanın merkezini ahlaki eleştirilerden uzaklaştırılması, tüketimin tüketim toplumundaki rolünün gündelik pratikler açısından anlaşılması, bu rolün nasıl yeniden üretildiğinin ve gündelik yaşamın bundan nasıl etkilendiğinin kavranması açısından önemlidir.

Tüketim her toplumda tüm zamanlar için geçerli olan bir faaliyettir. Ancak tüketim toplumundan bahsedilmesi, o toplumun tüm bireylerinin tükettiğine dair sıradan bir anlayıştan daha fazlasını içermektedir. Tüketim toplumunu Bauman (2007: 52) toplumun çoğunluğunun tüketimci kültürün (ya da tüketimciliğin) etkisinde olduğu toplum olarak tanımlamaktadır⁴⁸. Bauman’a göre (2007: 53) tüketim toplumu, tüketimci yaşam biçiminin ve yaşam stratejisinin seçiminin cesaretlendirildiği, desteklendiği ve güçlendirildiği; tüketim kültürünün kurallarına adapte olunduğu ve bunların sıkı bir şekilde takip edilmesinin tüketiciler açısından en uygun seçenek olarak görüldüğü toplumdur. Bauman (1999: 40) tüketim toplumunun üyelerini şekillendirme tarzı her şeyden önce tüketici rolünü oynama gereksinimince belirlenmekte ve üyelere gösterilen örnek norm bu rollerin yerine getirilmesi becerisi ve arzusu tarafından oluşturulmaktadır. Böylece tüketimci performansta gösterilen başarı veya başarısızlık, tüketim toplumunda dahil olma ile dışlanmanın ve toplumsal saygı ile damgalanma temel prensibi haline gelmektedir (Bauman, 2007: 53).

Tüketim toplumu kavramsallaştırmalarında, tüketimin tüketimciliğe dönüşümüne önemli bir rol verilir. Tüketim toplumunda temel olan *tüketimcilik* etrafında şekillenen tüketim biçimleridir. Tüketimcilik⁴⁹ Bauman’ın yaklaşımında tüketim toplumunun itici gücü olarak formüle edilir. Buna göre, tüketimcilik gündelik, sıradan ve doğal olan istek, arzu ve özlemlerin toplumun temel itici ve

⁴⁸ Türkçeye “tüketim toplumu” olarak tercüme edilmiş olan kavram, İngilizce literatürde “consumer society” olarak geçmektedir. Kavramın tam karşılığı olan “tüketici toplumu” yerine “tüketim toplumunun” tercih edilmesi, bu kavramla karşılanmaya çalışılan ifadenin esas olarak tüketicinin değil, tüketimin üzerinde durmasının sonucu olarak değerlendirilebilir. Aynı şekilde “tüketim kültürü” kavramının da İngilizce karşılığı “consumer culture”dır. Ancak bu kavram da İngilizce literatüründe artan bir şekilde “cultures of consumption” (tüketimin kültürü) veya “consumerist culture” (tüketicilik ya da tüketimcilik kültürü) olarak kullanılmaya başlanmıştır.

⁴⁹ “Tüketimcilik”, “consumerism”’in Türkçe karşılığı olarak tercih edilmiştir. Bu kelimenin Türkçe karşılığı çeşitli çalışmalarda farklılık göstermekte, “tüketicilik” kelimesi de “tüketimcilik”le birlikte kullanılmaktadır. Ancak yine kavramın içeriğinin tüketimi ön plana alması nedeniyle bu çalışmada “tüketimcilik” kelimesi tercih edilmiştir.

işleyen gücüne dönüşmesi sonucunda ortaya çıkan bir toplumsal düzenleme biçimidir. Tüketimciliğin gücü, sistematik yeniden üretimi, toplumsal bütünleşmeyi, toplumsal tabakalaşmayı ve bireylerin biçimlendirilmesini düzenler ayrıca kişiler ile grupların kendilerini tanımlamaları ve kendi yaşam kurallarını seçmeleri ve takip etmeleri sürecinde temel rol oynar (Bauman, 2007: 28). Tüketimden farklı olarak tüketimcilik bir topluma atıf ile tanımlanır. Bocock (1997: 57), tüketimciliği bir “tüketim ideolojisi” olarak tanımlar. Tüketimcilik hem kişilerin günlük yaşamlarında ve günlük uygulamalarında kapitalizmi meşrulaştırmaya, hem de insanları tüketici olmak için güdülemeye yaramaktadır. Steven Miles (1998) tüketimciliği “bir yaşam biçimi” olarak tanımlar. Miles (1998: 4) tüketimciliğin çoğu kullanımında “tüketimle aşırı şekilde meşgul olunması” olarak ele alındığını ancak bu kavramsallaştırmanın içerdiği olumsuz tonlama nedeniyle problemli olduğunu belirtmektedir. Yazara göre tüketimcilik ahlaki olarak yargılanmadan, “toplumsal yaşamın kurulduğu alan” olarak tanımlanmalıdır (Miles, 1998: 4).

Tüketim kültürü ise en basit düzeyde tüketim toplumuna hakim olan kültür olarak tanımlanabilir. Featherstone tüketim kültürünü “simgesel üretim, gündelik tecrübeler ve pratiklerin genel bir yeniden örgütlenişinin kitlesel tüketime yönelik bir hamleye eşlik etmesi” çerçevesinde ele alır (2005: 185). Featherstone’a göre tüketim kültüründen bahsedilmesi, “ürünler dünyasının ve ürünlerin yapılanma ilkelerinin günümüz toplumunun anlaşılması açısından merkezi bir yer işgal ettiğini vurgulamak” ile eş anlamlıdır (2005: 142). Featherstone’nun bu tanımlamasında öne çıkan iki vurgu bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, maddi ürünlerin sadece fayda değil, aynı zamanda “iletişim vasıtaları” olarak kullanıldığı görüşü, ikincisi ise

tüketim kültürünün ancak arz, talep, sermaye birimi, rekabet ve tekelleşme gibi piyasa ilkelerine odaklanarak anlaşılabilceğı görüşüdür (Featherstone, 2005: 143).

Slater (1997), tüketim kültürünü modernite süreciyle doğrudan ilişkili olarak ele alır. Buna göre tüketim kültürü Batı'da modernite istikametinde gelişmiş olan hakim kültürel yeniden üretim tarzıdır ve seçme hakkı, bireysellik ve pazar ilişkileri gibi moderniteyi tanımlayan temel değerler, pratikler ve kurumlar ile sıkıca ilişkilidir (Slater, 1997: 8). Slater'ın bu bağlamdaki tüketim kültürü tanımı, yaşanan kültür ve toplumsal kaynaklar ile yaşamın anlamlı biçimleri ve bunların dayandığı sembolik ve maddi kaynaklar arasındaki ilişkinin pazar ile aracılıandığı toplumsal düzene gönderme yapar (1997:8). Slater tüketim kültürünü modernite ile bağlantılandırarak, tüketim kültürünün kurumlarının, altyapısının ve sisteminin modernitenin ilk dönemlerinden itibaren şekillenmeye başladığını ifade etmektedir. Bütün modernite süreciyle ilişkili olarak ortaya çıkan ve gelişen tüketim toplumu ve tüketim kültürü, farklı araştırmacılarca farklı özellikleri boyutlarında ele alınmasına rağmen, sosyal bilimler alanında bu kavramlardan bahsedilmesi tüketim toplumu ve tüketim kültürüne ait bir dizi özelliklerin üstünde yoğunlaşır. Slater (1997: 24-32) bu özellikleri yedi başlık altında toplamıştır.

Her şeyden önce, tüketim kültürü tüketimin kültürüdür. Tüketim kültürü kavramı, modern dünyadaki temel toplumsal pratiklerin ve kültürel değerlerin, düşüncelerin, özelemlerin ve kimliklerin tüketim merkezli olarak tanımlandığına gönderme yapar. Tüketimin toplumsal yaşamın merkezine taşınması ve giderek daha fazla alanın tüketim ya da tüketim ürünlerinin kullanımı ile tanımlanmaya başlanması, tüketim toplumunu üretim toplumundan ayırmaktadır. Bauman'nın da (1999: 30) belirttiğı gibi, üretim toplumda çalışma ve işin hem bireysel hayatın hem

de toplumsal düzenin ve tüm toplumun devamlılığının sağlanmasında oynadığı temel rolü, tüketim toplumunda tüketim oynamaktadır. Slater’a (1997: 25) göre tüketim toplumunda tüketimin merkezi konumda olması düşüncesi yalnızca tüketim aktiviteleri ile sınırlı değildir. Tüketim değerlerinin toplumun geneline yayılışı, toplumsal yaşamın giderek daha fazla alanının metaların kullanımı yoluyla yeniden üretilmesine ve diğer toplumsal alanlarda da (sağlık, eğitim, kamusal hizmetler vs) tüketici modelinin benimsenmesiyle ilgilidir (Slater, 1997: 25).

İkinci olarak, tüketim kültürü pazar toplumunun kültürüdür. Tüketim toplumuna ve tüketim kültürüne biçim kazandıran, pazarla olan karşılıklı bağımlılık ilişkidir. Slater’ın bu belirleme ile altını çizdiği özellik, tüketim toplumunun ve tüketim kültürünün kapitalist sistemin bir parçası oluşudur. Bauman’a (2003: 195) göre, tüketim kültürünün kendi kendini sürdüren ve kendini yeniden üreten mekanizmaların başında tüketici pazarının tüketiciyi kendine bağımlı hale getirme yetisi gelmektedir. Yeni ürünlerin piyasaya sürülmesi ilk başta tüketicinin yaşamını kolaylaştırır etki yapmasına rağmen, daha sonra tüketicinin yaşamında birer zorunlu tüketim unsurlarına dönüşmektedir. Bauman bu süreci, piyasaya sürülen yeni ürünlerin birtakım becerilerin yok edilmesine neden olması ve yeni ürünün benimsenmesinin gerektirdiği çevrenin yeniden yapılandırılması olgusu ile açıklamaktadır (2003: 195). Böylece tüketim ürünleri kendilerini vazgeçilmez hale getirmekte ve kendi zorunluluklarını yaratmaktadır. Kimi yazarlar bu durumu tüketim kültüründe yaratılan “yapay” gereksinimler bağlamında açıklamaya çalışmışlarsa da burada esas olarak üzerinde durulması gereken pazarın yeni gereksinimleri “doğal” gereksinimlerden ayırt edilmesinin mümkün olmayacağı

şekilde biçimlendirme yeteneğidir. Bu durum gereksinimlerin “yapay” veya “doğal” olarak tartışılmasını gereksiz hale getirmektedir.

Bauman (2003: 195) tüketicinin pazara olan bağımlılığının toplumsal becerilerin aşamalı olarak yok edilmesi süreciyle olan ilişkisine de dikkat çekmektedir. Çeşitli toplumsal ilişkilere girilmesinde, bu ilişkilerin sürdürülmesinde ve yaşanan çatışmaların düzeltilmesinde yaşanan eksikliklerle ortaya çıkan “toplumsal boşluk” pazar tarafından doldurulmaktadır. Toplumsal becerilerin eksikliği tüketicilerin pazarlanabilen ürünlere, hizmetlere ve uzman danışmanlığına yöneltmektedir. Kısacası toplumsal yaşamda ve kişilerarası iletişimde karşılaşılan güçlüklerin üstesinden gelinmesi pazar tarafından sunulan kişisel bakım ürünlerinin kullanımı, psikiyatrik tedaviler, ilişki terapileri, seyahat hizmetleri veya alışveriş tarafından sağlanmaya çalışılmaktadır. Böylece toplumsal becerilerin yokluğu dolayısıyla pazarlanabilir mal ve hizmetlere olan bağımlılık, pazar bağımlılığına dönüşmektedir (Bauman, 2003: 196). Tüketim toplumunda ürün ve hizmetler, tüketicilerin karşılaştığı gerçek sorunların çözümünün bir parçası olarak sunulmaktadır ve bunların yokluğunun daha büyük sorunlara yol açacağı endişesi tüketiciye kazandırılmaktadır. Tüketicilerin pazara bağımlılığının bir diğer nedeni de, kendi kesinlikleri ve özgüvenleri açısından pazara gereksinim duymalarından kaynaklanmaktadır (Bauman, 2003: 197). Tüketim toplumunda en önemli yeti olarak kabul gören tüketici yeterliliği, ihtiyaçları giderecek en uygun tüketim ürününün seçilmesinde ve kullanımında da kendisini gösterir. Var olan sayısız alternatif arasından en uygun tüketim ürününün seçilmesi ve satın alınması, tüketicinin alışveriş konusundaki üstün becerisinin bir göstergesi haline dönüşmektedir. Toplumdaki tüketicilerin çoğu tarafından tercih edilen tüketim ürünlerine

ulaşabilmek, tüketicinin kendi kararına olan inancını güçlendirmekte ve güvenini arttırmaktadır. Ancak bu “güvenlik sigortası” tüketici tarafından sürekli olarak yenilenmek ve yeniden kazanılmak durumundadır (Bauman, 2007: 84).

Tüketim toplumu tüketim ürünlerinin sürekli olarak yenilendiği, geliştirilmiş vaatlerle desteklendiği toplumdur. Yeni ürünlerin piyasaya sürülerek, hem tüketicinin eski ürünlerin kullanım değeri ile vaad edilenler arasındaki çelişkileri fark etmesinden kaynaklanan problemler giderilir hem de yeni ürünler tarafından dünün ürünleri “eskimiş” gösterilir.

Tüketim kültüründe tüketici ihtiyaçlarının sınırsız olduğu görüşü, tüketim toplumunun pazarla olan ilişkisinin bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. Tüketim toplumunda tüketiciler sınırsız olduğu kabul edilen gereksinimlerinin, arzularının ve özelemlerinin peşinden gitmeleri konusunda teşvik edilirler. Bu durum kapitalizmin sosyo-ekonomik düzeni ve ilerlemesi için gerekli bir unsurdur ve ticari toplum ancak ihtiyaçların tam olarak karşılanamaması düzeyinde ayakta durabilir. Meta üretimindeki artış, sürekli olarak değışen tüketici tercihlerini karşılamak üzere düzenlendiği iddia edilirken, aynı zamanda bu ürünlerin satış hacminin artışını da gerekli kılar. Bu bağlamda tüketim toplumu ihtiyaçların tam olarak tatmin edilmesi ya da tüketim ürünlerinin tüketiciler tarafından finanse edilememesi durumuna karşı kırılgan hale gelmektedir. Serbest zamanının tüketim için ayrılması ve tüketim zamanı olarak yeniden kurgulanması, boş zamanın metalaşması kapitalist gelişmenin sağlanabilmesinin önemli dayanaklarından birisidir. Tüketim miktarındaki artış, tüketim toplumunda reklam ve diğer pazarlama etkinlikleri ile garanti altına alınmaya çalışılmaktadır. Böylece sadece tüketim ürünlerine ilişkin talep eksikleri giderilmekle kalınmaz, tüketimden alınan hazzın arttırılması da hedeflenir.

Slater'ın (1997: 26) üzerinde durduğu dördüncü konu, tüketim kültürünün prensipte evrensel ve gayri şahsi oluşudur. Bunun anlamı tüketim kültürünün, tüketim olanaklarının toplumun her katmanından tüketiciye açık olduğu ve herkese eşit derecede sunulduğu iddiası üzerine kurulu olduğudur. Slater'ın da belirttiği gibi, prensipte elbette ki herkes pazardan istediği tüketim ürününü seçmekte, satın almakta ve kullanmakta özgürdür, tüketici tercihlerinin önünde yasaklamalar bulunmamaktadır. Bu durum tüketim toplumunda, tüketebilmenin ve tüketici olma hakkının bir insanlık hakkı olarak yorumlanmasını beraberinde getirmektedir. Tüketim kültürünün evrensel olarak sunulması, tüketiciye özgürlük vaadiyle pekiştirilmekte, bu özgürlüğün aslında bir mecburiyet olarak konumlandırıldığı gözlerden saklanmaktadır. Bu “özgürlüğün” kullanılmasından vazgeçilmesi veya kaçınılması kişiyi çeşitli dışlanma riskleri ile karşı karşıya bırakır (Bauman, 2007: 84). Ayrıca tüketim ürünlerinin belirli fiyatlardan satışa sunulması, tüketicilerin gelir düzeylerine göre ayrıştırıldığı ve buna uygun pazarlama faaliyetlerinin yürütüldüğü tüketim toplumunda, tüm toplumsal katmanların tüketim pazarına katılımının eşit derecede mümkün olmadığını gösterir. Örneğin, yoksul tüketiciler öncelikle sahip oldukları yetersiz maddi kaynaklar nedeniyle, herkese açık olarak sunulan tüketim olanaklarından yararlanamamaktadırlar. Bauman'ın da belirttiği gibi tüketim toplumunda önemsenen en önemli yeterlilik olan tüketici yeterliliklerine yoksulların sahip olamaması ve tüketici görevlerini yerine getirememeleri onları “başkalarının girebildiği toplumsal şölenden dışarıya atılmanın üzüntüsüne dönüşen bir yetersizlik” durumunda bırakmaktadır (1999: 60).

Tüketim kültürünün prensipte herkese açık olduğu görüşü, Slater'ın (1997: 27) belirlediği beşinci özellik olan tüketim kültüründe özgürlüğün kişisel seçim ve

özel hayatla birlikte tanımlanması prensibiyle desteklenmektedir. Tüketici olmak, tercih yapabilmek ve satın alma sürecinde özgür olmak demektir. Tüketim kültüründeki özgürlük, tüketici tercihinin kişisel bir edim olarak tanımlanmasıyla sağlanmaktadır (Slater, 1997: 28). Slater’a göre (1997: 28) tüketimin kişisel olarak tanımlanması tüketim toplumu için işlevsel özellikler taşır. Böylece tüketimin amacının kişisel refah, rahatlık ve keyif olduğu vurgulanarak, aşırı tüketimin çevre ve toplum üzerinde yarattığı olumsuz sonuçlara yönelik eleştiriler bertaraf edilmiş olur ve tüketim yoluyla özgürlük sağlanabileceği görüşüne destek verilir. Ayrıca tüketim kültüründe tüketimin kişisel bir edim olarak tanımlanması, bireyselliği ve kendini ifade etmeyi ve üslupçu bir özbilinci çağrıştırır (Featherstone, 2005: 140). Featherstone’nun (2005: 140) belirttiği gibi günümüz tüketim kültürü içerisinde bir kişinin bedeni, giysileri, konuşması, boş zamanı kullanma biçimi, yiyecek ve içecek tercihleri, ev, otomobil, tatil seçimleri vb. tüketicilerin beğenilerinin ve üslup duygusunun bireyselliğinin işaretleri olarak görülmektedir.

Slater’ın (1997: 29) tüketim kültürüne ve tüketim toplumuna ilişkin belirlediği altıncı özellik, toplumsal kimliklerin belirlenmesinde tüketim ürünlerinin bir iletişim vasıtası olarak işlev görmesiyle ilgilidir. Modern toplumlarda sabit statü gruplarının bulunmadığı düşüncesi, tüketim ürünlerinin kullanılması yoluyla statünün ve kimliklerin müzakere edilebileceği görüşünün gelişimini sağlamıştır. Bauman da (2007: 82) tüketim toplumunda kişilerarası bağların tüketim ürünleri pazarı aracılığı ile yönlendirildiğini ve aracılandırıldığını belirtir. Belli bir tarzın takipçisi veya tüketicisi olma durumu Bauman’a göre kişinin kendisini bu şekilde ifade etme arzusunda bulunmakta ve görünür “ait olma işaretlerinin” yardımı ile sağlanmaktadır (2007: 83).

Öte yandan tüketim ürünlerinin birer iletişim vasıtası olarak belirlenmesi, sadece toplumsal kimliklerin ve statünün belirlenmesinde etkili olmaz, tüketim ürünlerinin taşıdığı gösterge anlamlarının üzerine düşünmeyi de gerekli kılar. Slater (1997: 31) tüketim kültürü ve tüketim toplumuna ait özelliklerden sonuncusu olarak, tüketim kültüründe kültürün artan önemine dikkat çekmektedir. Tüketim kültüründe göstergeler, semboller, imajlar önem kazanmıştır. Baudrillard (1997: 20) tüketim toplumunu “tüketimin tüm yaşamı kuşattığı, tüm etkinliklerin aynı birleştirici biçime uygun olarak zincir oluşturduğu, insanı ödüllendirme yollarının saat be saat önceden ayarlandığı, çevrenin bir bütün oluşturduğu, bütünüyle iklimlendirildiği, düzenlendiği, kültürelleştirildiği” toplum olarak tanımlayarak, bu toplumda göstergelerin ve sembollerin rolüne dikkat çekmektedir. Jameson da kültürün “bizzat tüketim toplumunun asli ögesi” olduğunu, “hiçbir toplumun bu toplum kadar göstergelere ve imajlara doymuş olmadığını” belirtmiştir (Jameson 1981’den aktaran Featherstone, 2005: 144). Jameson’nun bu belirlemesi, tüketim kültüründe öncelikle metaların ve bunların çevresinin estetikleştirilmesinde göze çarpmaktadır. Reklamcılık, ambalajlama, sergileme, satış noktası materyalleri, ürün dizaynları gibi unsurlar tüketim toplumunda ürünlere ilişkin imajların oluşturulmasında etkili olmaktadır. Tüketim ürünlerinin kullanım değerlerinin ötesinde imajlarla desteklenmesi ve birer gösterge olarak kullanımı, bunları tüketen kişilerin de bu imajlar yoluyla kendilerini tanımlamalarını mümkün kılmaktadır. Böylece iletişim, tüketim ve anlam ilişkileri konusunda daha esnek bir aşamaya geçilmiştir (Slater, 1997: 31). Tüketim ürünlerinin işlevsel kullanım değerlerinin gözden kaybedilmesi ve sıradan, gündelik tüketim mallarının çeşitli duygular ve hayaller ile ilintilendirilmesi tüketim kültürünün önemli bir özelliğidir. Bu aşamada kitle iletişim

araçları, pazarlama ve reklam faaliyetleri bu imajların yaygınlaştırılmasında kilit rol oynamaktadır.

Bauman (1999) tüketim toplumunun ortaya çıkışını ve gelişimini, üretim toplumunun geçirdiği köklü değişim süreci ile açıklamaktadır. Endüstriyel sanayileşmenin ilk dönemlerinde gelişen modern toplumlar Bauman’a göre sıkı bir çalışma etiği üzerine kurulmuştur. Üretim toplumunda çalışma tüm toplumsal yaşamın ana yönlendirme noktasını oluşturmakta, çalışma bir insanın kimliğinin oluşturmalarının merkezinde yer almaktaydı (Bauman, 1999: 31). Bu bağlamda çalışma etiği, insanların çalışmaya yönlendirilmesi, modern düzenlemeyi meydana getiren en önemli vasıta konumundaydı. Bauman’a göre, modern sanayi toplumlarında tüm üyeler için (ya da tüm erkek üyeler için) ahlaki bir vazife olarak gösterilen çalışma etiği, esasında sermaye ve emeğin bu toplumların günlük işleyişi ve devamlılığı için karşılıklı bağımlılığından kaynaklanmaktaydı (1999: 33). Böylece çalışma etiği dolayısıyla işçilerin duygularına ve vicdanlarına hitap edilmekte ve endüstriyel sistemin çarkları döndürülmekteydi. Ancak fabrikalarda çalışmanın giderek ağırlaşan koşulları, emekçilerin çalışmanın yüceltici niteliğine olan inançlarının sarsılmasını beraberinde getirerek, çalışma etiğini yönlendiren farklı bir motivasyonun bulunmasını teşvik etmiştir. Söz konusu motivasyon “çalışmayı maddi olarak teşvik edecek” yeni araçların bulunması ile sağlandı (Bauman, 1999: 36). Çalışma çabasının, ahlaki açıdan üstün olduğu iddiaları yerini, bunun daha fazla para kazanmak için bir vasıta olduğu görüşüne bıraktı. Böylece daha fazla kazanarak daha fazla tüketebilmek teşvik edici bir mekanizma olarak kullanıldığında Bauman’a göre (1999: 37), üretim toplumundan tüketim toplumuna giden modern toplumun sonraki tarihi geniş ölçüde belirlenmiş oldu. Bauman üretim ve tüketim toplumu arasındaki

vurgu farklılıklarının, toplumun her alanında, kültürde ve bireysel yaşamda çok büyük farklılık yarattığını belirtir (1999: 40). Bu farklılığın derinliği, tüketim toplumunu apayrı bir tür olarak belirlemeyi haklı kılmaktadır.

Üretim toplumunun üyeleri nasıl üretici olmaları için eğitilmişlerse, tüketim toplumun üyeleri de bugün için tüketici rolünü oynamaları için güdülenmektedirler. Tüketim toplumunun tüketicileri çocukluklarının erken dönemlerinden itibaren tüketim kültürüne ait göstergelerle karşılaşmaya başlarlar. Daniel Thomas Cook'un belirttiği gibi, çocukların tüketim kültürü üzerinden ve etrafında sürdürülen mücadeleler, yetişkinlerinkinden pek farklı olmamaktadır. Çocukların tüketimleri (şiddet içeren bilgisayar oyunları, süslü giyecekler, abur cuburlar, medya karakterleri vb) ileride öne çıkartılacak tüketici tipinin geliştirilmesi mücadelesinin birer parçası olarak kabul edilebilir (2004: 149).

Tüketim toplumu üyelerinin tüketim göstergeleri ile karşılaşma alanlarından en önemlileri tüketimi teşvik edecek şekilde düzenlenmiş çeşitli tüketim ortamlarıdır. Ritzer (2000), tüketim toplumunun tüketme baskısının özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra ortaya çıkmış ve giderek yeni biçimlere bürünmüş, böylece tüketim anlayışlarının dönüşümüne katkıda bulunmuş olan "tüketim araçları" tarafından giderek arttırıldığını belirtmektedir. Yeni tüketim araçlarının toplumsal ve gündelik hayatı etkilemekte kazandığı başarıyla tüketim toplumun kapsayıcı niteliği artmıştır. Ritzer'e göre (2000: 23) tüketim araçları, mal ve hizmetlerle ilgili üretim, dağıtım, reklam, pazarlama, satış, bireysel beğeni, stil, moda gibi daha geniş olgular kümesinin bir parçasıdır. Ritzer'in sözünü ettiği "tüketim araçları", alıcılar ile satıcılar arasındaki para alışverişine yol açan süreçleri ve bunların yer aldığı ortamları kapsamaktadır. Ritzer'e göre yeni tüketim araçlarının tüketici üzerinde

yarattığı etkiler bakımından ve sürekli daha fazla tüketiciyi kendilerine çekmek için büyüğü, fantastik, sihirli ortamlar sunmaları nedeniyle “tüketim katedralleri” olarak da görülebilir (2000: 26). Tüketim araçları (yada tüketim katedralleri) arasında Ritzer (2000: 29-48) fast food restoranları ve isim hakkı kullanan dükkanların, zincir mağazaların, katalogların, alışveriş merkezlerinin, internet üzerinden alışveriş yapılan sanal ortamların, indirimli mağazaların, içinde çok miktarda sayı ve ürün çeşitliliğin bulunduğu “süper mağazaların”, yolcu gemilerinin, kumarhanelerin, yetişkinlere yönelik eğlence sunan mekanların, temalı restoranların ve aynı zamanda spor merkezlerinin, lüks sitelerin, eğitim ortamlarının, hastanelerin ve müzelerin bulunduğunu belirtir.

Ritzer’e göre II. Dünya Savaşı’ndan sonra gelişen tüketim araçları, 1920’lerde reklamcılıkla başlayan tüketicileri kontrol etme ve onları tüketim alanında tutma çabalarına destek olmuştur. Ekonomi alanında yaşanan büyüme yönündeki gelişmeler, eskisinden çok daha fazla genç ve çocuğun tüketici haline gelmesi, teknolojik alandaki gelişmeler ve elbette Ritzer’in “yeni kolaylaştırıcı araçlar” olarak tanımladığı, tüketim araçlarının işleyişini kolaylaştıran kredi kartları, krediler, çekler gibi finansal gereçlerin yanısıra internet teknolojisindeki gelişmeler ve medya ile reklamlar tüketim araçlarının gelişimini mümkün kılmıştır (Ritzer, 2000: 51-57).

Ritzer’in (2000) sözünü ettiği tüketim araçlarının tüketim toplumundaki işlevi, insanların tüketime çekilmesi ve tüketimin arttırılmasıdır. Bunun için tüketim araçları estetik ve bilimsel olarak tasarlanmışlardır. Örneğin ürünlerin sergilendiği mağaza içindeki rafların düzenlenişi, hediyeelik eşyaların satış alanlarının giriş ve çıkış alanları gibi çok kullanılan güzergahlar üzerinde yer alması, en fazla satılan ürünlerin mağazanın en uç köşesinde yer alması ve böylece o malları satın almak

isteyen kişinin tüm mağazayı dolaşmak zorunda kalması, alışveriş merkezlerinde çıkış sayısının sınırlı tutulması ve asansörlerin koridorun sonlarına konulmasıyla müşterilerin tüm katı gezmek zorunda bırakılması, süpermarketlerde görselliği zengin olan ürünlerin tüketicinin arzusunu uyandırmak için giriş bölümünde yer alması, süpermarketlerde çocuklara yönelik ürünlerin alt raflara konulmasıyla çocukların bunlara ulaşabilmesinin sağlanması, süpermarket alanında temel besin maddeleri reyonlarının birbirinden ayrılması yoluyla müşterilerin market içinde daha fazla dolaşmalarının sağlanması, süpermarket koridorlarında yığılı mal kullanımları gibi yöntemler satışı ve tüketimi arttırmak için tasarlanmıştır (Ritzer, 2000: 63-64). Bunların yanısıra mağazalarda satışı arttıracak müziklerin ve kokuların kullanımı yine tüketim araçlarının düzenlenmesi açısından tüketimi arttıracak önlemlerdir. Bu bağlamda tüketim toplumu, sadece tüketici yeterliliklerinin öne çıkarıldığı değil bu yeterliliklerin de tüketiciye sistematik olarak bilimsel ve psikolojik yöntemlerle benimsetildiği toplum olarak değerlendirilmelidir. Tüketim toplumunun genel özellikleri ve işleyişi günümüz toplumuna ait bir takım ekonomik gelişmelerin sonucu olarak değerlendirilmelidir. Kapitalist gelişmenin kendi içinde geçirdiği dönüşümler günümüz tüketim toplumlarının şekillenmesine yön vermiştir.

Tüketim toplumunun ve buna eşlik eden tüketim kültürünün ortaya çıkmasını ve Batılı kapitalist ülkeleri tanımlayacak şekilde gelişmesini bazı yazarlar modernite süreci içinde açıklarken (Slater, 1997), başkaları postmodern (akışkan modernlik, geç modern, ikinci modern) döneme ait olarak tanımlarlar (Jameson, 1988; Bauman, 1999; 2007; Baudrillard, 1997). Tüketim toplumunun gelişimine dair yaklaşımlar çok çeşitlidir ⁵⁰. Tüketim toplumunun ortaya çıkışı ve gelişimi üzerine tarihsel analiz

⁵⁰ Tüketim toplumunun gelişimi hakkında oldukça sık yararlanılan Neil McKendric vd'nin., (1982) *The Birth of a Consumer Society* adlı eserlerinde yazarlar, tüketim toplumunun, sanayi devriminden

yapan en önemli araştırmacılardan biri olan John Brewer (2004), bu konudaki çalışmaların özellikle 1980’lerden sonra geliştiğini belirterek, alana ilişkin literatürün iki genel hat üzerinde yoğunlaştığından söz eder. Bunlardan ilki 18. yüzyılın sonlarında, endüstri devrimi dönemine odaklanırken tüketim toplumunun doğuşu ile ekonomik gelişme arasındaki ilişkiye değinir, diğer hat ise 19. yüzyılın sonu ile 20. yüzyılın başı arasındaki dönemi kitle tüketimi ve modern perakendeciliğin Avrupa ve Kuzey Amerika’daki gelişimi bağlamında inceleme konusu etmektedir (Brewer, 2004: 2). Brewer (2004) iki yaklaşımı temsil eden alandaki en önemli iki çalışmanın Mc Kendrick vd. tarafından hazırlanan *The Birth Of Consumer Society* (1982) ile Fox ve Lears tarafından derlenen *The Culture of Consumption* (1983) olduğunu belirtir. Tüketim toplumunun kökenlerinin araştırıldığı bu çalışmalar daha sonra farklı dönemlerdeki farklı toplumlar için de yapılmaya başlanmıştır⁵¹. İlk yönelimdeki çalışmalar genel olarak tüketim toplumunun doğuşuna bakarken, ikinci yönelimdeki araştırmalar tüketim toplumunun gelişimini ve kitlelere yayılışını incelemektedir. Tarihçilerin bakış açılarından tüketim toplumunun nüveleri 18. yüzyıla hatta bazı çalışmalarda 16. yüzyıla kadar geri götürülebilse de, tüketim toplumundan bahsetmeyi olanaklı kılan kitle tüketiminin gelişmesidir. Brewer’ın

önce 18.yüzyıl İngiltere’sinde yaşanan “tüketim devrimiyle” ortaya çıktığını belirtirken, diğer birçok araştırmacı tüketim devrimi olarak adlandırılan sürecin ancak sanayileşmenin kitle üretimi tekniklerinin gelişmesiyle mümkün olan kitle tüketimiyle ortaya çıktığını iddia eder ve tüketim toplumunun sanayi devrimden sonra ortaya çıktığını söyler (Fine ve Leopold, 1993). Ayrıca, bazı yazarlar tüketim toplumunun kökenlerinin 16. ve 17. yüzyıllara dayandığını öne sürerler (Appleby, 1978,1993; Bermingham ve Brewer, 1995; Breen, 1988; Brewer ve Porter, 1993; Shammas, 1990; Thirsk, 1978; Weatherhill, 1988’dan aktaran Clarke vd.,2003). Geniş bir literatür ise büyük mağazaların, uluslararası sergilerin, reklamcılığın, tüketici psikolojisinin, endüstriyel tasarımın vb. tüketici kapitalizmine özgü yeni biçimlerin 19. yüzyıldaki gelişmelerine bakarak, tüketim toplumunun kökeninin 19. yüzyılın ikinci yarısına götürür ve 20. yüzyıldan itibaren de geliştiğini belirtir (Brewer ve Porter, 1993:1). John Brewer ve Roy Porter (1993: 8) tüketim toplumunun kökenlerini 19. yüzyılın son yarısında bulan çalışmaları şu şekilde sıralar: Brooks, 1981; Clark, 1986; Cowan, 1982; Fraser, 1981; Briggs, 1988; Greenhalgh, 1988; Hayden, 1981; Marchland, 1985; Miller,1981; Singer, 1986.

⁵¹ Örneğin; Whitewell, 1989 (Avustralya); Burke, 1996 (Zimbabve); Tobin, 1992(der) (Japonya); Benson, 1994 (İngiltere), Miller, 1981 (Fransa); Williams, 1982 (Fransa).

da(2004) belirttiği gibi, tarihsel analizlerin birçoğunun problemi belli statü grubuna ait tüketim pratiklerinin toplumun geneline aitmiş gibi ele alınmasından kaynaklanmaktadır.

Bocock İngiltere’de ve diğer Avrupa toplumlarında genel nüfus içinde tüketimin yaygınlaşmasının ancak 1950’lerden sonra söz konusu olduğunu belirtir (1997: 15). Modern kapitalizmde tüketimin gelişmesi açısından en önemli yıllar 1950’den sonraki on yıldır. II. Dünya Savaşı’nın ardından gelen bu dönemde Avrupa ve Amerika’da maddesel bolluk artmış, tüketim ürünlerinin miktarlarında ve gelirlerde artış sağlanmıştır. Bu dönemde kitlesel tüketim ücretli bir işte çalışan tüm gruplar için gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde kitlesel tüketimi yönlendiren, üretim sistemindeki Fordist prensiplerdir. 1880’lerle 1920’ler arasında ortaya çıkan ve “Fordizm” olarak adlandırılan seri üretim metodlarında ürünler standartlaştırılmış ve böylece birim maliyetleri düşürülmüştür. Üretim sistemindeki üretim ölçeği sorunun aşılmasıyla birlikte, ürünler büyük miktarda üretilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda geniş kitlelerin tüketici haline getirilmesi, üretim sisteminin devamlılığı için büyük önem taşımaktaydı ve kitlesel reklamlar kitle tüketim normunun oluşturulmasında merkezi rol oynamaktaydı (Murray, 1995: 48). İşçi sınıfının da alım gücünün artmasıyla birlikte o döneme kadar tüketici pazarına giremeyen toplumsal gruplar da tüketici haline gelmiştir. Bocock (1997: 31), bu dönemde gençler gibi yeni tüketici gruplarının ortaya çıkmaya başladığını belirtir. Üretim miktarındaki artış, çok çeşitli malların piyasaya sunulmasını sağlamış, bu da tüketicilerin belli ürünler arasında seçim yapmasını gerekli kılmıştır. Böylece üretilen her şeye “marka imajı” yerleştirilmeye başlanmış ve ürünler farklı pazar gruplarına hitap edecek şekilde farklılaştırılmaya başlanmıştır. Ancak Fordizmin üretimi tüketime dayandırdığı

Üretim modelinin talep değişikliklerine karşı duyarlı oluşu, bir takım öngörülebilirlik problemleri taşımaktaydı.

1960’lı yıllardan itibaren kitle üretimine dayanan Fordist sistemde ciddi sorunlar baş göstermeye başlamıştır. Talep daha değişken ve parçalanmış hale gelmiş, verimlilik artışı işyerlerindeki direnişlerin sonucu düşmüştü. Bu süreçler kârda düşüş yaratmış ve yatırımları aşağı çekmiştir. Döviz kurlarındaki dalgalanma ve petrol fiyatlarının yükselmesiyle birlikte Batı’da 1974’te büyük bir ekonomik bunalım yaşanmıştır (Murray, 1995: 51). 1965’ten 1973’e kadar olan dönemde Fordizm ve Keynesçilik, kapitalizmin çelişkilerini denetim altında tutması gittikçe zorlaşmıştır. 1973’n petrol şoku Fordist uzlaşmanın tasfiyesini gerektirecek bir dizi süreci harekete geçirdi. Bu durum tüketim alanında yeni gelişmelerin ortaya çıkması ile sonuçlanmıştır.

Fordist retim sisteminin katılığını aşmak için post-fordist gelişmelerle üretim sisteminde esneklik sağlanmaya girişilmiştir. Murray’a (1995: 53) göre esneklik, kısmen yeni teknoloji ve küçük düzenlemelerle, üründen ürüne ayarlanabilen programlı makinelerin gündeme getirilmesiyle yaratılmıştır. Harvey’in kullandığı terimle “esnek birikim”, emek süreçleri, işgücü piyasaları, ürünler ve tüketim kalıpları bakımından esnekliğe dayanmaktadır. Harvey’e göre esnek birikimin temel özelliklerinden biri, “yepyeni üretim sektörlerinin, finans hizmetlerinde yepyeni yöntemlerin, yeni piyasaların ortaya çıkması ve hepsinden önemlisi ticari, teknolojik ve örgütsel yeniliklerin temposunun büyük ölçüde hızlanmış olmasıdır” (2003: 170). Esnek retim sistemleri, kitlesel olarak üretilmiş standart ürünlerin piyasaya sürüldüğü katı Fordist sistemin aksine, yeni ve farklılaştırılmış ürünlerin pazara sunulmasını ve küçük ölçekli piyasa bölümlerinin

üzerinde çalışılmasına olanak tanımaktaydı. Aslında varlığı da bizzat bunlara bağlı durumdaydı. Üretimde kullanılan yeni teknolojiler ve yeni örgütlenme biçimleri (tam zamanında üretim) devir hızını da arttırıyordu. Üretim süreçlerindeki devir hızı, tüketimde de hızın yükseltilmesini gerektirmekteydi. Dolayısıyla esnek birikim, tüketicilerin hızla değişen moda ve yaratılan ihtiyaçlara adapte edilmesini sağlayan her türlü pazarlama tekniğiyle⁵² ve bunların gerekli kıldığı kültürel dönüşüm ile el ele gitmiştir (Harvey, 2003: 180).

Harvey (2003: 183-184), esneklik yönündeki tüm bu gelişmelerin kapitalizmin daha sıkı biçimde örgütlenmesiyle sonuçlanmıştır. Ona göre bunu mümkün kılan iki paralel gelişmedir. Birincisi, bilgiye ulaşma, sahip olma ve analiz etme olanaklarının kapasitesindeki artışla birlikte birbirinden uzak alanlara yayılmış şirket faaliyetlerinin eşgüdümlenebilmesidir. Böylece piyasalardaki dalgalanmalara gecikmeksizin tepki verilmesi kolaylaşmaktadır. Bu gelişme doğru ve güncelleştirilmiş bilginin günümüzde çok değer verilen bir meta olmasıyla ilgilidir. Bilgi rekabette üstünlük yakalamak açısından büyük önem taşır. Bilginin günümüz toplumlarında sahip olduğu güç, piyasa eğilimlerini ölçen ve bunlardan haber veren şirketlerin gelişmesine de yön vermiş ve yüksek derecede uzmanlaşmış iş hizmetleri ve danışmanlık şirketlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Harvey'in sözünü ettiği ikinci gelişme, global finansal sistemin bütünüyle yeniden düzenlenmesi sonucunda çok büyük güçte ve ölçekte finansal örgütlerin ortaya çıkışı ve yeni

⁵² Postmodernizm pazarlama alanına ilişkin literatürde, özellikle tüketim kalıplarında yarattığı dönüşüm ve pazarlama tekniklerine etkisi bağlamında yoğun olarak tartışılmıştır (örn; Brown, 1994; Firat ve Venkatesh, 1995; Firat ve Dholakia, 1995, 2003). Buna göre pazarlama pratikleri, asıl pazarlananın imajlar olduğundan hareketle örneğin ürünleri hayat tarzı bağlamında ele almalı ve ürünlerin orijinal kullanım değeri yerine ürünü yeni bağlamlara yerleştirebilmeli, tüketicilerin ürünlere kendi istedikleri anlamları yükleyebilmelerini sağlamalı ve tüketiciyi yeni deneyimlerin yaratıcısı olarak ele almalı ve tasarımda üstünlük göstermelidir. Ürün aynı kalsa bile imajı ve iletişimi sürekli olarak yenilenmelidir ve marka konumlandırılması için yeni temeller bulunmalıdır. Pazarlama postmodern çağda artık imaj pazarlaması halini almıştır.

finansal araçlar ve piyasaların yaratılması yoluyla finansal faaliyetler ve akımların hızla çoğalması ve ademi merkezileşmesiyle ilgilidir (2003: 184). Gelişen finansal sistemler bankacılık ve finans sektörüne çok büyük bir özerklik kazandırmıştır.

Bu gelişmeler tüketim cephesinde özellikle pazarlama açısından bir dizi dönüşüm meydana getirmiştir. Öncelikle standart ürünlerin yerini alan tüketici odaklı ürünler bölümlendirilmiş pazarlarda piyasaya sunulmaya ve bu pazarlar tüketiciler arasındaki farklılıklara dayandırılmaya başlanmıştır. Ancak buradaki farklılık, bölümlendirmenin “hayat tarzları” üzerinden yapılmasıdır (Mort, 1995). 1960’ların sonunda başlayıp 1980’lerde doruk noktasına ulaşan bu dönemde (Brewer, 2004: 11), tüketimcilik Miles’a göre “bir yaşam biçimi” halini almıştır (1998: 8).

Slater’a göre (1997: 10), 1980’ler tüketimciliğin yeniden keşfine tanık olmuştur. Bu dönemde tüketici sadece alım gücü ile ekonomik gelişmeyi canlandıran kişi olmasından dolayı değil, oluşturduğu modern özne modeli ve vatandaş örneği nedeniyle dönemin kahramanıdır (Slater, 1997: 10). Slater bu dönemde aynı zamanda üretim pazarlama biçimleri altındaki tüketime göre ikincil konuma düşmüştür (1997: 10). Postmodern teoriye göstergelerin zaferi ve gündelik hayatın estetikleştirilmesi olarak yansıyan, ürün dizaynı, perakendecilik, reklamcılık, ürün konsepti gibi kavramlar tırmanışa geçmiştir. Bu dönemdeki gelişmeler, tüketim toplumunun ve tüketim kültürünün öncüsü sayılan Fordist kitle tüketiminin, kapitalist yeniden örgütlenme süreci içerisinde yeni tüketim modellerinin ve yeni bir türde tüketim toplumunun gelişimine yön vermesi ile ilgilidir.

II. YOKSULLUK ve TÜKETİM TOPLUMU

A. Yoksulluğun Kavramsallaştırılması

Yoksulluğun hangi terimlerle kavramsallaştırılacağına ilişkin çeşitli yaklaşım biçimleri mevcuttur. Bu farklı yaklaşım biçimleri sorunun hangi bakış açısından değerlendirildiğini belirleyerek, yoksullukla nasıl mücadele edilebileceğine ilişkin çözüm önerilerini de içinde barındırır. Ruth Lister (2004: 3), yoksulluğun anlaşılabilmesi için ana kavramlarının, tanımlarının ve yoksulluğun ölçülerinin birbirinden ayrılması gerektiğini belirtir. Bu üç terimin birbirinden ayrılması Lister’e göre yoksulluğun kavramsallaştırma biçimleri arasındaki karmaşıklığı giderecek ve gereksiz kutuplaşmaları önleyecektir.

Yoksulluğun ana kavramları, yoksulluğun anlamına ilişkin genel ifadeleri içermekte ve yoksulluğun tanımına ve ölçülmesine yönelik bir çerçeve oluşturmaktadır (Lister, 2004: 3-4). Yoksulluk tanımları ise, yoksulluk durumunu yoksul olmamaktan ayıran daha net yargılar içerir. Örneğin “mutlak” ve “görelî” yoksulluk tanımları böyledir. Yoksulluk ölçütleri ise, yoksulluğun ölçülmesine yönelik işlevsel tanımlamalara dayanır ve böylece yoksulluk bir takım resmi sayısal verilerle ölçülebilir hale getirilir.

Lister (2004: 5) kavramlardan ölçütlere doğru gidişin, odağın daraltılmasıyla ilgili olduğunu belirtir. Yoksulluğun ana kavramları göz önüne alınmadan doğrudan ölçütleri üzerinde durulduğunda, yoksulluğun çok boyutluluğu ihmal edilir. Bunun içine yoksulluğun esas olarak ne anlama geldiği, nasıl deneyimlendiği ve insanların yaşamlarını nasıl derinden etkilediği konuları da dahildir. Bu bağlamda yoksulluğu yalnızca maddesel yetersizlikler içeren, dezavantajlı veya güvenli olmayan ekonomik durum olarak değil, sosyal ilişkiler içinde değerlendirmek önem taşımaktadır (Lister,

2004: 7). Bu perspektif yoksulluk üzerine yapılan “katılımcı” yaklaşımlarla geliştirilmiş ve yoksullun ilişkisel/sembolik olan yönü ön plana çıkartılarak yoksulluk, “konuşabilmekten yoksunluk; kişinin özsaygısına ve haysiyetine saygı göstermeme, aşağılanma ve küçük görülme, utanç ve damga; güçsüzlük, hakların yok sayılması ve etkisizleştirilmiş vatandaşlık” bağlamında ele alınmıştır (Lister, 2004: 7). Yoksulluk üzerine olan literatür, yoksulluğu belli bir gelir ve tüketim harcamaları bağlamında ele alan “geleneksel” veya “nesnel” yaklaşımlar ile insanların yoksulluğu anlama biçimleri üzerine kurulan “katılımcı” veya “öznel” yaklaşımlar olarak ikiye ayrılarak incelenebilir (Moser, 1998’den aktaran Leister, 2004: 7). Ancak Leister bu iki yaklaşımın birbirini tamamlayan niteliğine dikkat çekerek, yoksulluğun temelinde maddesel yoksunlukların bulunduğunu ancak bunların birtakım sembolik ve ilişkisel yoksulluk biçimleriyle şekillendiğini ileri sürer (2004: 7-8). Dolayısıyla yoksulluğa ilişkin kavramsallaştırmalarda yoksulluğun sadece ekonomik bir olgu olarak değil aynı zamanda kültürel ve toplumsal olarak ele alınması gereklidir.

1. Mutlak ve Göreli Yoksulluk Tanımları

İlgili literatürde yoksulluğun nasıl tanımlanacağına ilişkin görüşler, yoksulluğu dar veya geniş kapsamda, gelire veya yaşam standartlarına yahut da yeterliliklere göre tanımlayan iki temel yaklaşım biçimine sahiptir. Bunlar “mutlak” ve “görelî” yoksulluk tanımlarıdır. Mutlak yoksulluk kavramı, yoksulluk tanımları içinde kökeni en eski olandır. 19.yüzyılın sonlarında İngiltere’de yapılan çalışmalarda geliştirilen yaklaşımda, gelir/tüketim harcamaları kıstaslarına dayalı olarak belirlenen mutlak yoksulluk çizgisi (sınırı), kişilerin yoksulluğunu tanımlayan esas ölçüdür (Şenses, 2003: 62). Bu yaklaşıma göre yoksulluk, “insanların ihtiyaçlarını karşılamak için yeterli kaynağa sahip olamama durumu”, “mutlak asgari

refah düzeyinin altında kalma durumu”, “yaşamda kalabilmek için gerekli mal ve hizmetlere olan ihtiyaçların karşılamama durumu” olarak tanımlanmaktadır (Şenses, 2003: 63). Mutlak yoksulluk tanımlarında öne çıkan temel yoksulluk kıstasları, parasal gelir ve tüketim harcamaları olmaktadır. Tüketim harcamalarının ölçüsü ise, insanların fiziksel varlıklarını devam ettirmelerine yeterli olacak gıda harcamalarıdır. Bu anlamda bu harcamaları karşılayabilecek gelirden yoksun olanlar mutlak yoksulluk tanımı içerisinde yoksul sayılmaktadır.

İnsanların en temel psikolojik gereksinimlerinin dahi toplumsal olarak koşullandırıldığı anlaşılmaması, 1950’lerden itibaren mutlak yoksulluk tanımlarının literatürdeki yerini sarsmıştır (Leister, 2004: 27). Ayrıca mutlak yoksulluk çizgisi yaklaşımının gerek kavramsal düzeyde gerekse istatistiksel anlamda sorunlarının bulunduğu tespit edilmiştir. Örneğin mutlak yoksulluk çizgisi yaklaşımının hem ülke içi hem de uluslararası ölçekte mekansal kıyaslama güçlükleri içerdiği, yoksul kitlenin kendi içindeki çeşitliliğini kavramakta yetersiz olduğu ve çizginin belirlenmesinde kullanılan anketlerin çeşitli problemler içerdiği belirtilmiştir (Şenses, 2003: 91). Bu eleştirilerle şekillendirilen göreceli yoksulluk yaklaşımı, “maddi kaynakların, toplumda adet haline gelmiş veya en azından özendirilen ve onaylanan normal etkinliklere katılımın ve konfora ve yaşam koşullarına sahip olmanın olanaksız veya son derece kısıtlı hale gelecek kadar yetersiz kalması” olarak tanımlanabilir (Oyen, 1992’den aktaran Şenses, 2003: 91). Yoksulluk tanımını toplumun tüm üyelerinin elde ettiği gelir düzeyini temel alarak yapan göreceli yoksulluk kavramı, insanların toplumsal varlık olduklarını, asgari gereksinimlerinin nicelik ve niteliklerinin o toplumun tarihsel ve toplumsal gelişme düzeyine bağlı olarak değiştiği üzerine kuruludur (ODTÜ, 2000: 9). Göreceli yoksulluk tanımının

kullanılması, gelir dağılımıyla doğrudan ilgili olarak, aynı toplumdaki farklı sınıflar ve kategoriler arasında karşılaştırma yapma olanağı sağlamaktadır. Göreli yoksulluk yaklaşımıyla mutlak yoksulluk tanımının taşıdığı problemler bir ölçüde giderilmiş olmasına rağmen, bu tanımın da esas olarak gelir/tüketim eksinine dayanması yoksulluğun kavramsallaştırılması açısından yine bir takım problemler taşımaktadır. Ayrıca göreli yoksulluk yaklaşımı, toplumun genelinin yetersiz kaynaklara sahip olduğu ve bu nedenle de yaşam standardının düşük olduğu ülkelerde, yoksulluğun sadece toplumun en alt tabakasına özgü olduğu yanlışlamasını yaratacaktır.

Yoksulluğun tek bir kıstasla belirlenmesinin yarattığı problemler, gelir ve tüketim harcamalarına ilişkin verilerin diğer birtakım sosyo-ekonomik göstergelerle desteklenmesi ve bu kıstaslardan birkaçının birlikte kullanılarak karma (bileşik) göstergeler oluşturulması yoluyla giderilmeye çalışılmıştır (Şenses, 2003: 99). Karma ölçütlerin kullanıldığı yaklaşımlar arasında en çok ilgiyi, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) tarafından geliştirilen ve ölçüm yöntemleri zaman içinde değişimler geçirirse de 1990 yılından bu yana kullanılmakta olan İnsani Gelişim Endeksi çekmiştir (Şenses, 2003: 100). Endekste, iyi ve uzun yaşam, bilgiye erişim ve yüksek yaşam standardı, karar alma süreçlerine katılım esaslarına dayalı bir insani gelişim tanımından yola çıkılarak gelir, eğitim, sağlık göstergeleri kullanılarak, bu göstergeler ülkelerin ekonomik büyümeleriyle ilişkilendirilmektedir (Şenses, 2003: 100). İnsani gelişme raporları her sene ülkeler bazında yayımlanarak, uluslararası karşılaştırmaların yapılabilmesine olanak tanımaktadır. Raporda kullanılan göstergeler düzenli olarak güncelleştirilmektedir.

İnsani gelişim endeksi kuramsal olarak birçok yaklaşıma dayansa da özellikle, Amartya Sen'nin “yapabilirlikler” (capabilities) yaklaşımının izlerini

taşımaktadır (Human Development Reports, 2008). Sen tarafından geliştirilen “yapabilirliklerden yoksunluk” teorisi, yoksulluğun anlaşılmasında farklı bir çerçeve sunmaktadır. Bu yaklaşımın temelinde, yoksulluğu “toplumsal oluşumun sunduğu hak ve olanaklara ulaşabilme eksikliği” olarak tanımlayan yoksulluk anlayışı yatmaktadır (İnsel, 2001: 70). Bu çerçevede Sen’e göre yoksulluk, “temel gereksinimlerin karşılanmasındaki yoksunluk” olarak değil “kabul edilebilir bir hayat düzeyine ulaşmak için gerekli temel yapabilirliklerden yoksun olma” durumunu ifade etmektedir (Sen, 1992: 109). Sen’nin yapabilirliklerden yoksunluk teorisi, yoksulluğun çok boyutlu özelliğini ve insan hayatının farklılıklarını göz ardı etmemesiyle öne çıkmaktadır. Bu yaklaşımın temel dayanakları Demet Yuncu’ya göre (2005: 9) üç temel noktada özetlenebilir. Öncelikle Sen’e göre düşük gelir düzeyi, yoksulluğun farklı nedenlerinden birisidir. Dolayısıyla yoksulluğun açıklanmasında tek başına düşük gelir düzeyi yeterli değildir. İkinci olarak, bu yaklaşımda önem taşıyan yoksulluğa içkin olan yoksunluklardır. Üçüncü olarak, düşük gelir düzeyi ile yapabilirliklerden yoksunluk arasındaki ilişki kişisel ve toplumsal faktörlerden etkilenmektedir. Sen’nin bu yaklaşımı üzerine kurulan “insani yoksulluk” kavramı “iyi bir yaşam standardıyla özgür, onurlu, özgüvenli ve diğer insanlara da saygı duyabilir şekilde uzun, sağlıklı ve yaratıcı bir hayat sürebilme olanak ve seçimlerinden mahrum” olma durumunun kavramsallaştırılmasıdır (Oruç, 2001: 80). Sen’nin yaklaşımının yoksulluğun kavramsallaştırılması için önemi, insan yaşamında yoksulluğun süregitmesini ve yeniden üretilmesini sağlayan koşullar üzerine odaklanılmasını sağlamasıdır. Böylece yoksulluk konusunun yalnızca maddesel yetersizlikler bağlamında değil, kişisel refah, yeterlilik, yapabilirlik, gelişim gibi konular çerçevesinde de incelenmesi mümkün olabilir.

Yoksulluğa ilişkin gelir ve tüketim eksenindeki açıklamaların, toplumsal ve kültürel süreçleri de dikkate alan daha kapsayıcı bir kavramsallaştırma ile desteklenmesi, yoksulluğun yeniden üretim mekanizmaları üzerine düşünülmesini ve böylece yoksulluğun farklı bağlamlarda kazandığı yeni içeriklere odaklanmayı gerektirir. Bu çerçevede toplumsal eşitsizlikler yoksulluğu biçimlendirmekte ve insanların yoksulluğu deneyimleme biçimlerine etkide bulunmaktadır. Yoksulluğu deneyimleyen kişiler ve gruplar da, aktif birer eyleyici olarak karşılaştıkları yapısal sınırlandırmalara farklı şekillerde tepkide bulunmaktadırlar. Bu anlamda çeşitli toplumsal eşitsizlikler bağlamında şekillenen farklı yoksulluk deneyimlerinden söz edilebilir. Yoksulluk deneyimlerini farklılaştıran eşitsizlikler arasında, başta sınıf, toplumsal cinsiyet, ırk, özürlülük, yaş ve coğrafya gelmektedir (Leister, 2004: 53-73). Bu bağlamda tüketim toplumu içerisinde kent yoksulu ve genç olmanın farklı bir yoksulluk deneyimi yarattığı ve farklı sosyal dışlanma süreçleri ortaya çıkarttığı öne sürülebilir.

2. Mekana Göre Yoksulluk: Kent Yoksulluğu

Leister'a göre (2004: 69) “yoksulluğun coğrafyaya sahip olması” hem yoksulluğu kuran hem de aracılandırıan üç anlama gelmektedir: Yoksulluğun mekansal dağılımı, mekanların yoksulluğu ve belli bir çevredeki yoksulluğun fiziksel ve toplumsal olarak deneyimlenmesi. Yoksulluk sadece kente ait bir sorun olmasa da, yoksulluğun kente özgü bir takım özel koşulları kentlerde yaşanan yoksulluktan ayrı bir kategori olarak bahsetmeyi mümkün kılar. Yoksulluğun mekansal dağılımı, kent içinde bazı bölgelerin, refah düzeyi yüksek başka alanlardan ayrılması ve yoksulluğun kentin belli bölgelerinde yoğunlaşmasını ifade eder. Özellikle büyük metropollerde yoksulluğun kent içinde farklı bölgelerde yoğunlaştığı

gözlemlenmektedir. Ancak bu durum aynı zamanda zengin bölgeler için de geçerlidir. Kentler giderek yoksullar ile zenginlerin mekansal olarak ayrıştığı ve bu iki kesimden insanların birbiriyle temasının en aza indirilebileceği şekilde yeniden düzenlenmektedir. Böylece toplumsal kesimler arasındaki mesafe sadece toplumsal olarak değil mekansal olarak da korunmuş olacaktır.

Leister'in sözünü ettiği ikinci anlam düzeyi olan mekanların yoksulluğu, belirli alanlarda yaşayan insanların yoksul olduğu ya da yoksulluğun belli bölgelerde yoğunlaştığı anlamlarından farklı bir içeriğe sahiptir (Leister, 2004: 70). Burada kent içindeki "mahrumiyet bölgeleri" ya da "dezavantajlı bölgeler" olarak ifade edilen alanlar, kötü barınma ve fiziksel çevre koşullarına sahip, kamusal alanların yetersiz olduğu, kamusal hizmetlerin yeterli düzeyde olmadığı, iş olanaklarının az olduğu, şiddet ve suç oranlarının yüksek olduğu yerlerdir. Bu çevreler kişilerin gerek fiziksel gerekse zihinsel sağlığı için olumsuz koşullar üretmektedir. Yoksul bölgelerin burada yaşayan kişilerin "yaşam şansları" -çocuklarının yetiştirilmesine ilişkin davranış biçimleri, iyi bir evlilik yapma ve iş bulabilme şansları, iyi bir eğitim ve sağlık hizmeti alabilme ve psikolojik sorunlarla baş edebilme olasılıkları, vb.- üzerindeki etkileri konusunda birbirinden farklı görüşler mevcuttur (Leister, 2004: 71). Bir grup görüş dezavantajlı bölgelerdeki yaşamın eğitim ve işgücü piyasası olanakları üzerinde olumsuz etkisinin bulunduğunu ve bu anlamda çeşitli sosyal dışlanma süreçleri ürettiği üzerinde dururken, diğer bir görüş grubu çevrenin yoksulluğa etkisinin abartıldığını öne sürer. Ruth Lupton'a göre (2003'ten aktaran Leister, 2004: 71) bu görüş farklılıkları, açıklamaların temelini oluşturan verilerin ve metodolojinin farklılığından kaynaklanmaktadır. Yoksul bölgelerin yoksulluk üzerindeki etkisi reddedilemeyecek kadar açık olsa da, yoksulluğun yeniden üretim

mekanizmalarından birisi olarak kabul edilmelidir. Yoksullar açısından bulunulan dezavantajlı çevre dışında sosyal dışlanma yaratan başka süreçler de bulunmaktadır.

Kent içindeki yoksun ya da dezavantajlı bölgelerin “damgalanmış” alanlar olduğu yapılan incelemelerde sıklıkla dile getirilmiştir (Leister, 2004: 72). Özellikle medyada yoksul bölgelerin suç ve şiddetle yer bulması bu “damganın” yaygınlaştırılmasına katkıda bulunmaktadır. Bu bölgelerde yaşayan kişiler, “damgalanmanın” yaşamlarında yarattığı güçsüzleşmeyi hayatlarının her alanında ancak özellikle de iş bulma sürecinde yaşadıklarını ifade etmişlerdir (Hastings ve Dean, 2003’ten ve MacDonald ve Marsh’dan aktaran Leister, 2004: 72). Bu çerçevede yoksulluğun bu bölgelerde birer “damga” olarak deneyimlenmesi, kent yoksulları açısından aşağılanma, ayrımcılığa uğrama gibi sembolik biçimler almaktadır. Dolayısıyla yetersiz fiziksel ve sosyal çevre koşullarına sahip olmanın yarattığı olumsuzluklara ek olarak, bu bölgelerde yaşamak kent yoksullarının yaşamlarını toplumsal olarak da sınırlandırmaktadır. Kentin en yoksul mahallelerinde yaşayanlar Jargowski’ye göre (1997:1) “bir yandan kendi yoksulluklarıyla baş etmeye çalışırken, diğer yandan da yanibaşlarında yaşanan, binlerce değilse bile yüzlerce ailenin toplumsal soyutlanmışlığı ve ekonomik yoksulluğunun da üstesinden gelmek durumundadırlar. Yoksul insanların bu mekansal yoğunlaşması yoksulluk koşullarını daha da büyüttüğü gibi sonuçlarını da daha dayanılmaz yapmaktadır” (aktaran ODTÜ, 2000: 9).

Kentsel yoksulluk konusuna ilişkin yeni bir tartışma alanı ise, 1980’li yıllardaki yeniden yapılanma sürecinin yoksulluk sorununun içeriğini ve sınırlarını yeniden biçimlendirdiği görüşüyle şekillenen “kentsel yeni yoksulluk” üzerinedir. 1990’lı yıllardaki kentlerde yaşanan yoksulluğun, önceki dönemlerde kentlerde

gözlemlenen yoksulluktan farklı olduğunu öne süren bu kavramsallaştırmanın geri planında refah devletinin çözülüşü yer almaktadır (ODTÜ, 2000: 15). II. Dünya Savaşı ertesinde yaygınlık kazanan refah devleti uygulamaları, yoksulların belli sosyal politikalarla desteklenmesi ve böylece toplumla bütünleşmelerinin sağlanmasına yöneliktir. Bu dönemde işsizlik yardımları, sosyal konut uygulamaları, ücretsiz eğitim ve sağlık hizmetlerinin sağlanması gibi dolaylı gelirler, bu alanlarda alt gelir grupları açısından eşitsizlikleri önemli ölçüde hafifletmiştir (ODTÜ, 2000: 15). Refah devleti uygulamalarının 1980’li yıllardan itibaren tasfiye edilmesi bu uygulamalardan en fazla avantaj sağlayan alt gelir gruplarını savunmasız hale getirmiştir. Buna ek olarak Fordist dönemden Post-Fordist döneme geçilmesi, yani kitlesel üretimden esnek üretim sistemine geçiş, görece niteliksiz olan işgücünün daha sınırlı sayıda ancak niteliği yüksek işgücüne yerini bırakmasını sağlamış, böylece niteliği düşük işgücüne sahip alt sınıflarda işsizlik artmıştır (ODTÜ, 2000: 15). Bu iki gelişmeyle birlikte, yeni yoksulluk olarak adlandırılan olgunun ortaya çıkış koşulları yaratılmıştır. Yeni iktisadi yapılanma ile ulaşılan noktada, gelişmiş ülkelerde sistemin işleyişini sağlamak için yoksullara gereksinimi giderek azalmış böylece yoksulluğun ortadan kaldırılması giderek “insani bir problem” olarak görülmeye başlanmıştır (Işık ve Pınarcıoğlu, 2005: 70-71). Enzo Mingione’ye göre (1996: 12) kentsel yoksulluğun bu yeni biçimi, değişen toplumsal durumlarla birlikte yeniden şekillenen vatandaşlık sisteminin yarattığı önemli sorunlara sahiptir. Giderek artan sayıda insanın vatandaşlık süreçlerinden dışlanması, yoksulluğun yaygınlaşmasını toplumsal uyum için ciddi bir tehlike haline getirmiştir (Mingione, 1996: 12).

Son yıllarda popülerlik kazanan “sınıfaltı” kitle/yoksul (underclass) kavramı, kentsel yeni yoksulluk kavramıyla ilişkilidir. “Sınıfaltı” veya “yeni yoksul” olarak tanımlanan, “sistem dışına atılmış, kronik bir yoksulluğa mahkum, mücadele yeteneğini kaybetmiş, kent içinde tecrit edilmeye çalışılan” yoksullardan oluşmaktadır (Işık ve Pınarcıoğlu, 2005: 66). Sınıfaltı ile betimlenen yoksul gruplar, yeni kentsel yoksulluğun odağında yer almaktadır. Yeni kentsel yoksulluk koşulları altında sınıfaltı kent yoksulları, gettolarda ya da harap durumdaki kent çeperlerinde yoğunlaşmışlar veya evsizler olarak kente yayılmışlardır ve sosyal dışlanmanın kronikleşmiş biçimlerine dönüşme riski altındadırlar (Mingione, 1996: 14). Sınıfaltı yoksullarla ifade edilen kentsel yeni yoksulluğun, gelişmiş ülke kentlerinde giderek yayıldığı belli bir gerçekliği ve yeni gelişmeyi tanımladığı söylenebilir (ODTÜ, 2000: 16). Kuşkusuz refah devleti döneminin sosyal politikaları ile karşılaştırıldığında, büyük metropollerde yoksulluğun yeni biçimler aldığı gerçektir. Ancak bu yönde bir değişim olduğuna dair birtakım somut veriler bulunmaktaysa da kent yoksullarının tamamının sınıfaltı kitle olarak değerlendirilmesi en azından şu günlerde mümkün değildir. Örneğin Işık ve Pınarcıoğlu, Türkiye’de henüz böyle bir kitlenin varlığından söz edilemeyeceğini, bunun ancak ileride mümkün olabileceğini belirtir (2005: 67).

3. Sosyal Dışlanma

Sosyal dışlanma (social exclusion), yoksulluğun anlaşılmasında kullanılan diğer bir yaklaşımdır. Kavramın ilk kullanan 1974’te Fransız Devlet Sosyal İşler Sekreteri Rene Lenoir’dır (Yurttagüler, 2008: 380). Renoir sosyal dışlanma kavramını, devletin sosyal koruma mekanizmaları dışında kalan bireyleri ve grupları (fiziksel engellilik, tek ebeveyn olma durumu ve sigortasız çalışma gibi) işaret etmek

içim kullanmıştır (Todman, 2004: 2). Sosyal dışlanma kavramı ilk kullanılmaya başlandığı dönemlerde istihdam ile ilişkilendirilirken, zaman içinde mekana ilişkin bir yönelim kazanarak özellikle göçmenler ya da yoksullar gibi toplumsal yaşamın içinde yer alamayan grupların şehrin dışına itilmeleri bağlamında değerlendirilmiştir (Yurttagüler, 2008: 381). 1980’li ve 1990’lı yıllarda temel sosyal güvencelerden, istihdam olanaklarından ve sosyal imkanlardan yoksun yaşayan gençler ve çalışan yoksullar gibi gruplar da sosyal dışlanmaya ilişkin tartışmalara dahil edilmiştir (Yurttagüler, 2008: 381). Kavramın yaygınlaşmasını sağlayan Avrupa Birliği ve Avrupa Konseyi tartışmalarında ve belgelerinde yer alması olmuştur.⁵³ Avrupa Topluluğu’nun sosyal dışlanma tanımı şu şekildedir (Adaman ve Keyder, 2006: 6):

Sosyal dışlanma, “kişilerin-yoksulluk, temel eğitim/becerilerinden mahrumiyet ya da ayrımcılık dolayısıyla-toplumun dışına itilmeleri ve toplumsal hayata dilediklerince katılımlarının engellenmesi sürecine karşılık gelmektedir. Bu durumun bu kesimin bir yandan emek piyasasına, gelir getirici faaliyetlere, eğitim ve öğretim imkanlarına ulaşımında zorluklar yaşamasını getirirken, diğer yandan da toplumsa ve çevresel ağlar ve etkinlikler kurmasında engeller oluşturmaktadır. Bu kesimin elindeki güç oldukça sınırlı olup, karar alma süreçlerine katılımı sınırlı gerçekleşmektedir; dolayısıyla bu kesim kendisini güçsüz ve günlük yaşamını etkileyecek kararların alımında kontrolü elinde tutmaktan aciz hisseder.”

Sosyal dışlanmanın tanımı konusunda, kavramı dar ve geniş anlamda ele alan çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır (Sen, 2000: 7-12; Todman, 2004: 2-6; Yurttagüler, 2008: 382-385). Genel olarak sosyal dışlanmanın kavramsallaştırılmasında eğitim, sağlık, barınma gibi temel hizmetlere ulaşamama ya da ulaşım sürecinde dezavantajlı olma durumunun altı çizilmektedir (Yurttagüler, 2008: 384). Sosyal dışlanma kavramına ilişkin tanımlamalardaki önemli vurgulardan biri yaşam kalitesi

⁵³ Sosyal dışlanmanın önlenmesi, Avrupa Birliği’nin öncelikli sosyal politika hedeflerinden birisi olarak belirlenmiş ve altı sosyal politika hedeflerinden biri olarak Avrupa Topluluğu anlaşmasının 136. maddesinde yer almıştır (Todman, 2004:2).

üzerinedir. Bu nedenle kavram gerek ekonomik kısıtlılıklarla ilgili olarak gerekse de toplumsal yaşama dahil olamama süreçleriyle ilişkili olarak yoksulluk konusuyla birlikte ele alınmaktadır (Yurttagüler, 2008: 384-385).

Yoksulluk ve sosyal dışlanma ilişkisi konusunda da farklı yaklaşımlar mevcuttur (Leister, 2004: 81). İki kavram arasındaki ilişkiyi “birbirini takip etme/nedensellik” ilişkisi olarak tanımlayan görüşler dışlanma sürecinin mi yoksulluğa neden olduğu yoksa yoksulluğun mu dışlanmayı getirdiği konusunda farklılaşırlar (Leister, 2004: 81-83). Bu görüşlerin yanında sosyal dışlanma ve yoksulluk ilişkisini bir “kapsama” ilişkisi olarak ele alan yaklaşımlar da kendi aralarında sosyal dışlanmanın mı yoksulluğu içine aldığı, yoksa yoksulluğun mu sosyal dışlanmayı kapsadığı konusunda ayrılırlar (Leister, 2004: 81-83). Kapsama ilişkisi üzerine olan görüşler, aynı zamanda bazı insanların yoksul olmalarına rağmen dışlanmayacakları veya dışlanan insanların bazılarının yoksul olmayabileceği görüşlerinin şekillenmesine katkıda bulunmuşlardır. Yoksulluk ve sosyal dışlanma arasında mümkün olabilecek ilişki biçimleri aşağıdaki 2×2’lik matriste⁵⁴ (Tablo 1) gösterilmiştir.

Tablo 1: Yoksulluk ve Dışlanma

	Dışlanmış	Dışlanmamış
Yoksul	1	2
Yoksul değil	3	4

Tablodan da anlaşılabileceği üzere 1 no’lu kesim hem yoksuldur hem de toplumsal olarak dışlanmıştır. Örneğin düşük gelirli ve varoşlarda yaşayan aileler bu kesime örnek oluşturabilirler. 2 no’lu kesim ise yoksul olduğu halde dışlanmamış

⁵⁴ Tablo Adaman ve Keyder’den (2006: 7) alınmıştır.

olan kişi veya gruplardan oluşmaktadış. Bu kesimde yer alanların geçici bir yoksulluk içinde oldukları, yoksulluklarının sreklileşmedikleri söylenebilir (Adaman ve Keyder, 2006: 8). 3 no’lu kategoride yer alanların ise yoksulluk dışındaki başka nedenlerle (cinsel tercih, etnik köken veya dinsel tercih gibi) toplumun dışına itilmiş kişi ve gruplardan oluştuğu düşünülebilir. 4 no’lu kategoriye ise hiçbir nedenle dışlanma yaşamayan kişi ve gruplar oluşurmaktadır (Adaman ve Keyder, 2006: 8).

Leister’a göre (2004: 87-88), yoksulluk ile sosyal dışlanma ilişkisi konusuna, sosyal dışlanmanın yoksulluğu anlaşılmasına ve kavramsallaştırılmasına eklediği “katma değer” açısından yaklaşılması gerektiğini öne sürer. Buna göre bu “katma değer” temel olarak dört tema (ilişkiler ve haklar, toplumsal bölünmeler, çok boyutluluk, dinamiklik) altında incelenebilir.

Öncelikle, sosyal dışlanma konusundaki literatürde en çok ne çıkan unsur, ilişkiselliktir. Sosyal dışlanma toplumun geneliyle ya da alt gruplarıyla ilişkilerde, bireylerin veya grupların dışlandığına gönderme yapar. Graham Room (1995; 1999) sosyal dışlanmanın ilişkisel özelliklerini “yetersiz toplumsal katılım, toplumsal bütünleşmenin bulunmayışı, gten yoksunluk” olarak tanımlamaktadır. Ayrıca sosyal hakların reddiyle ilgili olarak da ilişkiseldir (aktaran Leister, 2004: 89). Sosyal dışlanmanın daha az üzerinde durulan ilişkisel anlamı ise sembolik boyuttur. Sosyal dışlanmanın sembolik olan yönü, dışlanan birey ya da grupların kendileri veya toplum tarafından nasıl tanımlandıklarıyla ilgili olarak ortaya çıkmaktadır.

İkinci olarak, Leister’a göre (2004: 90) sosyal dışlanmayı ilişkisel olarak ele almak konuyu daha geniş bir çerçevede, toplumsal eşitsizlikler bağlamında incelemeyi mümkün kılmaktadır. Böylece çeşitli toplumsal eşitsizliklerin (ırk, etnik

kimlik, toplumsal cinsiyet, yaş, engellilik vb) maddesel yoksullukla ilişkisinin kurulmasına katkıda bulunmaktadır.

Üçüncü olarak, sosyal dışlanma konusunun çok boyutluluğu, yoksulluğa ilişkin geleneksel kavramsallaştırmaların aşılmasını ve böylece daha kapsayıcı yaklaşımların gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bu çerçevede yoksulluğu gelir ve tüketim kapasitesinin yetersizliği bağlamında inceleyen çalışmaların ötesine geçilerek yoksulluğu çok boyutlu anlamaya çalışan ve yoksulluk deneyimlerini öne çıkaran çalışmaların gelişmesine olanak sağlanmıştır. Son olarak sosyal dışlanma kavramı, yoksulluğun durağan olarak değil, dinamik olarak analiz edilebilmesi için bir çerçeve oluşturur. Böylece yoksulluğu bir durum ya da kategori olarak tanımlamak yerine, bir süreç olarak anlaşılması gerektiği üzerinde durulmuştur. Sosyal dışlanma kavramı bu bağlamda yoksulluğa alternatif oluşturan bir yaklaşım olarak değil, yoksulluğu tamamlayan bir yaklaşım olarak ele alınmalıdır (Leister, 2004: 97).

Sosyal dışlanma yoksullukla ilişkili bir kavram olarak, yoksulluğun bir yandan nasıl yaşandığını açıklarken diğer yandan yoksulluğun yeniden üretim süreçlerine katkı yapan durumların da ortaya konulmasına yardımcı olur. Bu bağlamda sosyal dışlanma yoksullara özgü bir konu olmamasına rağmen, yoksulların yaşamlarını biçimlendiren ve yoksulluğa süreklilik kazandıran durumların açıklanmasına katkıda bulunur. Bu çerçevede yoksulluk hem sosyal dışlanma yaratmakta, hem de bu dışlanma süreçleriyle derinleştirilmektedir. Kent yoksulu gençlerin tüketim toplumunda yaşadıkları dışlanma süreçleri, onların hem yoksul hem de genç olmalarıyla, aynı zamanda kendilerine kentte mekansal olarak oldukça

yakın olan tüketim olanaklarına ulaşamamaları ve tüketim toplumunda geçerli kabul edilen tüketim biçimlerine dahil olamamaları bağlamında anlam kazanmaktadır.

B. Tüketim Toplumunda Yoksulların “Kusurlu Tüketiciliği”: Zygmunt Bauman

Tüketim toplumunda yoksul olmanın anlamı üzerine en ayrıntılı çözümleme Zygmunt Bauman’a (1999; 2003; 2007) aittir. Bauman tüketimi günümüz toplumlarının işleyişinin merkezine yerleştirir ve tüketimin toplumsal sistemi, toplumsal sisteme ait kurumları ve bireylerin gündelik deneyimlerini birbirine bağlayan çimento vazifesi gördüğünü belirtir (Warde, 1994). Bauman, tüketim toplumunu üretim toplumundan tamamen farklı bir toplumsal düzenleme biçimi olarak tanımlar ve tüketim toplumunda bireylerin her şeyden önce tüketici olarak yer aldığını öne sürer. Bauman’a göre üretim toplumundan tüketim toplumuna geçiş, yoksulluğun ifade ettiği anlamı değiştirmiştir ve bu yoksulluk türünden “yeni yoksulluk” olarak bahsetmeyi mümkün kılmıştır. (2003: 213). Üretim toplumunun yoksulları, üretim toplumunun normu dışında kalanlardan yani işsiz olanlardan oluşmaktayken, tüketim toplumunun yoksulları, bu toplumun normu olan tüketebilme yeterliliğine sahip olmayanlar bağlamında yeniden tanımlanmıştır. Bauman, tüketim toplumunda yoksulların mutlu yaşam şöyle dursun, normal yaşama erişmekte başarısız ya da yeterince tüketemeyen tüketicilerden oluştuğunu belirtir (1999: 60). Tüketim toplumunun “normallığı” tüketebilme yeterliliği ile eşitlenmesi, yoksulların sınırlı yeterlilikleri ve ehliyetleri nedeniyle marjinalleştirilmelerine ve böylece tüketim toplumunda yoksullar “arızalı”, “kusurlu”, “yetersiz” olarak tanımlanmasına yol açmaktadır.

Tüketim toplumunda tüketim normlarına uyabilmek bireyin kendi sorumluluğunun bir parçası olarak kabul görmesi, Bauman’a göre üretim toplumda olduğundan çok daha şiddetli ve sert dışlayıcı pratiklerin üretilmesi ile sonuçlanmıştır (2007: 56). Üretim toplumunda kişinin çalışmamasından ya da çalışma isteği olmamasından ortaya çıkan yoksulluk, yoksulların “yedek emek ordusu” olarak değerlendirilmesi ve yoksulluğun “sistem içi” rolünün olmasından dolayı sistemin yeniden üretilmesini tehlikeye sokmamaktayken, tüketim toplumda yoksullara ihtiyaç duyulmamasından ötürü çok daha ağır dışlama süreçleri devreye girmektedir. Bauman’a göre tüketim toplumunda yoksulların karşılaştığı dışlanma süreçleri, hem yoksulların fiziksel olarak tüketim toplumun tüketicilerinden ayrılmalarının sağlanması, hem de psikolojik olarak dışlanmalarını kapsamaktadır (2007: 127). İhtiyaç duyulmayan, istenmeyen yoksullar, tüketicilerin yer aldığı kamusal alanlardan bazen yasaklamalarla, bazen de psikolojik baskı araçları ile uzak tutulurlar. Ancak bundan daha etkili olan dışlama mekanizması, yoksulluğun tamamen bireysel nedenlerden kaynaklandığı görüşünün yaygınlık kazandırılmasına bağlı olarak, yoksullarla arada kurulan empatinin azaltılmasıdır. Böylece yoksullar tüketiciler tarafından zihinsel olarak da dışlanmaktadırlar. Bauman’a göre medyanın yoksulluğu çerçeveleme biçimi, bu türden psikolojik dışlanma mekanizmalarının üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Medyada ancak suçla, şiddetle, uyuşturucu madde kullanımı ile gündeme taşınan yoksullar, genel olarak ahlaki açıdan düşük, tehlikeli ve faydasız olarak gösterilir böylece dışlanma süreçlerine meşruiyet de kazandırılmış olur (2007: 127).

Bauman’a göre (1999: 61) tüketim toplumunun yoksulları tüketici yetersizliklerinden kaynaklanan sürekli bir “iç sıkıntısı” ile baş başa kalırlar. Halbuki

sıkıntı, tüketim toplumunda yeri olmayan bir duygudur. Tüketim toplumunun tüketicileri, çeşitli tüketim pratiklerine katılarak sıkıntılarını hafifletebilen, heyecanlı yaşama katılabilen kişilerdir (Bauman, 1999: 61). Tüketim piyasası sunduğu tüketim olanakları ile tüketicinin “her derdine çare” olabilecek şekilde düzenlenmiştir. Hiçbir zaman sıkılmamak, sıkıntının sürekli olarak yenilenen tüketim ürünleri aracılığı ile azaltılması da tüketim toplumunun normlarından birini oluşturmaktadır ve bu tüketim toplumunun tüketicileri için gerçekleştirilmesi pek de zor olmayan bir faaliyettir. Bauman’a göre (1999: 62) bu hedefi tutturamayan yoksullar, diğer insanların kınama ve küçümsemeleri ile karşılaşırken, yaşadıkları durumun nedeni olarak kendilerini görmek zorunda bırakılırlar. Bauman (1999: 62) sıkıntının, tüketim toplumuna özgü olan tercih bolluğu ve özgürlüğü, hareket özgürlüğü, mekanı yeniden düzenleme, zamanı düzenleyebilme gücü gibi diğer tabakalaştırıcı faktörlerin doğal psikolojik sonucu olduğunu belirtir. Bu bağlamda tabakalaşmanın psikolojik boyutu olarak sıkıntı, “yetersiz tüketiciler” veya “tercih ehliyetine sahip olmayanlar” tarafından en ıstıraplı bir şekilde deneyimlenen ve buna karşı öfke biçiminde karşı çıkılan şeydir.

Yoksullar yaşadıkları yoksul çevrelerde ve sahip oldukları maddesel kısıtlılıklar altında, yaşamlarını anlamlı ve eğlenceli olarak geçirmelerini sağlayacak alternatiflerden de yoksun durumdadırlar. Bauman yoksulların bu durumla sürekli olarak kendi ev alanları içindeki işlerle meşgul olmaları yoluyla başa çıkmaya çalıştıklarını, kendilerine ek işler uydurduklarını belirtir (1999: 63). Buna rağmen yoksullar, yetersiz tüketici olmanın damgasına ve utancına karşı savunmasızlardır.

Tüketim toplumunun yoksulları, sürekli olarak yükseltilen tüketim standartları ve pazara sürülen yeni tüketim imkanları karşısında kendilerini giderek

daha yoksullaşmış hissetmektedirler. Tüketim toplumunda tüketicinin tatminin ve malların yaşam sürelerinin sürekli olarak kısaltılması, mallardan alınan fiziksel ve psikolojik tatminin eskitilmesi, yoksulların yaşamlarına daha büyük yük getirmektedir. Yoksulların kendilerini tüketimci baskılardan soyutlayamamaları, onların yoksulluklarını şiddetlendirmektedir. Bauman'ın Seabrook'tan (1988) aktardığı gibi, “yoksullar zenginlerden ayrı bir kültürde yaşamamaktadır, parası olanların yararı için tasarlanmış aynı dünyada yaşamak zorundadırlar. Onların yoksulluğu ekonomik gerileme ve küçülmeyle arttığı gibi ekonomik büyüme ile de şiddetlenmektedir” (1999: 64).

Bu bağlamda Bauman (2003) tüketim toplumunda temel bölünmenin tüketim toplumun asli tüketicisi olanlar ile yetersiz tüketiciler arasında olduğunu belirtir. Bauman *Yasa Koyucular ile Yorumcular* adlı çalışmasının son bölümüne doğru “baştan çıkarılanlar” ve “bastırılanlar” olarak ifade ettiği, tüketim toplumunun ürünü olan iki toplumsal kategoriyi ayrıntılandırır (2003: 178-223). Baştan çıkartılanlar, tüketim kültürü tarafından içerilmiş olan ve tüketimci yaşam biçimine dahil olan tüketicilerdir. Bastırılanlar ise, kaynak yetersizliği içinde olan, pazardan dışlanmış “kusurlu” tüketicilerden oluşmaktadır. Bauman Bourdieu'nün tüketicilerin “bastırılmaktan çok baştan çıkarılan, normlarla kısıtlama altına alınmaktan çok gereksinimlerce yönlendirilen; polis ile ideolojinin yerini halkla ilişkiler tekniklerinin ve reklamcılığın yöneldiği insanlar” olduğunu öne sürerken, hala bazı insanların baskı altında olduğunu gözden kaçırdığını belirtir (2003: 213-215). Bunlar Bauman'a göre tüketici olamayanlar ya da tüketimlerinin sermayenin yeniden üretimi için pek önemli olmayan kişiler, yani tüketim toplumunun bir üyesi olmayan yoksullardır.

Tüketim toplumunun tüketim yönündeki çağruları yaş, cinsiyet ve sınıf farkı gözetmeksizin herkesi kapsamaktadır. Bunlar ayırım gözetmeksizin herkese yöneltilmiş ve dinlenmesi için teşvik edilmiş taleplerdir. Bu nedenle Bauman’a göre (2003: 215) herkes potansiyel olarak baştan çıkarılmaya uygundur. Ancak yoksulların bu baştan çıkartılmalara cevap vermeyecek durumda olmalarından ötürü onlar için geçerli olabilecek mekanizma bastırmadır. Yoksulların eski gereksinimlere bağlı kalmalarının sağlanması ve ayırım gözetmeksizin yapılan baştan çıkartmanın toplumsal düzene getirebileceği zararları ortadan kaldırmak için bastırma gereklidir (Bauman, 2003: 217).

Bauman’a göre hem “baştan çıkartılan tüketiciler” hem de “bastırılan kusurlu tüketiciler” tüketici pazarının ürünüdür. Tüketim toplumu, yeterliliğe sahip tüketicileri; ulaşılması gereken ideal, izlenmesi gereken bir örnek, aşılması ve geride bırakılması gereken bir hedef olarak gösterip onaylarken, kendi yoksulunu yaratmaktadır (Bauman, 2003: 222). Tüketim toplumu ancak eşitsizlikleri yeniden üreterek ve tüm sorunları pazarlanabilir metalara dönüştürerek kendisini üretebilmekte, böyle yaparken her gün gereksinimleri pazar aracılığı ile karşılanamayan ve dolayısıyla yeniden üretimin koşulunu zayıflatan kendi kusurlu tüketicilerini üretmektedir. Dolayısıyla tüketim toplumu ne kadar bolluk ve refah içinde olsa da, bu toplum içinde bastırılanlar ve zorlayıcı kurallarla düzene sokulanlar gözle görülür biçimde mevcuttur (Bauman, 2003: 223). Bu nedenle tüketim toplumunda insanlar, bir taraftan baştan çıkarma, halkla ilişkiler, reklam, pazarlama, büyüyen gereksinimlerle diğer taraftan bastırma ve zorla hizaya sokma girişimleri tarafından sistemle bütünleştirilmektedir. Ancak Bauman’a göre (2003: 223), tüketim toplumunun kavramsallaştırılmasında bu özellik göz önüne

alınmamakta, yoksullar (ya da bastırılanlar) betimlenen toplumla ancak uzaktan bağlantılı, marjinal bir olgu olarak değerlendirilmekte; ya geçici ya da yabancı, ancak her iki durumda da temel modelin geçerliliğini değiştirmeksizin aradan çıkartılabilecek bir öge olarak ele alınmaktadır.

Bauman'ın tüketim toplumunun yoksulları konusundaki yaklaşımı, yoksulların tüketim toplumunda karşılaştığı dışlanma süreçlerini açıklaması bakımından oldukça ayrıntılı olmasına rağmen bir takım sorunlara sahiptir. Öncelikle, Bauman tüketim toplumun yoksullarını, sınıf altı kitleye benzer şekilde ele almakta ve onları tamamen tüketici pazarının dışında değerlendirmektedir. Halbuki kendisinin de sıklıkla dile getirdiği üzere, tüketim toplumunun kuşatıcı ve kapsayıcı özelliği her sınıftan kitleyi içine almakta, onları yönlendirmekte ve etkilemekte oldukça başarılıdır. Yoksulların bastırma mekanizmaları aracılığı ile sistem için tehlike oluşturmayacak konuma getirilmesi, onların tüketim toplumunun tüketimci çağrılarına duyarsız kalabilecekleri anlamına gelmemektedir. Sırf maddesel yetersizlikleri nedeniyle tüketim toplumundan tamamen dışlandıklarını öne sürmek, yoksulların tüketim toplumuna dahil olabilmek için geliştirdikleri stratejilerin görmezden gelinmesine neden olmaktadır.

Öte yandan Bauman'ın tüketim toplumundaki temel ayrımın “baştan çıkarılanlar” ve “bastırılanlar” arasında olduğunu öne sürmesi de birçok noktada problem taşımaktadır. Öncelikle Warde'nin de (1994: 61) belirttiği gibi, bu iki grubun birbirinden hangi noktalarda ayrıldığına dair kapsamlı bir açıklama getirilmemektedir. Bauman'ın iki grubu birbirinden ayırmakta kullandığı tek ölçütün maddi kaynaklar olması, yoksulluğun kavramsallaştırılmasına dair problemler yaratmaktadır. Bauman tüketim toplumunda yoksulluğun sürdürülmesine

dair mekanizmalara yer vermeden yoksulluğu “içinden çıkılmaz” ve “geri döndürülemez” bir süreç olarak tanımlaması (2007: 56) ve yoksulluktan kurtulmanın ancak “piyangodan çıkacak büyük ikramiyeyle” mümkün olabileceğini öne sürmesi (2007: 127), “baştan çıkartılanlar” ile “bastırılanlar” arasındaki ayrımları oldukça katı olarak tanımlamaktadır.

Bauman’ın yaklaşımının taşıdığı bir diğer problem ise tüketimin yalnızca meta tüketimi olarak sınırlandırılması ve tüketimi satın alma ile eş tutmasından böylece tüketimin diğer süreçlerini göz ardı etmesinden kaynaklanmaktadır. Bu türden yaklaşım tüketim toplumundaki yoksulların yeterli satın alma gücüne sahip olmamalarından ötürü “kusurlu” ya da “yetersiz” tüketici olarak tanımlanmalarına veya tüketici olmayanlar kategorisine dahil edilmelerine neden olmaktadır. Yoksulların tüketici pazarındaki yüksek fiyatlı ürünleri satın alamıyor olmaları, onların farklı tüketim süreçlerine dahil olamadıkları anlamına gelmemektedir. Ayrıca tüketim kültürü sadece malların değil, hazların, deneyimlerin ve hayallerin de tüketilmesini kapsar. Tüketicinin pazarla olan ilişkisini satın alma sürecine indirgemek, tüketimin ve tüketicinin ekonomi teorisindeki kavramsallaştırılma biçimlerine ait problemleri taşır. Tüketicinin satın alıcıya ve tüketimin pazardaki değiş-tokuş ilişkisine indirgenmesi, belli ürünlerin neden seçildiğine ve satın alındığına dair açıklama getirememektedir.

Bauman tüketim kültürüne karşı genel olarak olumsuz bir yaklaşım benimsemiştir⁵⁵ (1999, 2003, 2007). Bu türden bir yaklaşım, tüketim kültürünün tüketiciler tarafından nasıl devamlı kılındığını, tüketim pratiklerinin anlamlarını

⁵⁵ Warde (1994:62) Bauman’ın *Freedom* (1988: 19-98) adlı çalışmasında görece farklı bir yaklaşımı olduğunu öne sürer. Warde’a göre bu çalışmasında Bauman, pazara ve metalaşmaya ilişkin daha pozitif yönlü değerlendirmeler yapmış, tüketici tercihlerine daha fazla önem atfetmiş ve tüketim ile özgürlük arasında bağ kurmuştur.

dolayısıyla yapı ile eyleyici arasındaki bağları görmeyi engellemektedir. Tüketim toplumunun tüketicileri baştan çıkarttığı ve ayarttığı yönündeki söylem, tüketicilerin tüketim alanındaki amaçlarını, motivasyonlarını ve bu yolla kurdukları ve geliştirdikleri ilişkileri ve farklı dahil olma süreçlerini kapsam dışı bırakmaktadır. Ayrıca Bauman yoksulları tüketim normuna uymayan tüketim biçimleri nedeniyle “kusurlu” ve “arızalı” tüketici olarak tanımlayarak, onların tüketimle ilişkilerini açıklama dışında tutmaktadır.

C. Yoksul Tüketici Yaşam Deneyimleri: “Dezavantajlı Tüketiciler”

Tüketici davranışları ve tercihleri üzerine kapsamlı bir literatür gelişmiş olmasına rağmen (Arnould ve Thompson, 2005), yoksul tüketicilerin “tüketici yaşamları”na dair bilgi birikimi oldukça sınırlıdır. Bu tüketici grubunun özellikle pazarlama literatürü içinde yok sayılması, pazarlama araştırmalarının genellikle “karlılığı” yüksek tüketiciler üzerine eğilmesinin bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Yoksulların tüketici yaşamlarını konu edinen çalışmalar literatürde “dezavantajlı tüketiciler” kavramı ile 1960’ların sonundan itibaren yer bulmuştur. Bu yıllarda gelişen toplumsal muhalefetin akademik alana yansımaları, o güne kadar akademik incelemelere dahil edilmeyen çalışmaların gelişimine katkıda bulunarak, “dezavantajlı tüketici” gruplarına ilişkin çalışmaların ortaya çıkmasına neden olduğu öne sürülebilir. Böylece orta sınıfa mensup olmayan tüketici gruplarının tüketici yaşamlarına ilişkin ilk bilgi birikimleri sağlanmıştır.

1960’ların sonlarından itibaren gelişen literatürde yoksulların “dezavantajlı” olarak kavramsallaştırılmasının nedeni, bu tüketici grubunun pazarda karşılaştıkları güçlüklerin esas inceleme konusu olmasından kaynaklanır (Capolviz, 1963; Sturdivant, 1969; Andreasen, 1975). Yoksul tüketicileri dezavantajlı konuma sokan

süreçler bu çalışmalarda pazarlama sistemi içinden değerlendirilmektedir. Yoksul bölgelerin satıcılar açısından cazip bulunmaması nedeniyle bu bölgelerde az sayıda satıcının bulunması, bu satıcıların rekabet eksikliğinden dolayı düşük kalitedeki ürünleri yüksek fiyattan satışa sunması ve ürünlerin çeşitliliğinin az olması yoksul tüketicileri dezavantajlı duruma getirmektedir (Andreasen, 1975). Yoksullar tüketim ürünlerinin daha çeşitli olduğu ve daha düşük fiyattan satıldığı satış alanlarına ulaşım imkanlarının yetersizliği ve bilgi eksikliği nedeniyle erişememekte bu durum onların dezavantajlarını arttırmaktadır. Ayrıca yoksulların tüketim harcamalarını kredi kullanarak yapmaları, onların tüketim ürünlerine daha yüksek fiyat ödemelerine neden olmaktadır (Andreasen, 1975: 36). Caplovitz (1963: 98), yoksulların ihtiyaçlarını karşılamak üzere biçimlendirilen kredilendirme sisteminin, küçük ödemelerin uzun vadeye yayılmasıyla düzenlendiğini, böylece tüketicilerin ürüne ve faize yaptıkları harcamaların anlaşılmasının zorlaştırıldığını öne sürmüştür. Böylece yoksullar satın almak istedikleri tüketim ürününe sahip olabilmek için yüksek fiyatlar ödemek zorunda bırakılmışlardır. Zira yoksulların televizyon, müzik seti, mobilya gibi tüketim ürünlerine sahip olmaları, bu kredilerden yararlanmamaları durumunda mümkün görünmemektedir. Bu durum yoksul tüketiciler ile daha yüksek harcama gücüne sahip olan tüketiciler arasında eşitsizlikle sonuçlanmaktadır.

Yoksul tüketiciler üzerine yapılan bu ilk dönem çalışmalarda genel olarak, yoksul tüketicilerin sınırlı kaynakları nedeniyle sahip olamadıkları tüketim olanaklarına ulaşabilmek için rasyonel olmayan satın alma kararları verdikleri üzerinde durulmuş ve yoksullara hitap eden pazarın sınırlılıkları araştırılmıştır (Hill, 2002a: 213). Yoksul tüketiciler üzerine yapılan araştırmalar süreklilik göstermemiş ve tekrar uzun bir süre boyunca gündemde olmamıştır.

1990’lardan itibaren yoksul tüketicilerin tüketici yaşamları yeni bir vurguyla tekrar gündeme gelmiştir. Konuya ilişkin yenilenen akademik ilgi, yoksulların tüketim özelemlerinin diğere toplumsal katmanlardaki tüketiciler gibi tüketim kültürü tarafından etkilendiğinin dolayısıyla tüketim toplumunda yaşamının yoksulluğa yeni bir boyut kazandırdığının altını çizmiştir. Ayrıca bu çalışmalarda yoksulluktan kaynaklanan olumsuz duygusal durumlar ve bunların sonuçları ve de yoksul tüketicilerin kendi tüketici yaşamlarında kurmaya çalıştıkları kontroller öne çıkartılmıştır. Bu bağlamda yoksul tüketiciler sahip oldukları kısıtlılıklara rağmen tüketici yaşamlarını devam ettiren, tüketim olanaklarını arttırmak yönünde girişimlerde bulunan, yoksulluklarına çeşitli baş etme stratejileriyle karşılık veren kişilerdir. Tüketim toplumunda yoksul olmak ürettiği bir dizi dışlanma süreçlerinin yanında bu topluma dahil olabilmek için geliştirilen çeşitli stratejilere de yön vermektedir.

Ronald Paul Hill, yoksul tüketicilerin tüketimle ilişkileri üzerine ayrıntılı analizler gerçekleştirmiştir (1992, 1997, 2001, 2002a, 2002b, 2007). Hill ve Stephens temel olarak yoksul tüketicilerin gelirlerinin kısıtlılığından ve tüketim olanaklarının yetersizliğinden doğan sınırlamaların “yabancılaşma” ve “dışlanma pratikleri” ürettiğinin ancak bu dışlanma süreçlerinin etkilerinin yoksullar tarafından geliştirilen “duygusal ve davranışsal baş etme stratejileri” ile giderilmeye veya azaltılmaya çalışıldığının üzerinde durmuştur (Hill ve Stephens, 1997: 37). Hill’e göre (2002b: 279) yoksulların tüketimle ilişkileri en basit düzeyde yetersizlikler ile tanımlanır. Yoksul tüketicilerin sahip olabildikleri ürün ve hizmetler hem nicelik olarak hem de nitelik olarak, orta sınıf tüketicilerin normal şartlarda sahip olabildiklerinin altındadır. Bu durum Hill’e göre (2002b: 284) yoksul tüketicilerde olumsuz duygu

durumlarının gelişimine neden olmakta, kişilerin kendisini “faydasız” ve “değersiz” hissetmeleri ile sonuçlanmaktadır. Ancak yaratılan duygu durumlarına yoksul tüketiciler çeşitli baş etme stratejileri geliştirerek karşı koymaktadırlar. Hill (2002b: 286) bu stratejilerin bir kısmının “duygusal stratejiler” olduğunu ve geçmiş dönemdeki rahat yaşamın anısının canlı tutulması veya çeşitli tüketim olanaklarına gelecekte sahip olunacağına hayalinin kurulmasına dayandığını, bir kısmının ise süregiden durumu düzeltmeye yarayacak gerçekçi çözümler bulmaya yönelik “davranışsal stratejiler” olduğunu belirtir.

Hill yoksulların tüketimle olan ilişkilerinin biçimlendirilmesinde medyaya önemli bir rol atfetmektedir (2002b: 282). Medya tüketim toplumundaki tüketim alternatiflerini ve olanaklarını yoksul tüketicilere ileten en önemli araçtır. Medya dolayısıyla tüketim toplumunun standartlarını erken yaşta itibaren öğrenmeye başlayan çocuklar, ailelerinin bütçelerini aşan tüketim ürünlerine karşı gereksinim ve arzu duymaya başlarlar. Bu durum yoksul aileleri, çocuklarını bu tüketim baskısından uzak tutmaya veya çocuklar tarafından arzulanan tüketim ürünlerini karşılayabilmek için çeşitli stratejiler geliştirmeye zorlamaktadır.

Thieery Kochuyt (2004) yoksul ailelerin kısıtlı imkanlarla nasıl başa çıktıklarını incelediği araştırmasında, yoksul hanelerdeki ebeveynlerin, çocukları yoksun ekonomik durumlarına uyum sağlayıncaya kadar kendi gereksinim ve arzularını kısıtladıklarını veya bunlardan feragat ettiklerini ve böylece çocuklarını maddesel yokluğun sonuçlarından korumaya çalıştıklarını göstermiştir. Ebeveynlerin maddi kısıtlılıkları ile çocuklara yönelik harcamalar arasındaki çelişkiye dikkat çeken Kochuyt, ailelerin çocukları için “yapay bir bolluk yarattığını” ve böylece çocukların tüketim toplumuna katılımlarının kolaylaştırıldığını belirtmiştir (2004: 145).

Ailelerin çocuklarının tüketim gereksinimlerini ve özlemlerini gidermeye yönelik olarak izledikleri bu stratejiler, çocukların yoksulluğuna eşlik eden dışlanma süreçlerini ortadan kaldırmayı hedeflemektedir. Kochuyt'a göre yoksul ailelerin tüketimleri, mevcut kaynakların aile içinde en çok yararlanacakların adına yeniden dağıtımına yani bu bağlamda çocuklar tarafına kullanımına dayanmaktadır (2004: 146).

Yoksul ailelerin çocuklarının tüketim özlemlerini karşılayabilmek için çeşitli stratejilere başvurmasının bir diğer nedeni ise çocukların ve gençlerin tüketim toplumunun tüketimci baskılarının en önemli hedeflerinden birisi olmasıyla ilgilidir. Ayrıca bu kesim tüketim toplumunda yoksul olma sürecinden de en fazla etkilenen tüketici grubudur. Yoksul gençlerin tüketimle ilişkilerinin konu edildiği az sayıdaki akademik incelemede, özellikle büyük şehirlerde yaşayan kent yoksulu gençlerin bir dizi dışlanma süreciyle karşılaştıkları ortaya konmuştur (Chin, 2001; Sletten vd., 2004; De Castro, 2006; Hayward ve Yar, 2006; Nayak, 2006; Archer vd., 2007). Tüketim toplumunun öngördüğü biçimde tüketim alanına katılamayan yoksul gençler, bu durumu bir “utanç”, “eziklik”, “aşağılanma” olarak deneyimlemektedir. Yetersiz maddi kaynakları nedeniyle, farklı toplumsal katmanlardan yaşlıları gibi tüketim olanaklarına sahip olamayan, onlar gibi tüketim yapamayan gençler, arkadaşları tarafından dışlandıklarını, kentin farklı bölgelerinde ve çeşitli tüketim alanlarında ayrımcılığa uğradıklarına inanmaktadırlar.

Yoksul gençlerin yaşadıkları dışlanma süreci aynı zamanda kendileri üzerindeki kuşku ve önyargılarla ilgili bir durumdur. Yoksul gençlerin hem medyada hem de akademik incelemelerde “suç”, “şiddet” ve “uyuşturucu madde kullanımı” gibi konularla yer alması, bu gençlerin toplumda genel olarak “problemlili” ve “sorun

çıkarmaya aday” kişiler olarak algılanmalarına neden olmaktadır (Griffin, 1997: 17-20, Chin, 2001:3). Bu durum onların farklı toplumsal katmanlardan kişilerle ilişkilerini etkilemekte, hatta kentin bazı bölgelerine ve çeşitli tüketim alanlarına (alışveriş merkezleri, eğlence merkezleri, sinemalar vb) katılımlarını engellemektedir⁵⁶ (De Castro, 2006: 183).

Mutluluğun ve başarının tüketim olanaklarına erişim bağlamında tanımlandığı tüketim toplumunda yoksul olmak, gençler açısından bir takım psikolojik problemleri de beraberinde getirmektedir. Tüketim olanakları hakkında bilgi sahibi olan ancak bunlara erişemeyen yoksul gençler maddi olanaksızlıklarını, kendilerine yöneltmiş bir “değersizlik ifadesi” olarak algılamakta ve geleceklerine şüphe ile yaklaşmaktadırlar (De Castro, 2006: 182). Aynı zamanda ulaşılmadan kalan tüketim özelemleri, yoksulluğun içselleştirilmesini de sağlamaktadır (De Castro, 2006: 183). Böylece somut olarak deneyimledikleri dışlanma süreci, psikolojik bir dışlanma sürecine dönüşmektedir.

Gençler tüm bu gerilimlerle, çeşitli “izlenim yönetimi” stratejileriyle başa çıkmaya çalışmaktadırlar (De Castro, 2006: 183). Gençlerin özellikle bütçelerini aşan giyim-kuşam harcamaları ve görünüşlerine verdikleri önem bu izlenim yönetiminin bir parçası olarak değerlendirilebilir. Görünüşlerine yaptıkları “yatırımlarla”, yoksulluklarını gizlemeye ve böylece aşağılayıcı bakışlardan kendilerini savunmaya çalışan gençler aynı zamanda, bu tüketimleri aracılığıyla kent içinde hareket

⁵⁶ İngiltere’de “chaves” ya da “charvers” olarak isimlendirilen, sınıf altı kitleye benzer özellikler gösteren ancak tüketim alanına “estetikten uzak”, “basit”, “ucuz” tüketim ürünlerinin aşırı şekilde kullanımıyla katılan ve bu anlamda ekonomik ve toplumsal olarak dışlanmış ancak ticari açıdan içerilmiş gençlerden oluşan gruplar, İngiltere’de birçok alışveriş merkezine, bara ve kulübe alınmamaktadır. Bu gençlerin belirli markalardaki tüketim ürünlerinin belirli şekillerde kullanıyor oluşları (kapüşonlu spor üstler, beyzbol şapkası, üzerinde büyük markalar yazan tişört ve ceketler, spor ayakkabılar, büyük altın taklidi saatler, küpeler, kolyeler vb.), bu gençlerin tanınmasını sağlamaktadır. Giriş kapılarına yerleştirilen uyarılarla bu gençlerin belirli alanlara girişlerine engel olunduğu, uyarılara uyulmadığı durumlarda zorla dışarı çıkartıldıkları belirtilmiştir (Hayward ve Yar, 2006; Nayak, 2006).

kabiliyeti elde etmekte ve tüketim alanlarına dahil olabilmelerini kolaylaştırmaktadır (De Castro, 2006: 185; Archer vd., 2007: 223). Ayrıca bu şekilde farklı toplumsal katmanlardan kişilerle aralarında olan toplumsal mesafeleri en azından “görünüşte” kapatabilmektedirler. Gençlerin bir takım tüketim ürünlerini kullanarak yürütmeye çalıştıkları izlenim yönetimi stratejileri, aynı zamanda kendilerini psikolojik açıdan da daha iyi ve daha “değerli” hissetmelerini sağlamaktadır. Bu bağlamda tüketime yapılan “yatırımlar” birer sermayeye dönüşerek, kent yoksulu gençlerin tüketim toplumuna dahil olabilmelerini sağlamaktadır (Archer vd., 2007: 223). Bu bağlamda yoksul gençlerin çeşitli tüketim ürünlerine bütçelerini aşan harcamalar yapmalarının nedenleri de anlaşılabilir. Bu gençlerin sahip oldukları kısıtlı imkanlar altında, yatırım yapabilecekleri ve bu yolla değer kazanabileceklerine inandıkları tek kaynak kendi görünüşleri ve bedenleridir (Chin, 2001; Archer vd., 2007: 225).

Louise Archer vd.’ne göre (2007: 226) yoksul gençlerin görünüşlerine yaptıkları yatırımlar aracılığıyla sermaye üretme ve değer iddia etme çabaları, aynı zamanda eşitsizliklerin sabitlenmesine ve yeniden üretilmesine neden olmaktadır. Çünkü yoksul gençlerin bu girişimleri sadece sembolik düzeyde kalmakta ve bundan daha önemlisi yoksul gençlerin kendi aralarında ayrımlar yaratmaktadır. Yazarlara göre yoksul gençlerin yoksul görünmemek ve bu şekilde damgalanmamak adına, kendi sınıflarından gençleri dışladıkları ve onlarla aralarına sınır koydukları iddia edilebilir. Diğer bir ifadeyle, tüketimi bir sermaye olarak kullanan yoksul gençler, bunu yapmayan ya da yapamayan gençlerden kendilerini yoksul görünmemek adına uzak tutmakta ve kendilerine uygulanan ayrımların benzerini bu gençlere uygulamaktadırlar. Böylece toplumsal hiyerarşilerin geçerliliği kabul edilmiş olur ve bunun yeniden üretimine katkıda bulunulur. Archer vd’ne göre (2007: 227) yoksul

gençlerin tüketim yatırımları, süreklilik gösteremeyeceği için onları uzun vadede daha büyük bir risk altına sokmaktadır.

Özetle yoksulların ve gençlerin tüketici yaşamları her ne kadar kısıtlılıklar ve yetersizliklerle de tanımlansa, tüketim toplumunun tamamen dışında yer aldıklarını ve bu toplumun tüketicisi olmadıklarını iddia etmek mümkün değildir. Onlar da diğer toplumsal katmanlardan tüketiciler gibi, aynı tüketim baskısı altındadırlar. Tüketim toplumunun talepleri, yoksul tüketiciler açısından bir dizi dışlanma süreci yaratmasına rağmen bu dışlanma süreçlerine karşı çeşitli stratejiler geliştirilmekte ve tüketim dünyalarında belirli şekillerde kontrollerin kurulması yoluyla tüketici yaşamları iyileştirilmeye çalışılmaktadır. Yoksul tüketicilerin yaşam koşulları, onları gereksinimlerine göre hareket etmelerini gerektirmesine karşılık (Bourdieu, 1984), tüketim davranışlarının sadece bu gereksinimler etrafında şekillendiğini öne sürmek, yoksulların tüketimle ilişkilerinin çok boyutluluğunu tek bir boyuta indirgemek anlamına gelmektedir. Bu anlamda yoksulların tüketim tercihlerinde başta işlevselliği göz önünde bulundurmaları, onların tüketim ürünlerinde sembolik anlamlar aramadıkları anlamına gelmemektedir. Yoksulların tüketim pratikleri, daha geniş bir düzeydeki toplumsal eşitsizlikler bağlamında anlam kazanmaktadır.

D. Türkiye’de Kent Yoksulluğu

Türkiye’deki kent yoksulluğunu Batı ülkelerinde yaşanan kent yoksulluğundan ayıran bazı temel mekanizmaların varlığı Türkiye’de kent yoksulluğu üzerine yapılmış çalışmaların temel vurgusunu oluşturur. Kente göç edenlerin kendi aralarında kurdukları özellikle hemşehrlik temelli dayanışma ağları, kente yeni gelenlere barınma ve iş bulma imkanı yaratırken onlardan daha önce kente yerleşmiş olanlara güç kazanma imkanı vermiştir. Işık ve Pınarcıoğlu’nun (2005)

“nöbetleşe yoksulluk” adını verdikleri ilişkiler sistemi, Türkiye’deki kent yoksullarının Batılı ülkelerdeki “sınıf altı” kitleye dönüşmesini engellemiştir. Türkiye’deki kent yoksulları, yazarların belirttiği gibi, belli bir oranda “dönüştürme kapasitesine” sahip olan, diğer bir ifadeyle kendi önlerine konan seçenekleri reddedip kent içinde tutunmak ve yükselmek için mücadele edebilen bir kesimdir.

Işık ve Pınarcıoğlu’nun (2005) belirttiği Türkiye’deki kent yoksullarına ait dönüştürme kapasitesinin kullanımı ve kent yoksullarının kendi aralarında geliştirdiği ilişkiler sistemi, Türkiye’nin yoksullukla baş edebilmesine uzun yıllar boyunca katkıda bulunmuştur. Özellikle 1980 sonrası süreçte toplumsal aktörler enformel sektörün olanaklarını daha geniş bir hareket alanı içinde kullanma şansı elde ederek kendi varlık koşullarında iyileştirme sağlayabilmişlerdir. Yazarların “yapabilirlik” adını verdikleri bu dönüştürme kapasitesi, Türkiye’deki yoksul kesimi Batılı yoksullardan ayıran en temel özelliktir (2003: 51).

Türkiye’nin 1950’li yıllardan itibaren yaşadığı geniş ölçekli toplumsal, siyasal ve sosyal dönüşümlere ek olarak birbirini takip eden ekonomik krizleri de görece sorunsuz atlatabilmiş olmasını sağlayan Işık ve Pınarcıoğlu’na göre (2003; 2005) en önemli etmenlerden biri Türkiye’deki enformel kesimin dinamizmidir. Türkiye’de henüz bir sınıf altı kitlenin ortaya çıkmamış olması, kent yoksullarının kendi aralarında geliştirdikleri ağ tipi ilişkiler dolayısıyla açıklanmaktadır. Batı’da II. Dünya Savaşı sonrasında refah devleti uygulamaları sayesinde formel yaşam alanı kendisini güçlü bir şekilde kurabilmiş ve enformeli marjinalleştirmiştir. Ancak Türkiye’de formel alan hiçbir zaman gelişmiş ülkelerdeki kadar başarılı olamamış, refahı yaygınlaştıramamış ve yoksulları koruyamamıştır (Işık ve Pınarcıoğlu, 2005: 76). Türkiye’deki sermaye birikim süreci ve siyasal dengelerin oluşum biçimi, refah

devlete özgü kapsamlı sosyal harcamaların yapıldığı uygulamaların ortaya çıkmasını engellemiştir ve böylece kente yeni gelenleri karşılayan “sosyal” bir devlet oluşumu gerçekleşmemiştir (ODTÜ, 2000: 19). Bunun sonucunda yoksullar, belli etnik ve akrabalık ilişkileri çerçevesinde kendilerine ait stratejiler geliştirerek kent içinde varolabilmenin ve yoksullukla baş edebilmenin yollarını aramışlardır. Türkiye’deki kent yoksullarının geliştirdikleri bu stratejiler ağ örgütlenmesi temelinde oluşmuş kolektif stratejilerdir (Işık ve Pınarcıoğlu, 2005: 77). Bu ilişki ağları içinde varlığı en yaygın olanı hemşehrilik ilişkileridir. Bu anlamda, Batı’da yoksullara ilişkin olarak ortaya çıkan refah devleti örüntüsünün yerini Türkiye’de yerel cemaatlerin ve aile biriminin aldığı alternatif örüntü almıştır (ODTÜ, 2000: 19).

Bu ağ örgütlenmelerinin başarısı, Türkiye’deki enformel piyasanın işleyiş koşullarına bağlı kalmıştır. Kente yeni gelenler dayanışma ağları sayesinde enformel işgücü ve konut piyasasında yer edinebilmişler, hayatta kalmayı başaraabilmişlerdir. Ayrıca gecekondü alanlarının kent içinde konumlarının değişmesi sayesinde oluşan rantlara el koymak yoluyla zenginleşme olanaklarına dahi kavuşmuşlardır. Kentlerin gecekondü bölgelerine yerleşenler, özellikle 1980 sonrası dönemde gelen imar afları sayesinde, elde ettikleri kazanımları kendilerinden sonra gelenlere kiralık konut olarak sunmuşlar ve bunun üzerine kurulu bir sistem oluşturmuşlardır. Işık ve Pınarcıoğlu’nun “nöbetleşe yoksulluk” adını verdikleri bu döngüsel sistem, Türkiye’deki kent yoksullarının enformel kesimin olanakları içinde geliştirilmiş olan bir yoksulluk stratejisidir.

Türkiye’deki yoksulluğun dinamikleri, kronik işsizlikle karşı karşıya kalan ekonomik, sosyal ve siyasal olarak dışlanan ve yoksullukla baş etmek için hiçbir ümidi kalmayan sınıf altı kitlenin oluşumunu geciktirmiş görünmektedir. Ancak

gerek enformel kesimin yağmalayabileceği yeni alanların kalmamasından gerekse kente göçün hızının büyük ölçüde düşmüş olmasından dolayı döngünün devamlılığı mümkün görünmemektedir. Öte yandan uygulanan ekonomik programlar enformel kesimin gelişimini engellemiş durumdadır. Bu nedenlerle dayanışma ağları eski güçlerini yitirmektedir. Işık ve Pınarcıoğlu'na göre (2003: 52-53), bir zamanlar yoksulluğu belirli ölçüde dizginlemiş olan enformel kesim, krizlerin yarattığı ekonomik sıkıntıdan kurtulmak için daha da enformelleşmek zorunda kalacak, daha düşük ücretlerle daha ağır çalışma koşulları ortaya çıkartacak ve bu da yoksulluğu derinleştirecektir. Ayrıca uygulanan ekonomik programlar, bugüne kadar enformel kesim içinde yer almamış, kendisini formel kesimde tutabilmiş bazı grupların da hızla yoksulluk içine düşeceğini göstermektedir.

Formel ekonominin kente yeni gelen ve gecekondulara yerleşen kesimi kucaklayamaması, kent yoksullarını kendi çözümlerini bulmaya yöneltirken diğer yandan da kentte ikili yapıların oluşmasına yol açmıştır. Özellikle 1980'lerden sonra gelişen ekonomik süreçte zengin ve yoksul kutuplaşması belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır. Devletin küçültülmesi söylemi eşliğinde devlete ait kimi hizmetlerin özel sektöre devredilmesine ek olarak ücretlerde genel bir düşüşün yaşanması, gelir uçurumunun ortaya çıkmasına ve yoksul kesimin durumunun daha da kötüleşmesine neden olmuştur.

Türkiye'de 1980'lerde uygulanmaya başlayan serbest pazar ekonomisi bir yandan yabancı yatırımın özendirilmesi amacını gerçekleştirirken, bir yandan da reklam, kitle iletişimi, tüketici kredisi ve ticari etkinlikler konusunda sağladığı büyümeyle, Türkiye'nin kentli sınıflarının tüketim ile ilişkilerinde hem nicelik hem de nitelik açısından önemli bir değişime neden olmuştur (Özyeğin, 2003: 75) ve

büyük kentlerde çelişkili fenomenlerin görülmesine yol açmıştır. Liberalleşme politikaları Türkiye’de orta sınıflar açısından daha önce benzeri görülmemiş bir bölünme ve kutuplaşma sürecini harekete geçirmiştir (Kandiyoti, 2003: 19). Kent merkezlerinde vitrinlerdeki lüks mallar, ofis binaları, üst düzey konut alanları ve sokaklarda teşhir edilen gösteriş tüketimi (Keyder, 2000: 31) yer alırken, kent merkezlerinin çevrelerinde bu refah göstergeleriyle çelişkili görünümeler oluşmuştur. Yeni ekonomik dinamiklerin sunduğu fırsat yapılarına ancak nüfusun küçük bir bölümünün dahil olması Deniz Kandiyoti’ye (2003: 18) göre, “orta sınıf gelirlerinin eridiği, toplumsal hizmetlerin bozulduğu ve yoksullaşan göçmen dalgalarının kente geldiği dönemde, pahalı yaşam tarzlarına hizmet eden ürün ve hizmetlerin çoğalması ile birlikte, toplumsal gerilim yaratmaktadır”. Toplumsal kesimler arasında genişleyen uçurumlar özellikle büyük kentlerde yerleşim ve konut tercihleri aracılığıyla pekiştirilmekte, yoksulların mekansal dışlanmalarına örnek oluşturmaktadır. Kentlerdeki gündelik yaşam kentli grupların birbirlerini görmemelerini, neredeyse birbirleriyle hiç temasa geçmemelerini sağlayacak şekilde yeniden düzenlenmiştir. Böylece büyük kentler daha heterojen, çok katmanlı ve parçalı hale gelmiştir. İş, ikamet, eğlence alanları birbirinden ayrılırken diğer taraftan gelir grupları temelinde konut alanlarının da ayrılması söz konusu olmuştur. Kent nüfusunun büyük bir bölümü mülkiyet yönünden belirsiz, ruhsatsız, kamu ve belediye hizmetlerinin yetersiz olduğu bölgelerde yaşam savaşı verirken diğer uçta tam donanımlı, tecrit edilmiş ve sosyo-ekonomik açıdan türdeş insanların bir arada yaşadığı uydu kentlerin sayısı hızla çoğalmıştır (Ayata, 2003: 37; Şimşek, 2005: 53). Büyük kentlerdeki bu gelişmelerle birlikte kentlerde sınıflar ve kültürler arasında tahayyül edilen farklılıklar sosyal ve mekansal sınırlar olarak yerleşmekte,

parçalanmış kentte sınıflar arasındaki gerilim, şüphe ve ayrımcılık farklı gruplar arasındaki temaslara daha çok damgasını vurarak bu gruplar arasındaki farklılıkların daha görünür hale gelmesine neden olmakta ve böylece kentsel bütünleşme ümidi de giderek azalmaktadır (Ayata, 2003:37).

Yeni konut alanları ve uydu kentlerin tanıtımlarında orta alt ve alt sınıfların ne denli sert bir biçimde dışlandığına dair örnekler bulunmaktadır. Bu modern sitelerde satılan sadece lüks konutlar değil, bir bütünlük halindeki tüketim kültürüne eklemlenmiş yaşam tarzlarıdır. Lüks siteler aracılığıyla sahip olunacak olan, sokağın her türlü kirinden, heterojenliğinden ve kalabalığından uzak, steril bir yaşam biçimidir. 1990’ların kültürel iklimi, medyanın dolayımıyla para kazanmanın ve tüketme arzusunun yüceltildiği ve bunlara sahip olamayanların dışlandıklarının özellikle “televole kültürü” ile yüzlerine vuran iklim olmuştur (Işık ve Pınarcıoğlu, 2005: 140).

Türkiye’de 1980’den itibaren uygulanan ekonomi politikaları bu anlamda bir yandan tüketim toplumunun gelişmesine yön verirken, bir yandan da toplumsal kesimlerin birbirinden gelir ve tüketim biçimleri açısından giderek kopmasına yol açmış, Türkiye’deki yoksulluğun niteliğini de değiştirmiştir. Zeliha Etöz’ün (2000: 49) belirttiği gibi, Türkiye’de “1990’lar toplumsal ayrışma, parçalanma ve uçurumların daha aşikar hale geldiği yıllar olmuştur” ve hayata geçirilen neo-liberal politikalar hem tüketim toplumunun tüketicilerini hem de “kalabalık bir dışlanmışlar ordusu”nu yaratmıştır.

Türkiye’de 1980’lerden sonraki ekonomik gelişmeler sonucunda yaşam biçimleri lüks tüketim etrafında biçimlenen yeni bir orta sınıfın ortaya çıkması ve küresel tüketim kültürünü gürültülü bir şekilde benimsemesi, bu kesimin

beğenilerine hitap edecek alışveriş merkezlerinin, eğlence mekanlarının ve konut alanlarının çoğalmasıyla birlikte kent yoksulluğunun içeriğinin de değişime uğradığı iddia edilebilir. Özellikle 1990’lardan itibaren tüketim kültürü Türkiye’de yerleşmeye başlarken, yoksul ile zengin kesim arasındaki uçurum giderek belirginlik kazanmıştır. Bir yandan “orta sınıflar kent yoksullarını tamamen dışlayan bir yaşam biçimini içselleştirip, bu dışlanma sürecini kent mekanına kaygısız bir biçimde yansıtırken, büyük kentlerde yoksulların da kendi içine kapanma, kent içinde cepler oluşturma eğilimine girdikleri gözlemlenmektedir” (ODTÜ, 2000: 21). Bu gerilimin en iyi ifadesi, orta sınıfların kent yoksullarını betimlemekte kullandıkları varoşlar kavramında yer almaktadır. Zeliha Etöz’e göre (2000: 49), 1980’lerden itibaren gelişen dönüşüm sürecinin toplumsal olarak ürettiği “dışlanmışlar”, kültürel olarak 1990’larla birlikte “varoşlular” biçiminde tanımlanmaya başlanmıştır. Varoşlular ifadesinde saklı olan, tüketim toplumunda “tüketici ehliyetine” sahip olmayan yoksulların sembolik olarak dışlanmasıdır. “Varoşlular” ifadesi ve bunun toplumsal huzuru bozan bir tehdit olarak algılanması esas olarak toplumsal parçalanmaya ve toplumsal kesimler arasındaki giderek derinleşen uçurumlara işaret etmektedir.

1. Türkiye’deki Yoksulluk Araştırmalarının Temel Yönelimleri

Türkiye’de sosyal bilimler alanında yapılan yoksulluk konusundaki bilgi birikimi özellikle 1990’lardan itibaren gelişmeye başlamıştır. Türkiye’de yoksulluğun kamusal görünürlülüğünün 1990’lardan itibaren artması ve zorunlu göç, kronik işsizlik gibi yeni boyutlar kazanması, niteliğinin değişmesi, alanda yapılan çalışmaların sayısının artmasına neden olmuştur (Bora, 2007a: 95). Ayrıca Birleşmiş Milletler ve Dünya Bankası gibi kuruluşlarca yayımlanan yoksullukla mücadele raporlarının uluslararası gündeme girmesi, Türkiye’de bu bağlamda yapılan

alışmaları da desteklemiştir. Alanda yapılan alışmalar, Türkiye’de yoksulluğun 1980 sonrası uygulanan neo-liberal politikalarla biçim değiştirmesine koşut olarak, özellikle kentlerde yoğunlaşan yoksulluk türü üzerinde yoğunlaşmaya başlamıştır.⁵⁷

Türkiye’de sosyal bilimler alanında yapılmış olan çalışmalardan oluşan kent yoksulluğu literatürü, yoksulluğu kavramsallaştırma biçimleri açısından farklılık gösteren üç ana eğilime sahiptir. Bu yaklaşım biçimleri birbirinden temel olarak yoksulluğu tanımlamada kullanılan ölçütlerin çeşitliliği, yoksulluğun çok boyutluluğunu kavramadaki yeterlilikleri ve araştırma yöntemleri açısından ayrılır.

Birinci grubu oluşturan araştırmalar, genel olarak yoksulluğun nasıl tanımlanabileceğine, yoksulluk ölçütlerinin nasıl ve neye göre belirlenmesi gerektiğine dair farklı görüşlerin karşılaştırılmasına dayanan ve/veya Türkiye’deki yoksulluğun boyutlarını ölçmeye yönelik incelemelerden oluşmaktadır (Dumanlı, 1996; Erdoğan, 1996, 1998; Dansuk, 1997; Alıcı, 1998; Dağdemir, 1999; Grsel, 2000, Pamuk, 2000; TESEV, 2000; World Bank, 2000a, 2000b, 2003; Yardımcı vd., 2003; Buğra ve Sınmazdemir, 2004; DİE, 2004, Yükseler ve Türkan, 2007). Bu alışmalar Türkiye’deki yoksulluğu, bir veya birkaç yoksulluk eşiğine göre değerlendirmektedir. Kullanılan yoksulluk eşiği tanımları, gelire veya tkretim

⁵⁷ Yoksulluk konusu, değişen akademik söylemin bir parçası olarak özellikle 1990’lardan itibaren gündeme taşınmış olsa da, daha önceki tarihlerde yapılmış olan gecekondü alışmaları, Türkiye’deki yoksulluk konusundaki bilgi birikiminin gelişmesine katkıda bulunmuştur. Birsen Gökçe (1971:26), 1970’lere dek yapılmış gecekondü araştırmalarının çoğunluğunun köyden kente geliş, fiziki yerleşme, iş güç eşitleri, kamu hizmetleri ve sosyal ilişki konularını kapsayan durum tespiti çalışmaları olarak kabul edilebileceğini belirtir. Gökçe bu çerçevedeki çalışmaları şöyle sıralar (1971: 26): İbrahim ğretmen, *Ankara’da 158 Gecekondü*, 1957; Turhan Yrkhan, *İmar ve İskan Bakanlığı Sosyal Araştırma Dairesi Gecekondü Araştırmaları*, 1962; İbrahim Yasa, *Ankara’da Gecekondü Aileleri*, 1966; Charles W.M.Hart, *Zeytinburnu Gecekondü Blėesi*, 1969; Kemal Karpat, *Türkiye’de Gecekondü Sorunu*, 1969. 1970’lerden sonra ise bu araştırmalara klasik modernleşme yaklaşımları hakim olmuştur ve Bora’nın (2007: 99) belirttiği gibi, gecekondü aileleri “köy ile kent arasında bir geçiş aşamasını temsil eden, geleneksel değerleri taşımakla birlikte modern kurumlarla (piyasa dahil) ilişki içinde hızla değişmeye, modernleşmeye başlayan bir yapı” olarak ele alınmıştır (rn: Mübeccel Kıray, *Büyük Kent ve Değişen Aile*, 1984; DPT, *Gecekondü Araştırması*, 1991). Ayrıca bu araştırmalarda gecekonduda yaşayan ailelerin kent yaşamına nasıl entegre edilebileceği sorunu üzerinde durulmuştur (rn: Birsen Gökçe, *Gecekondü Gençliği*, 1971; Tansı şenyapılı, *Gecekondü evre İşçilerinin Mekamı*, 1981).

harcamalarına göre tanımlanan gıda yoksulluğu sınırına, gıda ve gıda dışı yoksulluk sınırına, görelî yoksulluk sınırına ya da kişi başına düşen günde 1, 2.15, 4.30 doların altında gelir ve tüketim harcaması sınırlarına dayanmaktadır. Bu gruptaki incelemeler yoksulluğa ekonomik kıstas ve göstergelerle yaklaşırken temel amaç, çeşitli yoksulluk eşiklerine göre tüketim ve/veya gelir düzeyleri açısından kimlerin (şahıs ya da hane) yoksul olarak nitelendirilebileceğinin belirlenmesi ve bunların toplam nüfusa oranının hesaplanmasıdır. Buna ek olarak bazı araştırmalarda, Türkiye’deki yoksulluğun nedenlerinin ve sonuçlarının üzerinde durulmakta, sorunların kavramsallaştırma biçimine uygun olarak çeşitli politika önerileri, yoksulluğu azaltıcı ya da önleyici program ve stratejiler de sunulmaktadır. Politika oluşturma merkezli bakış açısına sahip araştırmalar, Erdoğan’a göre (2007b: 31), yoksulluğa dair bir yönetim zihniyetine hizmet etmekte ve böylece yoksulluk ve yoksulluk terimin geniş anlamıyla “polisiye edilmeye, düzenlenmeye, kodlanmaya, sağlık kazandırılmaya, sermayenin mantığına uygun şekilde üretkenleştirilmeye” çalışılmaktadır.

Türkiye’de yoksulluğun boyutlarını ölçmeye çalışan araştırmalarda, TÜİK tarafından çeşitli yıllarda hazırlanmış olan “Hanehalkı Bütçe Anketi” (2002) verileri veya “Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi” (2001, 1994, 1987) verileri yoğun olarak kullanıştır. Dolayısıyla hesaplamalarda ikincil verilerden yararlanılmıştır.

2002 yılından itibaren yıllık olarak düzenli hale getirilen “Hanehalkı Bütçe Anketi” ile daha önceki dönemlerde yapılan “Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi”, hanehalklarının iş gücü, gelir türü ve dağılımı, harcama yapısı ve yoksulluklarıyla ilgili durum analizlerinin yapılması ve ayrıca gelir veya harcama

dilimlerine göre hesaplanan hanehalklarının gelir ve tüketim harcamalarının miktarı, tasarruf eğilimleri ve yoksulluk sınırlarıyla ilgili değerlendirmelerin yapılabilmesi için işlevsel veriler sunmaktadır. Bununla birlikte verilerin geniş ölçeklere dayanması ve aynı ölçütlerle çalışılması, araştırmacıların yıllar arasındaki değişimleri incelemesine izin vermektedir. Ancak bu verilere dayanan birinci gruptaki çalışmalar, yoksulluğun sayısal olarak hesaplanmasından öteye geçememektedir. Yoksulluğun istatistiksel olarak sunumuna dayanan bu araştırmaların bulguları, yoksullukla mücadele ve sosyal yardım politikalarının oluşturulmasına katkı yapabilme potansiyeline sahip olsa bile, yaşanan yoksulluğun niteliği hakkında bilgi sağlayamamaktadır. Bazı görüşlere göre, bu çalışmalar istatistiksel olarak dahi yetersizdir. Örneğin Ayşe Buğra ve Tolga Sınmazdemir (2004: 25), bu grupta değerlendirilebilecek çalışmaların Amartya Sen'nin yoksulluk endeksinde kullandığı değişkenlerden yalnızca birine “yoksulluk eşiği altında yaşayanların toplam nüfusa oranı”na yer vermekte, endekste kullanılan diğer değişkenler, yani “eşik altı ortalama gelirle eşik arasındaki mesafe” ve “eşik altı gelirlerin dağılımındaki gini katsayısının gösterdiği yoksullar arası eşitsizlik” çalışmalarda yer almamaktadır.

İkinci grupta değerlendirilebilecek olan çalışmaları, yoksulluk profili araştırmaları oluşturmaktadır (Demir, 1991; İkizoğlu, 2000; ODTÜ, 2000; Ardıç, 2002; Erdem, 2003; Açıkalın, 2004; Kurucu 2004; Kadıgözü, 2005). Bu inceleme grubundaki çalışmalar kentsel yoksulluk konusunu belli bir bölge bağlamında ele alır ve ilk grup araştırmalarda belirlenmiş olan çeşitli yoksulluk eşiği ölçütlerine göre bu bölgelerde yaşayan ve yoksul olarak tanımlanabilecek şahıs ya da hanelerin çeşitli özelliklerini ortaya çıkartmayı hedefler. Bu araştırmalarda anket tipi araştırma yöntemleri kullanılmakta ve genel olarak bireylerin sosyo-demografik özellikleri,

yaşanılan konutun özellikleri, hane halkının geçim imkanları, işgücü piyasasına katılım durumları, temel harcama kalemleri, sosyal yardım imkanlarına ulaşabilme ve bunlardan yararlanabilme olanakları, boş zaman faaliyetleri ve gelecek beklentileri vb. sorulara cevap aranmakta ve sonuçlar yüzdellik oranlar olarak sunulmaktadır. Bu grup araştırmalar, kentlerde yaşayan ve yoksul olarak tanımlanan şahıs ve hanelerin kimlerden oluştuğunu ve onların yaşam koşullarının genel özelliklerini ortaya çıkartmayı hedeflemektedir. Yoksulların yaşam koşullarının öğrenilmesi ve eğitimsel ve iktisadi sermayeleri hakkında bilgi sahibi olunması, onların sosyal hareketlilik imkanlarının değerlendirilmesine de imkan tanımaktadır. İlk çalışma grubunda yüzdellik dilimler içerisinde kategorileştirilerek sunulan yoksulluk, bu bakış açısıyla yoksulluğun nasıl yaşandığına ilişkin nicel bilgi sağlamaktadır. Birinci grupta değerlendirilebilecek çalışmalar yoksulluğu “yetersiz tüketim kapasitesi” bağlamında ele alırken, ikinci gruptaki çalışmalar bu yaklaşıma ek olarak yoksulluğu temel hizmetlere ulaşabilmedeki sınırlılıklar, karar alma süreçlerine ve sosyal yaşama katılım imkanlarındaki sınırlılıkları, düşük yaşam standartları, sosyal güvenlik imkanlarından ve diğer destekleyici ağlardan yararlanamama gibi unsurlarla birlikte değerlendirir. Ancak yoksulluk profili çıkartmayı amaçlayan bazı incelemeler, özellikle araştırma sonuçlarının sunumu açısından yoksul bireylerin veya hanelerin ortak özellikleri üzerinde durmakta ve yoksulluğu bir süreç olmaktan ziyade bir durum olarak ele almaktadır. Ayrıca ilk grup incelemelerin dayandığı TÜİK tarafından yapılmış geniş ölçekli verilere değil, araştırmacıların kendilerinin veya kendi çalışma gruplarının topladığı küçük ölçekli verilere dayanmaktadır. Yoksul olarak nitelendirilebilecek birey ya da hanelerin yaşam koşullarında sahip oldukları sınırlılıklara odaklanılırken, onların gündelik

yaşamları ve ilişkileri kendi özgüllükleri içerisinde inceleme konusu yapılmamaktadır.

Türkiye’deki kentsel yoksulluk çalışmalarının üçüncü yönelimdeki araştırmaları, ekonomik ve nicel verilere dayanan yoksulluk kavramsallaştırmalarının sosyal bilimler analizlerinde yarattığı problemlerin üstesinden gelmeyi amaçlayan ve bu çerçevede yoksulluk deneyimlerini ön plana alan incelemeler oluşturur. Bu grupta değerlendirilebilecek çalışmalar, ekonomik göstergelere, istatistiksel ölçümlere ve yoksulluğun yüzdelik ifadelerine dayanan diğer gruplardaki araştırmaların yoksulluk konusunun içerdiği çok boyutluluğu ihmal ettiği görüşü üzerine kuruludur. Özellikle yoksulların kendi anlatımlarına odaklanan ve yoksulluğun getirdiği farklı sosyal dışlanma süreçlerini inceleme konusu yapan bu gruptaki araştırmalar, genellikle nitel araştırma yöntemlerine veya bazı durumlarda nicel ve nitel araştırma yöntemlerinin birlikte kullanılmasına dayanmaktadır (Türkyılmaz, 2004; Açıkalin, 2004; Işık ve Pınarcıoğlu, 2005; Özügurlu, 2005; Aksungur, 2006; Erdoğan, 2007). Bu gruptaki incelemeler, yoksulluk konusuna daha bütünlüklü bir perspektiften yaklaşarak, yoksulluğun toplumsal yapılarla da ilişkisini kurarlar.

Türkiye’de sosyal bilimler alanında kentsel yoksulluk üzerine yapılmış olan çalışmaların kategorileştirilmesine dayanan bu üç genel hat, yoksulluk ile tüketimin ilişkisinin sorunsallaştırılması bağlamında da birbirinden ayrılmaktadır. Birinci gruptaki çalışmalar, yoksulluk tüketim ilişkisini doğrudan, yetersiz tüketim seviyesi olarak kurarlar. Burada tüketim miktarı belirleyici bir unsur olarak işlev görür. Tüketimin kavramsallaştırılması, çeşitli harcama kalemlerine⁵⁸ bölünmüş toplam

⁵⁸ TUİK tarafından yapılan anketlerde tüketim harcamaları 12 ana birime ayrılmıştır. Buna göre temel tüketim grupları, gıda-alkolsüz içecekler, alkollü içecekler-tütün, giyim-ayakkabı, konut-kira, mobilya-ev aletleri, sağlık, ulaştırma, haberleşme, eğlence-kültür, eğitim hizmetleri, lokanta ve oteller, çeşitli mal ve hizmetler olmaktadır.

harcamalarla ifade edilir. Bu bağlamda, tüketim bireylerin yaşamlarını devam ettirmelerini sağlayan mal ve hizmetlere harcanan para miktarıyla değerlendirilir. Çeşitli gelir gruplarındaki bireyler ya da haneler, belirlenmiş birimlerdeki tüketim harcamalarıyla birbirinden ayrılır; tüketim kalıplarının incelenmesinde yine bu tüketim harcamaları kalemleri ile bunların yıllar içerisindeki dönüşümleri esas alınır. İkinci gruptaki araştırmalar yoksulluk konusuna daha geniş bir çerçevede yaklaşarak, yoksulluk tüketim ilişkisi hakkında görece daha fazla bilgi sunarlar. Ancak buradaki veriler de temel harcama kalemlerinin içeriğini oluşturan unsurları belirlemekten öteye geçememektedir. Üçüncü grup araştırmaların yoksulluğu kavramsallaştırmalarındaki çok boyutluluğa koşut olarak, yoksulluk tüketim ilişkisini de daha geniş bir ölçekte değerlendirmeye imkan tanıyacak verileri sunduğu söylenebilir. Bu grup incelemelerde yer alan, yoksulların yaşadığı dışlanma biçimlerine dair anlatılar, yoksulların tüketim süreçlerinden dışlanmalarına ilişkin deneyimlerini öngörmeye yardımcı olabilir. Yoksulların maruz kaldığı sosyal dışlanma olgusu, tüketimin kent yoksullarının yaşamlarındaki merkezi konuma da dikkat çekmektedir. Öte yandan bu çalışmalar, tüketim alışkanlıklarını da kapsayan gündelik hayat pratiklerine ve yaşam biçimlerine odaklanarak, yoksulların tüketimle kurdukları ilişkinin genel çerçevesi hakkında fikir geliştirmeye katkı yapabilir.

2. Türkiye’deki Kent Yoksullarının Tüketim Dünyalarına İlişkin Bilgi

Birikimi

Yoksulların tüketimle ilişkileri genel olarak yetersizlikler ve kısıtlılıklar ile tanımlanır. Yoksulların sahip olduğu kaynakların sınırlılığı, onların tüketimlerinin esas karakterini belirleyen en önemli unsurdur. Ancak Türkiye’deki kent yoksullarının içinde bulundukları koşulları umutsuzca kabul etmek yerine kendi

yaşam koşullarını iyileştirebilmek üzere, özellikle tüketim dünyalarında belli bir kontrol kurdukları söylenebilir. Bu kontrol temel gereksinimlerin karşılanabilmesi için, sahip olunan kaynakların en etkin ve verimli şekilde kullanılmasıyla sağlanır. Tüketime düzenlenmesi, kaynaklardan tasarruf edilmesini içeren ve literatürde yoksullukla baş etme ve geçim stratejileri olarak benimsenen yaklaşımın bir boyutunu oluşturur.

Türkiye’deki kent yoksullarının tüketim dünyaları üzerinde kurdukları kontrol, temel besin maddelerinin hazırlanmasında öz kaynakların kullanımı, bazı gereksinimlerin karşılanmasında ortak kullanımın sağlanması, alışveriş yapılacak yerlerin ve zamanların stratejik olarak seçilmesi gibi süreçleri kapsar. Örneğin, tüketilecek temel besin maddelerinin evde hazırlanması ya da bahçede yetiştirilmesi veya bu besinlerin çeşitli aralıklarla köyden getirilmesi; elektrik kullanımının kısılması için televizyonun yalnızca ailenin bir araya geldiği akşam saatlerinde izlenmesi ve hatta kaçak elektrik ve su kullanımı; alışverişlerin taksitle ya da veresiye olarak görece ucuz bulunan semtlerden ya da pazarlardan yoğun olarak akşam saatlerinde yapılması, geç saatlerde pazara gidilerek bırakılmış meyve ve sebzelerin toplanması; giyeceklerin akrabalarından ya da yakın tanıdıklardan temin edilmesi yoksulların tüketim alışkanlıklarında önemli bir yer tutmaktadır. Yoksul ailelerin tüketim konusunda geliştirdikleri stratejiler yalnızca fiziksel yeniden üretimi sağlayacak kategorilerden ibaret değildir, bir bütün olarak yoksulların gündelik yaşam pratiklerini kapsar.

Yoksulların tüketimlerini en fazla tasarrufu sağlayabilecek şekilde düzenlemeleri, çoğu zaman onların sosyal yaşama katılmaları önünde engel oluşturmaktadır. Temel gereksinimlerin karşılanması dışında kalan tüm süreçler,

yoksullarca lüks olarak nitelendirilmekte ve bunlara dahil olmaktan kaçınılmaktadır. Örneğin, ailece sık yapılan akraba ve komşu ziyaretleri, çeşitli kültürel etkinliklere katılım, yakın çevre dışına yapılan geziler ve zorunlu durumların dışında bulunulan bölgeden uzaklaşma yoksulların gündelik yaşamlarında pek yer almayan faaliyetlerdir.

Türkiye’deki kent yoksulu aileler için televizyon izlemek, boş zamanları geçirmek için en sık yapılan etkinliktir. Televizyonda genellikle akşam saatlerinde yayımlanan ve kırsal bölgelerdeki ilişkileri konu alan diziler, magazin programları ve Türk filmleri izlenmektedir. Ayrıca, konusu çile, üzüntü vs. programlarla, yoksullara yardım programları ve haber-tartışma programları da izlenen programlar arasındadır (Açıkalın, 2004; Türkyılmaz, 2004). Kent yoksulları için televizyon, dış dünyayla bağlantının kurulabilmesinin en önemli aracıdır. En çok kullanılan ikinci iletişim aracı ise radyodur. Türkiye’deki kent yoksulu aileler açısından gazete tüketimi seviyesi ise oldukça düşüktür (Açıkalın, 2004; Türkyılmaz, 2004). Boş zamanı geçirme faaliyetleri kadınlar ve erkekler arasında da farklılık gösterir. Erkekler için kahvehaneler en sık gidilen yerlerdir. Kadınlar ise boş vakitlerini evde el işi yaparak, komşuya giderek ya da onlarla kapı önünde sohbet ederek geçirirler.

Türkiye’deki kent yoksullu haneler açısından, konut-kira harcamaları ile gıda-alkolsüz içecekler gruplarındaki tüketim harcamaları, toplam tüketim harcamaları içerisinde en yüksek orana sahiptir. Bu haneler açısından en düşük tüketim harcaması gruplarını eğitim hizmetleri, eğlence-kültür ve sağlık hizmetleri grupları oluşturmaktadır (TUİK, 2006)⁵⁹. Bu durum kent yoksulu hanelerin gelirlerinin büyük

⁵⁹ TUİK’in 2002, 2003, 2004, 2005 ve 2006 yılı “Hanehalkı Bütçe Anketi” tüketim harcamaları sonuçlarına göre, kentlerde yaşayan ve gelire göre sıralamada en yoksul ilk yüzde yirmilik grubu oluşturan hanehalklarının tüketim harcamaları bu şekildedir. YTL olarak bu gruplardaki harcama miktarları yıllar içerisinde değişiklik gösterse de, diğer tüketim harcaması grupları içerisindeki

bir kısmını zorunlu harcamalara ayırdıklarını göstermektedir. Yapılmış olan araştırmalarda da kent yoksulu bireyler, zorunlu durumlarda ilk kesilen harcama kaleminin giyim harcamaları olduğunu fakat kira giderleri için beslenme harcamalarından da tasarruf edildiğini dile getirmişlerdir (Açıkalın, 2004; Türkyılmaz, 2004). Türkiye’deki kent yoksulu ailelerinin bir çoğu sosyal güvenlik imkanından yoksun oluşu için, sağlık harcamaları da zorunlu durumlarda dahi ertelenmektedir (Açıkalın, 2004; Kadioğlu, 2005).

Kent yoksulu hanelerin, düzenli ve yeterli beslendiklerini söylemek mümkün değildir. Evlerde en çok bulgur, makarna, patates tüketilmekte, süt ve süt ürünleri, kırmızı ve beyaz et, balık veya meyve hemen hemen hiç tüketilmemektedir. Kahvaltı alışkanlığı olmadığı için kahvaltı ürünleri besin maddeleri arasında yer almamaktadır. Öğün sayısının azaltılması, yoksulların tüketim odaklı olan geçim stratejilerinden birini oluşturmaktadır (Bora, 2007b).

Kendi yaşadığı mekanın dışına pek çıkamayan veya gündelik pratikleri için izlediği güzergahta zenginlerle karşılaşması pek mümkün olmayan yoksullar için televizyon, zenginlerin yaşam biçimleri ve tüketim kalıpları hakkında bilgi sahibi olmanın ve bundan geçerek kendi varoluş koşullarını değerlendirmenin ve sınıflandırmanın en etkili aracıdır (Erdoğan, 2007c: 53). Yapılan araştırmalarda özellikle magazin programlarının ve reklamların, yoksulların kendi dışlarında kalan tüketim dünyasına dair fikir geliştirmelerinde etkili olduğunu göstermiştir. Buralarda görülen yaşam biçimleri ve tüketim olanakları, yoksulların kendi yaşamlarından

sıralamalarında değişiklik olmamıştır. Zafer Yükseler ve Ercan Türkan (2007:19) 2002 yılından itibaren yıllık olarak yayımlanan “Hanehalkı Bütçe Anketi” sonuçlarının yıllar içindeki değişimine bakarak, a) hanehalkının gelir düzeyinin artmasına bağlı olarak, başta gıda harcamaları olmak üzere zorunlu harcamaların düzenli şekilde azaldığını, buna karşılık hizmet ağırlıklı harcamaların arttığı; b) eğlence, kültür, eğitim, lokanta ve otel harcamalarının gelir düzeyindeki artışla doğru orantılı bir artış izlediği sonucuna ulaşmışlardır. (Bu harcama kalemleri en yoksul birinci gelir grubundaki hanehalkları yüzde 5 civarında pay ayırabilirken bu oran beşinci gelir grubunda yüzde 12’dir).

duydıkları memnuniyetsizliği ve dışlanmışlık hissini arttırmaktadır. Özellikle çocukların, ailelerinin karşılaşmasının mümkün olamayacağı besin maddelerini televizyonda görüp, ailelerinden talep etmeleri, anne ve babaları zor durumda bırakmaktadır.

Erdoğan (2007c: 51), yoksullarla zenginler arasındaki ilişkiyi bir “karşılıklı görmek istememe” ilişkisi olarak tarif eder. Yoksullar açısından bu ilişki onur kırıcı ve aşağılayıcı tarzda yaşanmaktadır. Bu nedenle yoksullar, televizyonda zenginlikle ilişkilendirilen yaşam biçimlerini, tüketim davranışlarını ve tüketim nesnelerini görmek istemezler ve bunlarla aralarına mesafe koymayı tercih ederler. Kent yoksulları televizyon aracılığıyla görselleştirilen zenginlik imgelerinin dışında, şehirde zenginlerin oturduğu semtlere, alışveriş mekanlarına gitmek istememektedirler. Ersan Ocak (2007) yoksulların kendilerini, durumları daha iyi olanların yüksek binalarının, yüksek sosyal statülerinin, yüksek kültürlerinin ve yüksek gelirlerinin karşısında küçülmüş, aşağılanmış hissettikleri belirtir. Zenginlerin giysileri, yaşadıkları evler ve genel olarak yaşamları kent yoksullarının bunları yorumlamaları açısından birer “sembolik şiddet” unsuru olarak kabul edilebilir. Yoksulların anlatılarında da öne çıkan maddi zenginlikten ve yoksulluğun kendisinden daha çok, bunların beraberinde getirdiği, onların onurlarına, özsaygılarına ve özgüvenlerine yönelik bir tehdit olan “sembolik şiddetin” sorun edilmesidir (Erdoğan, 2007c: 66).

Necmi Erdoğan (2007c: 50) zengin-yoksul kutupsallığının, yoksulların toplumsal ilişkileri yaşantılama ve anlamlandırma biçimlerinin odağında yer aldığını belirtir. Yoksulların anlatılarında, zenginlere dair imgeler genellikle olumsuzdur. Ancak zenginlik kendinde değil, yarattığı davranış kalıpları nedeniyle

olumsuzlanmaktadır. Yoksullar tarafından zenginler, “yoksulun halinden anlamayan”, “fakirleri hor gören”, “tepeden bakan”, “kendini beğenmiş”, “şımarık”, “bencil”, “paragöz”, “yapmacık”, “eğlence düşkünü” gibi sıfatlarla betimlenir (Erdoğan, 2007c: 49). Yoksulların gözünde zenginler genellikle yoksulları aşağılayıcı ve ezici davranış biçimlerine sahip, merhametsiz kişilerdir. Buna karşılık yoksulların kendileri ise, “gönlü zengin”, “cana yakın”, “yardımsever”, “gözü gönlü tok” vb nitelenmektedir. Yoksulların kendilerini zenginlere göre daha ahlaki ve insani özelliklerden yola çıkarak betimlemeleri ve erdem sahibi olmayı öne çıkarmaları, Erdoğan’a göre (2007c: 49), yoksul-madunların maddi sefalet ve manevi acı karşısında ayakta kalmalarını sağlayan bir silah (“zayıfların silahı”) olarak işlev görmektedir.

Yoksulların zenginlere ilişkin olumsuz betimlemelerinin kaynaklarından biri de, üst sınıfların israf, gösterişçi tüketim, lüks tüketimi ve ihtişamla birlikte anılmasıdır. Erdoğan’ın yaptığı mülakatlarda yoksullar, bu tüketim biçimlerine duydukları tepkilerini dile getirmişler ve zenginleri “fakirin halinden anlamamakla” ve “fakirleri umursamamakla” eleştirmişlerdir (2007c: 50).

Türkiye’deki yoksulluk konusundaki araştırmalara bir bütün olarak bakıldığında, alanda yapılmış hiçbir çalışmanın doğrudan yoksulların tüketim pratiklerine ve tüketim dünyalarına odaklanarak, tüketimle kurdukları ilişkiyi incelemeye yönelmediği görülür. Yoksulların toplumsal varoluş koşulları, tahakküm ilişkisi içerisinde değerlendirilmiş olmasına rağmen, bu tahakkümün tüketim alanına nasıl yansıdığı, yoksulların gündelik pratikleri açısından tüketimin ifade ettiği anlam kendi özgüllüğü içerisinde ele alınmamıştır. Ayrıca sosyal dışlanma konusu, tüketim

toplumundan dışlanma olarak değerlendirilmemiştir. Dolayısıyla, Türkiye’deki kent yoksullarının tüketim dünyalarına ilişkin bilgiler oldukça sınırlıdır.

Yoksulluk konusundaki literatürde tüketim, yoksulların anlatılarında öne çıkan, temel gereksinimlerin karşılanması ve “günün kurtarılması” amacıyla şekillenen maddi bir pratik olarak ele alınmaktadır. Tüketim, gündelik hayat içerisinde kurduğu bağlar ve ilişkilerle, bunların anlamlandırılması bağlamında konu edilmemiştir.

3. Türkiye’de Gençlik Üzerine Yapılmış Araştırmalarda Gençlerin

Yoksulluğu

Türkiye’de sosyal bilimler alanında “gençlik” konusu, ayrı bir kategori olarak az sayıdaki araştırmada ele alınmıştır. Ancak son yıllarda özellikle politika oluşturma merkezli incelemelerde, Türkiye’deki gençliğin çeşitli konulardaki tutumları, düşünceleri ve davranış eğilimlerini saptamaya çalışan araştırmaların sayısının arttığı görülmektedir (Konrad Adenauer Vakfı, 1998; Bayhan, 2002; TSBD, 2005; Kazgan, 2006, Yentürk, Kurtaran ve Nemutlu, 2008). Geniş ölçekteki alan araştırmalarına dayanan bu incelemeler, Türkiye’deki gençliğin özellikle siyasal konulardaki düşünce yapılarını ve bunların gelişiminde etkili olan kurumları ortaya çıkartmayı hedeflemektedir.

Gençlik ile yoksulluk konusu birlikte ele alan çalışmaların sayısı ise daha da sınırlıdır. Bu iki alanı bitştiren Türkiye’de bilimsel yaklaşımla yapılmış ilk araştırma Birsen Gökçe’nin *Gecekondu Gençliği* (1971) adlı çalışmasıdır. Bu araştırmasında Gökçe, Ankara’nın gecekondualarında yaşayan ve yaşları 14-20 arasında değişen toplam 1173 gençle görüşerek onların sosyo-ekonomik durumlarını, sorunlarını, öğrenim durumlarını, çalışma koşullarını ve kazançlarını, aile ve arkadaş ilişkilerini,

beslenme -sigara ve alkol kullanımı- para harcama kalıpları çerçevesindeki tüketim alışkanlıklarını ayrıca gelecek hakkındaki görüşlerini, şehir yaşamı hakkındaki tutumlarını ortaya çıkartmayı amaçlamıştır. Çalışma köyden kente göçle birlikte artan şehirleşme hareketinin genç kuşak üzerindeki toplumsal etkilerinin neler olduğunu, sorunların yaygınlığını ve bu sorunların çözülmesi için gerekli önlemlerin neler olabileceğini saptamak için hazırlanmıştır (Gökçe, 1971: 3). Yazar çalışmasının sonuçlarını klasik modernleşme yaklaşımı bağlamında ele alarak, şehirleşme ve modernleşme süreci arasında ilişki kurmuştur. Buna göre Türkiye’de gecekonduda yaşayan gençlerin, gerek sosyal gerekse ekonomik bakımdan geçiş halindeki bir kuşağın üyesi oldukları sonucuna ulaşılmış ve bu gençlerin kent hayatına (ya da modern hayata) nasıl adapte edilebileceği konusunda öneriler geliştirilmiştir.

Yoksulluk ve gençlik konusunu birleştiren daha yakın tarihli çalışmalar içerisinde Konrad Adenauer Vakfı’nın (1998) yaptığı araştırma, yoksul gençlerin çeşitli konulardaki eğilimlerini gösteren en kapsamlı çalışmadır. Bu araştırma Türkiye’de 12 ilde, toplam 2200 kişi ile gerçekleştirilmiş anket çalışmasına dayanmaktadır. Gençler; eğitim düzeyi, meslek, gelir ve mülkiyet verilerine göre ağırlıklandırılmış sosyoekonomik statü (SES) gruplarına ayrılarak,⁶⁰ her gruptaki gençlerin demografik ve sosyo-ekonomik özellikleri, boş zaman etkinlikleri, kurumsal üyelikleri, aileleriyle olan ilişkileri, okul yaşamları, iş ve çalışma yaşamları, dünya görüşleri, Türkiye sorunlarını değerlendirme biçimleri, gençlik

⁶⁰ Çalışmada sosyo-ekonomik statü dilimlerinin belirlenmesinde kullanılan faktörler eğitim (yüzde 30), meslek (yüzde 20), gelir (yüzde 20), mülkiyet (yüzde 30) olarak ağırlıklandırılmıştır. Ayrıca hesaplamalarda a) denegin eğitimi sürmekte olabileceğinden eğitim faktöründe anne (yüzde 40), baba (yüzde 60) eğitimi esas alınmış; b) öğrenci olan mesleksiz deneklerin alt kategorilerde toplanma olasılığına karşı hesaplamada anne-baba meslekleri (gene yüzde 40-60) ağırlıkla kullanılmış; c) gelir faktörü olarak denegin kişisel geliri değil, hane geliri kullanılmış; d) mülkiyet faktörünün hesaplanmasında banka hesabı, kredi kartı, otomobil, cep telefonu, bilgisayar, bisiklet, müzik seti, kendine ait oda sahipliği tüketim değişkenlerinden yola çıkılmıştır. Buna göre SES skorlarına göre gençler A, B, C+, C, D olarak beş ayrı kategoride gruplandırılmıştır (Konrad Adenauer, 1998: 8).

sorunları ve geleceğe ilişkin beklentileri saptanmıştır. Çalışmada C ve D grupları, “alt SES grupları” olarak belirlenen en dezavantajlı gençlerden oluşmaktadır.

Çalışmaya katılan gençlerin boş zaman etkinlikleri hakkında verdikleri yanıtlar, SES gruplarına göre farklılık gösteren iki temel yönelime sahiptir. Buna göre kent yoksulu olarak tanımlanabilecek alt SES gruplarındaki gençler için el işi (seramik, cam, tahta işi, nakış vb) yapmak temel boş zaman etkinliği iken, sosyoekonomik statünün yükselmesine bağlı olarak tiyatro ve konsere gitmek, spor yapmak, dergi okumak, tavlakayı oynamak, diskoya-bara gitmek, bilgisayar kullanmak gibi etkinlikler öne çıkmaktadır. C ve D grubundaki gençler açısından diskoya-bara gitmek, resim yapmak ve bilgisayar kullanmak en az yapılan boş zaman etkinliği olarak belirtilmiştir (11-13). Gençlerin biraraya gelme ya da toplanma mekanları da yine SES grupları açısından ikiye ayrılmaktadır. Alt SES gruplarındaki gençler toplanma mekanları olarak ev ortamlarını tercih ederken, SES düzeyi yükseldikçe bunların yerini kafeler-kafeteryalar almaktadır. Yine kahvehaneler, mahalle ve sokaklar alt SES grubundaki gençler açısından buluşma mekanları olarak belirtilmiştir (14-15).

Araştırmanın sonuçları, aktif kulüp, dernek ve benzeri kuruluş üyeliğinin alt SES gruplarında oldukça düşük ancak İslami cemaat ya da vakıf üyeliğinin özellikle bu gruptaki gençler arasında yaygın olduğunu göstermiştir. Gençlerin siyasal partilere üyelikleri tüm SES grupları için düşük olmasına rağmen alt ses gruplarında spor kulübü üyeliklerinden sonra ikinci sırada gelmektedir (16-17). Alt SES grubundaki gençlerin aile çevresi gibi birincil ilişkilere, mahalle, dini cemaat, hemşehrlik ilişkilerine diğer SES gruplarındaki gençlerden daha fazla önem verdikleri görülür. Bunun yanında meslek-iş çevresi ve dünya görüşünü paylaştığı

çevre gibi ikincil ilişkilere verilen önem sosyo-ekonomik statü yükseldikçe artmaktadır (21).

Gençlerin eğitimden beklentileri, sosyoekonomik statülerine göre değişiklik göstermektedir. Alt SES grubundan gençler, eğitimi bilgi ve beceri kazanmak, aileye bakmak, vatana millete hayırlı olmak için gerekli görürken, eğitimle kazanılacak sistemli düşünme yeteneği gibi sonuçlar, sosyoekonomik statünün yüksek olduğu gruplardaki beklentiler arasındadır. “Vatana-millete faydalı olmak”, alt SES grubundaki gençler açısından öncelikli amaçlar arasında yer alırken, A SES grubundaki gençler tarafından sıralamaya dahi alınmamıştır. Eğitiminden beklentiler konusunda alt SES gruplarındaki gençlerin toplumsal içerikli beklentileri üst SES gruplarındaki gençlerin ise bireysel beklentileri ön plana aldığı görülmektedir (31-34).

Yapılan araştırmada, gençlerin hayatlarından memnuniyet düzeyleriyle, sosyoekonomik statü arasında pozitif yönlü belirgin bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Belirlenen ölçütlerdeki sosyoekonomik statü yükseldikçe hayattan memnuniyet derecesi de yükselmektedir. Buna göre hayattaki memnuniyeti en düşük olan SES grubu D’dir (108). Buradaki ilişki gelecekle ilgili beklentiler için de geçerlidir. D grubundaki gençler gelecek beş yıl içerisindeki durumlarının içinde bulunulan zamandaki durumlarından daha iyi olacağını tahmin ettiklerini belirtmişlerdir (109).

Alt SES grupları ve özellikle D grubu için araştırmanın bulgular genel olarak yorumlandığında, Türkiye’de kent yoksulu olarak adlandırılabilen bu gençlerin daha geleneksel ilişkiler içerisinde, dar ve kapalı çevrelerde yer aldıkları söylenebilir. Bu gençler birincil ilişkilere önem vermekte, arkadaşlarıyla en çok giyim kuşam, para ve iş konularında konuşmaktadırlar. Kültürel etkinliklere katılımları çok

düşüktür ve tüketim kalıpları da çeşitlenmemiştir. Bu gençlerin karşılaştıkları en önemli sorun ise parasızlıktır.

Gülten Kazgan ve araştırma ekibi tarafından yürütülen alan çalışması (2006), Konrad Adenauer Vakfı (1998) tarafından yapılmış araştırmanın bulgularını yoksulluk, eğitim seviyesi ve hayat memnuniyeti ilişkileri bağlamında desteklemektedir. Haziran-Ağustos 2004 tarihleri arasında İstanbul Büyükşehir Belediyesi sınırları içerisinde gerçekleştirilen bu araştırma, 18-25 yaş arasında toplam 1000 gençle gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, gençlerin hayattan memnuniyetleri, gelir ve eğitim düzeyi yükseldikçe artmaktadır (210). Gelir düzeyi düşük olan gençler açısından eğitim, kendilerini özgür ve diğerleriyle eşit hissetmek açısından önemli bir unsurdur, eğitim düzeyi yükseldikçe her ikisi de artmaktadır (190-191). Gençlerin kendilerini ait hissettikleri sınıf, hayatlarından memnuniyet dereceleri, oy verilen parti değişkenleri birbirleriyle ve gelir düzeyiyle yakın bağlantı içindedir. Buna göre alt gelir katmanlarında hayattan memnuniyetin düşüklüğü, kendini alt ve orta alt sınıftan hissetme ve dinci partilere oy verme birbiriyle iç içeyken, daha üst gelirli gruplarda hayattan memnuniyet derecesi, kendini üst orta sınıftan hissetme ve merkez sol ve merkez sağ partilere oy verme ilişkili görünmektedir (213).

Araştırmaya katılan gençlerin çalıştıkları iş kolları da gelir düzeyleriyle anlamlı ilişki içinde olduğu bulunmuştur. En alt gelir grubundaki gençlerin büyük kısmı, eğlence ve kültür hizmetleri alanında çalışırken, üst gelir grubundaki gençler yoğunlukla finans, ticaret ve eğitim alanında çalışmaktadır (223). Alt gelir grubundaki gençler, “sahip olduğundan fazlasını istememe, olanla yetinme gereğine

inanma” düşüncesine üst gelir grubundaki gençlerden çok daha fazla onay vermişler ve kendi eğilimlerinin bu yönde olduğunu yüksek katılım ile desteklemişlerdir.

Süheyla Türkyılmaz (2004) iki nesilden kadınların yoksulluk deneyimlerini karşılaştırdığı araştırmasında, 30 kadın ve onların hanesindeki en büyük kızları ile derinlemesine görüşme tekniğini kullanarak bir alan araştırması yapmıştır. Araştırmada yazar, annelerden kızlara aktarılan sermaye türleri üzerinde durmaktadır. Ekonomik ve sosyal sermayesi düşük olmasından dolayı annelerin kızlarına esas olarak aktardıkları sermaye türü, ahlaki norm ve toplumsal değerleri içeren sembolik sermayedir. Böylece kızlar annelerinden gelecek bölgelelerinde yaşamayı ve yoksullukla başa çıkmayı öğrenmektedirler.

Türkyılmaz’ın çalışmasının bulgularına göre, genç kızların sosyal hayata katılımı ve sosyal ilişkileri oldukça kısıtlıdır. Ancak bir eğitim kurumuna kayıtlı olmak, kızların katılım olanaklarını da arttırmaktadır. Görüşülen kızlar gündelik yaşamlarını genellikle evde, yoğun olarak annelerine yardım etmekle geçirmektedirler. Ev dışına ancak okula ya da yakın çevredeki alışveriş mekanlarına gitmek için çıkabilmektedirler. Arkadaşlarıyla görüşme imkanları ise sınırlıdır, buluşma mekanları genellikle okul veya toplum merkezlerindeki kurslar olmakta, ancak yaz aylarında arkadaşlarıyla evlerin önlerinde ya da bahçelerinde buluşabilmektedirler. Nişan, düğün gibi eğlencelerin, genç kızların sosyalleşmelerini sağlayan en önemli etkinlikler olduğu belirtilmiştir. Genç kızların yaşamları yoksulluğun dışında da bir dizi sınırlamaya tabidir. Bu sınırlılıklar kızlar açısından, kadın olmalarına, çevrenin güvensizliğine ve çevreye yabancı olmaya bağlanmaktadır.

Umut Aksungur (2006), Ankara Altındağ'da yaşayan ve yaşları 18-24 yaş arasında değişen 32 gençle yaptığı araştırmasında, bu gençlerin sosyal dışlanma deneyimlerini işgücü piyasası, eğitim ve sosyal sermayeden oluşan üç boyutta incelemiştir. Bu çalışmada görüşülen gençler, yoksulluğun yeterli ve kaliteli eğitimin alınmasının önündeki en önemli engel olduğunu belirtmişlerdir. Yoksulluk gençlerin eğitimini, gerek masrafların ailelere getirdiği yük açısından gerekse bulunulan çevre açısından etkilemektedir. Gençler, eğitim aldıkları çevrenin de yoksul olmasından dolayı nitelikli öğretmenlerin buradaki okullara gelmediği, okulların düşük kalitede olduğu ve başarısız öğrencilerin ağırlıkta olmasının diğer öğrencilerin motivasyonunu olumsuz yönde etkilediği görüşündedirler. Gençler tarafından eğitim, özellikle iş bulabilmek açısından önemsenmektedir. Erkekler, eğitim düzeyini daha nitelikli işler bulabilmek için gerekli bulurken, kızların önceliği sosyal yaşama katılabilme ve ailelerinden bağımsız olabilme isteğidir. Sahip oldukları eğitim seviyesinin işgücü piyasasında değeri olmaması, bazı gençlerin erken yaşta iş sahibi olmanın daha anlamlı olduğu görüşünü geliştirmelerine neden olmuştur.

Gençler açısından işsizlik, özellikle gençlerin hayatlarında yarattığı olumsuz sonuçlar nedeniyle önemsenmektedir. Eğitim seviyesinin düşüklüğü nedeniyle iş bulmak zorlaşmakta, bulunan işler uzun ve düzensiz çalışma saatlerine sahip, düşük ücretli işler olmaktadır. Bu durum gençlerin ailelerine bağımlılıklarını arttırmakta, kendi ailelerini kurabilmelerini zora sokmaktadır. Ayrıca sosyal hayatlarını da kısıtlamaktadır.

Aksungur (2006), Ankara'nın Altındağ ilçesinde gecekondü bölgelerinde yaşayan gençlerin, devlete ve devletin kurumlarına düşük düzeyde güven

duydıklarını belirtmiştir. Gençlerin güvensizlikleri aynı zamanda yaşanan çevreden de beslenmektedir. Gecekondü bölgeleri, gençler tarafından güvenliksiz ve tehlikeli olarak betimlenmiştir. Bu bölgede yaşayan gençler, özellikle de kadınlar, çevrelerine güven duymadıklarını dile getirmişlerdir.

Görüşülen gençler yaşadıkları çevrenin başka bölgelerden kişilerle iletişim kurmalarının önünde engel olduğunu da belirtmişlerdir. Şehrin merkezinde yaşayan insanların, kendilerine yaşadıkları çevre nedeniyle kuşkuyla yaklaştıkları, onları tehlikeli ve güvenilmez buldukları düşünülmektedir. Dolayısıyla yaşanan çevrenin, gençler arasında ayırım yarattığı, bu nedenle çoğu durumda bunun saklandığı gençler tarafından dile getirilmiştir. Gecekondü bölgesinde yaşamak, gençler açısından damgalanma demektir. Bu süreç sosyal dışlanma yaratmakta ve çoğu genç için karşılaştıkları en önemli sorunun kaynağını oluşturmaktadır. Alkol ve uyuşturucu madde bağımlılığı ve suça eğilimli olmak ile itham edilmek, görüşülen gençlerin en çok çekindikleri yargılardır.

Altındağ bölgesinde yaşayan gençler aile ve arkadaş ilişkilerine verdikleri önemi, destek ve güven unsurlarıyla açıklamaktadırlar. Bu ilişki ağları gençler için, sosyal dışlanma riskini azaltmak açısından işlev görmektedir.

Aksungur (2006: 130) yoksul gençlerin, tüketimi de bir sosyal dışlanma biçimi olarak yorumladıklarını belirtir. Yoksulluktan dolayı çeşitli tüketim olanaklarına ve boş zaman faaliyetlerine dahil olamamak, gençleri mutsuz etmekte ve dışlanmışlık hislerini arttırmaktadır. Bu dışlanmışlık duygusunun azaltılmasını sağlamak amacıyla, Altındağ'da yaşayan gençler, şehrin diğer bölgelerine gitmek ve oradaki insanları ve onların evlerini görmek istemediklerini belirtmişlerdir. Alışveriş merkezleri, barlar, lüks mekanlar, spor ve güzellik merkezleri yoksul gençler

tarafından zengin mekanı olarak adlandırılmakta ve buraların yabancılaştırıcı etkisinden söz edilmektedir. Bu mekanlar, yoksul gençler için “farklı bir dünya”dır (Yumul, 2006: 247).

Çeşitli araştırmalarda yoksul gençler, çeşitli bedensel özelliklerin ve tüketim imgelerinin zengin gençlerle aralarındaki toplumsal ayrımları görünür kıldığını belirtmişlerdir (Yumul, 2006; Erdoğan, 2007C). Zengin olduğu düşünülen gençlerin giyim kodları ve beden süsleme teknikleri, yoksul gençlerle aralarındaki sınıfsal hiyerarşileri belirginleştirmektedir. Zengin gençler, markalı kıyafetleri, ayakkabıları, takılarıyla ya da daha genel ifadeyle, “havalı” duruşlarıyla kendilerini yoksul gençlerden ayırmaktadır (Yumul, 2006: 244). Öte yandan, yoksul gençler kendi tüketim kodlarının zengin gençler tarafından kendilerini aşağılar tarzda anlamlandırıldığını düşünmektedirler. Örneğin zengin gençlerinin yoksulların “ayağındaki ayakkabının boyasız olmasa da kalitesiz olduğunu”, “kumaş pantolon giydiği için doğulu olduğunu”, “giydiği gömleğin cep bölgesinde yazan markadan kalitesiz olduğunu” anlayacakları düşünülür (Erdoğan, 2007c: 54). Bu nedenle Erdoğan (2007c: 54) yoksul gençlerle zenginler arasında hiyerarşik bir bakışma pratiği olduğunu ve imgeler yoluyla sesiz olarak konuşulduğunu belirtir.

Bakımlı olmak, yoksul gençler açısından üst sınıflarla özdeşleştirilen bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır. Arus Yumul (2006), Kuştepli gençler ile Bilgi Üniversitesi’nde eğitim alan gençlerin karşılaşmalarını konu aldığı yazısında, Kuştepli gençlerin, Bilgi Üniversitesi öğrencilerinin ekonomik sermayelerinin fiziksel sermayeye dönüştürüldüğünün farkında olduklarını söyler. Kuştepli gençlere göre Bilgi Üniversitesi öğrencileri, modayı takip ettikleri ve kaliteli

giyindikleri, sürekli kendilerine bakım yaptıkları, kozmetik kullandıkları, temiz oldukları için güzel veya yakışıklı görünmektedirler (Yumul, 2006: 246-247).

Türkiye’de kent yoksulu gençler üzerine yapılmış sınırlı sayıdaki çalışmada, tüketim konusu araştırmaların merkezinde yer almamaktadır. Yoksulluk ve tüketim ilişkisini sorunsallaştıran ve doğrudan yoksul gençlerin tüketim dünyalarına odaklanan, yoksul gençlerin gündelik yaşamları içerisindeki tüketim kodlamaları üzerinde duran gençlik araştırması bulunmamaktadır.

III. ANKARA’DA KENT YOKSULU GENÇLERİN TÜKETİM İLİŞKİLERİNİN ANLAMLANDIRILMA TARZI

A. Ankara’da Kentsel Gelişme ve Kent Yoksulluğu

Ankara’da 1930’lu yılların başından itibaren kırsal bölgelerden kente göç başlamıştır. Bu dönemde kentin yönetim, ticaret, eğlence, kültür ve eğitim merkezi Ulus ve civarında yoğunlaşması, iş imkanlarının ulaşım sorunu olmaksızın sağlanabilmesi, bu bölgelerin çevrelerini alt gelir grupları için çekici hale getirmiştir (Akın, 2007: 174). Ankara’da bu yıllarda istihdam yaratan üç önemli sektör-inşaat, ticaret ve hizmetler- Eski Kent merkezi olan bu bölgelerde yoğunlaşırken, Eski Kent’in hemen yanında boş, denetimsiz ve plan dışı bırakılmış alanlar yer almaktaydı (Şenyapılı, 2004: 75). Bunların başında Altındağ tepesi gelmekteydi. 1930’lu yılların sonlarına doğru Cebeci’nin merkezleşmesiyle, Cebeci’nin arkasında yer alan İncesu vadisi de gecekondulaşmaya açılmıştır.

Tansı Şenyapılı’ya göre (2004: 76), 1930’lu yılların ortalarında gelişen “barakalaşma” olgusu, bu dönemde işçilere gereksinim duyulması ancak onlara yatırım yapma olanağının bulunmamasından ötürü, bu kesimin kendisi için çözüm üretmesi yöneticiler tarafından olumlu karşılanmıştır. Ayrıca bu dönemdeki “barakalaşmalar” mahalle izlenimi vermemekteydi. 1923-1930 dönemi içerisinde yeri hazırlanan gecekondulaşma, 1930-1940 döneminde daha da yaygınlaşmıştır (Şenyapılı, 2004: 77).

1945-1950 yıllarında kırdaki yapı değişikliğinin emek yoğun işleme düzenindeki kırsal nüfusun önemli bir kısmını kente itmesine karşın, savaş ekonomisinin yarattığı etki nedeniyle kentler bu işgücünü kabul edebilecek durumda değildi (Şenyapılı, 2004: 124). Bu nedenle kente gelen gruplar hem ekonomik hem

de fiziksel açıdan kentin marjınlarında kalmıştır. Belirli uzmanlık ve beceriden yoksun kitleler, ancak düşük ücretli ve geçici işlerde çalışabiliyorlardı.

1945-1950 yılları arasında Ankara’da üç eksende gecekondulaşma yaygınlaşmıştır. Bu eksenlerden birincisi, Altındağ, Atıf Bey ve Yenidoğan Mahalleleri ile Telsizler yöresidir ve bu alanın %67’si gecekonduyla kaplıdır. İkinci eksen Gülveren ve çevresinden oluşmaktadır, bu alanın %41’i gecekondulaşmıştır. Üçüncü eksen oluşturulan Seyranbağları-Balkeriz mahallelerinin ise tümü gecekonduyla kaplıdır (Şenyapılı, 2004: 127). Bir yandan gecekondu gelişiminin engelleyebileceği düşüncesiyle bir yandan popülist politikalar nedeniyle 1948 tarihinde ilk gecekondu af yasası çıkartılmıştır. İlk çıkarılan imar affı sürecinde Altındağ, Atıf Bey, Yenidoğan, Mamak, Balkeriz, Seyran Bağları, İncesu, Topraklık bölgelerindeki gecekondu yasallaşmıştır.

1950-1960 yılları arasında ise kentlerin ekonomik yapılarında ticaretin, küçük sanayi ve altyapı yatırımlarının artmasıyla ortaya çıkan ekonomik değişikliklerle birlikte gecekondu ailelerinin yaşantısında ve mekansal düzenlemelerinde birtakım değişiklikler oluşmuştur. Bu değişiklikler özellikle gecekondu ailelerine açılan yeni iş imkanları sayesinde, gecekondu erkeklerinin görece daha güvenceli marjinal olmayan ve daha sürekli gelir getiren işlere sahip olabilmesi sonucunda gecekondu ailelerinin daha iyi koşullara ulaşabilmesi; kent ekonomisinde temel öneme sahip işlere geçmenin ve böylece “işlevselleşmenin” sonucunda gecekonduların ekonomik yönünün yanı sıra politik öneminin de kavranması; gecekondu mahallelerinin mekansal kalitesinin yükselmesi ve düzenli mahallelerin kurulması; ve gecekondu bölgelerinde tapusuz emlak alım-satım pazarının doğması ve bu yolla bazı ailelerin zenginleşebilmeleri olarak özetlenebilir (Şenyapılı, 2004: 186-194). Bu dönemde

gecekondu bölgelerinde sürekli bir devingenlik söz konusu olmuştur. Bir yandan yeni gecekondu bölgeleri kurulmaya devam ederken, eski bölgelerdeki “barakalar” tamir görmüş ve daha iyi nitelikteki konutlara dönüşmüştür. Böylece 1950-1960 dönemi içerisinde gecekondularda yaşayan nüfus oldukça artmıştır ve gerek ekonomik gerekse politik açıdan kente yerleşmenin temelleri atılmıştır. Şenyapılı’ya göre (1998: 309), 1945-1950 dönemi gecekondular açısından, dağınık bir barakalaşma, yoğun ve yaygın bir fakirlik ve sefalet dönemi iken, 1950-1960 arası dönem “mahalleleşme”, “kente yerleşme” dönemidir. 1963 yılında bir kez daha imar affı gündeme gelmiştir. Bu af lar sonucunda Altındağ, Arıfbey, Abidinpaşa, Telsizler, Saimekadın çevresi ve Topraklık bölgesindeki gecekondular yasallaşmıştır (Akın, 2007:188).

1960-1970 döneminde gecekondu aileleri, çocukların ve kadınların da emek piyasasına girmesiyle birlikte gelirlerini arttırabilmiş ve tüketici özellikleri ön plana çıkmıştır. Konutlar imkanlar elverdiğince iyileştirilmeye, yakın çevreleri düzenlenmeye, iç mekanlar bölünmeye ve genişletilmeye başlanmıştır. Dayanıklı ve yarı-dayanıklı tüketim malları evlerde yaygınlaşmıştır (Şenyapılı, 1981: 48). Bu yıllar arasında gecekondu mahallelerinde dönemin başında yer alan nalbur, marangoz, hırdavatçı gibi inşaat malzemesi ticareti yapan kişilerin yerini daha önce mahallelerde yer almayan bakkal, elektrikçi, kahveci gibi küçük esnafa bıraktığı gözlenmiştir (Aksoy, 1967’den aktaran Şenyapılı, 1981: 48). 1966 yılında 775 sayılı yasa ile gecekonduların varlığı resmen kabul edilmiş, kente yerleşilebilmesi için resmi olanaklar ve kurallar getirilmiştir (Şenyapılı, 1998: 311).

1970-1980 dönemi içerisinde kentler yayılıp genişledikçe, kentin dış çeperlerinde yer alan gecekondu mahallelerinin ana caddelere, merkezlere bakan

yüzleri parça parça, eğer mahalleler çok yaygın değilse tümünden büyük inşaat şirketlerince dönüştürülüyor, buralardaki nüfus şehrin başka bölgelerine taşınıyordu veya mülkiyeti karışık bazı gecekondu mahallelerinde daha önce buralara yerleşmiş aileler, gecekondularını kente yeni gelenlere kiraya verip, apartmanlara taşınıyorlardı (Şenyapılı, 1998: 311). Dolayısıyla bu dönem içerisinde, gecekondulardaki nüfus içinde bir dönüşümün başladığından söz edilebilir.

1983-1988 yılları arasında “İslah İmar Planı Yasa Grubu” başlığı altında toplanabilecek, birbiriyle ilişkili beş adet af yasası çıkartılmıştır (Şenyapılı, 1998: 312). Bu yasa grubunun temel amacı, gecekondu alanlarındaki mülkiyet sorunlarının çözülmesi ve buraların yasal statü kazanmalarının sağlanması olmuştur. Yasal statünün elde edilmesini takiben, içsel dinamikler sayesinde buralarda bir dönüşümün başlaması planlanmıştır. Gecekondu sahipleri elde ettikleri olanaklar sayesinde, yerel yönetimler ve diğer gecekondu sahipleriyle pazarlık sürecine girebilecek, çeşitli kredi olanaklarından, kendi kaynaklarından ya da arsa ve kat karşılığı çalışan girişimcilerden yararlanarak gecekondu alanlarını apartmanlaştırabileceklerdi.

Bu dönüşüm, beklenebileceği üzere kentin en avantajlı bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Yönetimler dönüşümü öncelikle kent merkezlerine yakın, topografik açıdan da çok belirgin alanlarına yerleşmiş geniş gecekondu alanlarında, farklı modeller bağlamında, özel sektörle işbirliği içinde uygulamışlardır (Şenyapılı, 1998: 313). Buna örnek olarak Ankara’da Dikmen ve Portakal Çiçeği Vadisi projeleri gösterilebilir. Mekansal konumu avantajlı olmayan bölgelerde ise mekansal dönüşüm aile birikimlerine dayanmakta, girişimciler için elde edilecek kar yetersiz seviyelerde

kaldığı için ayrıca buralardaki mülkiyet biçimlerinin karmaşıklığından dolayı bu bölgelerde dönüşüm gerçekleştirilememektedir.

Ankara’da 1990’lardan itibaren çok sayıda kentsel dönüşüm projesi başlatılmış, alanların niteliğine göre bazı bölgelerde projeler tamamlanırken bazı bölgelerde ilerleme kaydedilememiştir (Akın, 2007: 227-224). Ankara’nın ilk gecekondü dönüşüm projesi olan GEÇAK I (Gecekondudan Çağdaş Konuta) 1992’de Koza Sokak’ta başlatılmış, GEÇAK II Bağcılar, Kırkkonaklar, Çukurca’nın bir kısmında uygulanmış her iki proje de tamamlanmıştır. Zafertepe, Aktepe gecekondü alanlarında dönüşüm çalışmaları tamamlanmak üzeredir. Öte yandan Çiğdemtepe, Güneşevler, Şentepe gibi gecekondü alanlarında başlatılan dönüşüm çalışmalarının gerçekleşme oranları oldukça düşüktür. Aynı şekilde Altındağ-Aktaş-Atilla Dönüşüm projesinde başarı sağlanamamıştır. Yıldızevler Özel Proje Alanı, Portakal Çiçeği Vadisi Kentsel Dönüşüm Projesi, Dikmen Vadisi Kentsel Dönüşüm Projesi, Protokol Yolu-Kuzey Ankara Girişi Kentsel Dönüşüm Projesi, Balgat Bölgesi Prestij Projesi, İmrahor Vadisi Kentsel Dönüşüm Projesi, Hatip Çayı Vadisi Kentsel Dönüşüm Projesi, Mamak Doğukent Projesi, Karapürçek Konut ve Çevre Geliştirme Projesi, Ulus Tarihi Kent Kentsel Dönüşüm Projesi Ankara’da halen etaplar halinde devam etmekte olan kentsel dönüşüm çalışmaları arasındadır (Akın, 2007: 207-224).

Ankara’da uygulanan kentsel dönüşüm projeleri gecekondü alanlarını büyük rant odakları haline getirmiş, bu bölgelerde yaşayan gecekondü nüfusunun yaşam kalitesi yükseltilmeksizin ve bu alanlarda ekonomik ve sosyal dönüşüm gerçekleştirilmeksizin genellikle orta ölçekli inşaat firmalarının ürettiği “yüksek yoğunluklu apartman alanlarına” dönüştürülmüştür. Dönüşüme açılan alanlarda

farklılık sadece mekanların fiziksel ve görsel anlamda değiştirilmesine dayanmaktadır. Prestij kazandırılan gecekondulu alanları, orta ve üst sınıfın eline geçmekte, gecekondulu nüfusun başka bölgelere taşınmasına neden olmaktadır. Avantajlı bölgelerde yer almayan gecekondulu alanlarında ise dönüşüm başka biçimler almakta, buradaki hanelerin gelirini çok aşan katkı paylarıyla konut sahibi olabilecekleri söylenmektedir. Ailelerin sahip oldukları gecekondunun büyüklüğüne ve konumuna bağlı olarak bir pazarlık süreci içinde belirlenen para miktarları, genellikle ailelerin bütçeleri aşmaktadır. Bu durumlarda aileler belli bir süre gecekonduların yıkım parasını ve kira yardımını alarak geçinmekte fakat konutların aylık olarak ödenmesi gereken payları ödeyememekte ve hak sahibi olamamaktadırlar.

B. Kent Yoksulu Gençlerin Yaşam Koşulları

Kent yoksulu gençler açısından yoksulluk, maddi yoksunluğun ötesinde çok boyutlu bir sorun olarak yaşanmaktadır. Bu gençlerin sahip oldukları yaşam koşulları, onların yoksulluğu içselleştirmelerine ve yoksulluklarının yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Böylece birçok genç için yoksulluk içinden çıkılmaz ve döngüsel bir boyut kazanmaktadır. Yoksulluğun birbiriyle bağlantılı ve birbirini besleyen süreçleri, gençleri “insanca yaşamak için gerekli olan yapabilirliklerden yoksun” duruma getirmekte ve onlara özgürlüklerinin sınırlandırıldığını hissettirmektedir. Yoksulluklarını kırabilmelerini ve daha iyi yaşam koşullarına ulaşabilmelerini sağlayacak kaynakların pek çoğundan yoksun olan bu gençler, kendilerini seçme ve tercih edebilme yeterliliklerinden mahrum ve güçsüz hissetmektedirler. Yoksulluklarından ötürü sosyal yaşama katılamadıklarını, önlerine çıkan fırsatları değerlendiremediklerini ve çoğu durumda daha fazlasını

talep etmeye dahi hakları olmadıklarını hissetmekte ve süreci psikolojik açıdan da yoğun ve şiddetli şekilde yaşamaktadırlar.

Kent yoksulu gençlerin yaşamları, gelir düzeylerindeki düşüklüğün yanı sıra onları daha da dezavantajlı duruma düşüren birçok unsur tarafından kümülatif olarak etkilenmektedir. Bu yaşam koşullarının bütünü, kent yoksulu gençlerin sosyal dışlanma sürecini açıklar. Sosyal dışlanma, yoksullukla doğrudan ilişkili bir konu olarak, yoksulların yaşam koşullarından doğar ve onların toplumsal yaşamın çeşitli alanlarına dahil olamamalarını tanımlar. Diğer bir ifadeyle, kent yoksulu gençlerin yaşam koşulları çeşitli sosyal dışlanma biçimlerini de üretmektedir.

Kent yoksulu gençlerin yaşam koşulları eğitim, işgücü piyasası, yaşanan fiziksel ve sosyal çevre olarak üç temel başlıkta incelenecektir.

1. Eğitim

Eğitim sistemi genel olarak toplumsal hiyerarşilerin yeniden üretilmesine en temel katkılardan birini yapmaktadır⁶¹. Prensipde herkese eşit derecede açık olan eğitimsel fırsatlardan kent yoksulu gençler sahip oldukları bir dizi sınırlılıklar nedeniyle yeterince yararlanamamaktadırlar. Görüşülen gençler tarafından okulu erken terk etmenin veya eğitime ara vermenin en önemli gerekçesi olarak ailelerin

⁶¹ Bourdieu eğitim üzerine yazdığı yazılarda, eğitim sisteminin toplumsal hiyerarşilerin üretilmesine ve yeniden üretilmesine nasıl katkıda bulunduğunu şöyle açıklar: “Okul kurumu, kültürel sermayenin dağılıma yaptığı katkı yoluyla toplumsal uzamın yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Toplumsal uzamın iki temel boyutuna (ekonomik ve kültürel sermaye), birbirinden farklı iki yeniden üretim mekanizması tekabül eder ve bunların bileşimi sermayenin sermayeye yönelmesini ve toplumsal yapının süregitmesini sağlayan yeniden üretim tarzını tanımlar. Kültürel sermaye dağılımının yapısı, ailelerin stratejileriyle okul kurumunun özgül mantığı arasındaki bağıntı aracılığıyla yeniden üretilir” (2006:35). Bourdieu’ya göre (2006:35) yeniden üretim stratejilerinden biri olarak eğitim stratejileri, ailelerin kültürel sermayesinin önem derecesine ve hacminin ekonomik sermayeye oranındaki büyüklüğüne göre, eğitime yaptıkları yatırım miktarını belirlemektedir. Bourdieu’nün eğitim sistemi üzerine yaptığı araştırmalarda ulaştığı sonuç “demokratik toplumlarda halen özgürleştirici okul ideolojisinin geçerli olduğu (Bourdieu, 2001’den aktaran İdemen, 2008: 420) ve bu ideolojinin kendisinin de sosyal hareketliliği engelleyici ve var olan güç dengelerini koruyucu bir etken olduğudur” (İdemen, 2008: 420).

maddi imkanlarının yetersizliği gösterilmiştir⁶². Bu maddi sınırlılıklar, gençleri okul-çalışma hayatı, okul-ev hayatı veya okul-evlilik hayatı gibi tercihlere yönlendirmekte ayrıca sosyal çevrenin çeşitli özellikleri ile gençlerin geçmiş dönemlerindeki okul başarısızlıkları, iş hayatına erken atılıp meslek sahibi olabilme amacı, kendi parasını kazanabilme veya ailelere bağımlı olmak istememe arzusu gibi unsurlar gençlerin okuldan ayrılmaları veya eğitimlerine devam etmemeleri sonuçlarını doğurmaktadır⁶³.

Yedinci sınıftayım maalesef, dört sene ara verdim okula...babam gönderemedi, maddi durumu iyi değildi, o yüzden... abimle ben çalıştık. Biz küçüktük o zaman, beş kardeş olduğumuz için bakamayacağım diye bunalıma girdi, bıraktı bizi kaçtı. Benle abimin sırtına bıraktı bütün yükü. Biz de çalışmak zorunda kaldık. İkinci sınıftan sonra okulu bıraktık. Sekiz yaşında, hayvan bakıcılığı, hamallık, ayakkabı boyacılığı, pazarda elemanlık, berberlik, garsonluk yaptık. Dört sene boyunca bayağı işlerde çalıştık...dört sene sonra babam geldi. Babam okula göndermek istemedi bizi, ben gitmek istedim. Kendim gittim kaydoldum. (Ali, 16).

Lise biri aslında geçemiyordum zayıflarımdan dolayı ama af çıktı, o zaman geçmiştim ailem göndermedi, devamsızlıktan kaldım, açık liseye gitmek istedim, izin vermediler...Biraz cahil olduklarından, kız kısmı okur muymuş, ne yapacak, şu, bu, işte cahillik... (Müge, 18)

Orta okulu bıraktım, liseyi de düşünmedim, sanayide bir hevesimiz vardı...ailenin geçim sıkıntısı, bir de diyorum ya sanayide çalışmayı çok istiyordum, tamirci olmayı istiyordum ama kaportacı oldum...sanayi ortamını görüyordum, hoşuma gidiyordu. En azından meslek ya, şu an çoğu okuyan da meslek bulamıyo yani, sanat yani... ama kız kardeşimi okutacağım, hiç şansı yok, okuyacak o, o istekli. (Selim, 23).

⁶² Her ne kadar devlet okullarında ilköğretim ücretsiz olsa da, çocukları okula göndermenin ailelere getirdiği ekonomik bir takım yükler vardır. DİE 2003 yılında, bir çocuğun devlet okullarındaki bir senelik eğitim giderinin yaklaşık 500 dolar olduğunu hesaplamıştır (Müderrişoğlu, 2006: 55). Adaman ve Keyder'in Türkiye'nin altı ilinin gecekondu bölgelerinde yaşayan 1,863 kişi ile gerçekleştirdikleri anket çalışmasının sonuçlarına göre, 7-15 yaş arasındaki çocukların aileleri tarafından okula gönderilmeme nedenleri arasında en büyük pay "okul masraflarının karşılanamaması"na aittir (%60). Aynı çalışmada okula giden çocukların karşılaştıkları en önemli sorunun "okul masraflarının pahalı olması" olduğu belirtilmiştir (%37) (2006: 83-84).

⁶³ UNDP tarafından hazırlanan ve 12 değişik bölgede, yaşları 15-24 arasında değişen toplam 3.000'den fazla genç arasında yapılmış olan araştırmanın sonuçlarından oluşan 2008 yılı "Türkiye'de Gençlik" başlıklı rapora göre, liseye veya üniversiteye gitmeyen gençler bu durumun en önemli nedenlerini en yoğun olarak "bir işe girip para kazanmak" veya "okul harcamalarını ödeyebilecek ekonomik durumu olmamak" (%30) ile "ilgi ve istek eksikliğine" (%50) bağlayarak değerlendirmişlerdir. İlgi ve istek eksikliğine işaret eden grubun profile yakından bakıldığında, bu gruptaki gençlerin %60'ının düşük gelirli ailelerden geldiği ve bunların %64,4'ünün, yani önemli bir çoğunluğunun bir önceki yılda okula gitmekten hoşlanmadığı görülmüştür. Eğitimlerine devam etmeyen bu gençlerin %11'inin okula gitmelerine ise "ailelerinin engel olduğu" belirtilmiştir. Para kazanmak üzere işe girmesi gerektiği için okulu bırakan genç erkeklerin sayısı, aynı durumda olan genç kızların sayısının iki katından fazla iken, aile baskısıyla okulu bırakmak zorunda kalan genç kadınların sayısının, aynı durumdaki erkeklerden yaklaşık dokuz kat fazla olduğu görülmüştür. Bu anlamda raporun sonuçlarında öne çıkan nokta, toplumdaki cinsiyet rollerinin genç erkekleri iş hayatına, genç kızları ise ev hayatına yönlendiriyor olduğudur (UNDP, 2008: 28).

Orta okuldan sonra okumadım...koşullarımız zor olduğu için, mecburen böyle olduk. Yoksa herkes ister okumayı ama olmadı...mesela çok okuyan var ama görüyoruz yani, herkes boş, geziyor, gelmiş yaş otuz, meslek falan yok, öyle...geriye dönüş yok artık çünkü adam otuz yaşına gelmiş, okumuş, okumuş hiçbirşey yok, meslek de yok, evlenmeye kalksa hiçbirşey adamda, ya tezgahtarlık yapacak ya da simit satacak...biz sonuçta bir meslek bulduk artık, biz mesleğimizi kaptık...(Ertan, 19).

İşte okuyamadığımız için, abim de bu işi yaptığı için (motor tamircisi), mecbur...mecbur bir iş yapacaktık, okuyamadığımız için, okula gittim ben, okuyamadık, kafamız almadı, artık öyle diyelim. (Mustafa, 23).

İskitler Meslek Lisesi'ndeydim, arkadaşlarım Abidinpaşa, o taraflarda olsa, belki onlarla okurdum, orada biraz yalnız kaldığımızdan, oradaki bebelere de ayak uyduramadığımızdan...Evin büyüğü olarak önümüzde bir abi olmadığı için, annemin zaten okuması yazması yoktu, bize öyle derslerimize yardımcı olacak kimse yoktu. Kendi çabamızla ancak bu kadar oldu. (Korkut, 20).

Babamın küçüklükten beri dükkânı olduğu için onun yanına gidip geldim tatillerde falan, okuldan soğuduk, derslerim iyi değildi. Bir de kendi mesleğimi düşünerek okusam dedim, lise üçe kadar okuyacağız, üç senem boşa gider diye okulu bıraktım, mesleğime devam ettim meslek öğrenmek için (Atilla, 17).

Altındağ'da bir ilköğretim okulunda öğretmen olarak çalışan Gülşah (26), yoksul öğrencilerin maddi imkanlarının sınırlı olmasının okula olan ilgilerini nasıl azalttığına dair şöyle örnekler vermiştir:

En basitinden derse getirilmesi gereken bir malzemeyi getiremediği için çocuk okula gelmek istemiyor, ya da araştırma için verilen ödevi araştırarak kaynağı nasıl bulacağını bilmiyor, alamıyor, mesela internete gidemiyor, okulda bir şey için para toplanıyor, veremiyor, gelmek istemiyor, giderek okuldan soğuyor, özgüvenini kaybediyor. (Gülşah, 26)

Yoksul gençlerin ailelerinin maddi imkanlarının yetersizliği, bu gençlerin eğitimlerini genellikle bulundukları çevredeki veya yakın bir bölgedeki kurumlarda almalarına neden olmaktadır. Yoksul muhitlerdeki okullar ile görece yüksek refah seviyesine sahip olan muhitlerdeki okullar arasında eğitim kalitesi yönünden çeşitli farklılıkların olduğu gençler tarafından dile getirilmiştir. Örneğin Onur (16) Altındağ'daki okullar ile görece yüksek statüde kabul edilen Aydınlikevler'deki okullar arasındaki farklılıkları şu şekilde anlatmıştır:

Burada bir okul var ileride Ahmet Yesevi diye, oraya giden hep boş gidiyor, giden çok okumuyor, çok nadir. Abim orada okuyordu işte, zor bitirdi orayı...Ben Aydınlikevler'de İnönü Lisesi'ne gidiyorum...orası iyi bir okul, eğitimi güzel...ilkokula Ali Ersoy'da (Altındağ) gittim. Biraz çevresi kıt olduğu için okul pek önemsenmiyordu, zaten İnönü'ye gittiğim zaman, Ali Ersoy'dan geldim diye herkes şey yapıyordu, o okul pis, şey diye, seni nasıl bu okula aldılar diye...(Onur, 16).

Dünya Bankası tarafından hazırlanan Türkiye’deki eğitim sektörü üzerine olan değerlendirme raporunda da yoksul ailelerin yaşadığı çevrelerdeki okulların düşük niteliklerine değinilmiştir (World Bank, 2005: 9). Buna göre, bu bölgelerde görev yapan öğretmenler genellikle daha deneyimsiz ya da daha az eğitilmiş kişilerden oluşmakta ve öğrencilere daha az beklenti ile yaklaşmaktadırlar. Ayrıca bu bölgelerdeki okulların fiziksel şartları da oldukça kötüdür; bulunan çevre güvensizdir, yeterli ısıtma ve ışıklandırma imkanlarından yoksundur (World Bank, 2005: 10).

Altındağ’da yaşayan gençlerin sosyal dışlanma deneyimlerini incelediği yüksek lisans tez çalışmasında Umut Aksungur (2005), yoksul gençlerin eğitimsel başarılarının önündeki engeller konusunda benzer sonuçlara ulaşmıştır. Aksungur’a göre (2005: 83-94) kent yoksulu gençlerin eğitim süreçlerinden dışlanması temel olarak üç boyutta incelenebilir. Bunlardan ilki yazarın “yapısal düzey” olarak adlandırdığı, kent yoksulu gençlerin devam ettikleri okulların fiziksel şartlarından ve buralarda verilen eğitimlerin niteliğinden kaynaklanan nedenlerdir. Aksungur’un üzerinde durduğu ikinci boyut kent yoksulu gençlerin yaşadıkları sosyal çevreye ilişkin özelliklerden oluşan “yerel düzeydir” (2005: 87). Üçüncü düzeyde ise gençlerin bireysel yönelimleri bulunmaktadır (2005: 90).

Aksungur’un görüştüğü gençler de benzer şekilde bulundukları bölgelerdeki okulların eğitimsel açıdan yetersizliklerine dikkat çekmişlerdir. Aksungur’un görüştüğü bir genç bulunduğu bölgenin koşullarının eğitim kalitesine nasıl yansıdığını şöyle anlatmıştır (2005: 85):

Başka bir yerde başka bir lisede okumak isterdim, buraların adı çıkmış, buralar suçla anılır olmuş. Buraya gelen öğretmen Ankara’nın en kötülere, sürgünlüleri, iyi biri kazayla buraya düşse en fazla bir dönem dayanıp kaçıyor. En büyük sıkıntı aldığım eğitimin kalitesi diyebilirim, daha iyi

okullarda okumak isterdim, o da gidiyor dolaşıyor, bu mahalleye dayanıyor buralar sanki Ankara değilmiş gibi davranıldığı için buralarda okumak istesen de dert okumak istemesen de dert. Bazen okumayalım, bırakalım diye bilerek önümüze engeller koyduklarını düşünüyorum, umutsuzluğa kapılıyorum. (19 yaşında, erkek, öğrenci)

Aksungur'un görüştüğü gençler, sosyal çevrelerinde eğitimsel başarıların önemsenmemesinin ve eğitime önem verilmemesinin kendilerini olumsuz yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Gençlerin arkadaş çevrelerinde yaygın olan düşük eğitimsel nitelikler, gençlerin de okula olan ilgilerini azaltmaktadır. Görüşmelere katılan gençlerden bazıları eğitimlerini yarıda bırakmalarında arkadaşlarının etkisini “arkadaş kurbanı olmakla” (Hacer, 15; Gonca, 16), “arkadaşlarına uymakla” (İlkay,19) ilişkilendirerek açıklamışlardır. Aksungur'un görüştüğü gençlerin anlatılarında da öne çıkan benzer eğilimlerdir.

...öğrenciler hep gecekonduda oturanlardı, değişik değişik ortamlara giriyorlardı mesela hiçbiri geleceğini düşünmüyordu, çoğu okuyup çalışıyordu, okumayla derdi yoktu sende küçüksün etkileniyorsun, sen de onlar gibi oluyorsun bir yerden sonra. Çok düşünmüşümdür farklı bir yerde, farklı arkadaşlarım olsa şimdi üniversitede olurum diye. (21 yaşında, erkek, işsiz)

Görüşülen gençler eğitimlerini devam ettirmeme gerekçesi olarak bireysel tercihlere değinmiş olmalarına rağmen bu tercihleri de yönlendiren yine maddi sınırlılıkların dayatmalarıdır. Bireysel tercihler olarak değinilen okulu bırakıp çalışmaya başlamak, gençlerin yoksulluktan kaynaklanan geçinme stratejilerinden biri olarak değerlendirilebilir. Bazı gençler eğitimlerine devam etmelerinde veya yüksek eğitim almalarında aileleri tarafından yeterince desteklenmediklerini de dile getirmişlerdir⁶⁴. Beril İdemen'nin (2008: 429) de belirttiği gibi, yoksul aileler için üniversiteye dek sürecek bir eğitim kariyeri, büyük yatırımlar ve fedakarlıklar gerektirmektedir ve aileler bir nevi içgüdüsel istatistik hesabı (habitus) ile bu süreçte karşılaşılacak engelleri kestirerek bunlara sıklıkla baştan boyun eğler. Egemen

⁶⁴ “Aile baskısı ile okuldan ayrılma” UNDP'nin Türkiye'deki gençliği konu alan raporunda da, özellikle kız öğrenciler tarafından okula devam edememe gerekçelerinden biri olarak gösterilmiştir (UNDP, 2008: 28).

sınıf kökenli çocuklar için yüksek eğitim almak sıradan bir yaşam perspektifi iken, nesnel engellere yönelik farkındalık, tabi sınıfların kendi kendilerini dışlamalarına neden olmaktadır. Yoksul ailelerin habitusları bağlamında anlam kazanan bu süreçte, bireylerin çoğu buradaki sosyal dışlama mekanizmasını fark etmemekte, bu durumu bireysel bir tercih ve kişisel başarısızlık olarak yorumlamaktadır (İdemen, 2008: 429). Böylece başarılı olanların meşruiyeti tanınır ve onların kültürlerinin yüksek değer taşıdığı da kabul edilmiş olur (İdemen, 2008: 429).

Öte yandan kent yoksulu gençlerin genel olarak eğitimsel başarılarının düşük olmasına rağmen, görüşülen gençler arasında her türlü maddi yetersizliklere ve hatta bazı durumlarda aile baskısına rağmen eğitime devam etmek için çabalayan ve yüksek başarılar gösteren gençler de bulunmaktadır. Bu gençler kendilerini bulundukları sosyal çevreden ve yoksulluktan kurtarmak için eğitimlerine sıkıca sarılmış kişilerdir. Çoğu durumda kendi masraflarını çıkartmak için bazen yaz döneminde bazen de okul süresince çalışan bu gençlerin gelecek planları yüksek eğitim alarak bir meslek edinebilmek üzerine kuruludur. Bu gençleri görüşülen diğer gençlerden ayıran en önemli özellik eğitimleri süresince öğretmenleriyle aralarında geliştirdikleri paylaşımlardır. Öğretmenlerin bu gençlerin eğitim başarılarına oluşturdıkları rol modellerle de olumlu katkı yaptığı söylenebilir. Örneğin Ali (16) ve Umut (15) öğretmenlerinin kendileri üzerindeki etkilerini şu şekilde anlatmışlardır:

Çocuk okula gidiyor, öğretmeni kibar konuşuyor, şivelere dikkat ederek konuşuyor, eve geliyor, babası değişik konuşuyor, tavırları değişik, sosyal davranmıyor. Bu da çocuğun kafasında soru işareti uyandırıyor. Hangisine uysam, hangi yola gitsem diye. Ben özellikle öğretmenlerimi dikkate alırım. Onların konuşmalarını...Öğretmenim Türkçe dersi verirken, “her zaman konuşmaya dikkat eden insan, her zaman herkesle anlaşabilir” demişti. Ben onu kendi kafama yazmıştım...Ben öğretmenlerimi örnek alıyorum kendime, öğretmenlerimin hayatını. İleride de ya öğretmen ya da savcı olmak istiyorum. Hiç yapamazsam, eğer elimden de gelmezse, ileride bir

işçi de olsam, ben yine topluma yararlı bir insan olacağımı düşünüyorum, davranışlarımla, tutumumla... (Ali, 16)⁶⁵

Ben ilkokul öğretmenini olmak istiyorum, hepsini iyi yetiştirmek için...Hepsini okutmak için çabalayacağım. Hocalarımız da bize fikir veriyor, okuyup onlar gibi olmamızı söylüyorlar. Ben babamı gördükçe okumam lazım diyorum. (Umut, 15).

Çoğu kez okulu erken terk eden veya eğitimlerine ara veren gençler, daha sonra pişmanlık duymakta ancak süreci tersine çevirememektedirler. Eğitimin tamamlanamamasından duyulan rahatsızlık en fazla sosyal yaşama katılımın engellenmesi durumunda ve ağır çalışma koşulları nedeniyle hissedilmektedir. Bu durumlarda eğitimin kişiyi toplumda daha saygın bir konuma getirebileceği, daha nitelikli iş bulabilme olasılığını arttırabileceği veya sosyal hayata katılımı kolaylaştıracağı düşünülmektedir. Ayrıca okulu erken terk eden gençler, düşük eğitimleri nedeniyle damgalandıklarına ve güçsüzleştirildiklerine inanmaktadırlar.

Tabii, keşke okusaydım, okusaydım da yine bu işi yapsaydım (motor tamircisi). Bizim yetkili servis dediğimiz büyük servislere sanat okulu mezunu istiyorlar, lise diploması, daha iyi olacaktı. En azından belli bir saatin olacaktı öyle yerlerde çalıştığım zaman, gelişin gidişin belli, öğlen paydosun belli, daha düzgün. (Mustafa, 23)

Şimdi af çıksa bizi tekrar alsalardı falan, böyle iki sene üst üste tekrar alsalar diyoruz. Hani ÖSS’de falan en başarılı olan biz oluruz herhalde diyorum...Bir şey kaybetmeyince insan değerini anlayamıyor. Kesinlikle anlayamıyor. Ben okul varken önemsemiyordum. Hatta okuldayken şey diyordum, derslerim kötü gidiyordu. Okumayız ya en kötü okumayız diyorduk. Bunu sadece dilimle söylüyordum. Kalbimde hiçbir zaman kendimi sorgulamamıştım, beynimi. Hani okumayız diyordum ama okumayınca hayatın nasıl olacağını hiçbir zaman düşünmedim. Arkadaşlarım soruyordu, sen kötü gidiyorsun ne yapacaksın falan diye. En kötü okumayız diyordum, geçiyordum... Okul hayatını yaşamak da güzel, meslek açısından da kesinlikle güzel bir şey. Toplumda da okumuş insan deyince şöyle bir duruyorlar, irkiliyorlar, bakıyorlar. Okumamış ya falan deyince, çok önemsemiyorlar, ben bunu hissettim bir de, bu yüzden okumayı kesinlikle isterim... En kötü açık liseden, kesinlikle diyorum lise mezunu olmam lazım benim. Öyle bakıyorum, çünkü ortaokul mezunu diye beni sınıflandırmalarını, o gözle bakmalarını kesinlikle istemem. (Semra, 16)

⁶⁵Ali’nin (16) anlatımında da öne çıkan dilin doğru ve düzgün kullanımına verilen önem ve gösterilen özen, görüşülen gençlerin hemen hemen tümü için geçerlidir. Görüşmelere katılan gençlerin önemli bir kısmı, “toplumda saygın bir yer edinebilmek” veya “sözünü/kendisini dinletebilmek” için şivesiz, doğru ve çeşitlendirilmiş kelime bilgisini içeren bir dil kullanımının gerekli olduğunu söylemişlerdir. Ayrıca görüşmeler boyunca kendilerinin de doğru dil kullanımına özellikle dikkat ettikleri gözlenmiştir. Ancak gençler arkadaşlarıyla ya da aile içindeki konuşmalarında bu kadar dikkatli davranmadıklarını da belirtmişler; “ben sizinle böyle konuşuyorum”, “ben nerede nasıl konuşmam gerektiğini bilirim” veya “ben dışarıda böyle konuşmuyorum” gibi ifadelerle, bu türdeki dil kullanımlarının gündelik yaşamın bütününe yayılan rutinleşmiş bir dil pratiğinden farklılaştığını da ifade etmiş olmaktadır. Gençlerin bu anlatımlarından çıkartılabilecek sonuç, dilsel piyasa koşullarının farkında oldukları ya da Erdoğan’nın da belirttiği gibi (2007c: 60) “dilsel sermayenin, toplumsal sınıflandırma şemalarının başkalarına ve kendilerine biçtiği konumdaki merkezi rolün farkında” olduklarını gösterir.

Olmuyor böyle, kesinlikle olmuyor yani. Kendime yediremiyorum böyle. Okula gittiğimi sanıyorlar. Ne mezunusun diye sorduklarında, böyle böyle dediğim zaman kötü oluyor insan, kendine yediremiyor...Salak olsam, tamam Gonca sen salaksın, otur, artık kımıldama derim ama hani öyle bir şey olmadığı için insanın gerçekten çok zoruna gidiyor.(Gonca, 16)

Okusaydık başka şeyler olabilirdik yani, okumadık, dediler ama. Geriye dönsem liseyi de bitirirdik, üniversite de okurduk o zaman yani..çalışmadığımızdan da değil yani, aslında, gayet güzel notlarım da vardı ama okul sarmadı yani, okul ortamından kaynaklanıyordu (Korkut, 20).

Çalışmaya başlayınca okumanın değerini daha çok anladım...Bir de şöyle bir, askerlikte faydası oluyor lise diplomasının. Normal işyerlerine girerken lise diploması çok önemli. Lise diploman olsa istediğin her yerde çalışırsın. Ehliyet alırken diyorlar ya lise diploması olacak diye, öyle şeyler çıkıyor, ondan tedirgin oluyorum. Askerliği onbaşı olarak, çavuş olarak yapmak var...bir de sanayi ortamı sıkıcı, mesela soğukta çalışıyorsun dışarıda, sıkıntılı, çalışma şartları zor, öğrencilik çok iyiydi ya...(Atilla, 17).

Düşük eğitim seviyesi nedeniyle damgalanma, eğitimdeki başarısızlıkların arkasında yatan sosyal dışlanma mekanizmasının fark edilmemesine dayanan ve bu başarısızlıkları bireysel başarısızlık olarak değerlendiren yaklaşımın sonucu olarak değerlendirilebilir. Özellikle yoksul gençlerin yaşadığı sosyal çevrelerde hakim olan bu yaklaşım, egemen sınıf değerlerinin tabi sınıflar tarafından üstünlüğünün tanınmasının bir ürünü olarak, toplumsal hiyerarşilerin yeniden üretilmesine katkıda bulunur.

Eğitim sisteminin modern toplumlarda yerine getirdiği eleme süreci, alt sınıf insanların eğitimin üst düzeylerinden bertaraf edilmesini beraberinde getirir (Bourdieu, 1988'den aktaran Aktay, 2007: 482)⁶⁶. Öncelikle Türkiye'de yüksek öğretim alabilme koşulları özellikle yoksul gençlerin aleyhine işlemektedir. Üniversite giriş sınavlarında başarılı olabilmek için Türkiye'de milyonlarca genç,

⁶⁶ Okul sistemi Bourdieu'ya göre, fizikçi Maxwell'ın ikinci termodinamik yasasının etkisinin nasıl askıya alınabileceğini anlatmak için kullandığı imge olan "Maxwell'in cini" olarak çalışır. Maxwell az ya da çok sıcak yani az ya da çok hareketli tanecikler arasında bir cin olduğunu hayal eder. Bu cin tanecikleri ayırır, en hızlılarını ısıyı artıran bir kaba, en yavaşlarını da ısıyı azaltan bir kaba atar. Bunu yaparken de farklılığı korumuş olur. Birbirine eşit olmayan kültürel sermayeyle donanmış öğrenciler arasındaki farklar, eğitim sistemi tarafından korunmaktadır. Bu ayıklama süreci kalıtsal olarak (miras yoluyla) ailelerin kültürel sermayeye sahip olanları, bu sermayeden yoksun olanlardan ayırır. Yetenek farklılıkları ise, kalıtsal kültürel sermayeye göre oluşan toplumsal farklılıklardan ayrılamayacağından, eskiden var olan toplumsal farklılıkları ayakta tutar (Bourdieu: 2006:36-37)

ilköğretimden başlayarak yoğun bir hazırlık sürecine girmektedir⁶⁷. İlköğretimden sonra daha nitelikli bir eğitim alabilmek için öğrenciler Ortaöğretim Kurumları Giriş Sınavı'na girmekte, bu sınav öncesinde destek eğitimler almaktadırlar⁶⁸. Ayrıca lise eğitimi boyunca, üniversite giriş sınavlarında başarılı olabilmek için yine okul eğitimlerinin yanısıra ek eğitimsel destek almaktadırlar. Yoksul gençlerin maddi imkanlarının kısıtlılıkları, onları bu destek mekanizmalarından yoksun durumda bırakmakta ve sınavlarda onları daha dezavantajlı duruma getirmektedir. Türkiye'de liberal piyasa ekonomisinin eğitim alanında da kurumsallaşması, nitelikli eğitim alabilme ya da bunlara erişebilme imkanlarını ekonomik sermayeye bağımlı hale getirmektedir.

Yoksul gençler açısından nitelikli bir eğitim alabilme olasılığının düşüklüğü, ilköğretimden sonra liseye devam etmeleri durumunda bu gençleri, genel eğitim veren liseler yerine meslek liselerine yönlendirmektedir. Genel eğitim veren liselere (düz liselere) devam etmek, gençler arasında ancak üniversiteye devam edebilme olanağının bulunması durumunda rasyonel kabul edilmekte aksi halde meslek lisesinin seçilmesinin kişiye daha önemli getirileri olduğuna inanılmaktadır. Yoksul aileler de çocuklarının uzun eğitimlerini karşılamakta güçlük çektikleri için, onları bir alanda kalifiye hale gelmeleri ve sertifika alıp biran önce çalışmaya başlamaları için meslek liselerine göndermeyi tercih etmektedirler (UNDP, 2008: 35). Türkiye'de tüm ortaöğretim öğrencilerinin %36'sı meslek lisesine devam etmektedir (UNDP, 2008: 35). Toplumda yaygın olarak kabul gören meslek liselerinin aşağı statülerine

⁶⁷ 2007 yılında üniversite öğrenimine başlayabilmek için merkezi Öğrenci Seçme Sınavı'na (ÖSS) 1,7 milyondan fazla öğrenci katılmıştır. ÖSS için hazırlık kursları veren dershanelerin yıllık ücreti 1.500-3.500 dolar arasında değişmektedir (UNDP, 2008: 32). Milli Eğitim Bakanlığı verilerine göre Türkiye'de dersane bulunmayan il yoktur. Ankara'da 2008 yılında toplam 496 dersane bulunmaktadır.

⁶⁸ 2008 yılında Orta Öğretim Kurumları Öğrenci Seçme Sınavı'na girebilmek için toplam 913.000 öğrenci başvurmuştur.

dair önyargılar, kent yoksulu gençler tarafından da paylaşılmaktadır⁶⁹. Tercihlerini meslek lisesinden yana kullanan/kullanmak durumunda bırakılan gençler, özellikle iş piyasasında düz lise mezunu gençlere göre edindikleri avantajlı konum olasılıklarının altını çizmektedirler:

Liseye başlayacağım yıl hangi liseye gideyim, mesleğe mi gideyim, düze mi gideyim baya bir tereddütte kaldım. O zaman ailem baya bir baskı yaptı, şuraya git, buraya git diye. En sonunda ablam geldi pişman olmayacağın bir yere git dedi. Ve ben düşündüm uzun uzun mesleğe karar verdim. İleriyi düşündüm, düze gitseydim şu anda sadece üniversitem vardı, mesleğim olmayacaktı (Selçuk, 18)

...meslek de okumak daha iyi. Neden dersiniz, çünkü eğer üniversite okumazsanız, meslek de hiç olmazsa mesleğin olur ama düz lisede okuduğun zaman mesleğin de olmuyor, üniversite de zor (Yavuz,17)

Diğer yandan, bir meslek edinebilmek ve iş piyasasında bir yer edinebilmek için tercih edilen meslek okulları⁷⁰, üniversite giriş sınavlarındaki katsayı uygulamaları nedeniyle yoksul gençlerin üniversitede istedikleri bölüme girebilmelerinin önünde de engel oluşturmaktadır. Bazı bölümlere girişte sağladığı avantajlara rağmen meslek okullarından mezun olan gençler, ancak lisede aldıkları eğitimin uzantısı sayılabilecek bölümleri tercih edebilmektedirler. Bu durum onları toplumda daha üst bir statüye ulaştırabilecek meslekler edinebilme imkanlarından yoksun duruma getirmekte ve dezavantaja dönüşmektedir. Dolayısıyla yoksul gençler, çok erken yaşlarda hangi mesleği seçeceklerine dair bir seçim yapmak zorunda bırakılmaktadır.

Bourdieu'ye göre kişinin eğitimsel başarısı ile toplumsal kökeni birçok açıdan birbirleriyle ilişkilidir⁷¹. Öncelikle Bourdieu erken dönem toplumsallaşma deneyiminin,

⁶⁹ Bourdieu (2006: 46), ailelerin teknik meslek eğitime nesnel olarak verdikleri aşağı statüyle, genel eğitime tanındıkları ayrıcalığın çok yaygın bir kanı olduğunu belirtir. Kendileri büyük devlet üniversitelerinden ya da “büyük okullardan” mezun olan üst düzey yöneticiler, bir tür sığınak ya da çöplük olarak görülen teknik eğitimin tekrar değer kazanması yolunda vaazlarda bulurken, kendi çocukları teknik eğitim yapmak durumunda kalsa bunu bir felaket olarak değerlendirirler. Aynı durumun Türkiye için de geçerli olduğunu söyleyebiliriz.

⁷⁰ TÜİK verilerine göre meslek lisesi mezunları arasında da işsizlik yaygındır. Bu okullardan mezun ve hala işsiz olan gençlerin sayısı 250.000'nin üzerindedir (UNDP, 2008: 34).

⁷¹ Bourdieu eğitimsel kariyer ile toplumsal köken arasındaki ilişkiyi *Les héritiers: les étudiants et la culture* (Mirasçılar: Öğrenciler ve kültür) (1964) ve Jean Claude Passeron ile yazdığı *La*

algı ve davranış şemalarının gelişimindeki önemine dikkat çeker. Bu bağlamda aileden alınan birincil eğitimin toplumsal köken ile olan sistematik ilişkisi, çocuğun bireysel eğitim kariyeri üzerinde etkili olacaktır (İdemen, 2008: 423). Yoksul gençlerin ailelerinin kültürel sermayelerindeki düşüklük, hatta çoğu durumda özellikle annelerinin ancak okuma-yazma düzeyinde eğitim almış olmaları⁷², birincil eğitimin niteliğini belirleyerek, bu gençleri üst sınıftan gelen gençlere göre dezavantajlı durumda bırakmaktadır. Ayrıca Bourdieu'ya göre eğitim, egemen kültürün kodlarını içermektedir ve bu kodların alt sınıflardan gelen öğrenciler tarafından çözülmesi, bu bilgi ve becerileri okul öncesi yıllardan itibaren içselleştirmiş olan egemen sınıftan gelen çocuklara göre çok daha zor olmaktadır (Aktay, 2007: 482). Kültürel sermayeler arasındaki farklılıklar böylece eğitimsel başarılarıdaki farklılıklara dönüşmektedir (Aktay, 2007: 482). Bu bağlamda okul öncesi eğitimin eksikliği ve yoksul gençlerin egemen kültüre olan uzaklıkları, toplumsal köken ile doğrudan bağlantılı olarak yoksul gençlerin eğitimlerinde

Reproduction. Éléments pour une théorie du système d'enseignement (Yeniden üretim: Bir eğitim sisteminin teorisi için öğeler)(1970) adlı kitaplarında ayrıntılı olarak incelemiştir (İdemen, 2008: 420).

⁷² Eğitim seviyesinin düşük olduğu ailelerde çocuklar evde okul eğitimlerine destek olabilecek yardımları görmemekte, bu durum onların okula olan ilgisini de azaltmaktadır. Zorunlu ilköğretim Türkiye’de 1997 yılında 5 seneden 8 seneye çıkartılmıştır. Buna rağmen Türkiye genelinde 2005 yılında yaşları 6 ile 14 arasında olan çocukların yaklaşık olarak %10’u temel eğitim almıyor durumdadır. İlköğretime katılmayan çocukların %70’ini kızlar oluşturmaktadır ve bunların %55’inden fazlasının annesi okuma yazma bilmemektedir. Dünya Bankası tarafından hazırlanan Türkiye’nin eğitim sektörü çalışması raporunun sonuçlarına göre çocukların ve gençlerin eğitimlerine devam etmemelerini belirleyen nedenlerin arasında ebeveynlerin eğitim düzeyleri önemli bir sırada yer almaktadır (World Bank, 2005: 11). Musa İkizoğlu’nun (2000) Ankara’nın Mamak bölgesinde yürüttüğü araştırmada bu bölgedeki bireylerin eğitim düzeyinin genelde oldukça düşük olduğunu tespit etmiştir. İkizoğlu’nun (2000: 141) bulgularına göre, görüştüğü 117 kişinin yarısından fazlası hiç okula gitmemiş, yaklaşık olarak %32’si ise ancak ilköğretim düzeyinde eğitim almıştır. Tefik Erdem’in (2003) Ankara’nın değişik bölgelerinde gelir düzeylerine göre yoksul olarak kabul edilen toplam 225 kişi ile gerçekleştirdiği anket çalışmasında da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Görüşülen kişilerin %30’una yakını okur-yazar durumda değildir ve yarısından fazlası ancak ilköğretim düzeyinde eğitim almışlardır (Erdem, 2003: 82). Erdem’in çalışmasında yoksul aileler çocuklarını maddi imkansızlıklar nedeniyle okutamadıklarının altını çizmişlerdir. Ailelerin üzerinde durduğu bir diğer konu ise yoksulluktan kaynaklanan yetersiz beslenmenin çocukların okul başarılarını olumsuz yönde etkilediği üzerindedir. Bu durumu “aç çocuğun garnına ders girer mi?” veya “kuru ekmekle karnı doyan çocuk okur mu?” gibi ifadelerle dile getirmişlerdir (Erdem, 2003: 82).

başarısız olmalarına neden olmakta ve kent yoksulu gençler açısından özgüven yitimi ile sonuçlanmaktadır (İdemen, 2008: 424). Kent yoksulu gençlerin başarısızlık olasılığını erken yaşlarda okul kültürüyle olan ilişkilerinde deneyimlemeleri, onların yaşamlarının bütününe yayılan şekilde kendilerine olan güvenlerini düşürmektedir. Eğitime değer veren ailelerden gelen çocuklar okulda geçerli kültüre olan aşinalıkları ve eğitim kariyeri hakkında sahip oldukları geniş bilgiyle, kent yoksulu gençlere göre kendilerine daha fazla güven duymakta ve böylece bu alanda başarılı olmak için daha fazla motivasyon göstermektedirler (İdemen, 2008: 425). Kent yoksulu gençlerin eğitimle olan ilişkilerinde öne çıkan motivasyon ve başarabileceklerine dair güven eksikliği, bu bağlamda toplumsal köken ile ilişkili olarak açıklanabilir.

Bir bütün olarak değerlendirildiğinde kent yoksulu gençlerin eğitimle olan ilişkilerinin niteliği, onların yaşamlarının ileriki safhalarındaki tercih şanslarını azaltmakta, yaşam koşullarını iyileştirebilmeleri önünde engel oluşturmaktadır. Eğitim sistemi aracılığı ile üretilen bir dizi dışlama mekanizması, gençlerin toplumsal tabakalaşma sistemi içerisindeki hareket kabiliyetlerini iyice kısıtlamakta ve yaşam koşullarını içselleştirmelerini kolaylaştırmaktadır. Öte yandan eğitim dönemiyle kazanılan erken dönem toplumsallaşma süreci içerisinde gençler, kendi yaşamları için nelerin mümkün olabileceğine ilişkin algılarını geliştirmektedirler. Eğitim süreci içerisinde okul başarısızlığı ile erken dönemlerde şekillenen özgüven eksikliği, çoğu durumda gençlerin yaşamlarına yayılan şekilde onları etkilemektedir. Yoksul yaşam koşullarının ürettiği eğitim süreçlerinden dışlanma, dönüşümlü olarak düşük eğitim seviyesi nedeniyle toplumsal yaşamdan dışlanma ile sonuçlanmaktadır.

2. İşgücü Piyasası Koşulları

Kent yoksulu gençlerin sahip oldukları pazar değeri olmayan ya da düşük olan eğitimsel nitelikleri, onların işgücüne katılmalarının önündeki en önemli nedenlerden birini oluşturmaktadır⁷³. Bu durumda meslek lisesi mezunu gençler ya da okulu erken terk ederek küçük yaşta bir işe girenler, iş piyasasında görece daha avantajlı konumlar elde edebilir görünmesine rağmen, bu gençlerin sahip olabildikleri çalışma koşulları oldukça kötüdür. Düşük eğitimsel nitelikleri sebebiyle marjinal iş koşullarına sahip olabilen gençler, emek piyasasında daha az beceri gerektiren ve çeşitli güvencelerden yoksun işlerde çalışmakta, bu işler ise gençlerin kendilerini geliştirebilecekleri becerileri onlara katamamaktadır. Piya'ın (1994: 128) belirttiği gibi düşük ücretler ve esnek istihdam koşulları ile çalıştırılan çocuk ve gençler, “bedensel, ruhsal ve toplumsal gelişimleri nedeniyle bedensel incelik ve esneklik, el becerisi gerektiren sıradan, tekdüze, yineleyici iş türlerine iyi uyum sağlamakta; büyüyüp, bu özelliklerini yitirdiklerinde ise kolayca işten atılabilmektedirler” (aktaran Uyan-Semerci, 2008: 409). Diğer taraftan işgücü piyasasına giremeyen gençlerin uzun süreli işsizlikleri, onların ileride daha iyi işler bulabilmelerini de engellemektedir. Kısacası, yoksul gençlerin işgücü piyasası ile olan ilişkileri genel olarak uzun süreli işsizlikler, kısa/geçici dönemli işler, parasız çalışılan işler ve çeşitli güvencelerden yoksun, zaman zaman tehlikeli olabilen ve uzun çalışma saatlerine sahip işler ile tanımlanabilir.

Sanayi ortamı gerçekten çok zor bir iş, mesela yazın sıcaklığın altındasın, kışın soğukluğun altındasın, zor yani hayat...ilk geldiğim zaman çocuktum, hiçbirşey bildiğimiz yok...mecburen ezileceksin,

⁷³ Pınar Uyan-Semerci'nin (2008: 408) Eurostat ve TÜİK verilerine dayanarak aktardığı üzere, 2006 yılı verilerine göre Türkiye'de 25 yaş altı işsizlik oranı %18,7 ve 18-24 yaş aralığı eğitimi terk edenlerin kendi grubu içindeki payı %50'dir. Ayrıca TÜİK hanehalkı İşgücü Araştırmasına göre 15-24 yaş aralığı işgücüne katılım oranı 2000'de %42,5 iken 2006 yılında %38,9 dur. Ancak Türkiye'de bu yaş grubu gençlerin çalışma alanlarında kayıtdışı istihdamın geniş olduğu bilinmektedir. Yapılan araştırmalar ve istatistikler çocuk ve genç işçilerin kayıtdışı istihdamına ilişkin sorunları aktarmak konusunda oldukça yetersiz kalmaktadır (Uyan-Semerci, 2008:408).

yoksa olmuyor...ben beş senemi vermişim bu işe, mecburen artık bu işi yapmak zorundayım, artık böyle olacak. (Ertan, 19)

Bu işe devam etmeyi düşünüyorum, çünkü seviyorum zaten başka iş...başka iş olmuyor artık, en iyi iş bildiğin iş derler ya, yani buna devam ediyoruz. (Mustafa, 23)

Şimdi iş arıyor değilim yani istesem iş var. Şu anda biraz hastayım, istesem gider çalışırım... Cebimde param bitse, giderim bir iki günlük, üç günlük, harçlığımı çıkarırım...Boş kaldığım zaman esnaf hep diyor, boş kalınca gel diyor. Ayakkabıcıda tezgahtar olarak çalıştım üç ay, yetti zaten. (Ercüment, 17).

Semra para almadan çalıştığı kuaförlük işini, ileride bu işi öğrenerek kendi salonunu açmak istediği için yaptığını söylemiştir:

Çalışmayı çok isterdim. Buraya geliyorum, hoşuma gidiyor, önceden sürekli evde duruyordum. Kendi işimin olmasını çalışmayı isterdim. (Semra, 16).

Aksungur (2005: 96), kent yoksulu gençlerin çalışma koşullarını değerlendirme biçimlerine ilişkin olarak benzer sonuçlara ulaşmıştır. Aksungur'un görüştüğü gençlerden birisi çalışma yaşamında karşılaştığı güçlükleri ve bunun hayatlarına getirdiği yükü şöyle ifade etmiştir:

Birincisi işsizlik, şu an işsiz olduğum için değil, burada gençlerin en büyük sıkıntısı işsizlik. İkincisi de çalışınca insan yerine konmamak, eşek gibi çalışıp hakkını alamamak, sigortasız, güvencesiz çalışmak, üç gün sonrası görememek. Onun dışında bir sıkıntımız yok, tek sıkıntımız adam gibi bir işte çalışamamak. (22 yaşında, erkek, işsiz)

Ankara İskitler Endüstri ve Meslek Lisesi öğrencilerinin profini çıkarttığı çalışmasında Kayaalp (2005: 119-120), bu gençlerin dezavantajlı konumlarının özellikle çalışma deneyimleri ve şartlarından, ailelerinin içinde bulunduğu koşullardan, hayatın bir çok farklı alanlarında maruz kaldıkları şiddet biçimlerinden ve uyuşturucu madde kullanım gibi zararlı alışkanlıklarına olan yakınlıklarından kaynaklandığını belirtir ve “bu şartlar altında hayal kurmak çok zor” alıntısı ile bu gençlerin “beklentilerinin mevcut ancak hayallerinin kayıp olduğunu” söyler (aktaran Uyan-Semerci, 2008: 410).

Genç yoksulların okulu erken terk ederek çalışmaya başlamaları ve sahip olunan çalışma şartlarının olumsuzlukları, kendilerini diğer toplumsal katmanlardaki

gençlerden farklı ve bir ölçüde dışlanmış hissetmelerine de yol açmaktadır. Özellikle sahip olunan iş koşullarının bedenlerine yansıyış biçimleri gençlerin kendilerini yaşlılarından ayırmalarına neden olmaktadır. Aydın (2005:145) mobilya üreticilerinin toplandığı bölge olan Ankara Siteler’de özellikle genç işçilerin şehre gittiklerinde vücutlarındaki izler nedeniyle kendilerini farklı hissettiklerini, özellikle ellerdeki yaralanmaların ve izlerin işçi olmanın kanıtı olması nedeniyle bunlardan utanç duyulduğunu ve saklandığını dile getirir. Görüşmelere katılan gençlerden Korkut (20), genç yaşta çalışmaya başlamasının onu yaşlılarından nasıl ayırdığını şöyle anlatmıştır:

Zor işte çalışma hayatı, burada ortam yok, sosyal bir faaliyetimiz yok, hep çalışıyoruz, vücut yoruluyor. Sabah erken geliyoruz işe yani, çok yorucu bir iş...Çocukluğumuzu yaşayamadık, gençliğimizi, gezme tozma olmadı. Geldik sanayiye kör kör, gözümüz açılmadan askere gideceğiz. (Korkut, 20)

Atilla (17) çalıştığı için kendisini mahrum hissettiklerini anlatırken çalışıyor olmasının giyim-kuşamına yansiyarak kendisini ayırt ettiğine değinmiştir:

Mesela bizim bazı arkadaşlarımız okuduğu için onlara özeniyoruz, onlar geziyor, okul ortamını özlüyoruz, onlara özeniyoruz. Onların yanında ben de olmak isterdim yani... giyim-kuşama da sanayi de çalıştığımın fazla düşün değiliz, ne bulursak onu giyiyoruz, dert etmiyoruz diğerleri gibi... (Atilla, 17).

Öte yandan gençlerin yaşamları işgücü piyasasına dahil olamama süreciyle daha da zorlaşmaktadır. Ev içi ve ev dışı yaşam alanlarının kısıtlı olması, kendilerini geliştirebilecekleri, aile ve okul dışında sosyalleşebilecekleri çeşitli olanaklara sahip olmamaları ve maddi yoksunluklar gençlerin işsiz olmaları durumunda çok daha ağır yaşam koşulları üretmektedir. Hatta bazı durumlarda gençleri uyuşturucu madde satışı, hırsızlık, yankesicilik gibi yasadışı para kazanma yollarına da yöneltebilmektedir. Örneğin esrar bağımlısı olan Cemil, işsiz olduğu için uyuşturucudan kurtulamadığını, sıkıntıdan kullandığını söylemiştir:

Şurada var ya beşyüz tane delikanlı var boş geziyor, hepsi esrar içiyor, hap içiyor boş geziyor. İş yok. Hep boşluktan yapıyorlar bunları. İçki içen adam bile boşluktan içiyor...bak şuraya kaç

delikanlı var, bir tanesi çalışmıyor, akşama kadar oturuyor. İşi olsun kim istemez ki? Yeter ki düzenli bir iş olsun...sıkıntıya giriyorum, içmesem ne yapcam ki, otur boş boş otur. İşim olsa içmem neden içeyim ki? (Cemil, 26)

Burada üzerinde durulması gereken önemli bir nokta, çalışan yoksul gençlerin kendilerini üst sınıf gençlere bakarak “şansız” görmelerine karşılık, kendi çevrelerindeki gençlere göre “şanslı” görüyor olduklarıdır. Çalışmak zorunda olmayan gençlerin okula devam edebilmeleri, gönüllerince gezip tozmaları, paralarının olması bu gençler açısından imrenilecek özelliklerdir. Öte yandan kendilerinin hiçbir zaman bu koşullara sahip olamayacaklarını düşünmeleri nedeniyle, kendilerini kendi sınıflarından gençlerle karşılaştırarak daha avantajlı olduklarını düşünmektedirler. Çalışan yoksul gençlerin bu çelişkili konumları, onların üst sınıf gençlerin yaşam koşullarını değerlendirirken bir yandan onları şanslı görmelerine diğer taraftan ise onların yaşam olanaklarını anlayamamalarından kaynaklanan şekilde zengin gençlerin ileride düşebilecekleri olumsuz konumlara ilgi çekilmesinde de belirgindir. Zengin olduğu düşünülen gençlerin “baba parası yedikleri”, “babalarının paralarına güvendikleri” ama ileride meslek sahibi olmamalarından dolayı geleceklerinin belirsiz olduğuna değinilmiştir.

Bu nedenlerle genç yoksullar açısından bir işte çalışmak, koşulları ne kadar ağır olursa olsun, kendilerini yaşadıkları bölgedeki işsiz gençlerden ayırmalarını, kendilerine daha fazla güvenmelerini ve işleri aracılığıyla bir kimlik edinmelerini beraberinde getirmektedir. İşgücüne dahil olma, yoksul gençler açısından kendi bağımsızlıklarını elde edebilmelerine ek olarak özellikle kendilerini çevrelerindeki olumsuz alışkanlıklara sahip gruplardan uzak tutabilmeleri açısından önemsenmektedir.

Ezgi (20) ve Atilla (17) çalışmaktan duydukları mutluluğu şöyle ifade etmişlerdir:

Burada bir ortam var, saat 9'dan 16'ya kadar, 555 YTL, asgari ücretin biraz üstü. Yani benim için neden maddi değil, tamamıyla kendimi bunalımdan çıkartıp sosyalleşmek, çok iyi oldu, ilaç gibi geldi. (Ezgi, 20)

Çalışmak her şeyden iyi, ekmek parası kazanıyorsun sonuçta. Onları düşündükçe kendimle gurur duyuyorum yani. Eski hocalarımın yanına gidiyorum, ne yapıyorsun diyorlar, çalışıyorum diyorum. Beni çok takdir ediyorlar...Böyle daha iyi çalışmadığın zaman babandan para istersin, bir gün istersin, iki gün itersin, üçüncü gün utanırsın. Ama çalışıyorsun, hakkın olduğu için istersini hakkını istiyorsun yani, tutup da öyle şey değil, hakkın olanı alıyorsun. (Atilla, 17)

Görüşülen gençler, kendi eğitimsel niteliklerini ve istihdam piyasasının yapısal sorunlarını iş bulmaları önündeki en büyük engeller olarak tanımlamalarırken ayrıca yaşadıkları çevrenin “damgalanmış” olmasının yarattığı sorunlara da dikkat çekmişlerdir. Altındağ Kale Mahallesi'nde oturan Cemil (26) ve Halil (19), yaşadıkları çevreye ilişkin önyargıların iş bulmalarını zorlaştırdığını şöyle anlatmıştır:

Kimliğini getir, diplomanı getir, ikametgah getir. Burası Kale, ismi Kale. Adı çıkmış. (Cemil, 26)

Adam bilmiyor, tepki oluyor ister istemez. Adam hırsız mı, arsız mı ne bu adam belli değil (diye düşünüyorlar). İki üç kişi ismini çıkartmış buranın, herkesi suçluyorlar. Beş parmağın beşi bir değil ya. (Halil, 19)

Biz her yerde işimizi aradık zaten ama Yenidoğan-Çin'in çevresinde oturduğumuz için kimse iş imkanı sunmadı... Yenidoğan-Çin'in ismi Türkiye'nin her yerinde var. (Kemal, 19)

Aksungur'un görüştüğü gençlerden bazıları iş bulabilmeleri önündeki yaşanan çevreden kaynaklı sorunları şöyle ifade etmiştir (2005:97, 103):

Ben her türlü işi yaparım, elimden gelecek her işe başvuruyorum. Bazen sitelere bakıyorum, bazen Kızılay'da eleman alacak oluyorlar onlara bakıyorum. Bir mesleğimiz yok o yüzden her türlü işe bakıyoruz ama bizim bakacağımız işte malum, okumamışız, gecekondlu bebesiyiz, tip sakat, meslek yok... Bizim seçme şansımız yok. Biz o şansımızı Altındağ'da doğup, okumayarak, bir meslek öğrenmeyerek kaybetmişiz. (19 yaşında, erkek, işsiz)

Adam ilk önce soruyor nerelisin diye, Doğanstepe deyince zaten kafada bitiriyor seni. Ne bileyim tipine bakıyorlar kayık. Bir başka çocuk geliyor ertesi gün eli yüzü düzgün, onu gören gelir hesabı, bizim eşgal bozuk ya...gecekondlu bebesi, serseri hesabı iki gün çalıştırıyor sallıyor sonra. Neden adın çıkmış serseriye, hırsıza neden çünkü tek hatan gecekonduda oturmak. (19 yaşında, erkek, işsiz)

Eğitimsel nitelikleri düşük olan gençlerin düzenli çalışma saatlerine sahip, yüksek ücretli iş bulabilme olanaklarına sahip olmamaları veya uzun süre işsiz kalmaları, çoğu gencin ileride ancak kendi işletmesine sahip olma yoluyla

yoksulluktan kurtulabilecekleri düşüncesini onlara kazandırmıştır. Üniversiteye gidebilme ve meslek edinebilme şansına sahip olmadığını düşünen gençlerin çoğu kendi işyerini açabilme umudunu taşımaktadır. Ancak çoğu zaman bunun nasıl bir iş olabileceğini ya da gerekli sermayeyi nasıl elde edebileceklerini bilmemekte, kendi sahip oldukları becerileri paraya dönüştürebilmenin yollarını aramaktadırlar.

Kendi hayatımı kurmam için bazı şeyler olması lazım, işte ne bileyim kendi işimi yapmam lazım, ticaret yapmam lazım, düzgün bir gelirim olması için, düzgün bir hayat yaşamam için...mesela kendime bir pet-shop açmayı düşünüyorum veya ne bileyim pet-shop olmaz da aklıma yatacak bir iş olabilir. Söyle bir elimde nakit otuz milyar lira olsa, eğer kafamı kullanırsam o parayı işletirim. Mesela bizim memleketten davar alıp satabilirim...mesela güvercin alım-satımı. Eskiden yapıyordum...(Mehmet, 21)

Yoksul gençlerin sahip oldukları dezavantajlı konumlar, onları nerede nasıl iş aramaları gerektiği bilgisinden de yoksun bırakmaktadır. Bulunabilen işler genellikle çevrenin, akrabaların ya da ailelerin desteğiyle sağlanmaktadır.

İşgücüne katılım açısından kadınlar ile erkekler arasında çeşitli farklılıklar mevcuttur⁷⁴. Görüşmelere katılan genç kadınların arasında çalışmanın yapıldığı dönemde bir işte çalışarak para kazanan dört kişi vardır. Ancak araştırmanın yapıldığı dönemde okula devam etmeyen gençlerin önemli bir kısmı halen ücretsiz işlerde çalışan (staj eğitimi gibi) veya geçmiş dönemlerde kısa dönemli de olsa bir işte çalışmış kişilerdir. Genç kadınlar iş yaşamına katılmama veya işi bırakma gerekçelerinin kendi seçimleriyle ilgili olmadığını, kendileri dışındaki unsurlara atıfta bulunarak açıklamışlardır. Görüşülen genç kadınların tümü iş yaşamına katılmayı istediklerini ancak sahip olunan koşulların çoğu zaman çalışmayı zorlaştırdığını hatta imkansız hale getirdiğini belirtmişlerdir. Genel olarak genç kadınlar düşük eğitimlerinin yanı sıra, bulundukları çevrenin koşullarının, ailelerinden gelen baskının ve iş yaşamının güçlüğüne üzerinde durmuşlardır. Bu

⁷⁴ Türkiye’de kadın ve erkeklerin işgücüne katılım oranları tüm eğitim katmanlarında birbirinden oldukça farklıdır. Ancak alt eğitim düzeylerinde oranlardaki farklılık en fazladır (UNDP, 2008: 56).

genç kadınların eğitim seviyelerindeki düşüklük, onları hizmet sektöründe düşük ücretli işlere yönlentmektedir. Bulunulabilen iş imkanları genç kadınların genellikle ancak yol paralarına karşılık gelmekte ve çoğu zaman bu nedenle çalışmaları aileleri tarafından desteklenmemektedir. Geçirdiği kalp rahatsızlığı nedeniyle çalışmakta güçlükle çeken Leman (21) kendi iş deneyimini şu şekilde anlatmıştır:

Kızılay'da Kolejde çiçek yapıp satılan bir dükkanda iki ay çalıştım, sonra da çıktım. Maaşı güzel değildi 250 lira, bir de yol parasını ben veriyordum, o yüzden çıktım. Bir de sabah 7.30'dan akşam 7.30'a kadardı, annem genelde on iki saat ayaktaydık, yorulmamı istemiyordu. O yüzden çıktım... Bir işim olsun istiyorum, ama bulamadım kendime göre bir iş...Yapabileceğim, çalışabileceğim, masraflarımı karşılayabileceğim bir iş istiyorum ama karşıma böyle bir iş çıkmadığından kalıyor. (Leman, 21)

Bir dönem turizm sektöründe çalışan Ahu (21), bu sektördeki iş koşulları nedeniyle zorlandığını ve düşük profildeki bu tarz işleri kendisine gelecek vaat etmemesinden dolayı bıraktığını şöyle anlatmıştır:

Ben işin zorluklarını gördüm ve alt üst meselesi, ezen ezilen, bu ortamları gördüm ve turizm ortamı bir bayan için çok zor. Bir de bu yaştaki tempoyu ben on yıl sonra bulamayacağım, şimdi çok iyiyim. Bir insanın bir saatte yapacağı işi ben on dakikada yapıyorum. Ama on yıl sonra ben iki saatte yapacağım o işi, çok zor. Ben en fazla on beş yıl dayanabilirdim o sektöre, sonra işsizim. Turizmin bayana zor olması, erkeklere karşı, bir tabir var hani, dış geçirmek gerekiyor, onların üstünde bir baskı kurmanız gerekir ki sizi ezmesinler...Müşteriler de sizi çok eziyor. Gelen müşteriler genelde parasıyla ezmeye çalışan insanlar, bir de diliyle ezenler var, müşteriyle uğraşmak zor, memnun etmek çok zor...Baktım turizm bana hiçbirşey katmayacak, katacağı iki tane değişik yemek tarifi bıraktım... (Ahu, 21)

Genç kadınlar ailelerinin ve bulundukları sosyal çevrenin kadınların çalışmasını desteklememesi nedeniyle çalışmadıklarını da belirtmişlerdir.

Ben bekarken çalışıyordum, kreş öğretmeniydim, keşke yine çalışsam... Hiçbir uğraşısı olmayınca insan çok sıkılıyor, evde oturuyorum. (Aysel, 25)

Kendi paramı kendim kazanmak isterdim, elimde bir maddi imkanım olsun isterdim, o da olamadı. Nişanlım olduğu için, nişanlım izin vermez. Evlendikten sonra ne olur bilmem. Bir yonden de ailem çalıştığım zaman daha sıkı oluyor, işe gidiyorum mesela, beş dakika geç gelsem, niye geç kaldın, neredeydin... Burada kız kısmı evde oturur, erkek okulu bitirir, bir yerde çalışmaya başlar... (Tülay, 19)

Benim babam biraz şey, istemiyor çalışmamı, izin vermiyor. (Tuğçe, 18)

İşgücü piyasasına katılım önündeki engeller, genç kadınlar ve erkekler açısından farklı açılardan yorumlanmaktadır. Az eğitilmiş genç kadınlar, düşük vasıflı ve az

gelir getiren işlerde çalışmamayı kendileri için “normal” kabul edip, geleneksel toplumsal cinsiyet rollerini benimseyerek ev içinde kalmayı uygun görürken, erkekler açısından bu durum daha olumsuz sonuçlar yaratmaktadır. Genç kadınlardan aileleri, genellikle bir işte çalışıp aile bütçesine katkıda bulunmalarından daha çok ev içindeki işlerin yürütülmesini ya da bunlara yardım edilmesini talep etmektedirler. Görüşülen genç kadınlar arasında çalışanlar ve çalışmayı isteyenler, çalışarak kazanacakları parayı en çok kendi masrafları ve kendi ihtiyaçları için kullanacaklarını belirtmişlerdir. Yoksul kadınların çalışarak kazandıkları parayı kendi gereksinimleri için harcama talepleri, onların tüketimlerinde kendilerini düşünmelerinin değil, genellikle kadınların gereksinimlerinin hane içinde önemslenmemesinin sonucudur. Funda Şenol-Cantek’in belirttiği gibi, yoksul kadınlar giyim-kuşam, seyahat, kültürel/sosyal faaliyetleri gibi ihtiyaçlarını, hanenin harcama kalıpları içine sokmakta zorluk çekmektedirler (2001: 118). Yoksul kadınların hane içinde değersiz ve gereksiz olarak görünen ve karşılanmayan tüketim talepleri, kadınların yoksulluktan dolayı çekilen sıkıntılarını arttırmaktadır. Kendi bireysel gereksinimlerinin hane bütçesine getireceği yükten dolayı talepte bulunmaktan çekinen genç kadınlar, bir işte ücretli olarak çalışarak kazanacakları parayı bu amaç doğrultusunda kullanabileceklerini düşünmektedirler. Erkekler ise çalışarak kazandıkları parayı daha çok aile bütçesine katkı bağlamında değerlendirmektedirler. Burada belirleyici olan toplumsal cinsiyet rolleri, erkeklerin kendilerini çalışmamaları durumunda “işe yaramaz”, “değersiz” hissetmelerine neden olmaktadır. UNDP’nin Türkiye’deki Gençlik Konulu raporunda da kadınlar ve erkekler arasındaki bu farklılığa değinilmiştir (2008: 67). Raporda işsiz kalmak genç erkekler için “yetersiz, yarım, eksik kalmış adam” anlamına geldiği belirtilmiştir.

Aynı durumdaki kadınlar içinse, kadınların eğitim düzeylerindeki farklılıklarla biçimlenen değişik değerlendirmeler mevcuttur. Az eğitilmiş kadınlar çalışmayı veya ücretli bir işi yalnızca para kazanma aracı olarak görürken daha iyi eğitim alan kadınlar bir işte çalışmayı bağımsızlıkları ile ilişkilendirerek yorumlamışlardır (UNDP, 2008: 67).

Görüşmelere katılan genç erkekler, ileride daha iyi maddi koşullara ulaşılabilmesi durumunda eşlerinin çalışmasını istemediklerini dile getirirken, kadınların çalıştıkları işlerin yorucu ve ağır olmasından bahsetmişlerdir. Görüşülen gençler açısından kadınların işgücüne katılımının en önemli gerekçesi “geçim derdi”dir. Bazı gençler, maddi durumlarını düzeltmezlerse evlenmek istemeyeceklerini ve böylece eşlerinin çalışmasına “göz yummak” zorunda kalmayacaklarını da belirtmişlerdir. Örneğin Haldun (26) nişanlısının çalışma gerekçesini maddi imkansızlıklara bağlayarak şöyle anlatmıştır:

Paran yoksa bittin. İşsizlik çok, bir düşünsene iş bulamıyorsun, çocuğun aç bekliyor. Ne yapacan mecbur çalışacaksın ya. Mecbur bir yere zarar vereceksin. Örneğin ben bu işten çıktım. Evlendim de... Ben çocuğumu ve eşimi göz göre göre açlığa mı bırakacağım? Ama maddi durumum iyi olsa eşimin çalışmasını istemezdim, niye benim eşim başkasının ağız kokusunu çeksın? Benim evimde yemeğimi yapsın, çocuğuma baksın o bana yeter. (Haldun, 26)

Ben eşimin çalışmasını istemem, onun ezilmesini istemem, dışarıda çalışmasını istemem, seviyorsam kıyamam diyebilirim, o yüzden ben kendime bir ev bir iş kurana kadar kimse beni evlendiremez.(Mehmet, 21)

Özellikle eğitimlerine devam etmemiş yoksul gençlerin çalışabileceklerini düşündükleri işler düşük profilli ve fiziksel gücün kullanımına dayalı, rutin ve düşük ücretli işler olduğu için, kadınların bu iş koşulları altında “ezileceği” düşüncesi yaygındır. Ancak bundan daha önemlisi görüşülen genç erkeklerin, kadınların ev çevresinden uzaklaşmalarından duydukları rahatsızlığı bunu bir iyi niyet, sahiplenme ve koruma söylemi inşa ederek yapıyor olmalarıdır. Şenol-Cantek’in belirttiği gibi, kadını korumaya yönelik bu söylem erkeklerin kadınlara bir armağanı veya

sağladıkları bir ayrıcalık gibi sunulmakta ancak yaratılan bu güvenlik hissi aynı zamanda kadını akıp giden hayatın renkleri ve coşkusundan mahrum etmektedir (2001: 121).

G.Demet Lüküslü ve Kezban Çelik eğitimlerine devam etmeyen, ücretli iş katılımı olmayan, ailesiyle birlikte yaşayan, evlilik deneyimi hiç yaşamamış ve yaşları 15-25 aralığında olan kadınları “ev kızı” olarak tanımlayarak, ev kızlarının kamusal alandaki görünmezlikleri üzerine bir çalışma gerçekleştirmişlerdir (2008: 102). Ankara’nın Altındağ ilçesinde ve İstanbul’un Kayışdağı semtinde gerçekleştirilen bu araştırma çerçevesinde gerçekleştirilen otuz görüşme sonucunda, ev kızlarının kendilerini “sınırlandırılmış olarak hissettikleri, özgürlüklerinin kısıtlı olduğu, ailelerinin ve toplumun ev kızlarına saygı duymadığını hissettiklerini, çalışan, okuyan kadınlara hatta annelerine kıyasla daha dezavantajlı durumda olduklarını ve de bütün gün rutin bir şekilde evde olma hissiyatının kendilerini ‘işe yaramaz’ olarak değerlendirmelerine neden olduğunu, evde oturmanın iç sıkıntısından sıklıkla bahsettikleri” gözlemlenmiştir (Lüküslü ve Çelik, 2008: 108). Görüşmelere katılanlar arasında da Lüküslü ve Çelik’in “ev kızı” tanımlamasına uyan genç kadınlar bulunmaktadır. Bu gençlerin kendi yaşamlarına ilişkin anlatıları, yazarların bulgularıyla benzerlik taşımaktadır. Örneğin Müge (18) ile Melda (17) okula devam etmedikleri ve çalışmadıkları için yaşamlarının ne kadar sınırlandırılmış olduğunu ayrıca ailelerinin onlardan beklentilerinin, onlara yeterince güvenmemelerinin kendilerini nasıl bunalıttığını şöyle anlatmışlardır:

Evde duramıyoruz, birbirimize gidip geliyoruz, bir yere gitsek laf oluyor. Neye gidiyorsun her gün her gün, evde dursak olmuyor. Zaten evde ev işi, insan sıkılıyor artık bunalıyor. Yüzümde sivilceler çıktı sıkıntıdan, patlıyoruz evde, birbirimize gidip geliyoruz anca yani... Ev işi, yemek, el işi, başka hiçbir şey, onların (ailelerin) gözünde bir numara o zaten... Her şeyi eline al, ev işini tam yap, yemek bil, el işini yap, tamam, ondan sonra evlenebilirsin. Kızlara öyle rol biçiyorlar...

Soru: Yaşamın nasıl olsun isterdin peki?

Başta ailemin çok anlayışlı olmasını isterdim. Sonuçta bir arkadaşım, mesela bir izin istesem vermiyorlar, bazen izinsiz gidiyorum çünkü niye; sonuçta arkadaşımın ailesi de çok iyi insan,

tanımasam zaten gitmem. İnsan arkadaşlarına imreniyor. Bazı arkadaşlarımız var, istediği yerlere gidiyorlar, istediği zaman izin alıp gidebiliyorlar ama benimkiler hiç izin vermiyorlar... Bizim komşular bile bizim, bu niye gidiyor diyorlar yani, sanki kötü bir şey mi yapıyorum, arkadaşlarıma gidiyorum sonuçta, ben kendimi bildikten sonra... Şimdi gelirken bile arkadaşla konuştuk, keşke liseye gitseydik beraber, ne kadar güzel olurdu diye... Şimdi dizi bile izlemeye vakit bulamıyorum akşamları. Annem geliyor dörtte falan, yemek yapalım, beş altıya kadar, altıdan sonra babam geliyor, sofrayı hazırla, kaldır, bulaşıklar hep benim zaten, annem ablam hiç yıkamaz. Çay demle, onları yapana kadar... Onun için kumanda bana gelip de şunu izleyeyim falan olmuyor. (Müge, 18)

Yeri geliyor arkadaşımıza gidip gelmemiz bile laf oluyor yani, ne çok geziyorsunuz, dışarı çıkıyorsunuz, o bile laf oluyor.

Soru: Rahat bir yaşamın olsa nerelere gitmek isterdin?

İnsan ne istemez ki? Mesela insan rahatça sevgilisiyle gezmek ister, dolaşmak ister. Hiçbir şey olmuyor, sadece evde otur, başka bir şey yok... Televizyonda Serap Ezgü falan var, kız kaçmış, kaçırılmış, aileler onlardan çok etkileniyor. Benim evde dedem, babaannem onları izliyor, çok etkileniyor. Bir gün sizi de kaçırlırlarsa, birisinin aklına uyarmanız... İnsan şöyle, eve kapattıkça daha çok dışarı çıkmak istiyor. Gözü dışarıda oluyor yani... İçimizde kalıyor yani, tabii ister insan, gider yani, kafeye gitmek ister, arkadaşlarıyla bir gün Kızılay'a, şuraya, buraya... (Melda, 17)

Müge kendisinden iki yaş büyük olan ablasının çalışıyor olmasından dolayı kendisi gibi ailesinin baskılarına maruz kalmadığını düşünmektedir:

Ablam çok rahat hareket ediyor. İşe gidiyorum diye çıktığı zamanlar, iş rahat olduğu için istediği zaman çıkıyor işten, istediği zaman istediği yeri geziyor, ediyor. Ben gidince laf oluyor, sen niye gidiyorsun, sen her gün geziyorsun... Ailemle tartışmalarımızda, hep ablamı iddia ederim çünkü ablam her istediğini alır, çalışıyor sonuçta... Bir gardırobu vardır, benimkinde üç kişinin kıyafeti, onunkinde bir tane, kendisinin... Bir de ablam şöyle, istediği yere gider. Yemeğe gideceğiz der, arkadaşlarıyla buluşmaya gider mesela, gider tiyatroya falan, gider ama hiçbir şey olmaz. (Müge, 18)

Lüküslü ve Çelik (2008: 110), ev kızlarının çalışan kadınları kendilerine göre daha “özgüvenli” bulduklarını ve toplumda daha “saygın” konumda olduklarını düşündüklerini belirtmişlerdir. Yazarlara göre kadına ekonomik güç kazandıran, çok ağır şartlarda olmayan, bir şeyler öğrenilebilecek, kadını evden dışarıya çıkartacak işler her genç kızın rüyasıdır (Lüküslü ve Çelik, 2008: 110). Ancak bu genç kadınların eğitim seviyelerindeki düşüklük, istedikleri nitelikte işler bulmalarını güçleştirmektedir. Bu durumda belediyelerin ya da çeşitli merkezlerin düzenledikleri beceri kursları, genç kadınlar tarafından hem ileride bir iş imkanı yaratabilme potansiyeli açısından hem de evden dışarıya çıkmayı sağlaması açısından tercih edilmektedir. Örneğin Gonca (16) okuldan ayrıldıktan sonra kendisini çok “değersiz”

hissettiğini ancak meslek edindirme kurslarına devam ederek yaşamının az da olsa değiştiğini anlatmıştır. Semra (16) bu kurslara devam etmenin hayatının monotonluğunu bir ölçüde kırdığını ifade etmiştir:

Şu an boş geliyor hayat bana. Psikolojim iyice bozulmuştu, artık yaşamamın bir anlamı kalmadı diyordum. Okul bitti, benim hayatım bitti yani. Gonca, hiçbir şeyin yok senin, bir önemin yok, değersizsin falan diye böyle... Bu kursa gelmeden önce (belediyenin meslek edindirme kursunu kastederek) evden dışarıya adımımı atmıyordum. Evde bir kanepe var, tek kişilik, televizyonun yanında oraya oturuyordum. Annem, babam mesela bir yere gidiyorlar, dayımlara gidiyorlar, gel Gonca çıkalım diyorlar... Sırf beni evden çıkartabilmek için gel gezmeye gidelim, şöyle böyle, kesinlikle çıkamıyorum evden. Televizyona bakılır mı? Televizyona bakmak için bakıyordum. Öyle çok şeydim, kurs birazcık şey yaptı. Eğer kurs olmasaydı, yani, şu affı duydum (liseden ayrılan veya kaydı silinen öğrencilere yönelik affı kastederek), o kadar ümit bağladım ki eğer af da çıkmazsa o zaman yine halim harap diyorum. (Gonca, 16)

Ben haftanın üç günü buraya geliyorum (belediyenin meslek edindirme kursunu kastederek), eve gidince ağabeylerim işten gelecek oluyor, yemek hazırlama telaşı oluyor, anneme yardım ediyorum, yemek hazırlıyorum, bazen internete takılıyorum, akşam oluyor, ağabeylerim geliyor, babam geliyor, onlarla beraber oturuyoruz, televizyon izliyoruz, sohbet ediyoruz falan... Hayatım biraz monoton.

Soru: Farklı olarak ne yapmak isterdin mesela?

Çalışmak isterdim. Buraya geliyorum hoşuma gidiyor, önceleri hep evde duruyordum. Kendi işimin olmasını çalışmayı isterdim. (Semra, 16)

Leman (21) yalnızca belediyenin gençlik merkezindeki kurslara katılmak ve buranın kütüphanesinden kitap almak için evden dışarı çıktığını anlatmıştır. Aynı şekilde Tuğçe (18) ve Aysel (25) bu merkezlerin kendilerini geliştirmeleri için imkan yarattığını ve sıkıntılarını giderdiğinden bahsetmişlerdir:

Eskiden burası böyle değildi, şimdi bir sürü kurs açıldı mesela bilgisayar, diksiyon, güzel konuşabilme dersi... Buraya gelen herkes kendisini geliştirmek istiyor... Burası olmadan hep evde otururduk. (Tuğçe, 18)

Buradaki spor iyi oldu, geçen sene de geldik, haftada iki gün bile olsa...Buraya geldiğim zaman biraz sıkıntım geçiyor. (Aysel, 25)

Üç yıldır buraya geliyorum, el sanatlarından mezun oldum. Günlük iki saatlik ders aldım oradan. Ben de el sanatı dersi verebilirim artık. Ben aslında dışarı çıkmıyorum. Sırf buraya geldiğim için çıkıyorum. Evdeyim sürekli oturuyorum. Evde ne yapıyorum, anneme yardım ediyorum, ev işi falan yapıyorum. Bazen boş kaldığımda kitap okuyorum. Kardeşime bakıyorum. Buradan kitap alıyorum, buradaki hoca bize kitap veriyor. Ben o kitabı iki günde bitirip tekrar alıyorum. (Leman, 21)

Lüküslü ve Çelik (2008: 117), farklı ev kızlığı tanımlamaları ve durumları olmasına rağmen bu genç kadınların hiçbirinin yaşadığı hayattan memnun olmadığını ve diğer gençlere göre çok daha dezavantajlı durumda olduklarını, gençliklerini

yaşayamamaktan şikayet ettiklerini ve çıkış yolları aramaya çalıştıklarını belirtirler. Ancak bu çıkış yolunun bulunması ve ataerkil sistemin alt edilmesi hiç de kolay olmamaktadır.

Genel olarak kent yoksulu gençlerin işgücü piyasasıyla ilişkileri, onların yoksulluktan çıkabilecekleri kaynakları azaltmakta ve sosyal dışlanmaya neden olmaktadır. Emek piyasasının dışında kalmak, ekonomik olarak kısıtlayıcı ve riskli yaşam şartları ile bireyleri daha fazla yüzleştirmektedir. Bu durum onları daha fazla risk altında bırakmakta gerek ekonomik gerekse sosyal açıdan sahip oldukları dezavantajlı konumlarını pekiştirmektedir. Çalışılan işlerin ise çoğu zaman geçici işler olması ve uzun vadeli ilerleme imkanı tanımaması riski azaltmamaktadır.

3. Yaşanılan Fiziksel ve Sosyal Çevre

Kent yoksulu ailelerin ekonomik kısıtlılıkları şehir merkezleri dışında kalan, çoğu durumda sınırlı sosyal imkanlara ve altyapı olanaklarına sahip, çoğunlukla hala gecekondü alanları olan bölgelerde yaşamaları sonucunu yaratmıştır. Çeşitli kentsel olanaklardan yoksun olan bu bölgelerin şehir merkezine olan uzaklıkları çeşitli ulaşım, şehir merkezindeki faaliyetlere katılamama ve gettolaşan barınma sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Bu bölgelerde kamusal hizmetler de çoğunlukla (okul, sağlık hizmetleri, güvenlik destek hizmetleri vb.) istenilen düzeyde değildir. Yoksulların yaşadığı bu alanlar çoğu zaman yasadışı faaliyetlerinde merkezi durumuna gelmiştir. Uyuşturucu madde satışının ve kullanımının yaygın ve suç oranlarının yüksek olduğu bölgelerde gençler, bu tarz olumsuz davranış biçimleriyle erken yaşta tanışabilmekte, aileleri onları koruyabilmek için ve bunlardan uzak tutabilmek için ekstra önlemler almak zorunda kalmaktadır. Bulunulan çevredeki kötü alışkanlıklar ve suça eğilimin yüksek olması ayrıca eğitim düzeyinin düşüklüğü,

görüşülen gençler açısından yaşadıkları çevrenin en olumsuz özellikleri olarak betimlenmiştir. Bu nedenler onların yaşadıkları bölgeleri beğenmemelerinin ve orada yaşamak istememelerinin en önemli gerekçeleri olarak sunulmuştur.

Buraya baktığın zaman, Ankara Kalesi dediğin zaman, bir esrar, iki bali, üç kabadayılık, dört serseri, psikopat. Şuradaki adamlar kollarını açsın, kesik olmayan insan yok, benim bile kollarım, şuralarım kesik. Burada özentisi çok abla. Hep abi denilen insanlar özeniyoruz biz. Niye? Burada kültürlü, seviyeli insanları ideal almamışlar. Burada hep serserilik gelmiş, çakallık gelmiş, burada anca öyle. Burada temiz olan insan çok az. Şöyle baktığın zaman, serserilik istemeyen insan çok az. Mesela yüzde 90'ı serserilik ister. Böyle görmüştür. (Halil, 19)

Sevmiyorum bir kere buranın insanlarını. Hepsi kabadayı. Aslında, oturup konuşarak çözülebilecek sorunlar var. Buranın insanları, kadını bohçaya gönderir, kendisi kahvede oturur veya çocuğa bakar. Bence bu hayat değil. (Atakan, 18)

Buranın ulaşımı çok zor. Mesela 7.30 da durağa çıkıyorum, 8.30 da biniyorum. Bir saatte falan, ayakta gidiyorsun zaten. Ayakta gitmeyi geçtim, binmen çok zor. Ulaşım çok problemlidir, şehir merkezine çok uzak bir yer burası. Yaşanacak yer değil. (Ruken, 20)

Hem havası, yani her yer sobalı olduğu için havasından dolayı bir de insanlar burada nasıl desem, mesela bir Batıkent'teki gibi değil burası, ya da Keçiören. Hırsızlık olayları oluyor...Yoksul olduğu için insanlar böyle aç oluyorlar. (Tuğçe, 18)

Bu çevredeki insanlar gecekonduya doğmuş, büyümüş, genellikle hep gün yüzü görmemiş insanlar diyelim. Böyle her şeyi eski tabirden uyguluyorlar. (Sertaç, 18)

Kayseri'nin bir köyünden evlenerek Ankara Altındağ'a gelen Elif, bulunduğu çevreyi köy yaşantısına kıyasla şöyle anlatıyor:

Ben de şehir deyince, hayal ettiğim bir ortam zannettim, farklı beklentilerle geldim, gelince de çok şaşırdım. Bana biraz da öyle aksettirdiler, görmeyince falan biraz süslemişler galiba. Gelince de fark ettim. Ne köy ne şehir. Hani baktım köy gibi de değil, köydeki gibi rahat değilim, şehir gibi de değil. Özgür değilim. Dışarı pek açılmadım da... (Elif, 21)

Kent yoksulu gençlerin yaşadıkları dezavantajlı bölgelerde uyuşturucu madde satışının yaygın ve suç oranının yüksek olması, bu gençlerin bu türden faaliyetlere yakın olmaları sonucunu doğurmaktadır. Kent yoksulu gençler, diğer toplumsal katmanlardan gençlerin yaşamları için bu denli yakın bir tehdit oluşturmayan bu türden faaliyetlerden kendilerini uzak tutabilmenin yollarını aramaktadırlar. Eğitimin yarıda kesilmesi, çalışılmaması, ailelerinin onlara sahip çıkmaması veya askere

gidilmemesi durumunda kendilerinin bu eğilimlere kapılabileceklerinden endişe duymaktadırlar⁷⁵.

Okumazsam bu çevrede ben de bir sürtük olur çıkabilirim. Tabii biraz insana da bağlı, istemezsen uzak durabilirsin... (Umut, 15)

Askerliği bekliyorum bir an önce gitsem, burada gezdiğin zaman sürekli tehlike. Ben 5-6 ay ceza aldım uyuşturucudan, benim suçum olmadan, suçsuz yere gittim Ulucanlar'ı gördüm. Ben cezaevine boş yere girdim, hayatım değişti öyle söyleyeyim yani. Ondan sonra üç dört kere daha girdim cezaevine... Şimdi Allah'a şükür hiçbir şeyle uğraşmıyorum, yapmıyorum. Askerliği bekliyorum... Başımı derde sokmadan bir gitsem diye bakıyorum... (Örsan, 20)

Neymiş yani, merak ediyor insan, birkaç sefer denedim. Ama baktım bana göre değil, ne bileyim çok daha şey oluyor, rahatsız edici, alışmamıştım. Ondan sonra da ne oluyor, senin gözünün önünde işte ne bileyim 200 metre 300 metre ileride satılıyor... (Mehmet, 21)

Bu bölgelerde yaşayan gençlerin devletin güvenlik birimlerine duydukları güven de sınırlıdır. Polisin suç oranı yüksek bölgelerde çoğu zaman elinin kolunun bağlı kaldığından veya sorunlara müdahale etmek istemediklerinden bahsedilmektedir.

Burada kavga olduğu zaman, polis geldiği zaman polis de korkuyor bize zarar gelir diye... (Onur, 16)

Polis burada anca devriye gezer. Yaptıkları bir şey yok, devlet devlet mi güvenelim? Burada herkes kendisine güvenir. Burada polise güvenilmez. (Halil, 19)

Polis çeviriyor, lan diyor, bu nedir? Diğer insanlara böyle yaklaşmıyor. Biz de ona ne kimliği lan diyoruz, böyle kimlik istenmez, böyle soru sorulmaz. Vatandaşa aynı davranması gerekmiyor mu? (Kemal, 19)

Görüşmeye katılan gençlerin çoğu yaşadıkları bölgelerin suçla ve şiddetle anılmasından duydukları rahatsızlığı ifade etmekte ancak bunun yaşanılan çevrenin bir gerçekliği olduğunu da düşünülmektedir. Kentin bazı yoksul bölgelerinin (Altındağ İlçesinin Yenidoğan, Çinçin, Kale gibi semtleri) “damgalanmış” olması⁷⁶,

⁷⁵ Eylem Ümit, çocuk suçluluğunun farklı boyutlarını analiz ettiği çalışmasındaki bulguları, kentte suça karışmış çocuk ya da gençlerin çoğunlukla okulu erken terk eden ya da eğitim seviyesi düşük kişilerden oluştuğu (2007: 225), ailelerinde ve akrabalarında daha önce ceza evi deneyimi olan kişilerin yoğun olarak bulunduğunu (189), arkadaşlarının da daha önce suça karışmış kişilerden oluştuğunu (185) ve madde kullanımının yüksek olduğunu (154) göstermektedir. Dolayısıyla gençlerin belirttikleri bu endişelerinin, çevrelerinde suça karışmış gençler üzerindeki gözlemlerinin sonucu olduğu belirtilebilir.

⁷⁶ Sanal bir sözlükte bu semtler için yazılanlar, bu bölgelerin kamuoyu tarafından nasıl görüldüğüne dair fikir verebilir: Kale için “Türkiye’nin en ünlü gecekondu semtlerinden”; Çinçin için Ankara’nın Kasımpaşa’sı olarak bilinen serseri tayfasının cirit attığı mahalle”, “Ankara’da uğramak istemeyeceğimiz bir semt”, “polis giremez, kimse olan bitene karışamaz, orada yaşayanlara yan

burada yaşayan gençlerin kendilerini sosyal ve ekonomik hayattan önemli ölçüde dışlanmış hissetmelerine neden olmaktadır. Gençler yaşadıkları bölgelerin “damgalı” olmasının, kendilerinin ve diğer birçok gencin toplum tarafından hak etmedikleri şekilde yargılanmalarına yol açtığını vurgulamışlardır. Gençlere göre yaşadıkları bölgelerdeki “temiz” ve “düzgün” insanlar bu süreçten olumsuz şekilde etkilenmektedirler. Örneğin Atakan (18) görüşme sonunda kendisinin çok kibar bir genç olduğunun ifade edilmesi üzerine şunları söylemiştir:

Burada benim gibi insanlar da var ama. Mesela bugün 1 milyar parayı unutun gidin, ertesi gün size o parayı getirecek olanlar var. Diyorum ya beş kişinin adı çıkınca, böyle işte... (Atakan, 18)

Atakan ile Kale’de kahvehanede yapılan görüşmeyi dinleyen bir genç yaşadığı bölgenin damgalanmış olmasının kendisine yansıtılmasından duyduğu rahatsızlığı şu şekilde anlatmıştır:

Ben güvenlik görevlisiyim...bakanlığında. Evraktaki arkadaşlarla 51 oynamaya gittik. Üst üste üç el çift joker geldi, yenildi, sonra bana ne dedi biliyor musun? “Kale’de oturuyor ya çalmıştır” dedi... Ben yedi yıldır oradayım. Beni orada işten alsalar, bütün kurum imza toplar geri dönsün diye, anahtarlarını emanet ederler. Öyle bir şeyim var yani. Adam bana kalktı, onu söyledi ya...

Ankara’nın özellikle Altındağ İlçesinin Çiçin Bağları⁷⁷, Yenidoğan, Doğanstepe ve Kale bölgeleri “polis bile giremediği”, “kumarın, uyuşturucunun, gaspın kol gezdiği”, “girilemeyen”, “sakıncalı”, “uğranılmak istenmeyecek” olarak

gözle bakılamaz. Psikopatlıklar, içki içerler, kumar oynarlar. Ceplerinde en kötü kelebek bulundurlar ve her şeye olay çıkartırlar”, “güvenlik açısından Kuzey Irak’la yarışacak bölge”, “polis bile giremediği mahalle olması nedeniyle duvarlarında ‘Çiçin Seddi’ yazdığı rivayet edilir”, “güvensizlik veren bir yer, bunun sebebi ise etrafınızda kıtır kıtır adam doğramalarından ziyade orayı sahiplenişleridir”; Yenidoğan için “Ankara’nın Harlem’i”, “8-10 yaşında çocukların saklambaç, evcilik yerine, torbacılık, gaspçılık oynadıkları Ankara mahallesi” gibi ifadeler kullanılmıştır (www.eksisozluk.com.tr).

⁷⁷ Çiçin Bağları’nın “girilemez” bir bölge olarak kabul edilmesi, yakın bir dönemde Google tarafından yayınlanmaya başlanmış olan dijital Türkiye şehirler haritasını hazırlayan ekibin mahalleye girmesine izin verilmediği haberleriyle tescillenmiştir. Ekip yöneticilerinden biri Çiçin’de yaşadıklarını şu şekilde anlatmıştır: “Ankara’da saha çalışması yaparken ekiplerimiz oraya da gitti. Kalaşnikoflu biri, ekip otomuzu durdurup silah doğrulttu. ‘Geri dönün’ dediler. Üzerinde önemli noktalar olmasa da buradaki sokaklar haritamıza giremedi.” Dijital haritayı hazırlayan ekibin üzerinde çalıştıkları toplam 30 ilde giremedikleri tek mahallenin Çiçin olduğu belirtilmiştir (Zaman Gazetesi, 2007).

nitelendirilerek damgalanmış olması⁷⁸, bu bölgelerdeki yoksulluğun ve işsizliğin nedenleri üzerine düşünülmesini engellerken, bu bölgede yaşayan insanların “yoksulluğu hak ettikleri” algısını da güçlendirmektedir. Bu bölgelerin damgalanmasına da katkıda bulunan “buradaki insanların iş bulamadıkları için değil çalışmak istemedikleri için çalışmadıkları”, “hırsızlığı birer meslek olarak benimsedikleri”, “bu şekilde yaşamayı rahat buldukları” düşünceleri, bu çevrelerde yaşayan gençler tarafından da paylaşılan düşüncelerdir.

Kimileri işte zevk için yapıyor. Bazıları da parayı buluyor zevk için gidip yapıyor hırsızlığı, yani bir meslek gibi olmuş hırsızlık. (Örsan, 20)

Semt olarak Altındağ ya da Çiğin dediğiniz zaman herkes aaaaa! Diyor. Genelde böyle bu. Bilen insanlar yadırgıyor.

Soru: Neyi yadırgıyorlar?

Kötü bir yer olduğu için yadırgıyorlar. Öyle bir imajı var. Altındağ bölgesinin suç oranı yüksek. Mesela yılbaşından önce bir program olmuştu, biz gösteri için cezaevine gitmiştik. Orada baktım tanıdığım çok çocuk vardı. Yani yatanların %50’si Altındağ bölgesindendi.

Soru: Sence bunun nedeni nedir?

Bilmiyorum. Kendilerini geliştirmemişler. Öyle diyebilirim ya da istekli değiller. Öyle olmaya meyilliler yani. Çünkü baktığınızda küçük büyüktü ne görüyorsa onu yapıyor. Çocuk on yaşında her şeyi biliyor. Çevre etkiliyor tabii ki ama iyi insanlar da çıkıyor. O imajın biraz doğru tarafı da var tabii ki. Bizden değil de çevreden kaynaklı. Ben on yaşında futbola başladım ve o yönden kendimi geliştirdim. Eğer ben de futbol oynamasaydım eminim şimdi kötü bir insan olurum. (Eray, 22)

Herkes ister düzenli bir iş, ek gelir. Zaten paranın sıcaklığını, paranın tadını alsın bir insan işten çıkmak istemez. Buradaki insan para kazanmaya gerçekten çok hevesli, yarısı hevesli, ama yarısı ne yapar biliyor musun, üç gün beş gün çalışır, cebine koyar, ondan sonra işten çıkar... (görüşülen gençlerin düzenli bir iş istediklerinin hatırlatılması üzerine) Sorsan çalışırım der ama çalışmaz... Burada herkes laf kalabalığını sever. Her şey lafta. Lafa gelince mangalda kül bırakmayan insanlar buradakiler. İş icraata dökülsün, yarı yolda satarlar adamı...Lafa gelince herkes çalışırım diyor, işin zorluğunu görsünler, hemen işten çıkarlar...(Halil, 19)

Seçil (19) yaşadığı bölgenin “mimlenmiş” olduğunu söyleyerek bazı insanların oturduğu bu bölgenin adını vermemesini ya da yanlış söylemesini böyle gerekçelendirmiştir. Seçil’e göre yoksullukla ilişkilendirilen bölgelerden “adam çıkmadığına” inanılmaktadır.

Çevre çok önemli, insan geriye gidiyor...Ben kimsenin kimsenin hayatına karışmadığı, özgür olabileceğim, bu kız çok geziyo, kötü ayak denmeyecek bir yerde oturmak istiyorum... Ben söylüyorum Tuzluca’yı’da oturduğumu, ben de eziklik yok, ama gocunanlar var, ‘nerede

⁷⁸ Buradaki ifadeler sanal bir sözlük olan Ekşi Sözlük’ten alınmıştır.

oturuyorsunuz' ıııı Dikimevi diyenler var buraya, söylemek istemiyorlar... Burası mimlenmiş, çok eskiden mimlenmiş, buradan adam mı çıkar diye, biraz karışık burası işte..." (Seçil, 19).

Eylem Ümit çocuk suçluluğu üzerine yaptığı araştırmasında, çocuk suçluluğunu “ortaya çıkaran, çevreleyen ve biçimlendiren toplumsal koşulları” incelemiştir (2007: 137-238)⁷⁹. Ümit’in suça karışan çocuklarla gerçekleştirdiği alan araştırmasında, çocukların yaşadıkları çevredeki yoksulluk koşullarına dikkat çektikleri gözlenmiştir (2007: 210-245). Görüşme yapılan çocukların yaşadıkları yerleri “kamu hizmetlerinden düşük ölçüde yararlanan ‘düşük konumlu’ mekan” olarak tanımlayan Ümit’e göre kamu hizmetlerinin kısıtlı olduğu bu mekanlar çocukların “sosyal dışlanmayı fark ettikleri ilk bağlam” olarak değerlendirilebilir (2007: 138,139). Ümit’in bulgularına göre suça karışmış çocuklar yaşadıkları mekanların fiziksel olanaksızlıklarından daha çok toplumsal boyutlarına dikkat çekmişlerdir (2007: 285). Ümit’e göre çocuklar yaşadıkları çevreyi belirleyen özellikleri “elektrik ve su parası ödememeye ilişkin pratiklerden yaygın ve kanıksanmış uyuşturucu kullanımına, derin ve yaygın yoksulluktan, yoğun kriminal faaliyetlere varana kadar” çeşitlendirirken esas olarak “mekanla imtihan’da başarısız olmalarında rol oynayan mekan tarafından belirlenen yaşam şanslarını” gözler önüne sermektedirler (2007: 285).

Ümit’in görüştüğü suça karışmış çocuklar da yaşadıkları bölgelerin “damgalanmış” olduğunun altını çizmişlerdir. Çocukların yaşadıkları mekânlar için sık sık “polis bile giremediği yer” tanımlamasını yapmaları anlatılarda şöyle dile getirilmiştir (2007: 195):

⁷⁹ Eylem Ümit çalışmasının alan araştırmasını yaşları 12-18 arasında değişen toplam 148 çocuğa 50 açık ve kapalı sorulardan oluşan görüşmelerle gerçekleştirmiştir (2007: 108). Araştırma sonucunun bulguları suça karışmış bu çocukların yoksul yaşam koşullarına sahip, düşük gelirli ailelerden geldiğini göstermiştir (210-217). Bu araştırmaya katılan çocukların önemli bir kısmının yaşı 15’in üzerindedir (109-111). Dolayısıyla Ümit’in araştırmasında çocuk olarak anılanlar, bu çalışmadaki kent yoksulu gençler arasında da değerlendirilebilir.

“Evde otururken deriz, ‘hadi Kurtlar Vadisi yapalım’. Çıkıyoruz sokağa. Birine sataşyoruz. İllaki çatışma çıkıyor. Sallamalar, silahlar, takım elbiseler...Polis gelir mahalleye giremez. Uzaktan sıkar polis bize. Ancak sivilse Çinçine girebilir. Ama arabasına sıkarız. Kurtlar Vadisi yapmış oluruz” (Elmadağ, 46).

Ümit’e göre çeşitli mekânların polislerin ulaşamadığı düşünülen “kurtarılmış bölge” olarak algılanması, suça eğilimli çocuklar açısından onları polisten saklayan birer “kale vazifesi” görmektedir. Ümit’e göre bu çocuklar ya da gençler mekânı, “meşru ve gayri meşru iktidar odaklarının mücadele alanı olarak algılamakta”, çeşitli mekânlar arasındaki ayrımları meşru-gayrimeşrunun hâkimiyet alanı üzerinden kurmaktadır. Bunları yapılan görüşmelerde şöyle ifade etmişlerdir (2007: 195,196):

“Beni Çinçin’de herkes bilir. Çinçinli Yiğit, deyin Ankara’nın her yerinde namım vardır, bilirler. 300’e yakın dosyam var. 2,5 yıl yattım çıktım 2 ay gezdim geri geldim...Çinçin’de olsaydım polis beni alamazdı. Gülveren’de yakalandım” (Elmadağ, 3).

“Keçiören’de işe çıktık. Okul bebesinin telefonunu melodisine bakayım diye aldım. Vermedim. Dayıoğluyla gidiyoruz. ‘A Takımı’ bakıyormuş oraya. Aşağıdan geldiler. ‘Gasp mı yapıyorsunuz’ dediler. Dayıoğlunun kafasını masaya geçirdiler. Çok dövdüler. Çinçin’de olsak dokunamazlardı” (Elmadağ, 23).

Ümit’in bulgularına göre, “polisin giremediği düşünülen bu tür mahalleler, bir taraftan onları koruyup yakalanmaktan korunurken diğer taraftan da gayrimeşru yaşam biçiminin damgasını taşımalarına neden olmaktadır” (2007: 196). Bu “damgalanma” süreci daha önce de belirtildiği gibi, suça karışmamış ancak o mahallelerde oturan gençlerin de ortak problemi olarak dile getirilmiştir. Ancak Ümit’in bulgularından yola çıkarak, yaşanan bölgenin suçun yoğunlaştığı mekânlar olarak “damgalanmış” olmasının suça karışmış ya da eğilim gösteren çocuklar/gençler açısından “daha sonraki sapmayı tetikleyen bir işlev gördüğü” de söylenebilir (Ümit, 2007: 285). Ümit’in araştırmasında ulaştığı sonuçlara bakarak suça karışmış gençler ile görüşmelere katılan ve herhangi bir suça karışmamış gençler arasında kurulabilecek temel bir ayrım, suça karışmış olanların kendilerini ileride “gayrimeşru faaliyetten

sıyrılmış olarak” görememelerine karşılık, diğer gruptaki gençlerin kendilerini bu süreçlerden uzak tutma gayretleridir. Görüşmelere katılan gençlerin, kendilerini yaşadıkları bölgelerdeki gayrimeşru faaliyetlerde bulunan gençlerden ayırmaya özellikle dikkat ettikleri gözlenmiştir. Bu durum bu gençlerin yaşadıkları bölgelerin suçun yoğunlaştığı bölgeler olarak “damgalanmış” olmasından duydukları rahatsızlığın bir sonucu olarak değerlendirilebilir.

Görüşülen gençler, yaşadıkları bölgelerin onları çeşitli yönlerden sınırlandırdığını belirtmişlerdir. Özellikle kadınlar açısından gecekondu alanları, istenilen şekilde hareket edilmesinin mümkün olmadığı bölgelerdir. Güvenliğin düşük olduğunun düşünülmesi nedeniyle kadınlar akşam saatlerinden sonra evin dışına çıkamadıklarını söylerken, ailelerinin de (özellikle babalarının ya da eşlerinin) buna izin vermeyeceğini belirtmişlerdir. Bu bağlamda bulunulan çevrenin tehlikeli olduğuna duyulan inanç, erkeklerin kadınlar üzerinde baskı kurmasının bir aracına dönüşmektedir. Öte yandan gecekondu bölgelerindeki sosyal imkanların kısıtlılığı, kadınların ancak belediyeye ait hanımlar lokallerine gidebilmelerine ve burada kurslara katılabilmelerine olanak tanımaktadır. Bunların dışında özellikle kadınların sosyalleşebilecekleri mekanların sayısı oldukça sınırlıdır.

Akşamları sokağa çıkamıyoruz mesela, başka yerde çıkarsın ama burada çıkamazsın. (Sevilay, 23)

Buradaki hayat çok sıkıcı hiçbir sosyal aktivite yok, hep aynı, sürekli aynı aktiviteler, aynı şeylerin tekrarı. (Aysel, 25)

Burada pek rahat değiliz, biz bu çevreyi sevmiyoruz, insanları, gençleri, dışarı çıktığın zaman seni rahatsız edebiliyorlar, kesinlikle parka gideyim, yürüyüş yapayım gibi bir eğlencemiz yok...Park olsa bile, buradaki insanlar onu da bırakmazlar...Gençler çok, çoğu da iyi yolda değiller, o yüzden zarar verebiliyorlar, çok da duyuyoruz yani öyle haberler. Kesinlikle yalnız çıkamıyoruz o yüzden gündüz gözüyle olsa da hep annem ya da kardeşimle beraberiz, tek kişi olmuyor... (Nurgül, 20)

Diğer taraftan, gençler yaşadıkları bölgelerin kendilerini gerçekleştirebilecekleri veya ilerletebilecekleri olanaklardan yoksun olduğunu, çevrenin eğitim ve kültür

seviyesinin düşüklüğüne bağlayarak da açıklamaktadır. Bu durum gençlerin yaşadıkları bölgelerde eğitimi ve düzgün yaşayan kişilerin örnek alınabilmesini de engellemektedir.

Mamak çevresinde doğup büyümüş insan, zaten o çevrede yetiştiği için neyin ne olduğunu bilmiyor... Bulunulan yer insanın davranışını etkiler... İnsan küçükten ne görürse onu yapıyor, başka hiçbir şey değil yani, çevrenden gördüğün sen başka bir şey görmemişsin ki, neyin doğru neyin yanlış olduğunu bilmiyorsun. Sadece gördüğün kadarıyla. Bizim çevremizde mesela, kavga yapmadığın zaman yanlış, dayak yediğin zaman yanlış. O şekilde. (Mehmet, 21).

Bu çevreyi asla beğenmeyen bir insanım, yani kendimi bildim bileli bu çevredeyim ama hiç hoşlanmadığım bir çevre. Eğitim düzeyi çok düşük, cahil insanlar çok fazla. Hani yapı olarak bir şeyler öğrenelim, yapalım tarzda da değil insanlar. Kendi kabuklarına çekilmişler, kendi halinde yaşayanlar, dünyadan bir haber, o tarz, hiç hoşlanmıyorum. (Ebru, 26)

Buradan memnun değilim, etrafta çok şey var, boş gezen...Bu çevrenin gençleri ben bu alemde bişey olacağım diye vazgeçiyor (okumaktan), arkadaş çevresine uyuyor...Onlara (kötü alışkanlıkları olanlara) bulaşmak istemiyorum hiç, o yüzden uzak duruyorum. (Onur, 16).

Bu çevredeki insanlar hep kendi eksenlerinde dönen insanlar... (Hakkı, 24)

Görüşmelere katılan gençlerin önemli bir kısmı çevre koşullarının olumsuzluklarından dolayı başka semtlere taşınmak istemektedirler. Yaşamak istedikleri yerleri, genellikle kültür seviyesi daha yüksek, güvenli, temiz, daha canlı sosyal hayata sahip olduğunu düşündükleri mekanlardan seçmektedirler. Yaşamayı tercih ettikleri bölgeler, belli vasıtalarla tanıma imkanı buldukları bölgelerdir. Genellikle akrabaların ve arkadaşların oturduğu bölgeler ziyaretler sırasında gözlemlenmekte ve yaşanan yere kıyasla tercih edilmektedir. Ancak çalışan gençler, çalıştıkları iş aracılığıyla Ankara'nın çok çeşitli semtlerini tanıyabilmekte, karşılaştırmaları farklı ölçeklerle yapabilmektedirler. Zira çalışmayan ve okula gitmeyen gençlerin Ankara'nın farklı semtlerine ilişkin bilgileri oldukça sınırlıdır. Örneğin Hacer (15) ve Esmâ (15), doğup büyüdüğü yer dışına hiç çıkmamasından ötürü, yaşadığı bölgeden memnun olmamalarına rağmen "nereyi tercih ederdin" sorusuna belirli bir cevap verememiştir:

İyi bir yerde yaşamayı isterdim, ama burası kötü...cennet gibi bir yer olmasını isterdim, güzel bir yer olsun, saygılı, sevgili. (Hacer, 15)

Bilmiyorum aslında daha başka yerlerde yaşamak isterdim gibi geliyor çünkü daha sosyal yerlerde yaşamak her zaman için herkesin istediği bir şeydir. Ankara’da (nerede yaşamak isterdim) pek öyle düşünmedim...(Esmâ, 15)

Çeşitli imkanlarla daha başka yerleri görebilmiş gençlerin verdikleri cevaplar ise daha belirli olmaktadır:

İmkanım olsa, Keçiören tarafını seviyorum, Pursaklar tarafını seviyorum. Daha gelişmiş her açıdan, örneğin Keçiören’de çok rahatlıkla bir bayan saat dokuz, onda sokağa çıkabilir ama burada mümkün değil...Akrabalarım çok orada...ondan dolayı sürekli gidiyoruz, geliyoruz, çok hoş, çok düzgün bir bölge. (Ebru, 26)

Bizim kafamızda Aydınlikevler var, inşallah Allah nasip ederse, orası çok hoşumuza gidiyor, her şey ayağının altında yani çıktığın zaman, biz buradan sürekli oraya gidiyoruz her şey için. (Nurgül, 20).

Görüşmeye katılan bazı gençler ise, yaşadıkları bölgelerin koşulları olumsuz olmasına rağmen, bulundukları çevreyi değiştirmek istemediklerini söylerken özellikle alışkanlıklara vurgu yapmaktadırlar, ancak aynı zamanda şehrin diğer bölgelerine uyum sağlayamayacakları ve orada dışlanacakları endişesi de belirleyici olmaktadır:

Seviyorum ya, orada yaşamaktan memnunum çünkü ben orada doğdum, orada büyüdüm, on yedi seneden beri orada oturuyorum. (Atilla, 17)

Biz yıllardır orada olduğumuz için bize gayet normal geliyor. Güzel yani. Çankaya tarafı bizi aşar. (Yıldırım, 19)

(Bizim mahalle) güzel, büyüdük, yetiştik orada, başka mahalleleri görmediğimiz için kendi mahallemiz güzel yani. (Korkut, 20)

Benim dedelerim, babalarım Altındağ’da doğmuş büyümüş, Yani Altındağ’ın ortamını hiçbir ortamda bulamıyorum ben açıkçası. Çünkü Altındağ’da kendimi güvende hissediyorum. Ne bileyim, başka bir semte gittiğim zaman, sevdiğim semtlerde var tabii ki ama Altındağ’da kendimi daha huzurlu hissediyorum, Altındağ sınırları içerisinde... Altındağ’ın yeri bende her zaman ayrıdır. İleride çok iyi durumum olur, çok çok iyi olur, ben yine Altındağ’ı tercih ederim. (Hakkı, 24)

(Çankaya’nın insanları) hep modern ya, öyle gariban insan yok yani. Ne bileyim gariban insan Çankaya’da yaşayamaz, kirası yüksek, domates burada 2 liraysa orada 4 lira... O tarafta yaşamak istemezdim açıkçası. Ne bileyim bana şey geliyor, bi de alışmışım bu tarafa, kendi insanımdan kopmak istemem. (Haldun, 26)

Ben bu ortamda yükselemem, ama buradan gitmek lazım değil aslında ama kendimizi değiştirmemiz lazım ya, yani format atmamız lazım kendimize. Ne bileyim bazı alışkanlıklarımızı bırakmamız lazım... (Sertaç, 18)

Gençler yaşadıkları bölgeleri, daha düzgün yaşam koşullarına sahip olduğunu düşündükleri yerleşim yerleriyle kıyaslayarak değerlendirmektedirler. Çeşitli vesilelerle Ankara'nın Çankaya İlçesi'ni görebilmiş olan gençlerin kendi yaşam alanlarını değerlendirme kriterleri farklılaşmaktadır. Görüşmeye katılan gençler, özellikle Çankaya bölgesinde kendilerini dışlanmış hissettiklerini, orada yaşayan kişilerden kendilerini daha farklı gördüklerini ve hissettiklerini bu nedenlerle çok rahatsız oldukların ve orada yaşayanların kendilerine olumsuz tavırlarla yaklaştıklarını düşünmektedirler. Çoğunlukla “zengin muhiti” olarak değerlendirilen yaşam mekanlarına ancak bir iş vasıtasıyla ya da sadece meraktan gidilmekte, çoğunlukla oralardan uzak durulmaktadır. Çankaya, Yıldız, Oran gibi muhitlerin farklı davranış kodlarına sahip olduğu, bu kodlar bilinmediğinde dışlanma sürecinin daha sert bir şekilde yaşandığı belirtilmektedir.

Çankaya tarafı, yani sosyete tarafları değişik geliyor ya...Buradaki insanlar kaba biraz, kaba olarak karşılık verir. Ama oradaki insanlar bir şeyi anlamaya çalışır, anladıktan sonra tamam der. Onlar daha kibarlar. (Sertaç, 18).

Kendi adıma konuşayım ben Çankaya'da yaşayamam. Her şeyi farklı geliyor bana... Benim düşüncem, kapalı bir bayan Keçiören'de Pursaklar'da daha rahat hareket eder, daha rahat şeyini yapar ama Çankaya'da gezdiği zaman, bakıyorsun mesela gidiyorsun, herkes şeyli şeyli bakıyor. Alışveriş merkezlerinde mesela, nedir, Batıkent'te öyle. Ben bakıyorum, eşimin arkadaşları var, o topluma gidiyorum, o ortama gidiyorum, herkes açık, herkes mini etekli, badili, ben bir tek kapalıyım, bu beni rahat ettirmiyor veya böyle seni gözlemliyorlar, bakıyorlar öyle, tedirginlik oluyor. (Ebru, 26)

Biz başka yerde yetişseydik daha farklı olurdu. Mesela bir yere girdiğimizde daha kibarca “merhaba” diyebilirdik. Şimdi bize “merhaba” diyorlar biz de “maraba!” diye kaba bir sesle söylüyoruz. Ben bundan rahatsızlık duyuyorum mesela. (Kemal, 19)

Her yerin başka kuralı var. Çankaya'da kimse çok küfür etmez, burada baba oğluna, oğlan babasına, anasına, bacısına, herkese küfür eder. Oradaki yolda giderken tükürmez, buradaki yola her şeyi yapar... Benim buradakilerden ayrılacağım tek özellik, ben nerede ne yapılması gerektiğini çok iyi biliyorum. (Halil, 19)

Yoksul gençlerin yaşadıkları bölgelerdeki olumsuz yaşam koşulları, sosyal dışlanmanın bir boyutu olan mekansal dışlanma biçimlerini de üretmektedir (Yılmaz, 2006: 36). Yaşanılan bölgelerin olumsuz fiziksel koşulları, kentsel olanakların eksikliği ve bu alanlarda yoğunlaşan yasadışı faaliyetler gençlerin sosyal dışlanma

döngüsünü kırmalarını güçleştirmektedir. Bediz Yılmaz'ın İstanbul Tarlabası'nda gerçekleştirdiği araştırma bulgularına benzer şekilde, kentin dezavantajlı bölgelerinde yaşayan gençler, kendilerine yakın olan yasadışı faaliyetlerden kendilerini uzak tutmak için büyük çaba göstermek zorunda kalmaktadır (2006: 37). Mahalle etkileri bu çerçevede her ne kadar bazı avantajlar sunsa da (ucuz kira ve iş olanakları gibi), nüfus ve mekanın etkileşimi dolayısıyla yaşayanları dibe çekmek gibi bir işlev de görmektedir. Gençler bulundukları çevrede kendilerini geliştirebilecekleri olanakların bulunmadığını, kendilerine örnek olarak alabilecekleri kişilerin az olduğunu söyleyerek, yaşadıkları mekanın üzerlerindeki olumsuz etkilerine dikkat çekmişlerdir. Öte yandan, mekansal dışlanma yoksul gençlerin bulundukları çevrenin koşullarının ürettiği, kentin diğer bölgeleriyle bütünleşememe durumuna da işaret eder. Şehir merkezine fiziksel olarak çok yakın olunmasına rağmen, gençler kendilerini toplumsal olarak çok uzak hissetmektedirler. Kent yoksulu gençlerin kentin olanaklarından büyük ölçüde haberdar olmalarına rağmen bunlara ulaşamama durumları, onları şehir dışında kırsal alanda yaşayan gençlere göre çok daha dezavantajlı konumda bırakmaktadır.

Kent yoksulu gençlerin burada belirtilen toplumsal yaşam koşullarına çocukluklarından itibaren sürekli maruz kalmaları onların kendi yoksulluklarını ve yoksul konumlarını içselleştirmelerine neden olmaktadır. Bourdieu'nün habitus kavramıyla ifade ettiği, zihinsel yapılar ile toplumsal yapıların arasındaki karşılıklı ilişki, kent yoksulu gençlerin yapabileceklerinin, mümkün olan ve olmayana ilişkin sınırlılıkları, kendi yaşam şanslarını ve çeşitli konulardaki eğilimlerini ve yatkınlıklarını belirler. Çocukluktan itibaren sosyal çevreye özgü koşullar, bilişsel ve motivasyonel şemalar olarak içselleştirilir ve böylece onların belli bir pratik

duyusuyla hareket etmelerini sağlar. Bireyin farklı alanlarındaki etkinliklerine biçim ve tutarlılık kazandırır (Wacquant, 2007: 62). Bireysel eylemi şekillendiren habitus aynı zamanda bu eylemler aracılığıyla nesnel yapıların yeniden üretilmesine de katkıda bulunur. Kent yoksulu gençlerin kendi madun durumlarından geçerek üretilen pratikler bu anlamda sınıfsal yeniden üretim işlevi görmektedir.

Kent yoksulu gençlerin sahip olduğu düşük kültürel ve ekonomik sermaye kompozisyonları, onları yaşam koşullarını değiştirebilecek çeşitli kaynaklardan da yoksun durumda bırakır. Çeşitli yapabilirliklerden yoksun durumda olan bu gençlerin yaşam koşulları, onları çeşitli sosyal dışlanma süreçleriyle karşı karşıya bırakmaktadır. Böylece onların toplumla bütünleşebilme, topluma dahil olabilmeye olanakları da sınırlandırılmış olmaktadır.

C. Tüketim Toplumunda Genç ve Yoksul Olmak

1. Yoksul Gençlerin Tüketim Baskısıyla Karşı Karşıya Kalışı

Tüketim toplumunda yayılan sayısız pazarlama mesajlarıyla yapay bir bolluk algısı sürekli olarak yeniden üretilmektedir. Bu mesajların ikna becerisi ve etkileme kapasitesi, gereksinimlerin çeşitli tüketim olanaklarına bağlanmasıyla arttırılır. Her ne kadar bu mesajların esas hedefinde yoksullar olmasa da, onlar da diğer tüketiciler gibi bu mesajları alımlamakta ve benzer tüketimci baskıya maruz kalmaktadırlar. İletilen mesajlar tüketim toplumunun meşru kabul edilen yaşam standardını ve tüketim biçimini tanımlamaktadır. Böylece kent yoksulu gençler de tüketim toplumunun “normal” kabul edilen tüketim ölçütlerini öğrenmekte, kendi yaşam koşullarını ve yoksulluklarını bu ölçütlere göre anlamlandırmaktadırlar. Tüketim toplumunda yaygın ve olağan olarak kabul edilen tüketim kalıpları, yoksul gençler için “bir ödül” (Zehra, 19; Ahu, 21) “bir heves” (Ertan, 19), “hayal” (Kemal, 19;

Örsan, 20) olarak değerlendirilmekte, bunlara ulaşabilmek “her gencin istediği bir şey” (Hakkı, 24) olmasına rağmen onlara çok uzak görünmektedir. Tüketim toplumunun tüketim olanakları konusunda bütünlüklü bir bilgiye sahip olmasalar dahi kent yoksulu gençler, bu tüketim alternatiflerine ulaşabilmeyi “iyi ve rahat yaşam” gereklilikleri olarak kabul etmektedirler. Tüketimci baskılar, onların yaşamlarını, sosyal ilişkilerini ve bulundukları çevreyi çok çeşitli kıstaslar aracılığıyla değerlendirmelerine neden olurken, ekonomik kısıtlılıkları meşru kabul edilen tüketim standartlarına ulaşmayı engellediği için yoksunlukları katlanarak artmaktadır.

Bizim kurduğumuz hayaller, hayal olmayan şeyler, gerçekleşmeyen şeyler...bizde sinirin mutsuzluğun olmasının nedeni küçük şeyler hayal ediyoruz, bak mesela şu kadar, arkadaşına diyorum ki iki tane adidas ayakkabı alalım da, düşün 60 lira ya, aynı giyinelim, iki eşofman takım alalım, iki tane kapüşonlu alalım, saçlarımızı kestirelim... gidelim bir kafeye güzelce oturalım, şimdi de gideriz ama o zaman gideriz diyoruz... (Kemal, 19)

Tüketimciliğin ısrarlı çağrıları, kişilerin kendilerini gerçekleştirme yegane yolunun tüketim nesneleriyle bütünleşmeleri olduğu, kişinin toplumsal statüsünün çeşitli tüketim nesnelerine sahip olunması yoluyla sağlandığı, toplumsal kimliklerin belli tüketim nesnelerinin kullanılması ve sergilenmesi yoluyla kazanıldığı görüşlerini iletmektedir. Tüketim toplumunda her çeşit gereksinimin bir tüketim olanağına bağlanması, bunlara ulaşamayan yoksullar açısından sahip oldukları yaşam koşullarını daha fazla ağırlaştırmaktadır. Böylece zenginlik ile yoksulluk arasındaki farklılıklar, meşru kabul edilen hayat biçimine ve tüketim standardına ulaşabilmedeki yetkinlikler açısından yeniden tanımlanmaktadır⁸⁰.

Tüketimci çağrılarının gençler üzerindeki etkisi, kendi gençliklerini çeşitli eğlence ve tüketim biçimlerine dahil olmakla yaşayabilecekleri, bunlara katılamama durumunda ise gençliklerinin boşa harcandığı görüşünü yaygınlaştırmaktadır. Kent

⁸⁰ Zenginlik-yoksulluk karşıtlığının tüketim olanakları açısından değerlendirilmesi ilerleyen bölümlerde ele alınacaktır.

yoksulu gençler, genç olmanın anlamını bu çerçeveden tüketim olanaklarına dahil olabılme süreçleri açısından yorumlamaktadırlar. Ayça Alemdaroğlu (2006: 24) genç olmayı farklı sosyo-ekonomik gruplardan gençlerin ortak bir şekilde, “gezmek, dolaşmak, içinden geleni yapmak, rahat hareket edebilmek” olarak tarif ettiklerini; bu bağlamda yaş olarak genç kategorisine dahil edilebilseler bile, bu olanaklardan yoksun olan gençlerin kendilerini “genç hissetmediğini” belirterek, gençliği “bir imkan” olarak ele almaktadır. Gençleri genç olmaktan alıkoyan süreçler (aile baskısı, erken yaşta çalışmaya başlamak, ev işleriyle meşgul olmak, maddi imkansızlıklar vb.), tüketim toplumunun tüketimci baskıları altında daha ağır koşullar üretmektedir. Tüketim imkanlarına ulaşamayan, “genç gibi” yaşamayan yoksul gençler kendilerini “genç olamayanlar” kategorisine dahil etmektedirler. Görüşmelere katılan birçok genç, kendisini yaşından çok daha “büyük” veya “olgun” hissettiğini belirterek, belki de gençler üzerine yapılan bir çalışmada yer almamaları gerektiğini söylemişlerdir. Yoksul gençler için “hızlı olgunlaşmak” bir zorunluluk olarak deneyimlenmekte ve bu durumun onları yaşlılarından “farklılaştırdığı” düşünülmektedir. Yoksul gençler için “genç olamamak” üzüntü kaynağıdır. Örneğin Kemal (19) ve Yelda (15) kendilerini “genç gibi” hissetmemelerinin nedenlerini, kendilerini genç olmaktan alıkoyan farklı deneyimlere vurgu yaparak şöyle anlatmışlardır:

Yaşıtlarıma bakıyorum da Allah Allah hepsinden büyük konuşuyorum ben ya diyorum. 50 yaşındaymışım gibi. Her şeyin tadına baktım her şeyin. Ama bunların hiçbirinde teselli bulamadım. Keşke bende yaşıtlarım gibi azar azar öğrenseydim, diyelim bir yılda (eliyle işaret ederek) şu kadar bir şey öğrenseydim. Ben de yaşıtlarım gibi olmak istiyorum. Şakalaşmak, gülmek, bir şeyler yapmak... mesela bazen benden büyükler geliyo bana “napıyorsun Kemal abi” diyo, ben bundan çok rahatsızlık duyuyorum. (Kemal, 19)

Ben 16 yaşındayım ama hep moralim bozuktur, her gün aynı. Ben ağlamadan geçirdiğim bir gün geçirdiğimi veya da gülerek geçirdiğim bir günü hiç hatırlamam...Hiçbir yere çıkamıyorum, gidemiyorum, ailem de çok tepkili, biraz geç kalsam “neredeydin, niye bu kadar geç kaldın?” çok çok afedersiniz “orospuluğa mı gidiyon” sonra anlarsınız dayak falan...Benim yaşı küçük ama biraz büyük düşünürüm... Benim hayatta her şeyimi alsınlar, yeter ki yüzümü güldürsünler, onu isterim...

Soru: Peki nasıl yüzün güler?

Ne bileyim hayatta hiç gülmedim... Nasıl bir yaşamım olsa mutlu olurum...mmm. Şahsen benim buraya gelmem bile yasak (görüşmenin yapıldığı belediyenin gençlik merkezini kastederek), kaçak geliyorum. Burayı bana yasak etmesinler. Baskı altındayım. En küçük bişey de de dayak...bıraksınlar kendi kendimize hatamızı kendimiz arayalım. (Yelda, 15)

Sanayide oto tamir işinde çalışan Korkut (20) çocukluğunu ve gençliğini yaşayamadığını söylerken “gezip tozamadıklarını”, “kafelere gidip oturamadıklarını” belirtiyor. Birçok gencin anlatılarında “gezmek”, “yeni yerler keşfetmek”, “boş boş dolaşabilmek”, “kafelere takılmak” gençliğe özgü en önemli eğlencelik faaliyetlerdir. Yoksul olmak gençliği yaşamak önündeki en büyük engel olarak değerlendirilmektedir. Örneğin doğduğundan beri Altındağ’da yaşayan ve burada çalışan Hakkı (24), Altındağ’daki gençlerin her gencin istediği ya da zengin gençlerin rutini sayılabilecek yaşam biçimini belki hayatlarında bir gün yaşayabileceklerini belirtmiştir:

Her genç ister ki iyi bir yaşantım olsun, ne bileyim mesela her genç bir arabasının olmasını ister, kendi başına bir arabası olmasını. Farklı yerler görmek ister, değişik mekanlara gitmek ister. Ne bileyim, lüks hayata özentisi olduğundan, belki lüks hayata geçmek ister... Altındağ’daki gençlerin bunu hayatlarında bir kere yaşama şansı var. (Hakkı, 24)

Yoksul gençlerin ekonomik kısıtlılıkları onları bulundukları çevreye hapsetmektedir. Yaşanılan çevrenin koşulları ise gençlerin istedikleri gibi hareket edebilmelerini engellemektedir. Gençler bulundukları çevrede arkadaşlarıyla gezebilecekleri ya da bir araya gelebilecekleri mekanların bulunmadığını, özellikle de kız ya da erkek arkadaşlarıyla rahatça görüşebilmenin mümkün olmadığını söylemektedirler. Kızlar için evlerin bahçeleri, arkadaşlarının evleri en çok kullanılan buluşma mekanlarıdır. Erkekler ise yakın çevredeki parkları, kahvehaneleri ya da sokakları arkadaşlarıyla bir araya gelmek için kullanmaktadırlar. Çok sık olmasa da ancak özel günlerde gidilebilen Kızılay gençlerin en önemli eğlence merkezidir. Bunun dışında erkekler, kendi erkek arkadaşlarıyla Ankara çevresindeki barajlara veya Atatürk Orman Çiftliği’ne gitmeyi en özel gezme ve eğlenme biçimleri olarak

anlatmaktadırlar. Çankaya İlçesi sınırları içinde kalan Tunalı Hilmi Caddesi ve çevresi Ankara gençlerinin en rağbet ettiği eğlence ve gezme adresi olmasına rağmen, yoksul gençler gezmek istediklerinde buralara asla “gitmeyi bile düşünmediklerini”, “akıllarına buraların gelmediğini” söylemişlerdir. Görüşülen gençlerin önemli bir kısmı hayatlarında hiç Çankaya, Tunalı Hilmi Caddesi veya Bahçelievler’e gitmediklerini, buraları hiç bilmediklerini söylemişlerdir. Bilinen en önemli merkezi bölgeler Kızılay ve Ulus civarındır. Böylece zengin ve yoksul gençler arasındaki ayrım mekansal olarak da kurulmaktadır. Kent yoksulu gençlerin habitusları, onların içlerinde işleyen temel bir pratik duygusu olarak, onların hangi mekanlara gideceklerini/gidebileceklerini de yönlendirmektedir. Kendilerini zengin olan gençlerden mekansal olarak da ayıran kent yoksulu gençler için, kendi gençliklerini yaşayabilecekleri mekanlar ve olanaklar bellidir⁸¹.

Zenginlikle ilişkilendirilen bir takım mekanları ve tüketim toplumu göstergelerini bilmediklerini söyleyen gençlerin tüketimci baskılara maruz kalmadığını, bunları hissetmediğini ya da bu çağrıların onlara ulaşmadığını iddia etmek doğru değildir. Bu gençler yaşadıkları yoksunluklar sebebiyle kendi öz saygılarını ve güvenlerini koruyabilmek için kendilerini o yönden gelen mesajlara kapatmakta, kendilerine yoksulluklarını hatırlatacak karşılaşmalardan ve mekanlardan bilinçli olarak uzak durmaktadırlar. Ayrıca bu durum genç yoksulların mekansal dışlanmalarının birer örneği olarak da değerlendirilebilir.

2. Tüketim Toplumu Göstergeleri ile Karşılaşma Alanları

Moda ve gençlik dergileri, reklamlar, televizyonda yayınlanan diziler ve magazin programları, kent yoksulu gençlerin çeşitli tüketim alternatiflerini öğrendikleri, farklı

⁸¹ Tüketim eğilimlerini belirleyen ilke olarak habitus, ilerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak ele alınacaktır.

yaşam tarzlarına ve tüketim biçimlerine ilişkin bilgi edindikleri en önemli araçlar olmaktadır. Örneğin Ruken (20), paralı olarak satılan magazin dergilerini alamasalar bile, zaman zaman ellerine geçen dergileri arkadaşları arasında değiştirerek kullandıklarını söylerken özellikle de gazetelerle birlikte ücretsiz dağıtılan gençlik dergilerinin ve eklerinin, son moda olan giysiler ve diğer tüketim ürünlerini öğrenebildikleri birer kaynak olduğunu şöyle anlatmıştır:

Moda olan şeyleri internetten öğreniyoruz, magazin sitelerinden falan. Dergiler, Trendy, Salsa, Kral...bu hafta en çok neler moda, onlara bakıyoruz, haftanın inleri outları... bir araya geldiğimizde en çok bunları konuşuyoruz, bir de bilgisayar, telefon...yeni bir telefon çıkmış falan... (Ruken, 20)

Hakkı (24), magazin programlarının ve dizilerin gençleri lükse ve güce özendirdiğini, gençlerin kendilerine oralardan rol model seçtiklerini söylerken özellikle kent yoksulu erkek gençler arasında *Kurtlar Vadisi* ve *Pusat* dizilerinin popüler olmasını açıklıyor:

Şimdi televizyonlarda gördüğü kadarıyla hem güç var, hem para var lüks yaşantı var. Güç para bir arada olduğu zaman ister istemez ona meyil gösteriyorlar, ister istemez ona özeniyorlar, ister istemez onları kendilerine idol seçiyorlar, o şekilde yaşamaya çalışıyorlar... Bir zamanlar da *Deli Yürek* vardı, *Deli Yürek* filmi bitti, Altındağ gençlerinin yüzde doksanında Kenan İmirzalıoğlu'nun paltosundan gördüm. (Hakkı, 24)

Görüşülen gençler kendi giyim-kuşam pratiklerini beğendikleri dizilerdeki oyuncularından esinlenerek düzenlediklerini dile getirmişlerdir. Örneğin, Derya (16), dizilerde oynayanları örnek aldığını, gençlik dizilerini özellikle modayı takip edebilmek için izlediğini söylemiştir. Yıldırım (19), *Kurtlar Vadisi* dizisindeki Polat Alemdar karakterinin kendi üzerindeki etkisini şöyle anlatmıştır:

Ben o filmi izleyince var ya Polat'ın yerinde olmuş gibi oluyorum. O anda o oluyorum, gözüm hiç bir şeyi görmüyor, mahalleye çıkıyorum geziyorum, tek başıma düşünüyorum, yani ondan sonra birkaç tur attıktan sonra... zaten ben de onun gibi giyiniyorum, uzun palto, sivri burunlu ayakkabı, atkı...Gerçi özentisi gibi oluyo ama beğeniyorum nedense. Aslında sivri burun ayakkabı çıktığında dedim ki bu ayakkabılar nasıl ayakkabı? Hatta hiç giymem dedim, ama şimdi... (Yıldırım, 19)

Kent yoksulu gençler medya aracılığıyla bir yandan tüketim toplumu imgelerine dair bir anlayış geliştirirken bir yandan da kendi yoksul konumlarını

içselleştirmektedirler. Reklamlarda, dizilerde ve magazin programlarında iletilen yaşam tarzının yoksul gençlerin yaşam alanlarında karşılığının bulunmaması onların bu yayınlara karşı olumsuz bir kavrayış geliştirmesine de neden olmaktadır. Örneğin Onur (16), “magazin programları zenginlerin şeylerini bize anlatıyor, hiç beni ilgilendirmeyen şeyleri bana anlatıyorlar” derken, Korkut (20) bu programları kendi yaşamıyla hiç ilgisi olmadığı için “saçma” bulduğunu ve “izlediğini ama bir mana çıkaramadığını” söylüyor. Selçuk (18), bu programlardaki zenginlerden etkilenen yoksul gençleri “özenti” olarak değerlendiriyor.

Yoksul gençlerin medyadan edindikleri zenginlik temsilleri, gençlerin yaşam algılarında çelişkili sonuçlar üretmektedir. Bir yandan anlatılan yaşam biçimlerinin onlara çekici geldiğini ve kendilerinin de “her genç gibi” bu şekilde yaşamak istediklerini söylerken hemen sonra bu tarz bir yaşam biçiminin ileride yaratacağı olumsuz sonuçlara işaret edilmekte ve zenginlerin tüketim biçimleri eleştirilmektedir. Erdoğan’ın da (2007c: 50) belirttiği gibi yoksulların zenginlere ilişkin olumsuz betimlemelerinin kaynaklarından biri de, üst sınıfların “israf”, “gösterişçi tüketim”, “lüks tüketim” ve “ihtişamla” anılmasıdır. Bu tarz tüketim biçimleri yoksul gençler açısından manevi değerleri unutturması nedeniyle olumsuzlanmakta ve bu türden tüketim pratiklerinin gelecekte “hesabının sorulacağına” inanılmaktadır.

Bu dünyada tamam çok güzel hayat, ölümlerine kadar güzel bir hayat yaşayacaklar ama öbür dünyada karşılığı çok kötü olacak. (Olcay, 17)

Onlara yazık diyorum, gerçekten yazık, nasıl yazık? bir şey varsa eğer, bu buraya kolay gelmedi, yani bunu alıp da kolay harcayamam, yok sayamam... (onlar) kolay tüketiciler, kolay tüketebiliyorlar her şeyi, sevgiyi dahi... (Ezgi, 20)

Yazık diyorum ya, yazık..boş yani boş işler yapıyorlar. hep bu dünya için çalışıyorlar, öbür tarafı düşünmeyim burayı düşünüyorlar...öbür dünyada onlara teker teker hesabı sorulacak. (Atilla, 17)

Medya, tüketim toplumunun maddesel olanaklarını ve tüketim standartlarını iletmekte işlevseldir. Bu kanalla tüketim toplumdaki yaşam ve tüketim

alternatiflerinin varlığı konusunda bilgi edinen gençler, çoğunlukla bunlara karşı yoğun bir arzu duymakta ancak bu tüketim olanaklarını kendi habitusları aracılığıyla değerlendirerek, bunlara ulaşmalarının mümkün olamayacağını düşünmeleri dolayısıyla kendi madun konumlarını içselleştirmektedirler.

Medya aracılığıyla edinilen bilgilerin gençlerin yoksul yaşamlarına etkisi, anlatılan yaşam biçimlerinin bir kurgudan ibaret olduğunun düşünülmesi ve bu tüketim olanaklarına sahip olan insanların ve tüketim biçimlerinin olumsuzlanması yoluyla hafifletilirken, tüketim toplumu göstergeleriyle kendi yaşam alanlarında karşılaşan gençler için durum daha dramatik biçimlerde yaşanmaktadır. Bu konuda özellikle alışveriş merkezlerinde edinilen deneyimler önem kazanmaktadır. Alışveriş merkezleri, her türlü tüketim alternatifinin ve nesnesinin bir arada bulunduğu mekanlar olarak, kent yoksulu gençlerin tüketim toplumuyla somut olarak yüzleşmelerini sağlamaktadır. Görüşülen gençlerin çoğu hayatlarında hiç alışveriş merkezine gitmediklerini belirtirken, aslında “oraları televizyonda görüp merak ettiklerini” (Melda, 17) “hep önünden geçtiklerini”, “bu kadar araba burada ne yapıyor diye düşündüklerini” (Gonca, 16) fakat oralarda “ne yapacaklarını bilemedikleri için” (Mehmet, 21) ya da “alışveriş merkezlerinde kendilerine göre bir şey olmadığını” ve buraların “zenginlere ait bir mekan” (Selçuk, 18) olduğunu, oralarda “rahat edemediklerini” (Engin, 20) düşünmelerinden dolayı gitmek istemediklerini ya da gitmek için “fırsat” bulamadıklarını söylemektedirler. Alışveriş merkezlerine gitme alışkanlığı olan kent yoksulu gençler için ise buralar daha çok bir müze gibi ziyaret edilen, zenginlerin nasıl yaşadıklarını öğrenmek için, “görgülerini arttırmak için” (Sertaç, 18; Aysel, 25) gidilen mekanlardır. Buralardaki tüketim alternatiflerinden haberdar olan gençler için, tüketim toplumunun nesnelere karşı

merakları ve ilgileri artmaktadır. Alışveriş merkezlerinin yarattığı sosyal etkileri incelediği tez çalışmasında Aksu Akçaoğlu da alt gelir grupları için benzer sonuçlara ulaşmıştır. Akçaoğlu, alışveriş merkezlerinin bu kesim tarafından “turistik bir gezi mekanı” olarak değerlendirildiğini belirtmiştir⁸² (Cumhuriyet Gazetesi, 2007). Aynı konuda tez çalışması yapan Tutalar da, işsiz gençlerin alışveriş merkezlerinde bütün günü tek bir çay içip oturarak geçirdiklerini gözlemlemiş ve bu durumu gençlerin çevreyi incelemesi ve bu yolla sosyalleşmesi girişimi olarak yorumlamıştır (Cumhuriyet Gazetesi, 2007).

Tüketim toplumu göstergeleri ile çeşitli alanlarda karşılaşan yoksul gençler, bir yandan bu tüketim ürünlerine ve biçimlerine merak ve ilgi duymakta, bunları uygulamak istemekte diğer yandan bunlara ulaşamama durumları yoksulluklarını içselleştirmelerine neden olmaktadır. Tüketim toplumunun tüketim olanaklarına ulaşamamak, gençlerin yaşamlarından duydukları memnuniyetsizlikleri arttırırken ve yoksulluğa dair yeni anlamlar kazandırırken, bu durumun yarattığı çelişkiler yoksul gençler tarafından manevi değerlere daha fazla sarılarak giderilmeye çalışılmaktadır.

3. Tüketim Toplumundan Dışlanma Deneyimleri

Tüketim toplumunda tüketebilmek, pazarda var olan alternatifler arasında seçim yapabilme özgürlüğüyle ilişkilidir. Bauman (2008), tüketim toplumundaki özgürlüğün seçim özgürlüğü ile iç içe olmasının yoksullar açısından sonucunu onların bu özgürlük alanından mahrum oldukları iddiasıyla açıklar. Tüketim tercihlerinin özgürce yapılabilmesi tüketicilerin çeşitli kısıtlamalara tabi olmamasını gerektirir ancak yoksul tüketicilerin sahip oldukları yetersiz ekonomik kaynaklar,

⁸² Aksu Akçaoğlu, alışveriş merkezleri konusundaki deneyimlerin gelir düzeyi, yaş ve cinsiyete göre farklılıklar gösterdiğini ortaya koymuştur. Buna göre alışveriş merkezleri alt gelir grupları için “turistik bir gezi mekanı” iken, orta gelir grubu için “günlük kent hayatının bir parçası”, üst gelir grubu için ise “ev ve iş arasındaki istasyon” işlevi görmektedir.

onların “tercih edebilme” olanaklarını -ya da “tercih ehliyetlerini” (Bauman, 1999)- sınırlandırmaktadır. Böylece yoksulların tüketim toplumundaki konumları, özgür tüketici tercihinden yoksun olma durumlarıyla tanımlanır. Bu süreç yoksul gençler açısından tüketim alanından dışlanma deneyimlerinin merkezindedir. Örneğin Umut (15) ve Oğuz (15) çok beğendiklerini söyledikleri giyim eşyalarına ancak vitrinden bakabildiklerini, paraları olmadığı için satın alamadıklarını şöyle anlatmışlardır:

Sihhiye’ye, Ulus’a gidiyoruz gezmeye. Bazen Kızılay’a da gidiyoruz. Oralara gittiğimizde marketlerin önünde falan geziyoruz, dolaşıyoruz, oturup önünde konuşuyoruz. İnsanlar oraya alışverişe gidiyor, biz paramız olunca gidiyoruz... Ben alışverişimi kendim yapmak isterim. Annemgile aldırmiyorum zaten alınca eski püskü alıyorlar.

Soru: Sen ne tarz şeylerden hoşlanıyorsun?

Böyle kapşonlu, şapkalı şeyler daha güzel gözüküyor...İnsanın gözü kalıyor, en çok ayakkabıda kalıyor. Arkadaşlarımızla diyoruz şu ayakkabıyı alsak diye. Mağazalara bakıyoruz öyle, çoğunlukla Kiler’e⁸³ bakıyoruz, ayakkabılara bakıyoruz. Rus pazarında elbiselere bakıyoruz...Televizyonda falan görüyoruz, reklamlarda falan görüyoruz. En çok da Kızılay’da gezerken bebelerin üstünde görüyoruz çok güzel oluyo. Onlara güzel yakışyo bize de güzel olur mu diyoruz.. (Oğuz, 15)

Ben giysiye meraklıyım da öyle fazla güzel giysim falan yok. Kendi üstüme olanı alıyorum bazıları küçük geliyo, onları kardeşime veriyorum. Param olsa daha çok almak isterdim. Genç işi takılmayı, spor ayakkabı falan... Toplum içinde göz alıyorsunuz ya, dikkat alıyorsunuz üstünüze yani, güzel görünmeyi herkes ister. Ben de o yüzden istiyorum. (Umut, 15).

Tüketim kültürü, malların yaşam sürelerini sürekli yenilenme baskısı altında giderek kısaltmakta ve gereksinimlerin ortaya çıkması ile kaybolması arasındaki zaman aralığını azaltmakta iken, yoksul tüketiciler satın aldıkları herhangi bir şeyi çok uzun süreler boyunca kullanmak, dayanıklılıklarını arttırmak ve ondan aldıkların tatmin süresini uzatmak ve en çoklaştırmak mecburiyetleri altındadırlar. Tüketim toplumunda var olan alternatiflerin öğrenilmesi ve bunlara ulaşamaması durumu, yoksul gençler üzerinde psikolojik bir baskıya dönüşmektedir.

(Markalar) Hoşuma gidiyor, tabii bir de moda olduğu için, herkesin ayağında görünce kendi ayağında göremeyince biraz şey yapıyor, ilk çıktığında alamayınca üzülüyorum... (Olca, 17)

Tüketim toplumunun ideal tüketicisi, yoğun tüketici aktiviteleri ile hayatını “renklendirebilen” ve asla sıkılmaya fırsatı olmayan kişilerdir. Yoksul gençlerin

⁸³ Kiler, tanıtımını “Türkiye’nin en ucuz alışveriş zinciri” ve “hesaplı alışveriş” olarak yapan indirimli süpermarket zincirinin adıdır. Özellikle düşük gelirli bölgelerde yoğunlaşmıştır.

yaşamları ise sosyal aktivitelere katılamama, kent yaşantısına dahil olamama ve yeni deneyimler yaşayamama durumlarının ürettiği “sıkıcı” ve “monoton” bir yapıdadır.

Ne bileyim gezmeye gitmiyoruz...İçki içen var, bizde korku var. Kavgadan, beladan uzak durmak, bizim işimiz o yani...Hayat şartları (zenginlerin) onların öyle gelmiş, öyle gider, bizimki de böyle gelmiş, böyle gider mi bilmiyorum artık...(Selim , 23)

Daha yaşı 19, 20'ye giriyorum ya bıkkınlık gelir mi? şu zamanda bıkkınlık gelir mi? artık bünyem yoruldu yataktan kalkamıyorum. Şöyle yatıyorum bakıyorum ya kalkıp ne yapacağım diyorum. İyice yatıyorum 12'ye 1'e kadar yatıyorum, yapacak bir şeyim yok ki... (Kemal, 19)

Bu gençlerin yaşamlarının “tekdüzeliği” esas olarak, tüketim toplumunun can alıcı özelliklerinden biri olan “zamanın satın alınabilmesi”, yani “çalışmaktan kaçınma ve çalışmanın yerine boş zamanı ya da başka çalışma türlerini geçirme yeteneği” ile ilişkilidir (Urry, 1999: 179). Veblen’in de (2005) üzerinde durduğu gibi “boş zamana” sahip olabilme ve bu zamanı tüketime tahsis edebilme, üst sınıf pratiğidir. Örneğin Selim (23), çalışmak zorunda olmasının yarattığı sonuçları, kendisini zenginlerle karşılaştırarak şöyle anlatmıştır:

Biz bu ortamda yaşadığımız için, diğerlerinin ortamını bilemiyoruz ki. Nasıl bileceğiz? Ne bileyim, aşırı zengin olan var, çocuklarını da okutuyorlar, akşamları Sakarya’dan çıkmak bilmiyorlar. Biz yazın tatile gidemeyiz, ama onlar gidiyorlar işte...Biraz özentili oluyor. Şöyle özentili oluyor, biraz da bizim elimizde olsa yani, mesela bu sene tatile gidebilir miyiz dedim, olmadı, gidemedik yani... (Selim, 23)

Sanayide çocuk yaşlardan itibaren çalışmakta olan Korkut (20), çalışmaktan dolayı boş zamana sahip olamadığını şöyle anlatmıştır:

Pek öyle gezme alışkanlığımız yok. Bir de zaten hafta içi komple buradayız (sanayi sitesini kastederek), bir Pazar günü anca evde kalıyoruz, akşam yedi sekizde anca çıkıyoruz, zaten hava kararıyor, biz eve gidene kadar bir buçuk saat yol sürüyor buradan. Evden anca beş dakika, akşam yemeğimizi yiyince arkadaşları görmeye çıkarız, iki konuşur geri geliriz. Başka gezme yok...Millet kafelere falan gideri gezer hafta içi mesela kız arkadaşıyla, bugüne kadar hiç öyle bir şey yapmadık yani, onlardan mahrum kaldık...Burada insan sıkılıyor, çalışırken de sıkılıyor insan. Mesela arkadaşlarımız gezerdi, hadi gel bir yere gidelim, gezelim ama izin alamıyorsun, iş yoğun gidemiyorsun. Onlar geziyor, sen burada çalışıyorsun, bu sefer de sıkılıyor insan, onlar gezip sen burada çalışırken... (Korkut, 20)

Mustafa (23) alışveriş merkezlerinde gördüğü gençleri kendisiyle karşılaştırıp, boş zamanı nasıl bulabildiklerini anlayamadığını söylemiştir:

Onlar nasıl olup da boş vakit bulup geziyorlar onu da aklım almıyor. Hani böyle boş vakit derken, onlar hayata hep gezme olarak bakıyorlar herhalde... Bizim olayımız ne, biz nasıl en çabuk eve gideriz, o...Zaten eve gidiyorsun, banyo yapıyorsun, tıraş falan derken belli bir saat. En erken

sekizde gidiyoruz eve, ev de uzak oluğu için... Bazı günler var, on bir, on ikiye kadar, yeri geliyor sabah dörde kadar çalıştım. (Mustafa, 23)

Tüketim toplumunda duyguların da çeşitli tüketim biçimlerine ve tüketim ürünlerine dönüşerek ifade edilmesi gerektiği baskısı, kent yoksulu gençlerin kendilerini dışlanmış hissetmelerine örnek oluşturur. Özellikle karşı cinsle aralarında geliştirmek istedikleri romantik ilişkilerde tüketim ürünlerini “gerektiği” gibi kullanamayan gençler için bu durum bir “utanç” olarak değerlendirilmektedir. Bu durum özellikle kız arkadaşlarının tüketim isteklerini yerine getirmekte zorlanan erkekler için geçerlidir. Yoksulluğun bu bağlamda erkekler ile kadınlar arasındaki duygusal ilişkilerin geliştirilmesi için de engel oluşturduğu düşünülmektedir.

Her şeyin sonu paraya çıkıyor, her şeyin...örnek veriyorum biriyle çıkıyosun, cebinde paran yok. Kız sana diyo ki “ya bana bir kola alır mısın?” ne yaparsın? Mahcup olmak da değil, alamayacağını söyleyemezsin bile. Alamam diyemezsin. Naparsın? Başka şeylere yeltenirsin. Yoksul takımı denilen insanlarda bu böyle, zenginlerde bu yok zaten. Zengin istemez, “yaa bana bir kola alsana” diye bişey yok. Alıyor, koyuyor istemesine gerek kalmıyor zaten... (Kemal, 19)

Kız arkadaşım olsa, buluşsak, hem stres olurum hem de üzülürüm pahalı bir yere gitmek isterse diye. Cebimde nereden baksan ancak 20 lira var, o para da neye yetecek eğer lüks bir yere gitmek isterse? (Yavuz, 17)

Çeşitli tüketim harcamalarından kaçınmak için yoksul gençlerin bulduğu çözümler, özellikle kız veya erkek arkadaşlarıyla parklarda buluşmak, yollardaki banklarda oturmak ve böylece maliyetleri en aza indirmek olmaktadır. Genellikle genç kızlar ve erkekler arasındaki duygusal ilişkilerin sürdürülmesi, yoksulluk nedeniyle somut buluşma pratiklerine dönüşmemekte, telefon mesajlarıyla ya da internet ortamındaki yazışmalarla sağlanmaktadır. Sertaç (18) yaşadığı bölgedeki kız-erkek arkadaşlığının aldığı biçimi şöyle anlatmıştır:

Şimdi (burada) cebinde telefonu olan olur, kontör olmaz çaldırır, kapatır. Kız da çaldırır kapatır, konuşma yok. Ya da mesaj. Öyle buluşalım, bir yere gidelim falan yok. Buluşsa nereye gider en fazla Kurtuluş Parkı’na gider, soğukta oturur, oturur evine geri döner...(Alışveriş merkezindeki gençleri kastederek) onlara bakınca, herkes öyle olmak ister. Bu çevrede herkes onlar gibi yani kız arkadaşıyla çıkıp dolaşmak ister ama yapamaz. Parası olsa belki yapabilir çünkü hayatı öğrenir. Hangi ortamda nasıl takılacağını bilir ve sonra da onu yapabilir. (Sertaç, 18)

Tüketim toplumunun normlarına uygun bir şekilde yaşayamayan gençlerin kendilerini psikolojik açıdan dışlanmış hissediyor olmasına ek olarak, kent yoksulu gençler bu dışlanma biçimlerini çeşitli mekanlarda ve karşılaşmalarda somut olarak da deneyimlemektedirler. Buradaki deneyimlerin odağında pazaryerindeki olumsuz etkileşimler bulunmaktadır. Lüks ve zengin semtler, alışveriş merkezleri, kültürel faaliyet alanları, restoranlar, lüks mağazalar, spor ve güzellik merkezleri kent yoksulu gençler için başka bir dünyaya ait mekanlardır. Görüşülen gençlerin anlatılarında öne çıkan bu eğilim, Yumul'un (2006) bulgularıyla paralellik göstermektedir. Yumul (2006: 247) zengin mekanı olarak adlandırılan bu yerlerin, yoksul gençler üzerindeki "yabancılaştırıcı" etkisinden söz eder ve bu mekanların onlar tarafından "farklı bir dünya" olarak tanımlandığını belirtir. Bu alanlar müze gibi gezilen, merak edilen ancak kendilerini ait hissetmedikleri için rahatsızlık yaratan yerlerdir. Bu mekanlarda görünüşleri, kıyafetleri, konuşmaları ve tavırları nedeniyle istenmediklerini; buradaki insanların bakışlarından rahatsız olduklarını, kendilerine hırsız gibi yaklaşıldığını, saygısız davranışlara maruz kaldıklarını düşünmektedirler.

Lüks yerlere gittiğinde biraz çekingenlik olur, insanlar acaba bana mı bakıyor şöyle yapsam nasıl olur, böyle yapsam gözlerine batar mı... (Yavuz, 17)

İşte biz oralara gezme olarak gidiyoruz da sadece geçiyoruz oradan. Oradaki yerlere gidip oturmayı hiç düşünmüyoruz bile...Rahat hissetmiyorum kendimi. Yani oradaki insanlar bir değişik... tavırları davranışları... biz oraya gittiğimizde bize bi acayip bakıyorlar yani... biz kaldırımda yürürken onlar çekiliyo mesela. Bizim oradan olmadığımızı anlıyorlar... (Yıldırım, 19).

(Zengin muhitlerde) Oralarda karşıdan gelen sanki bir insan değil de canavar gibi (görüyorlar) yol açılıyo, bakışlarından anlıyorum, erkekler kafasını önüne eğiyor, kızlar daha değişik bakıyor, artı önümüzden çekiliyorlar. (Selçuk, 18)

Ben sinemaya gitsem adam şöyle bir bakıyor, hadi kardeşim burada sana film yok dermiş gibi... (Kale'den bir genç)

Ben oralar gitmeyi hiç sevmem, gıcık oluyorum. Gidiyosun, boş boş dolaşıyorsun... Zenginin parası züğürdün çenesini yorar. Onu görürüm, bunu görürüm, o şöyle, bu böyle, insanın tuhafına gidiyor. (Halil, 19)

Zeynep (19) bilinirliliği yüksek ve yabancı markalar satan bir mağazada satıcıların ona karşı yaklaşımlarından duyduğu rahatsızlığı şöyle dile getirmiştir:

Orada çalışanlar sanki oranın sahibi gibi davranıyorlar...Havalılar, tipine bakıyorlar, zengin insan görünce yanına giderler, kabinde seni itekler geçerler... Çantandan, ayakkabından senin zengin olduğunu anlıyorlar ya da oranın müşterisi olmadığını anlarlar, bu bakmaya gelmiş derler... Ben bunları görünce bir daha da oraya gitmedim, zaten oradan bir şey alabileceğimi de sanmıyorum... (Zeynep, 19)

Kendi üzerlerindeki kuşkuları içselleştirmiş gençlerin çoğu durumda kendilerine karşı özel veya olumsuz bir tavır sergilenmemesine rağmen, bazı yaklaşımları kişisel olarak değerlendirdikleri, kendilerini sürekli olarak karşılarındaki insanlara referansla tanımladıkları ve kendi yoksulluklarını “ne kadar kapatmaya çalışsalar da” bir şekilde belli olduğunu düşündükleri için dışlandıklarını yoğun biçimde hissetmektedirler. Görüşmelerde gençler, maddi durumları daha iyi olan kişilerin kendilerini “beğenmedikleri”, onlarla “alay ettikleri” ve “dalga geçtikleri”ne dair çok sayıda örnekler vermişlerdir. Bu durumun gerçekte nasıl yaşandığı bilinemez ancak açıkça belli olan kent yoksulu gençlerin kendi yoksulluklarının bir “utanç”, “eksiklik”, “güvensizlik” duygusu olarak yaşadıklarıdır. Bu nedenle kendilerine yöneltilen her türlü bakışı, sözü ve tavrı bu çerçeveden yorumlamakta ve böylece hem kendi yoksul konumlarını içselleştirmekte hem de zenginlere dair basmakalıp düşüncelerini pekiştirmektedirler. Çeşitli tüketim olanaklarından dışlanan gençler açısından toplumsal eşitsizlikler, sınıfsal burukluklara ve kızgınlıklara dönüşmektedir. Örneğin Zehra (19), lise yıllarında sınıf arkadaşlarının onu ve kendisi gibi maddi durumu düşük kişileri sürekli olarak “ezdiklerini” söylemiştir. Bu konuda verdikleri örneklerden Zehra’nın arkadaşlarının onun yanında markalardan, gezdikleri yerlerden, sinemadan, müzikten bahsettiklerinde kendisini dışlanmış

hissettiği anlaşılmıştır. Zehra'ya göre arkadaşlarının bu davranışları sadece kendisini ve diğer yoksul öğrencileri ezmek için yapılmıştır:

Öğretmenlerimiz derdi ki “arkadaş olun, hepiniz aynı sınıftasınız, konuşun” derlerdi, bir konuştuğumuzda onlar değişik değişik şeyler yaparlardı. Direkt markaya gelirlerdi, hadi buraya gidelim, şuraya gidelim... Onlar mesela Kızılay'da kafeye gidip oturmayı çok seviyorlardı ya da sinemaya gitmeyi ya da başka bir yere gitmeyi, Tunalı'da gezmeyi... Küçük radyolar vardı, biz onlardan dinliyorduk, sonradan bize inat diye mp3'leri falan getirip gözümün önünde dinlemeye başladılar. İşte bak bundan klip de yayınlanıyor falan diye, bu şekilde de ezmeye başlamışlardı bizi. (Zehra, 19)

Umut (15) için de sınıftaki “zengin” çocukların gittikleri tatilleri anlatmaları, kendisini (ya da yoksulları) hor gördüklerine dair bir işarettir.

Zenginler kendi aralarına göre yani zengin takılmayı seviyorlar. Fakirleri hor görüyorlar... Bizim okulda var, bazıları hava atıyor ‘biz Antalya'ya gitmişiz, denize girmişiz’ derler falan iste hor görüyorlar. Mesela derste bir şey oldu mu, en ufak hareketini hemen ispiyonlarlar... Onlar kendilerini böyle kabadayı hissediyorlar, diyorlar bilmem esrarcıları çağırırız, gebertiriz sizi diyorlar. Yani biz de korkmuyoruz onlardan, hakkımız olanı yapmaya çalışıyoruz. Korktuk mu daha da üstümüze geliyorlar... (Umut, 15)

Erdoğan'nın da (2007c: 65) belirttiği gibi yoksullar ile zenginler arasındaki toplumsal-sınıfsal ve kültürel hiyerarşilerin kökleşmesinin yoksullar açısından yarattığı en çarpıcı sonuç, yoksulluğun özsaygı yitimiyle ifade edilmesidir. Yukarıda bahsedilen genç yoksulların yoksulluklarını bir “utanç”, “eksiklik” ve “güvensizlik” çerçevesinde anlamlandırmaları, Erdoğan'nın bu bulgularıyla örtüşmektedir. Görüşmelere katılan gençler, Erdoğan'nın da belirttiği gibi, yoksulluğu esas olarak giderek derinleşen toplumsal eşitsizlikler ve maddi sefaletten daha çok bunların kendilik üzerinde yarattığı duygusal-sembolik şiddeti dert ederek yorumlamaktadırlar (2007c: 66). Bu bağlamda yoksulluğun yarattığı dışlanma süreçleri, bu gençlerin onurlarına, özsaygılarına ve özgüvenlerine de yönelen bir tehdittir.

Şenol (20) yoksullukla kendine güvensizlik arasında kurduğu doğrudan bağlantıyı şu şekilde ifade etmiştir:

Paran varsa cebinde güvenin var, yoksa insanın güveni yok. Düşün yani, cebinde 100 milyon parası olan insan kendine güvenir, işte bir yerlerde gezerler, ederler. Cebinde parası olmayan insanlar gezemez, güvensiz hisseder. O zaman da insanlara o şekilde bakar, zengin hayata bakar, ben niye olmuyorum diye düşünür. (Şenol, 20)

Engin (20) alışveriş merkezlerindeki güvenlik önlemlerini kişiselleştirmekte ve bunun kendisine yöneltilen bir “kuşku” olarak algılamaktadır. Engin’nin bu ifadeleri tüketim toplumunda yaşamının verdiği “özgüvensizliğin” bir ifadesi olarak değerlendirilebilir. Aynı şekilde Leman’nın da (21) insanların içlerinden kendisi hakkında konuştuklarına inanması, yoksulluğun “özgüven” yitimi ile çerçevelendiğinin birer örneğidir.

Alışveriş merkezlerine gitmeyi sevmiyorum, bir sefer gittim, hoşlanmadım, çünkü dakikada bir arıyorlar, cihazdan geçiriyorlar, cebimizde telefon var, kemerimiz var, bip bip ötüyor. Sevmiyoruz biz oraları ya. Sanki şey gibi...Bir de sade olacak, gireceksin, çıkacaksın. (Engin, 20)

Karşımdaki insanın düşüncelerini hissederim böyle içinden konuştuklarını hissederim, acaba içinden ne geçiyordur bana karşı diye...(Leman, 21)

Kentlerde yaşayan ve tüketim olanaklarına aslında çok “yakın” ancak bir o kadar da “uzak” olan gençler açısından, dışlanma süreçleri onlarda çelişkili duygu durumları yaratmaktadır. Yaşıtları gençlerin tüketim olanaklarına bakarak onları “şanslı” gören gençlerin yanısıra bu durumu “kader” olarak benimseyip kabullenen gençler ve bunların tam tersine zenginlere karşı “öfke” ve “hınç” gibi şiddet eğilimli duygular geliştiren gençler de bulunmaktadır.

Patric Champagne (1999:59) Fransa’nın dezavantajlı bölgelerinde yaşayan gençlerin medyadaki temsilini konu aldığı incelemesinde, işsiz ve yoksul gençlerin çeşitli tüketim toplumu göstergelerini ve tüketim ürünlerini hedef alan şiddet eğilimlerini, bu gençleri dışlayan sembollerin yıkılması ve tahrip edilmesi girişimi olarak yorumlamaktadır. Bu gençlerin alışveriş merkezlerini saldırgan davranışların merkezi olarak seçmelerinde olduğu gibi arabaları çalmaları, yakmaları veya bunlara çeşitli şekillerde zarar vermeleri Champagne’e göre bu tüketim ürünlerinin yoksul gençlerin sahip olamadığı birçok yatırım biçimini içermesi (sadece ekonomik değil, psikolojik, sosyal ve yatırılan zaman açısından) ayrıca gezip dolaşmak ve serbest

zamanı da ifade etmesinden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda araba bu gençler açısından işgücü piyasasına dahil olabilmeyi ve bu alandaki başarıyı simgelemektedir. Kendilerinin bunlara ulaşamamaları, gençlerde şiddet içeren eğilimler ortaya çıkartmaktadır. Görüşmelere katılan gençlerde Champagne'nin belirttiği türden şiddet eğilimlerinin çok yaygın olmadığı ancak çeşitli tüketim ürünlerine ulaşamama durumunun kent yoksulu gençler açısından gerginlik kaynağı olduğu ve zaman zaman şiddet içeren duygu durumlarının ortaya çıkmasına neden olduğu gözlemlenmiştir.

Şimdi onlarda var sen de yok, insanın zoruna giden budur... Hırsızlık bundan başlamış biliyo musun? Bakıyor şimdi sende var onda yok, bunlar böyle, onlar böyle. Ben ne yaparım ben de gider hırsızlık yaparım, arsızlık yaparım, yolsuzluk yaparım, parayı kolay yoldan bulurum. (Halil, 19).

Ben böyle değilim dışarıda. daha bir sinirliyim. Bu sinirim nereden geliyor? Kıskançlık oluyor. Şuna bak diyosun araba almış, 17 yaşında Mercedes'e biniyor. Neden böyle? Ben neden binemiyorum? (Kemal, 19).

Özellikle kendi yaşam koşullarını değiştirebilme umudunu tamamen yitirmiş gençlerde gözlemlenen olumsuz yöndeki tutumların, bu gençlerin anlatımında olduğu gibi onları çeşitli tüketim olanaklarına sahip olabilmek için yasadışı yollara itebilmesi de olasıdır. Ancak yaygın olarak düşünülenin tersine bu türden patolojik eğilimler kent yoksulu gençlerin yaşamlarında marjinal konumdadır. Bunun yerine kent yoksulu ailelerin ve gençlerin geliştirdikleri çeşitli stratejilerle, dışlanma sürecinin etkisi hafifletilmeye çalışılmakta ve tüketim toplumuyla bütünleşebilme olanaklarının yolları aranmaktadır.

D. Kent Yoksulu Gençlerin Tüketim Dünyaları

1. Kent Yoksulu Gençlerin Habitusları

Kent yoksulu gençler içinde bulundukları kısıtlı yaşam koşullarına çocukluklarından itibaren maruz kalarak kendi yoksul konumlarını içselleştirirler. Dışsal yapıların erken dönem toplumsallaşma deneyimleriyle içselleştirilmesinden ortaya çıkan habitus, bir yandan kent yoksulu gençlerin yaşamlarında nelerin mümkün olup nelerin olamayacağına ilişkin sınırlar koyarken diğer taraftan bu koşulların yapılandırıcı özelliklerine denk düşen algıların, arzuların ve pratiklerin üretilmesiyle sonuçlanır. Oyunun kuralları erken yaşlardan itibaren sosyalleşme süreçleri içinde öğrenilir ve yoksul gençlerin kim olduklarını ve bu dünyada nasıl var olduklarına ilişkin algılarını şekillendirir.

Ben ileriye düşünmem. İleride şunu olacam, doktor olayım da şöyle yapayım. Olamam çünkü.
(Kemal, 19)

Yoksul gençler yaşam koşullarını değiştirebilmeleri için ekonomik kısıtlılıklardan kurtulmak gerektiğini söylemelerine rağmen gelecekte bu koşulları tamamen değiştirebileceklerine inanmamaktadırlar. Yoksul yaşam gerekliliklerinin onların içine ne kadar derinden işlediğini gösteren ifadelerde gençler, kendilerinin “aza kanaat eden” kişiler olduklarını ve “zenginliği istemediklerini” söylemektedirler. Zenginliği istememe nedenleri olarak paranın kişiyi “bozacağını”, “yoldan çıkartacağını” düşünen kent yoksulu gençlerin bu ifadeleri, yine onların habitusları bağlamında anlam kazanır. Zenginlerin yaşam biçimleri karşısında yoksunluklarını daha derinden hissederek kent yoksulu gençler, bu eşitsizliklerin karşısında kendi sahip oldukları erdemlere ve manevi değerlere vurgu yapmakta ve zenginlerin bunlara sahip olmadığını düşünmektedirler.

Zengin bizim yaptığımız şeyleri yapamıyor, mutluluğu küçük şeylerden bulamıyor. Biz küçük şeylerden mutlu oluyoruz ama zenginin öyle bir tasarrufu yok. Parasıyla her şeyi yapıyor ama mutlu olamıyor... Param olsun istemiyorum açıkçası, çok param olsun istemiyorum. Para her insanı bozar. (Kemal, 19)

Bir çay bile bizi mutlu ediyor, oturup sohbet ederken...Mutlu oluyorum, çok oluyorum ama niye oluyorum? Sevdiklerim yanımda o yüzden fazlasını hiç düşünmüyorum...Ben insanların parasını değil, akıllarını kıskanırım, çalışmasını kıskanırım. Ben de elimden geldiğince çalışıyorum... Zengin çocukları dedikleri her şeye doymuş, yani her şeye doymuş olduğundan artık eroine, esrara yöneliyorlar...Yani doyumsuzlar para olduğu zaman işte şunu yapıyorlar, bunu yapıyorlar, artık sağa sola saldırıyorlar, çünkü para bol nereye harcayacaklar, ben istemiyorum çok param olsun, ben güzel bir işim olsun, bir de sağlık istiyorum. (Haldun, 26)

Herkes zengin olmak ister de, biraz detaya inince de zengin olmak insanları bozuyor. Çünkü kazandıkça kazanası geliyor. Her zaman için bir adım daha istiyor insan. İnsanın huyunu suyunu değiştiriyor. Benim gözlemlediğim kadarıyla insanlığı tamamen unutturuyor. İnsanın tüm dünyası para oluyor. (Selçuk, 18)

İnsanda ne kadar çok para olursa o kadar azıyor bence. Çok daha farklı şeylere yöneliyor, azı karar yani...Ben bugünkü gibi yaşasam bana yeter yani, daha iyisini istemiyorum. Mesela zengin insanlar evleniyor, hani hep fakirle evlenip kötü yaşam sürenler var ama bir de şu yönden bakalım. İşte zengin biriyle evlendin diyelim, çok parası var, her şeyi var ama evine ocağına sahip çıkmıyor, ilgili değil, içiyor, başka insanlarla birlikte olabiliyor. Çünkü çevresi geniş, parası var, her şeyi var istediğini yapabilir. (Tuğçe, 18)

Kent yoksulu gençler çocukluklarında düzenli sağlık kontrolüne gidebilme ve okul öncesi eğitim alabilme olanaklarından yoksun bireyler olarak, erken yaşlarda yaşlılarına göre dezavantajlı duruma düşmektedirler. Bu gençlerin ailelerinin de sahip olduğu düşük kültürel ve ekonomik sermaye kompozisyonları, gençleri çocukluklarından itibaren çeşitli destek mekanizmalarından yoksun bırakmaktadır. Erken yaştan itibaren kendi gereksinimlerinin ailelerine getirdiği finansal yükleri öğrenen, isteklerinin fiyatları konusunda sürekli uyarılan, ailelerinden kira, mutfak masrafları ve diğer yaşamsal giderler konusunda tam bir bilgiye sahip olan bu gençler, özellikle televizyondan ya da arkadaşlarından görüp istedikleri tüketim ürünlerini satın alamama gerekçesi olarak ailelerinin maddi yetersizlikleri göstermesi sonucunda yoksulluğu çocukken tanımaktadırlar. Görüşmelere katılan gençlerin önemli bir kısmı çocukken hiç oyuncakları olmadığını, kendi el becerileriyle yaptıkları oyuncaklarla oynadıklarını, en iyi bildikleri oyunların sokakta oynanılan ve hiçbir ekstra maliyet getirmeyen oyunlar olduğunu belirtirken aslında oyuncaklara

sahip olmayı hep arzu ettiklerini dile getirmişlerdir. Örneğin Ali (16), çocukken arkadaşlarının Play Station'dan, Atari'den bahsettiklerini, kendisinin üzüldüğünü fakat elinden bir şey gelmediğini şöyle anlatmıştır:

(ben neden alamıyorum) diye düşününce kafamda, üzülsem buna faydası var mı, benim durumum ortada, bütçem ortada, bunu alamıyorsam alamıyorum ama ileride alabileceğim, bu zamanda yaşayamadıysam bunu ileride yaşayacağım diye düşünüp avunur giderdim... Atariler vardı, çocuklar oynardı, durumu iyi olanlar alır oynardı. Gider başına toplanırdık nasıl oynuyorlar diye. Yandığı zaman, sen nasıl yandın, ben olsam daha iyi oynardım falan derdik... Üzülürdük tabii. O zaman boyacılık yapıyordum. Para biriktirip oyuncak alsam mı diyordum, sonra düşünüyordum, para biriktirsem eve bir şey getiremeyeceğim, gelir olmayacak, en iyisi para biriktirmemek diyordum. Bir gün çok param olursa alırım diyordum.(Ali, 16)

Hakkı (24) çocukken bir çamaşır yumuşatıcısı markasının reklamında yer alan oyuncak ayıcığa duyduğu özlemi anlatırken, adeta o günleri yeniden yaşamaktadır:

Çocukken insan her gördüğü şeyi istiyor...Yumoş reklamında, her Yumoş çıktığında o Yumoş ayıcıktan bir tane istemişimdir ben. Şimdi annem diyor, keşke sana alsaydım bir Yumoş o zaman. Ne kadar istedim artık, onu ben düşünemiyorum. Her reklam çıkışında televizyonun başına koşardım o ayıcığı izlerdim. O kadar hoş geliyordu bana demek ki. Küçükken, çocukken bir ayıcığım olmasını isterdim. Annem hala pişman, çok pişman hem de. Keşke o zamanlar diyor...Bilmiyorum yaşam, o zaman daha mı düşüktü gelirimiz, nasıldı artık? (Hakkı, 24)

Erken dönem toplumsallaşma deneyimleriyle kazanılan yatkinliklarda aileden edinilen birincil eğitimin önemi büyüktür. Kişinin dış etkilere ve yönlendirmelere en açık olduğu çocukluk döneminde edinilen eğilimler, sonraki dönemlerde gelecek sosyal etkileri eler ve düzenler (Bourdieu 1987'den aktaran İdemen, 2008: 423). Yoksul gençlerin ailelerinden aldığı birincil eğitimin niteliği, ailelerin kültürel sermayeleri ve toplumsal kökenleriyle sıkıca ilişkilidir (Bourdieu, 1984). Kent yoksulu gençlerin ailelerinin kültürel sermayelerindeki düşüklük, okulda geçerli kültüre ailelerinden aşına olan ve eğitim kariyeri hakkında daha geniş bilgiye sahip olan çocuklara göre onları dezavantajlı durumda bırakır ve ailelerini ve yakın çevrenin eğitim konusundaki duruşlarına ek olarak motivasyonlarını da düşürür. Yoksul gençlerin kültürel sermayelerini geliştirebilmeleri okuldaki müfredat olanakları ile sınırlıdır. Bu gençlerin müfredat dışında kültürel sermayelerini arttırabilecekleri eğitim olanakları, kuran kursları, el becerileri kursları veya saz

kursları olmaktadır. Bu eğitimler ise ya yakın çevredeki tanıklardan ya da ücretsiz olarak verilen derslerden sağlanmaktadır.

Habitus algılanan, değerlendirilen ve içinde hareket edilen dünya aracılığıyla oluşan kalıcı ve aktarılabilen bir eğilimler sistemini anlatır (Wacquant, 2007: 61). Bu yatkinlıkların kalıcı olması, kolay değişmediğini ve uzun yıllar boyunca etkisini sürdürebildiğini; aktarılabılır olması ise farklı bağlamlarda benzer şekilde işleyip, pratiklere bütünlük ve tutarlılık kazandırmasını ifade eder. Sürekli özel toplumsal koşullar ve koşullanmalara maruz kalınarak, dışsal kısıtlamalar ve imkanlar içselleştirilerek kazanılan zihinsel, motivasyonel ve davranışsal şemalar her zaman bilinçli olmak zorunda değildir. Hatta çoğu zaman kişinin içinde işleyen bilinçdışı, alışkanlık oluşturuçu güç olarak, kişiye belli durumlarda ne yapılması ve nasıl davranılması gerektiğine ilişkin bir pratik duygusu sağlar.

(Eğlenmek, gezmek için) Tunalı tarafına hiç uğramayız, hiç aklımıza gelmiyor yani. Arkadaşlarla bir araya geldiğimizde hadi gidelim Tunalı'ya demiyoruz. Diyoruz ki hadi Mavi Göl'e gidelim, ocakbaşına gidelim...kafamızda oralar yer etmiş, hiç de hadi Çankaya'ya gidelim demiyoruz... Kafamda onu yer etmişim ki bir şey olduğu zaman tüm gözler sanki benim üstümde gibi hissediyorum...(Yıldırım, 19)

Habitus kişinin temelde kültürel ve ekonomik sermaye hacimlerine göre belirlenmiş toplumsal uzamdaki konumlara denk düşen yatkinlıklar üretir. Dolayısıyla toplumsal uzamda benzer konumlar işgal eden eyleyicilerin habitusları da benzerdir. Bu durum kent yoksulu gençlerin çeşitli yatkinlıklarının, eğilimlerinin ve pratiklerinin benzer olmasını açıklar. Aynı zamanda kent yoksulu gençlerin hayatlarının farklı alanlarındaki pratiklerine de biçim ve tutarlılık kazandırır.

2. Tüketim Pratiklerini Yönlendiren İlke Olarak Habitus

a) Gereksinim Beğenisi

Kent yoksulu gençlerin tüketimle olan ilişkileri en basit düzeyde yetersiz sahiplikler ve sınırlılıklarla ifade edilir. Yoksul ailelerin ekonomik yetersizlikleri,

tüketim tercihlerine gereksinimlerini ön plana alarak yaklaşımlarını zorunluluk olarak dayatmaktadır. Çocukluklarından itibaren kent yoksulu gençlerin, tüketim tercihlerinde gereksinimlerine göre hareket etme zorunlulukları, gereksinime alışma biçimini, gereksinimlerin kabul edilmesini ve gereksinimlere boyun eğilmesi yatkinlıklarını üretmiştir. Yoksul gençler kendi toplumsal dünyalarının doğal zorunluluklarının pratikte farkında olduklarından, içinde yer aldıkları koşullara benzer koşullara sürekli maruz kalmanın ürünü olan bir pratik duygusu olarak habitusları onları tüketim tercihlerinde “gereksinim beğenisine” yönlendirmektedir. “Gereksinim beğenisi” Bourdieu’nün (1984), kültürel ve ekonomik sermayesi düşük sınıfların kültürel tüketimlerini betimlemekte başvurduğu bir kavramdır. Gereksinimlerin tüketim tercihlerinde oynadığı başat rol, kent yoksulu gençlerin bu tercihlerinin tamamen ekonomik kapasitelerindeki yetersizliklere indirgenebilecek bir durum değildir. Burada esas olan Bourdieu’nün de belirttiği gibi, bu gençlerin habituslarının gelir düzeyleriyle birlikte şekillenerek algısal, motivasyonel ve davranışsal şemalara yön vermesidir. Ezgi (20), tüketim davranışlarındaki eğilimleri erken yaşlarda kazandığını şöyle ifade etmiştir:

Bunlar bana küçükken aşılacakları şey... Amman tüketimden sakın işte, bak ekmek nasıl buralara geliyor, sen ekmeği nasıl atarsın...Hazır, bugün alırım, yarın alırım, yarın birgün para bulamadığım zaman ben ne yaparım...Reklamlar çok fazla, insanlar şey yapıyor böyle, sanki gökten para yağıyor ve bu özgürlüğü almışlar, daha sonradan, onu yapıp üzüleceğime başta yapmam, üzülmem daha iyi. Ben sonumu düşünen bir insanım... (Ezgi, 20)

Görüşmelere katılan gençlerin önemli bir kısmı ailelerinin kendi isteklerini çocukluklarından beri ellerinden geldiğince karşıladıklarını söylemişlerdir. “Ailem ben ne istersem alır”, “annem/babam bana kıyamaz” türündeki ifadelerden hemen sonra bu gençler, “kendilerinin de ailelerinden neleri isteyebileceklerini”, “onlara nelerin alınabileceğini” bildiklerini, bu sınırlarda kaldıklarını belirtmişlerdir.

Ben genellikle giysi konusunda bir şeyi çok istedim, annem de gücü yettiği kadar alıyor, sağ olsun...Hani durumunu bilirsin ailenin zaten, güçleri neye yetiyorsa ben de onu isterim daha

fazlasını da istemem...Bazen pahalı şeyler hoşuma gidiyor, ama alamayabilirler diye susuyorum...Telefon istiyorum mesela, babam da alalım diyor, ama benim istemediğim daha düşük bir model alalım diyor. Ben de sesimi çıkartmıyorum. Onu da almayalım diyorum, yüksekini de almayın, sonra diyorum, geçiştiriyorum. (Semra, 16)

Babam her istediğimizi alıyor. İhtiyacımız olan her şeyi, elinden geleni yapıyor. Evde ihtiyaç, yemek, gıda falan onlara yardımcı olur. Elbiselere pek önem vermiyoruz...Elbiseleri halam, teyzem getiriyor. (Hacer, 15)

Çocukluğumda da ben ne istiyorsam ailem onu alırdı. Onlar aldıkları zaman ben beğeniyordum zaten, benim aşırı bir istediğim şey yoktu zaten. (Onur, 16)

Her istediğim çok abartmadığım sürece alınıyor. Ben onların alabileceği şeyleri alıyorum, onu seçerim zaten, öyle abartmam. (Esma, 15)

Olca (17), ailesinin durumunu bildiğini ve istediği şeyleri ona göre ayarladığını şöyle anlatmıştır:

(Paraları olmadığına) zaten alamazlar, ne kadar çırpınsam da üzülsem de arkadaşlarımın yanında gözyaşlarım içime dolsa da, yani ne kadar şey yapsam da, alamazlar, sonuçta hani gerçekçi olmak da gerekir bir taraftan da. (Olca, 17)

Kent yoksulu gençler tüketim tercihlerini “paralarını akıllıca harcayarak”, “verdikleri paranın karşılığını alacak şekilde” yaptıklarını; “tutumlu” davrandıklarını, akılcı seçimler yaparak, uzun süre kullanabilecekleri, dayanıklı, çok amaçlı ve çok yönlü tüketim ürünlerine yöneldiklerini belirtmişlerdir. Bu tüketim tercihleri, kent yoksulu gençler açısından kendi yaşam koşullarına en uygun stratejiler olarak kabul edilmektedir. Örneğin Altındağ’da bir mahallede bir dönem mağazada tezgahtarlık yapan Ebru (26), o bölgedeki kadınların alışveriş pratiklerini şöyle anlatmaktadır:

Buradaki müşteri potansiyelinden hoşlanmıyorum. Hani aşırı pazarlık yapıyorlar, bir şeyi beğendirmek çok fazla zor. İnceliyorlar da inceliyorlar...malı beğense fiyatı beğenmiyor, fiyatı beğense malı beğenmiyor...Kadınlar dar gelirli olsa da kıyafet alıyorlar, daha sade, daha gündelik, bir kere alayım da uzun süre kullanayım denilen tarzda... (Ebru, 26)

Zeynep (19) giyim-kuşam alışverişlerine çok zaman ve emek harcamasının zor beğenmekten kaynaklanmadığını, kendi imkanları dahilinde bir tüketim ürününden maksimum faydayı elde edebilme yollarını aradığını şöyle anlatmıştır:

Ben bir şeyi mesela çok zor alıyorum, çok zor beğenmekten değil aslında, ya da bir açıdan ondan... Fiyatını ölçüyorum, ne zaman giyebilirim, hangi ayakkabımla giyebilirim, her zaman giyebilir miyim, bunun burası böyle, iki gün sonra gider mi acaba, bir montu bir ay dolaştığımı, her yere baktığımı bilirim, daha ucuza bana daha çok kar getirecek şekilde ararım...Ben

arkadaşlarımdan hep daha geç alırım ama daha ucuzunu, daha güzelini, dayanıklısını bulurum. (Zeynep, 19)

Pahalı bir tüketim ürününün veya hizmetin satın alınması için harcanacak para, gençlere göre daha farklı ve daha iyi amaçlar doğrultusunda kullanılabilir. Burada da hakim olan düşünce kısıtlı kaynakların etkin kullanımıdır.

Ben 70 YTL'yi bir ayakkabıya vereceğime, mesela ailemle paylaşırım, anneme verdiğimi düşünsem o parayı, bizim bir haftalık bütün ihtiyaçlarımızı alabilir. Bir arkadaşım gitmiş Atakule'de yemek yemiş, 30 YTL vermiş. Ben öyle yapmazdım, anneme verirdim o parayı yine öyle bir param olsaydı. Annem mesela gider bir tavuk alırdı ya da başka bir şey alırdı. Hep birlikte yerdik ve biz bunu üç gün yerdik. Dışarı gidip 20-30 lira verene kadar evde değişik bir şey alıyorsun, hep birlikte yiyorsun, o bile bize mutluluk veriyor...(Zehra, 19)

Biz sinemaya gitsek, üç kardeşiz, erkek kardeşim var benim, onun da gelmesi gerekiyor, çünkü o hiç bir şey bilmiyor, belki özentiden de olabilir, onu da götürmemiz gerekecek. Üç kişi, yol parasını hesaplayalım, altı lira gidiş-geliş, biletler zaten, en ucuzu beş lira desek, on beş lira, bu bize yirmi, yirmi beş liraya mal olacak. Ona vereceğimize, bir hafta sonu evde, aile içinde, ne bileyim, kendimize özel bir yemek yapıyoruz. (Ahu, 21)

Bu durum kent yoksulu gençlerin tüketim mallarını yalnızca kullanım değerine bakarak tercih ettikleri yanılgısını yaratmamalıdır. Bu gençler, tüketim ürünlerinin taşıdığı sembolik değerlerin ve anlamların farkında olduklarını, modayı takip ettiklerini, tüketim ürünlerinde estetik, biçim ve tarz aradıklarını çeşitli şekillerde ifade etmişlerdir. Yoksul gençlerin tüketim ürünlerinden elde edecekleri doyum, bu ürünlerin işlevsel boyutu ile sınırlı değildir. Tüketim tercihleri, tüketim ürünlerinin hem kullanım hem de sembolik değerinin kendi maddi olanakları dahilinde en çoklaştırılması girişimidir. Örneğin Ezgi (20), sadece maliyetleri azaltmak için değil aynı zamanda alışkanlıklarından dolayı kendi giyim eşyalarına kendisinin el becerisiyle stil kazandırdığını söyle anlatmıştır:

Benim ihtiyacıma karşılık gösteriyorsa, beni mutlu ediyorsa, hiçbir şeyden kaçınmam, alırım, yaparım, ederim, beceririm... Ben bir kıyafet alıyorum, bakıyorum ki fiyatı on milyon, boncuklu, pullu. Hiçte on milyon vermem diyorum. Al Ezgi şuradan iki milyona bir tane o badiden, alıyorum o badiyi, eve geliyorum, o kadar güzel işliyorum ki, o badiye on basar. Kendi emeğimi vermişim. Benim çoğu kıyafetlerim boncuklu, pullu. Hatta kokoş derler bana. Hepsi kendi yaptığımdır... Şallarımı, fularlarımı falan almam yani, kendim yaparım, örerim. Herkes hazır zanneder. (Ezgi, 20)

Yelda (15) modaya uygun giyinmeyi çok istediğini, bu nedenle kendisine verilen harçlıkları biriktirdiğini ve beğendiği şeyleri satın aldığını anlatmıştır. Yelda “şık” ve “pahalı” görünen giysilerini ne kadar ucuza aldığından övünerek bahsetmiştir.

Mesela şunu aldım (montunu göstererek) 10 lira, kotum 15, taşıydı ben söktüm, ayakkabım 5 lira, üstümdeki badi 5. Rus pazarından alıyorum, orada ucuza satıyorlar, hem de moda olan şeyler, bilmek lazım...Kızılay’da da var, sezonu geçen mallar falan. (Yelda, 15)

Kent yoksulu gençlerin dünyasında zenginler “marka takıntıları” nedeniyle eleştirilirken, kendilerinin “marka bağımlısı olmadıkları” veya “markalara düşkün olmadıkları” yaygın olarak ifade edilir. Markaların tercihinin tek ve en önemli nedeni bu gençler açısından uzun süre kullanıma olanak tanınması olduğu söylenmekte ve böylece hem bütçeyi aşan harcamalar rasyonalize edilmekte hem de zengin gençlerle kendileri aralarına ayırım konulmaktadır. Gençlere göre zenginler bir malı sırf “marka” olduğu için satın alırken, onlar kullanım değerinden ötürü tercih etmektedirler.

Taklit mal alıyorsun 1 hafta giyiyorsun iptal oluyor ayakkabı ama orijinal olduğu zaman en kötü şartlarda 1sene giyiyorsun. Yani gene aynı paraya geliyor, en azından orijinal al ki düzgün bir şey giymiş olursun. (Mehmet, 21)

Ben çoğu şeyimi iyi giyinmeye çalışıyorum. Annem buna marka hastalığı diyor, ama ilgisi yok. Ben bir ayakkabıyı alıyorum mesela, çok iyi, atıyorum 100 lira veriyorum, ben onu iki yıl giyiyorum, ben tutup da çok ucuz diye bir ayakkabı alıp da seneye bir daha alacak değilim. Hani diyorlar ya, ucuz mal alacak kadar zengin değilim... (Zeynep, 19)

Burada hep taklit... Mesela şu mağazaya git, adam diyor ki Converse, yav 10 liraya Converse mi olur? Bu diyor ki orijinal diyor, aldım yıkadım soldu, küçüldü gitti. Hani Converse’ti? Ya şimdi 10 liraya alıyorum iki gün giyiyorum, 30 liraya alıyorum iki ay giyiyorum hesabı yani, o şekil. (Sertaç, 18)

Gençlerin bahsettiği “markalı” giyecekler, üzerinde etiketi olan ve mağazalarda satılan ürünlerdir. Ancak bilinen ve tercih edilen marka sayısı oldukça kısıtlıdır. Bu markalar genellikle piyasada taklitlerinin de üretildiği (örn; Dolce Gabanna, Puma, Adidas, Converse, Pierre Cardin) veya zincir mağazalarda satılan markalardır (örn; Sarar, Collezione).

Gereksinimlerin yönlendirdiği beğeniler, kent yoksulu gençlerin medya tüketim tercihlerinde de belirgindir. İzlemekten hoşlandıklarını söyledikleri televizyon programlarını “bir şeyler öğrenebilecekleri”, veya “ders çıkartabilecekleri” “gerçek olduğuna inanılan” yayınlar arasından tercih ettiklerini özellikle söyleyen gençlerin öğrenmeye meraklı olduğu konular ise sınırlıdır. Özellikle devlet işleyişini ve bu alandaki aktörlerin ilişkilerini konu alan diziler veya filmler, yoksulluğun anlatıldığı dini içerikli yapımlar veya aile içi ilişkilerin konu edildiği diziler gençlerin “bilgilerini arttırmak için” izlediklerini ifade ettikleri programlar arasında sayılmaktadır.

Ben Hatırla Sevgili’yi izliyorum bir tek, çünkü eskiyi anlatıyor, eskiyle şimdiyi karşılaştırıyor. Böylece o dönem hakkında bilgi sahibi oluyorum. Geçen yıl benim bu konularda hiç bilgim yoktu, kendimi kötü hissediyordum. Arkadaşlar konuştuğunda yorum yapamıyordum...Bir şeylerde benim de söz hakkım olsun diye izliyorum. (Zehra, 19)

Arka Sokaklar’ı izliyorum. İzlememin sebebi, orada toplumdaki bütün olayları gösteriyor. Polisin hayatını göstermeye çalışıyor ama onun içinde toplumun hayatı var... Ben orada izlediklerimin hepsinden örnek alıyorum kendime...Bez Bebek diye bir dizi var, onu izliyorum, seviyorum. Çocukça bir dizi ama onun içinde de örnek alınacak şeyler var. Nana’nın davranışları (dizideki başrol oyuncusu) çok hoşuma gidiyor...Kötülüğe karşı kötülük düşünmeme, ne kadar güzel bir şey. (Ali, 16)

Televizyonda izliyorum, insanlar çok güzel şeyler anlatıyor, diyor ki bakmayın bu insanlar zengin ama hiçbirisi helali ile kazanmadı. Bu zenginlik asla helalle olmaz...Tabii insanlar var, çalışarak, artık eski insanlar, çalışa çalışa, artık çeşme akarken suyu doldurmuş...Televizyonun hepsinde çıkıyor bunlar...Mesela Sırlar Dünyası vardı, izliyordum, ama gerçekten insanlara öyle bir şey anlatıyor ki artık insan...Şöyle bir şey vardır, bu dünya geçicidir, bu gerçektir...Bunları kendim izleyerek düşünüyorum, ben bir şey izlerken ondan ders çıkartmak zorundayım, ders çıkartıyorum... (Ertan, 19)

Gerçek hayatta ne var ne yok diye televizyon izliyorum, Kurtlar Vadisi, Ölümsüz Kahramanlar, Tek Türkiye... Terörü işliyorlar. Gerçek olanları, gerçek olmayanları anlamsız buluyorum. (Umut, 15)

b) Gereksinim Sistemi

Yoksul gençlerin gereksinim sistemi daha önce de değinildiği gibi tüketim toplumu tarafından etkilenmektedir. Bu gençlerin tüketim eğilimlerini belirleyen temel motiv gereksinimler olmaktadır ancak bu gereksinimlerin tamamen fizyolojik nedenlerden kaynaklandığı iddia edilemez. Tüketim toplumunda gereksinimler ile

arzular arasındaki sınır belirsizleşmektedir. Bu belirsizlikler kent yoksulu gençler tarafından kendi seçimlerinde gözettiklerini söyledikleri “akılcılık” prensibi ile giderilmeye çalışılmaktadır. Ezgi (20) gereksinimler ile gereksinim dışı harcamalar arasındaki farklılıkları şu şekilde ifade etmiştir:

Ben bugün elimde on lira var, pazar ayağımın altında, gördüğüm şeyi alırım, o ayrı, ama aldığın şeyi ne kadar uzun süre kullanırsın o da apayrı bir konu. Canın sıkıldığı zaman mı değiştirirsin, param var, hava olsun diye mi değiştirirsin. Ne için değiştirirsin? Amacım belli benim. Amaç, burada amacın önemli olduğunu düşünüyorum. Ben ihtiyacım varsa alırım. (Ezgi, 20)

Bourdieu’ye göre kişinin gereksinim sistemi habitusun seçimleriyle tutarlıdır (1984: 375). Habitusta kayıtlı koşullanmalar, kent yoksulu gençlerin ileride gelirlerinin arttığını varsayılması durumunda dahi etkili olmaktadır. Görüşmelerde gençlere “ileride imkanları olsa ne almak istedikleri” ya da “nasıl yaşamak istedikleri” sorulduğunda verilen cevaplar yine gereksinimlerin ön plana alınmasıyla şekillendirilmektedir. Habitusun kent yoksulu gençlere yaşamlarında nelerin mümkün olabileceğine ilişkin koyduğu sınırlar, hayallerini de sınırlandırmaktadır. Sahip olmayı arzuladıkları tüketim ürünleri ya da yaşam biçimi tercihlerinde yine kısıtlılıkları göz önünde bulundurmakta, “kendilerine yetecek olandan daha fazlasını istemediklerini”, belirttiklerinden daha lüks bir yaşamın onları “aşacağı”, parayı “nasıl harcayacaklarını bilemeyecekleri”, belli tüketim nesnelere sahip olsalar dahi bu tüketim nesnelerinin koşullandırmalarına uygun bir şekilde yaşamlarının mümkün olamayacağını söylemektedirler. Bu bağlamda habitusun bağlam değiştirebilir yatkınlıklar üretme kapasitesi belirleyici olmaktadır. Kent yoksulu gençlerin kendilerine dair içselleştirdikleri “değersizlik” ifadeleri, kendilerini belirli tüketim nesnelere ya da yaşam biçimine “layık görmemeleri” sonucunu yaratmaktadır.

Param olsa Doğan SLX araba alırım. Ama güzel yapılmış hatta kendim yapacam. Aksesuarlı. Başka bir araba zaten alamam diye hiç düşünmedim...Benim istediğim araba 8-9 milyar. Ufaklıktan beri o arabayı istiyorum, hiçbir lüks araba onun yerini tutmaz. (Yıldırım, 19)

Hayalimde modifiyeye uygun arabalar var, Peugeot 106, bir de BMW 3.25, onlar olmazsa bir tane kötü Doğan olabilir yani. (Atilla, 17)

İdealimde Vectra var, modifiyeli... Çok param olsa da yine Vectra, idealime onu koymuşum, ona göre modifiye yaptıracağım. (Şenol, 20)

Giyim-kuşamı severim, televizyondan, dergilerden bazen gördüğüm gazetelerden takip ederim...Kadın dergilerine, Salsa, Trendy falan dergilerine bakıyorum, böyle olsam ne olurum diye...Ne olurdu, komik olurdu herhalde...Makyaj yapmaya hevesleniyorum bazen, ama dalga geçerler diye sürmüyorum. Aslında çok meraklıyım seviyorum böyle şeyleri de... (Leman, 21)

(markalı kıyafetler giyen gençleri gördüğümde) içimden keşke bende de olsa diyorum ama ben öyle hayatı yaşayamazsam 1-2-3 hafta giyerim sonra bırakırım... Bazı insanlar fakirken, zenginlik içindeyken kendini tuhaf hisseder artık param var şöyle yapayım, böyle yapayım derler parayı çarçur ederler... (Yavuz, 17)

Ben ulaşamayacağım şeyleri fazla düşünmem, insan hedefleyip alamadığı zaman hayal kırıklığına uğrar, onu yaşamak istemem... (Selçuk, 18)

Gereksinim sisteminin habitusun seçimleriyle tutarlı olmasının bir diğer ifadesi de, kent yoksulu gençlerin üst sınıfların tüketim tercihlerine yaklaşım biçiminde saklıdır. Üst sınıfların tamamen sembolik olan tüketimlerinin kent yoksulu gençlerin gereksinim sisteminde yeri bulunmamaktadır. Bu sınıfların gereksinim sistemleri hakkında bilgiye sahip olmayan gençler, bu türdeki tüketim davranışları anlayamadıklarını söylemektedirler. Kendilerinin “ne kadar çok paraları olursa olsun” bu tüketim davranışlarına yönelmeyeceklerini söyleyen gençler açısından, bu mal ve hizmetlere ayrılan bütçelerle yapılabilecek çok daha “yararlı” faaliyetler bulunmaktadır. Üst sınıfların tüketim pratiklerini kendi gereksinim sistemlerinden değerlendiren gençler için bu tüketim davranışlarının hiçbir rasyonel temeli yoktur. Tamamen “gösterişçi” ve “savurgan” olarak nitelenen bu tüketim eğilimlerine sahip olunması gençler tarafından harcanan paranın meşru yollardan kazanılmamasıyla açıklanmaktadır. Örneğin Hakkı (24) bir alışveriş merkezinde görüp beğendiği bir saatin fiyatının 6.000 YTL olmasını şöyle açıklamıştır:

Altındağ gençleri oralardan alışveriş yapabilecek kapasitede değil...Saatti, sordum, 6 milyar dedi. Yuh dedim kendime, 6 milyar, bir araba parası...O mağazaya girip o saati alan kişi benim gözümde farklı insanlar, zengin kişiler. Parasının hesabını bilmeyen insanlar diye düşünüyorum, yazık diye düşünüyorum. Altı üstü bir saat...Bazı insanlar filmlerde de diyor ya mesela, ben

Paris'ten giyiniyorum, Paris'ten aldım bunu. Heves diye düşünüyorum, hava atmak...Benim saatim 6 milyar diyecek...Benim çok param olsa yine almam. Paramın hesabını bilmeyeyim, yine almam. Çünkü Ankara'da o kadar fakir, o kadar ekmeğe muhtaç insan varken, ayağına giyecek ayakkabıyı bulamayan insan varken; ben kalkıp 6 milyarı bir saate veririm, ben bundan vicdan azabı duyarım. Benim o saat kolumda gezecek, ama diğer insan ayakkabısız geziyorsa ben ona dayanmam yani. Zaten hayallerimden birisi de bu, çok zengin olursam, çok fakire yardım edeceğim. (Hakkı, 24)

Ahu (21) yaşıtı olan zengin gençlerin tüketim ve yaşam biçimlerini kendi gereksinim sisteminden “ödül” olarak yorumlayarak bunlara ilişkin düşüncelerini şu şekilde anlatmıştır:

(Zengin gençleri kastederek) Biraz şımarık görüyorum onlarda. Ama yani hoş bir şey değil bence. Ha o şekilde ödüllendiriyorlar ama ödülün boyutunu çok fazla aştıklarını da görüyorum. Bunu gördüğüm insanlar var. Dünyada ilk çıkan arabayı mesela ödül olarak alıyordu. Özel üniversiteyi kazanıyor. Babası dünyadaki tek arabayı alıp ona getiriyor. Bunlar Türkiye’de yaşanan şeyler, bence bu şımarıklık. Zaten özel üniversiteyi kazanmışsın, sonuçta düşük puan ya da yurt dışında gidip parayla okuyosun ve üstüne üstelik sana bu ödüller sunuluyor. Zaten üniversiteye girmen senin için büyük bir ödül, özel üniversitede okuman ya da yurt dışında eğitim görmen zaten senin ödülün yani, daha ne gerek var bunlara diye düşünüyorum...Onlar için üzülüyorum bunlar büyük ödüller ve her zaman daha büyüğünü isteyecek insanlar, çünkü hiçbir zaman hani küçükle mutlu oluyorum diyor insan ama küçüğün de bir boyutu var. Her defasında biraz büyüyor. Katlana katlana gidiyor. Zaten tek olanı almışsın. Bir sonraki isteğin ondan daha büyük bir şey olması lazım ama imkansız ve bir süre sonra onlar mutsuz olacak. (Ahu, 21)

Büyük bir giyim firmasında satış elemanı olarak çalışan Zeynep (19), mağazaya gelen müşterilerin nasıl olup da bir “el örgüsü” görünümlü kazağa ya da atkıya o kadar para verdiklerini anlayamadığını fakat empati yaparak fikir yürüttüğünü anlatmıştır:

Onları her yerde bulabilirsin, seyyarda bile satıyorlar...Ya hiç bir yere gitmiyor, görmüyor, bilmiyor, ya da parasını nereye saçacağını şaşırmış. Ben çok zengin olsam bile yine bunu düşünürdüm, ama empati kurduğum zaman, demek ki o hiç böyle bir dönem geçirmemiş, bilemez. Ben mesela fakirlikten zenginliğe gitsem, parayı tutmak gerektiğini bilirim, nereden neyi almam gerektiğini hesap edebilirim. Ama küçüklükten zenginse, (yoksulluk) görmemişse, bunları da alması normal aslında... (Zeynep, 19)

c) Gereksinimleri Fazilet Yapmak

Bourdieu ekonomik ve kültürel sermayesi düşük sınıfların habituslarında temel unsurun “gereksinimleri fazilet yapmak” olduğunu belirtir (1984: 372). Kent yoksulu gençlerin habituslarında da öne çıkan olan bu eğilim, yaşam koşullarının dayattığı zorunlulukların bu gençler tarafından birer erdem olarak benimsenmesinde belirgindir. Yoksul gençler tüketimlerini kendi sınırlı kaynaklarına göre düzenlemek

zorunda olmalarını kendi bireysel tercihleri gibi yorumlamakta, bu zorunlulukların dayatmalarının kendi yaşamlarında yarattığı gerilimleri gidermek için manevi değerlere vurgu yapmaktadırlar. Manevi değerlere yapılan atıflar özellikle gençlerin zenginliğe ilişkin değerlendirmelerinde dikkat çekicidir.

Zenginlerin paraları var, harcıyorlar ama ne bileyim dozunu da kaçırmamak lazım. Tamam geziyorsun, tozuyorsun, belki bulundukları ortam onu gerektiriyor ama hoş bulmuyorum...ben çok param olsa da öyle yaşamak istemezdim, ben mesela hep sevdiklerimi mutlu etmek isterdim ama o tür yapmam, kendime harcamazdım herhalde, başkalarına...(Semra, 16)

Keşke şöyle bir hayatım olsaydı demiyorum çünkü zenginlik iyi bir şey değil. Çok para insanı mutsuz ediyor bence. Zengin olana her şey alındığı için, ne isterse, değiştire değiştire, ala ala bıkıyor bir insan, sonunda. Ailesinin sevgisini bekliyor sonra. Çocuk psikolojik olarak kötü oluyor. Haberlerde çıkmıştı zaten, intihar eden, satanist olan, bir sürü çocuklar, o yüzden mutsuz. (Derya, 16)

Tüketim toplumunun maddi tüketim olanaklarına yaşam koşullarındaki çeşitli sınırlılıklar nedeniyle ulaşamayan gençler, tüketimci baskıların hayatlarında yarattığı gerilimleri manevi değerlere daha fazla sarılarak gidermeye çalışmaktadırlar. Bu bağlamda kent yoksulu gençler, tüketime dönük yaşam biçimini kişide yarattığına inanılan “tatminsizlik”, “şımarıklık”, “arsızlık” gibi olumsuz sonuçları öne çıkararak eleştirmekte, kendilerini ise “küçük şeylerle mutlu olmayı bilmeleri” nedeniyle “avantajlı” görmektedirler. Gençler her ne kadar zaman zaman özlem duysalar bile, tüketim olanaklarının kişiye mutluluk getirmeyeceğine hatta zarar vereceğine inandıklarını söylemektedirler. Kendilerini “yoksulların halinden anlayan”, “ailelerine değer veren”, “sorumluluk sahibi”, “olgun” kişiler olarak tanımlayan gençler, zenginlerin nasıl yaşadıklarını “umursamadıklarını”, onların “farklı bedeller ödemek zorunda olduklarını”, “mutlu olamadıklarını” belirtmektedirler. Kent yoksulu gençlerin anlatılarında öne çıkan tüketimci yaşam tarzının ideallerine taban tabana zıt olan dayanışmaya verdikleri önem, anlayış, şefkat, özveri gibi manevi değerlerdir.

Benim için maddiyat en son gelen şey. İnsanlarla ilişkide bulunmak, onlarla paylaşmak...Keşke ben de onlar gibi vurdumduymaz olabilsem...Biraz daha aşağıdakilere bakmak, benim gibilere bakabilmek, onlar için bir şeyler yapabilmek daha doğru geliyor. (Ezgi, 20)

Aileme yardımım olsun, çevreme iyi şeyler yapayım, yardım edeyim, bunlar benim mutlu olmam için yeter. (Eray, 22)

Çok param olsa hep sevdiklerimi mutlu etmek isterim, kendime çok fazla harcamazdım herhalde, başkalarına... (Semra, 16)

Ben alamayan arkadaşlarım üzerimde fazla görünce veriyorum onlara, kırmadan verdiğime de inanıyorum, çünkü onlarda üzüntü oluyor alamayınca... (Olcay, 17)

Biz arkadaşlar arasında her türlü desteği karşılıyoruz. Askerde bir arkadaşım var imkanı bizden çok çok daha kısıtlı, haftada 100 kontör, 15 günde 100 kontör gönderiyorum. Aramızda yardımlaşma var. Geçen ay ben paraya sıkıştım, çıkardı arkadaşım verdi. Al sen ihtiyacını gör dedi. (Mehmet, 21)

Arkadaşlar arasında para hiç dert olmuyor. O 5 çıkarırsa ben 10 çıkarırım, ben 5 çıkarırsam o 10 çıkarır. Paranın lafi olmaz, paranın konusu olsa zaten arkadaşlık olmaz. Böyle adamları seçmek daha iyi, paran olsun yüz tane arkadaşın olsun, paran olmasa etrafında hiçbiri olmaz yani... Bunlar paraya odaklanmışlardır. Parasız arkadaşın üç tane olsun yeter. (Şenol, 20)

Kent yoksulu gençler, kendi madun konumlarını çeşitli tüketim olanaklarına sahip olamama deneyimleri sonucunda içselleştirerek, var olan fırsat yapılarına kendilerini uyarlamaktadırlar. Bu süreçte manevi değerlere vurgu yapmak, onların karşılaştıkları dışlanma süreçleriyle başa çıkabilmelerini sağlayan bir “silah” olmaktadır. Erdoğan da benzer şekilde yoksulların zenginlere karşı kendilerini moral-insani değerlerle donatılmış resmetmelerini yoksul madun öznenin kuruluşunda kilit bir rol oynadığını belirterek, bunu maddi sefalet ve manevi acı karşısında ayakta kalınmasını sağlayan bir silah (“zayıfların silahı”) olarak yorumlamıştır (2007c: 49).

2. Kent Yoksulu Gençlerin Tüketim Pratikleri

Tüketim alanı kent yoksulu gençler için aşırı ve sınırsız arzuların hüküm sürdüğü değil tersine bu arzuların sürekli olarak dizginlendiği bir alandır. Sahip olunan kısıtlı kaynaklar bu arzuların sınırlandırılmasını gerektirmektedir. Örneğin Haldun (26) tüketim için harcanan ekstra maliyetlerin bütçesine getirdiği yükü şöyle anlatmıştır:

İstedığım bir şeyi ya da eşimin istediğini ancak aylık durumum varsa alırım, ama alacak durumum yoksa almam...Bu ay diyelim ben 50 lira açıldım ben onu düşünürüm. Çünkü ödeyecek durumum yok nasıl ödeyeceğim? Ancak fazladan gelecek ki ben onu kapatayım. Ama öyle olmayınca 50 lira içeri giriyorum ben. Yeri geldiğinde yol parası bulamıyorum, avans alıyorum... (Haldun, 26)

Ancak bu durum yoksul gençlerin yaşamlarındaki koşulları çaresizce kabul ettikleri ve kendilerini her türlü tüketim faaliyetinden uzak tutukları anlamına gelmemektedir. Tüketim toplumunda kabul gören biçimlerde tüketemeyen bu gençler, yaşadıkları dışlanma sürecinin gerilimini azaltabilmek için kendi sınırlı kaynakları dahilinde tüketim toplumuyla bütünleşebilme yollarını bulmuşlardır. Televizyonda izledikleri dizilerden, reklamlardan, magazin ve moda programlarından, internetten, gençlik ve moda dergilerinden ve de yaşlıları olan gençlerle çeşitli alanlarda karşılaşmalarından gördükleri ve bilgi edindikleri tüketim ürünlerine sahip olabilmek için çeşitli stratejiler geliştirilmiştir. Bu bağlamda alışverişler ikinci el satan dükkanlardan ve satış alanlarından, seri sonu satış mağazalarından, indirimli ve defolu ürünler satan mağazalardan, “sosyete pazarı” olarak bilinen ihraç fazlası ürünlerin satıldığı yerlerden yapılmakta ve indirimli ve promosyonlu alışveriş imkanları takip edilmektedir. Gitmek istedikleri fakat bütçelerini aşan eğlence mekanlarına girebilmek için tanıdıklarını araya sokmakta veya hafta içi, özel olmayan günlerde veya promosyonlu günlerde giderek eğlence harcamalarını asgari düzeye indirgemektedirler. Aynı şekilde sinemaya, Kızılay’a veya bir kafeye gidebilmek için bayram, doğum günü, yılbaşı gibi özel günler beklenmekte böylece bu pratiklere özel anlam kazandırılmaktadır.

Bayramlarda Kızılay’da kafelere falan gidiyoruz. Kuzenlerim geldiği zaman gidiyoruz...Alışveriş merkezlerine düğün alışverişi için gidiyoruz, abartılı giyim için oralara gidiyoruz...Seviyorum giyinmeyi, yani öyle çok moda olmasın, benim beğendiğim şey olsun, marka takıntım da yok yani... (Derya, 16)

Yoksul gençlerin tüketim pratiklerinde öne çıkan, belli bir grup için sıradan, olağan, önemsiz gibi görülen tüketim faaliyetlerinin bu gençlerin yaşamlarında

kazandığı özel anlamlardır. Yoksul gençler özlemini duydukları tüketim ürünlerini kiralayarak, arkadaşlarıyla değiş-tokuş ederek, tanıdıklarından ödünç alarak gidermekte ve bu yollardan tatmin olmaya çalışmaktadırlar. Böylece maddi imkanları daha geniş olan toplumsal grupların gündelik rutini sayılabilecek tüketim pratikleri, kent yoksulu gençler açısından “felekten bir gün çalmak” gibi değerlendirilmektedir.

Mesela bir araba mı almak istiyorsun, çok hoşuna gitti, kiralayacaksın hevesini alacaksın, bu bana yetmese de en azından araba almak için kötü yollara başvurmam. (Selçuk, 18)

Ahu (21) bazı gençler için sıradan ve gündelik olan tüketim biçimlerinin kendisi için ancak bir “ödül” olabileceğini şöyle anlatmıştır:

Bazı insanlar giyimle, kuşamla, işte ne bileyim bir sinemayla, tiyatroyla kendini ödüllendirir. Benim kendime bakmam da bana göre çok büyük bir ödül...Elimde başka bir ödül yok... Ne bileyim saçımı kestirmek ya da kendime yeni kıyafetler almak, belki tiyatroya gitmek benim için büyük bir ödül...Mesela üniversiteye girsem, saçımın rengini, şeklini değiştireceğim ilk etapta. Daha sonra belki birkaç ay sonra kendime yeni bir pantolon alırım, belki bir ayakkabı alırım, belki kendime okuyabileceğim bir kitap alırım. (Ahu, 21)

Görüşülen gençlerin anlatılarında öne çıkan eğilim, tüketim alışkanlıklarına ilişkin sorulara verdikleri cevaplarda hayatlarında sınırlı defada yaşadıkları deneyimleri sanki yaşamlarının bütününe yayılmış gibi aktarmaları olmuştur. Bu durum gençlerin yoksulluklarını gizlemek için başvurduğu bir çözüm yolu olarak değerlendirilmelidir. Yoksul gençlerin çeşitli tüketim olanaklarına ulaşamıyor olmaları, yaşamlarında karşılaştıkları önemli bir gerilim nedenidir. Bu süreci kendisine güvensizlik, aşağılanma, utanç olarak yaşayan gençlere bu yoksunluk durumlarını hatırlatan sorular sorulduğunda gençler oldukça savunmacı bir tutum geliştirmekte ve yaşamlarında nadiren yaşadıkları ya da alışkanlık olarak değerlendirilebilecek kadar düzenli bir şekilde yapmadıkları pratikleri birer alışkanlık gibi yorumladıkları görülmüştür. Ancak belirttikleri şeyleri en son ne

zaman yaptıkları ya da ne sıklıkta yaptıkları sorulduğunda verilen cevaplar, bu pratiklerin sınırlı düzeyini ortaya çıkartmıştır.

Belli tüketim nesnelerinin sürekli alıcısı olmak, tüketim ürünlerine ilişkin beğenilerde tutarlılık sağlamak veya kültürel ürünlerin tüketiminde estetik duyarlılığa sahip olmak için yüksek düzeyde ekonomik ve kültürel sermaye birikimine sahip olmak gereklidir. Kent yoksulu gençlerin sermaye kompozisyonları ve hacimleri ise onları “göze hoş görünen”, “kulağa hoş gelen”, “ilk bakışta dikkatlerini çeken” “popüler beğeni” olarak sınıflandırılabilir beğeni kalıplarına yönlendirmektedir. Popüler beğeni, kültürel ürünlerin tüketiminin belirli uzmanlık ve gayret gerektirmemesini ifade eder (Bourdieu 1984: 16). Görüşülen gençler özellikle müzik alanında “kulaklarına hoş gelen” her şeyi dinlediklerini söylerken tarz yönünden ayrımlara gitmediklerini ancak yabancı müzikleri, klasik müzik veya caz türündeki müzikleri “kendilerine göre bulmadıklarını” belirtmişlerdir.

Ben her müziği dinlemeye çalışıyorum. Kim ne dinliyor o konuda bilgi edinmek istiyorum, ama sevdiğim müzikler ayrı... (Caz müziği) merak ediyorum ama keyif almak ayrı bir şey, anlamadığım için keyif de almıyorum. Yani insan anladığı şeyden keyif alır... Anlayabilmek için okumak, çok dinlemek ya da birinden yardım almak ... (Ahu, 21)

İstedikleri kadar CD/kaset alamayan veya konserlere gidemeyen yoksul gençler için müzik tüketimi pratikleri radyodan dinledikleri müzik parçaları, televizyondan izledikleri müzik klipleri veya son zamanlarda cep telefonlarına yükledikleri çeşitli müzik parçalarının arkadaşlar arasında değiş-tokuş edilmesiyle sınırlıdır. Bu durum yoksul gençlerin müzik alanındaki beğenilerini sanatçılar/şarkıcılar/müzik grupları üzerinden değil, onlara ait olan müzik parçaları üzerinden belirlemelerine neden olmaktadır. Müzik tüketiminin sınırlılığı gençlerin müzik dinleme pratiklerinde olduğu gibi hayranlık pratiği ve müzikle ilgili her türlü ürün ve yan ürünün tüketimindeki faaliyetlerde de belirgindir. Hayranı olduğunu söyledikleri

sanatçı/şarkıcı/müzik grubuna ait albümler CD'lere veya kasetlere kopyalanarak, telefonlara ya da bilgisayarlara yüklenerek dinlenilmektedir. Bazı durumlarda ise dinlenen müziklerin hangi sanatçı/şarkıcı/müzik grubuna ait olduğu dahi bilinmemekte, sadece “kulağa hoş geldiği için” ya da arkadaşları dinlediği için tercih edilmektedir.

Ben genelde böyle dertli müzikler, uzun havalar, Neşet Ertaş mesela, Kırşehirli de ondan, bu tür müzikler sanki ruhumu okşuyor, acayip hoşuma gidiyor. Dinlerken böyle mutlu oluyorum...Türk Sanat Müziği de hoşuma gidiyor. Mesela kanalları değiştiriyorsun, hemen bir Türk Sanat Müziği çıksın, dinliyorum. O bitince diğer kanala geçiyorum. Arada bir müzik kanallarını izlerim. Yabancı müziği sevmem, anlamadığım bir şey hiç hoşuma gitmez...(Semra, 16)

Slow severim, hareketlileri de çok severim, yabancıları da dinlerim, pop dinlerim. Şu an sanatçıları unuttum. Yani benim seçimim o anki ruh halime bağlı... (Ezgi, 20)

Rap dinlerim kulağa hoş geliyor ama sözleri aklımda kalmıyor. Oyun havasını severim ama ağır olanlarını, arabesk severim ama bir sanatçının tüm albümünü sevmem. Bir ara pop müziğe de takıldım...Bir ara diyorum ki kendime, yok diyorum bu böyle olmayacak ben kendimi değiştireceğim diyorum. Telefonuma bilgisayardan ne kadar pop müzik varsa atıyorum ama ben yine aynı benim, hiçbir değişim yok. Popmuş, cazmış hoşlanmam...Bence anlamı yok, ama daha çok kabul görüyor. Şimdi bir Müslüm, bir Ferdi dinledin mi biraz abes kaçıyor milletin içinde yani... (Sertaç, 18)

Ruken zengin arkadaşları ile müzik beğenileri arasındaki farklılıkları şöyle anlatmıştır:

Ben pop olsun yabancı müzik olsun her şeyi dinlerim, ama onlar belli bir şeyin peşine takılıp dinliyorlar. Benim gibi değil. (Ruken, 20)

Özellikle genç kızlar beğendiklerini söyledikleri şarkıcıların posterlerini ve gençlik dergilerinden veya gazetelerden kestikleri resimlerini biriktirdiklerini, bunları da arkadaşları arasında değiş-tokuş ettiklerini söylemektedirler. Hayranı olunan şarkıcıların beğenilmesi genç kızlar açısından özellikle o kişilerin “samimi”, “içten”, “alçakgönüllü” olmasına bağlıdır. Bu özelliklere yapılan atıflar, gençlerin sanatçılarla kendileri aralarında kurdukları benzerliklere dayanmaktadır. Zenginlikle ilişkilendirilen “şımarıklık”, “kendini beğenmişlik” gibi özelliklere sahip olduğu düşünülen sanatçılar eleştirilmekte, çeşitli erdemlere sahip olmayan ya da bunları yitirdiğine inanılan kişilere duyulan hayranlık nefrete dönüşmektedir.

Ben Murat Boz'u beğeniyorum, çok hoşuma gidiyor. Onun gibi kişileri beğeniyordum aslında, havalı geliyorlardı ama Murat Boz çok efendi geliyor bana...Havalı derken, kendini beğenmiş, mesela ben bir ara Gökhan Özen'i seviyordum. Gökhan Özen kendini çok beğenmiş bir insan, konuşmasıyla falan böyle ezici. Murat Boz bana çok doğal geldi. Çok sıcak insan, inanıyorum ki aynı televizyondaki gibidir o. Küçükken Gökhan Özen'nin posterlerini biriktirmişimdir, büyüdükçe itici gelmeye başladı. (Gonca, 16)

Müzik dinlemek, kent yoksulu gençler için boş zamanlarını geçirmenin en çok tercih edilen yollarından birisidir. Ders aralarında, okuldan eve giderken veya evde otururken müzik dinlemekten hoşlandıklarını söyleyen bu gençler, cep telefonlarını bu amaç için kullandıklarını, bu nedenle -ve bir de yüksek kalitede resim çekebilmek için- teknolojik olarak gelişmiş modellere sahip olmak istediklerini belirtmektedirler. Arkadaşlarının sahip olduğu olanaklarla müzik dinleyebilmeleri, yoksul gençler açısından burukluk yaratmaktadır.

Müzik tüketimi tercihlerinde bir takım sabit unsurlarının bulunmayışında olduğu gibi kent yoksulu gençler, giyim kuşam tercihlerinde de “belli mağazalara bağlı kalmadıklarını”, “hoşlarına giden/kendilerine yakışan şeyi aldıklarını” belirtmişlerdir. Bu türlü tüketim pratiklerinin birer tercih olmaktan ziyade bir zorunluluk olarak değerlendirilmesi daha gerçekçidir. Kent yoksulu gençler yaşamlarındaki zorunluluk dayatmalarını birer “erdem” olarak benimserken farklı tüketim pratiklerinin olumsuzluklarına dikkat çekmek istemektedirler. Böylece kendi seçimlerinde gözettiklerini söyledikleri “akılcılık prensibinin” altını çizmiş olmaktadır.

Ben alışveriş merkezlerinden alışveriş yapmam. Mesela benim giydiğim pantolon ünlü bir marka değil, ama aynı kalitede, aynı özellikte, hiçbir farkı yok. Bir Sarar markası olsa 400 YTL ve bunu alanda çok. İşte Sarar giydim diye, öyle kişiler de bir yıldan fazla giymez. Onun daha değişik modeli çıkar, onu almayım der. Alışveriş merkezleri öyle. Benim bir ayakkabıcım, bir pantoloncum var eskidi mi yine oralara gidip alırım, fazla şey yapmam, markaymış şuymuş buymuş. İşte Kızılay'dan aldım, YKM'den aldım, öyle takıntılarım yoktur.

Çeşitli tüketim ürünleri ve bu ürünlerin tüketim biçimleri, kent yoksulu gençlerin tüketim dünyalarında grup aidiyeti ve grup bütünlüğü yaratmak için de

kullanılmaktadır. Böylece gençler hem kendi ayrımlarını ortaya koymaya çalışmakta hem de tüketimi arkadaşları arasında eğlenceye dönüştürmektedirler.

Arkadaşlarla buluşuyoruz, ne giyiyosun abi, kot giyiyosun abi, kot giyiyorum tamam hepimiz kot giyiyoruz. Altına Convers mi giyiyoruz, Convers giyiyoruz. Mesela bir gün anlaştık yarın etek giyiyoruz diye, bi tane arkadaşımız eteğini ütülemeye erinmiş, pantolon giyelim dedi, peki dedik, ama bir arkadaşımızın telefonu kapalıydı haber veremedik, bütün gün başımızın etini yedi, bana neden haber vermediniz diye...(Ruken, 20)

Birimiz ne alırsa onu alıyoruz genel olarak. Biri bir mont aldı değil mi? hepimiz gideriz aynı monttan veya onun değişik türünden o şekilde alırız. Öyle fazla pek aşırıya kaçmayız. (Mehmet, 21)

3. Tüketim Toplumundan Dışlanma Sürecine Karşı Geliştirilen Stratejiler

Kent yoksulu gençler tüketim toplumundan dışlanma süreçlerine karşı, bu dışlanma süreçlerinin onlarda yarattığı duygu durumlarını gidermek, tüketim toplumuna dahil olabilmek ve tüketici yaşamına katılabilmek için çeşitli stratejiler geliştirmişlerdir. Tüketim alanında yürütülen bu stratejiler, gençlerin her zaman bilinçli faaliyetleri değildir. Yoksul gençlerin habitusları bağlamında şekillenen bu stratejiler Bourdieu'nün belirttiği gibi hiçbir bilinçli kurala uymasalar da veya önceden düşünülmüş amaçlara yönelik olmasalar da, tutarlı ve toplumsal olarak anlaşılabilir örüntüler oluşturan, düzenlilikler gösteren, nesnel olarak belirlenmiş “eylem hatlarının” etkin kullanımıdır (Wacquant, 2003: 31). Kent yoksulu gençlerin çoğu zaman bilinçli niyetler taşımayan stratejileri, “kendisi de dışsal sınır ve imkanların zımni aynası olan içselleştirilmiş habitustan çıkar” (Otner 1996'dan aktaran Bora, 2005: 45).

Kent yoksulu gençlerin zenginliğe ilişkin algılamaları ve düşünceleri, zenginlerin tüketim olanaklarının kaynağını değerlendirme biçimleri, çeşitli tüketim alanlarından ve zenginlerle karşılaşma alanlarından kendilerini uzak tutmaları ve bunların karşısında kendilerinin sahip olduğu manevi değerlere vurgu yapmaları veya

tüketimcilik karşıtı tavır geliştirmeleri dışlanma sürecine karşı geliştirilen stratejiler olarak yorumlanabilir. Öte yandan çeşitli tüketim ürünlerinden toplumsal ilişkilerin kurulması için yararlanılması, bu tüketim ürünlerinin arkadaşlar arasında değiş tokuş edilmesi veya ödünç alınan, kiralanan ürünlerin kullanımı, taklit markaların kullanımı, özel günlerin tüketime ayrılması ve çeşitli tüketim ve karşılaşma alanlarında tüketim ürünlerinin sembolik anlamlarından yararlanılarak toplumsal mesafelerin azaltılması girişimleri kent yoksulu gençlerin tüketim toplumuna dahil olabilmek için geliştirdiği diğer stratejiler olarak değerlendirilebilir. Tüketim toplumunda meşru kabul edilen tüketim ürünlerine kendi bütçeleri dahilinde ikinci el dükkanlardan, indirimli satış mağazalarından, pazarlardan, çalıntı mal satan satış yerlerinden veya seri sonu mağazalardan ucuz yoldan ulaşmaya çalışan kent yoksulu gençlerin bu stratejileri de onların tüketici yaşamına girmelerini kolaylaştıran çözüm yolları olarak işlev görmektedir.

Yoksul gençlerin bu stratejileri, Hill'in de belirttiği gibi duygusal ve davranışsal stratejiler olarak farklılaşmaktadır (2002b: 286). Gençler bir yandan tüketim toplumuna dahil olabilmelerini kolaylaştıracak somut çözüm yolları ararken diğer yandan kendilerini dışlanmış hissetmemek için geçmiş dönemdeki görece rahat yaşamların anılarını canlı tutmakta veya gelecekte hayal ettikleri olanaklara sahip olabileceklerini düşünerek kendilerini rahatlatmaktadırlar.

Kent yoksulu gençlerin dışlanma süreçlerine karşı geliştirdikleri stratejilerin yanı sıra, bu gençlerin aileleri de onlar için çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Kent yoksulu aileler zaman zaman bütçelerini aşan harcamaları, Kochuyt'un da çalışmasında belirttiği gibi bu gençler için "yapay bir bolluk algısı" üretecek şekilde kullanmaktadırlar (2004: 145). Zaman zaman ailelerin temel gereksinim

giderlerinden kesintiler yapılarak, yoksul gençlerin sahip olmak istedikleri tüketim ürünleri satın alınmakta böylece gençlerin yaşadığı dışlanma sürecine karşı önlem alınmaktadır. Ailelerin geliştirdiği bu türden stratejiler, gençlerin anlatılarında özellikle çevrelerindeki arkadaşlarının yaşamlarından örnekler verilerek aktarılmıştır:

Bir arkadaşımız çok güzel giyiniyordu kendine yakıştıyordu giydiğini marka giyiyordu ama meğer ki öğrendik ki kızın aile durumu çok düşükmüş. (Ruken, 20)

Babam bize kısıtlama getirmez. Sizin gözünüz kalmasın, yapın der babam, ben çalışıp size bakarım der, borç alırım gene yaparım der, eğer istiyorsanız, kimseye özenmeyin... (Zehra, 19)

Ayrıca çalışma yaşamına katılmış olan yoksul gençler, kendi kazandıkları paranın bir kısmını kardeşlerinin istekleri için ayırdıklarını anlatırken ailelerin uyguladığı bu türden stratejilere benzer örnekler vermişlerdir:

(Kız kardeşime) imkanım olukça alırım. Şimdi de alıyorum zaten. Sabah okula giderken ne kadar para istiyorsa veriyorum. Cep telefonunu da ben aldım zaten. (13 yaşında küçük ama) istedi ben de aldım... Babam tabii ki almıyor, benden isteyince tabii ben dayanamıyorum alıyorum. Küçükken benim bazı isteklerim yerine gelmediği için alıyorum. (Yıldırım, 19)

Yoksul gençlerin tüketim toplumundan dışlanma süreçlerine karşı geliştirdikleri pratik stratejiler kadar tüketim toplumuna karşı çeşitli direniş pratiklerinin de varolduğundan sözedilebilir. Kent yoksulu gençlerin pratik stratejileri tüketim toplumuna dahil olmayı kolaylaştıran, dışlama mekanizmalarının yarattığı olumsuzlukların bertaraf edilemesine ve bu gençlerin özsaygılarını korumalarına yönelik girişimlerden oluştuğu kadar kendilerini dışlayan süreçlere karşı direniş göstermeyi de içermektedir. Öte yandan bir takım direniş pratikleri ise apaçık bir şekilde tüketim toplumu göstergelerini veya tüketebilen kesimi hedef alan ve tüketim toplumuna karşı yöneltilmiş öfkenin de içinde barındırıldığı pratiklerdir. Örneğin bazı gençlerin lüks arabalara veya evlere bakıp öfke duymaları, Kızılay veya Tunalıhilmi Caddesi'nde kız veya erkek arkadaşları ile rahatça gezip tozan gençlere karşı kin beslemeleri ve onlara olumsuz tavır takınmaları bu öfkenin en açık biçimde göze çarptığı direniş pratikleri olarak yorumlanabilir. Örneğin Halil (19) Ankara'nın

Kale mahallesine turistik gezi ve eğlence için lüks markalı arabalarla gelen kişilere duyduğu öfkeyi şu şekilde ifade etmiştir:

Buraya geliyor mesela...Bakıyosun, adamın üzerinde milyarlık araba. Gerçekten abla insanın zoruna gidiyo...Pahalı lüks arabaları burada gördüğüm zaman içimden gasp etmek geliyo ya da anahtarı elime alıp boydan boya çizmek geliyo... (Halil, 19)

Ümit'in (2007) suça karışmış çocuklar ve gençlerle yaptığı görüşmelerde tüketim olanaklarına yöneltilmiş öfke ve şiddetin izleri açıkça dile getirilmiştir. Ümit'in araştırmasındaki gençlerin %86,5'i "kent merkezinde vitrinlere bakar, vitrindekileri alacak param olmadığı için üzülürüm" derken, %81,1'i "kent merkezinde pahalı arabalara binen zenginleri görünce öfke ve hınç duyarım" diye belirtmiştir (2007: 207).

Diğer taraftan tüketim toplumuna karşı geliştirilen direniş pratikleri, öfke ve şiddet içeren tutumların sergilenmesinde olduğu kadar bir takım yaratıcı tüketim pratiklerinin geliştirilmesinde de göze çarpmaktadır. Örneğin genç kadınların kendi el becerileriyle yaptıkları veya moda ya uygun hale getirdikleri kişisel veya haneye ait tüketim ürünleri; gençlerin kendi aralarında geliştirdikleri ve uyguladıkları moda biçimleri ve giyim tarzları; kendi özgünlüklerini ortaya koymak ve kendilerini farklılaştırmak için sergiledikleri bedensel süsleme teknikleri bu türden bir direniş pratiğinin bir parçası olarak da yorumlanabilir. Ayrıca kent yoksulu gençlerin kendilerini dışlayan süreçlerine tüketim yoluyla aktif katılımları da bu direniş biçimlerinin görünürülük kazandığı önemli alanlardan birisidir. İlerleyen bölümlerde de ayrıntılı olarak değinileceği gibi tüketimi birer sembolik sermaye olarak kullanan bu gençler, toplumsal eşitsizlikleri tüketim yoluyla düzenlemeye ve biçimlendirmeye çalışmaktadırlar. Toplumsal mesafelerin azaltılması veya gizlenmesi için yararlanılan tüketim biçimleri, bir yandan tüketim toplumuna dahil olmayı kolaylaştırırken diğer

tarafından tüketim yoluyla kurulan sınıfsal ayrımlara karşı verilen bir mücadelenin de parçasıdır.

E. Tüketim Pratiklerinin Toplumsal Anlamlılığı: Sınıfsal Eşitsizliklerin Yeniden Üretim Alanı Olarak Tüketim

Tüketim pratikleri eyleyicilerin gündelik yaşamlarında tesadüfen ortaya çıkan, basit birer alışkanlık ifadeleri değildir. Sınıfsal konumların simgesel ifadeleri olan tüketim pratikleri, sadece bu konumların durağan ifadeleri değil aynı zamanda bu konumların geliştirildiği veya korunduğu kaynaklardır (Bourdieu, 1984). Tüketim pratikleri sınıfsal eşitsizliklerin sergilenmesinde, oluşturulmasında, bu eşitsizliklere karşı konulmasında ve eşitsizliklerin yeniden üretilmesinde araçsal rol oynar. Habitusun iki üretken prensibi olan sınıflandırılabilir pratikler üretme ve bu pratikleri ve ürünlerini (beğenileri) ayırt etme ve takdir etme kapasitesi (Bourdieu, 1984: 170), tüketim pratikleri dolayısıyla eyleyicilerin kendilerini diğer sınıflardan ayırt etmesini ve bu sınıflandırmaları aracılığıyla kendilerini sınıflandırmalarını sağlar. Bu bağlamda tüketim pratikleri sınıfsal ayırım üreten birer gösterge olarak işlev görür.

1. Zengin-Yoksul Karşıtlığı

Kent yoksulu gençler için tüketim alışkanlıkları ve özellikle tüketim ürünlerinin kullanımı, sınıfsal hiyerarşinin görünür kılındığı en önemli araçlardır. Zenginleri kendilerinden tüketim alışkanlıkları ve çeşitli tüketim ürünlerinin kullanımı yoluyla farklılaştıran kent yoksulu gençler, kendi tüketim pratiklerini bunların karşısında tanımlayarak ayırt edici yargıları ortaya koymaktadırlar.

Bu bağlamda yoksul gençler tarafından üzerinde durulan ve vurgulanan tüketim ürünleri özellikle giyim tarzları gibi maddesel tüketim olanaklarıdır. Bunun en önemli nedenleri ise hem gençlerin giyim-kuşama verdikleri önem, hem de

zenginliğe ve zengin kişilere ilişkin bilgilerin kısıtlı olmasından kaynaklanmaktadır. Yaşadığı mekanların dışına pek çıkamayan ve gündelik hayat pratikleri içinde zenginlerle temasta bulunabilme ya da karşılaşabilme olanağı bulunmayan gençler için zenginlik, oldukça dar bir çerçeveden tanımlanabilmektedir. Yoksul gençler için zengin olanları tanımak “görünen köyün kılavuz istememesi” gibi apaçıktır:

Giyiminden kuşamından...zengin insanların yapısı belli. Görünen köy kılavuz istemez, insan kendisini belli ediyor, baktığın zaman anlıyorsun, her şeyleri farklı... (Ertan, 19)

Böyle giydikleri elbiseler falan, zaten belli oluyor, görünen köy kılavuz istemiyor. (Olcay, 17)

Ben zengini yolda gördüğümde kıyafetinden anlarım, fakirse kıyafetleri aynen benim gibi olur. (Yavuz, 17)

İnsanları göz kararı anlayabiliyorsun, insanın duruşu gelişi, konuşma tarzı, ne bileyim giyinişi belli ediyor. (Haldun, 26)

Aynı şekilde zenginlerin de kendilerini giyim-kuşamlarından ayırt edebildiklerini düşünmektedirler:

Zenginin giydiği ayakkabıyı ben giyemem, beni buradan ayırt edebilir. Benim ayakkabım ile onun ayakkabısı bir değildir. Onun ayakkabısı markadır, daha temizdir, daha güzeldir. Benim ayakkabım ise öyle değildir. (Zehra, 19)

Yoksul gençler de kendileri gibi yoksul olan gençleri yine giyim-kuşamları aracılığıyla ayırt edebildiklerini söylemişlerdir. Örneğin Onur (16) bulunduğu çevrede yaşayan gençleri şehrin neresinde görürse görsün tanıyabileceğini şöyle anlatmıştır:

Ben buranın gençlerini baktığım zaman direkt anlıyorum. Belki bu çevrenin adamı olduğumdan, doğdum doğalı burada olduğum için...Üstünden başından, davranışlarından her şeyiyle kendini belli ediyor. Mesela sivri burun giyer, kot giyer, üstüne de kazak tarzı beyaz bir şey giyer, pardösü giyer, herkese diklenir... (Onur, 16)

Arabalar da giyim eşyaları gibi zenginlerin ayırt edilmesinde kullanılan önemli tüketim göstergelerinden birisidir. Lüks arabalar hem bunları kullanan kişilerin zenginliğine hem de bu arabaların bulunduğu ve bunlarla gezildiği bölgelerin zenginliğine dair kanıtlar olarak kabul edilmektedir. Yoksul gençler açısından araba sahibi olmak, rahatça gezip dolaşabilmek, gidemedikleri yerleri

görebilmek, kendilerine boş zaman yaratabilmek açısından da istenilen bir şeydir. Arabalar aynı zamanda genç olmanın ve özgürlüğün anlam kazandığı tüketim ürünleridir. Araba sahibi olmak özellikle erkeklerin ulaşmak istedikleri, hayalini kurdukları en önemli tüketim ürünleridir. Ancak “imrenilerek”, “hevesle” bakılan lüks arabalar kent yoksulu gençlerin hayallerinde bile yer almamaktadır. Bunun yerine daha düşük modelli, ikinci el arabaların hayali kurulmakta, bunlara yapılacak modifiyelerle arabaların hızlandırılması ve lüks görünmesinin sağlanması amaçlanmaktadır. Yoksul gençler “modifiye merakının” kendi arkadaşları ve çevrelerinde yaygın olduğunu belirterek bunun esas nedeninin pahalı, hızlı ve lüks donanımlı araçlara sahip olunamamasından kaynaklandığını söylemişlerdir. Sahip olunması mümkün görünmeyen lüks arabalar, genç yoksullar tarafından satın alınan ucuz arabalara zaman içinde performans arttırıcı eklemelerin yapılmasıyla ikame edilmektedir.

Zengin olduğu düşünülen kişilerin tüketimleri, yoksul gençlerinkilerin aksine “çeşitli”, “lüks”, “rahat”, “kendine güvenli”, “gösterişli”, “markalı”, “farklı”, “dikkat çekici” olarak tanımlanmaktadır. Buna karşılık yoksul gençlerin tüketim biçimleri ise “sıradan”dır.

Mesela bir badiyi sen her gün giyebiliyorsun, mesela badin yok, mecburen aynısı hergün giyeceksin veya iki tane var değiştirerek giyersin. Zenginler bir giydiğini bir daha giymez. O kadar çeşitlilik yani. Bu varken bunla yetineyim değil de bu varken 2-3 tane daha olsun diyorlar... Çoğu bugün şunu giydiğimde diğer gün onu giymemeyim artık, hep böyle der mesela. (Ruken, 20)

Farklı da giyiniyorlar bize göre yani, biraz garip. Derli toplu bir kazak giymek yerine bir tarafını yırtmış, bir tarafına bir şey yapmış, kesin paraları daha fazla yani... (Halime, 15)

Buradakiler bir kot pantolon, üstüne bir badi giyer, onların pantolonları, montları çeşitli, değişik, daha güzel, saçları makyajları daha gösterişli... Buradakiler normal spor ayakkabı giyiyor, onlar hep Converse takılıyorlar. (Semra, 16)

Kendilerini zenginlerden özellikle tüketim ürünlerine vurgu yaparak ayırt eden kent yoksulu gençler için zenginlerin sahip oldukları tüketim olanakları, aynı

zamanda onlara yoksulluklarını hatırlatan birer “simgesel şiddet” biçimi olarak değerlendirilebilir. Zengin kişilerin tüketim pratikleri çoğu genç tarafından, kasıtlı bir amaç güdülmese dahi, kendilerini ezmek için gerçekleştirilen eylemler olarak görülmektedir. Yoksul gençler açısından zenginlerin yaşam ve tüketim biçimleri öfkeden umursamamaya kadar uzanan bir perspektiften değerlendirilmektedir. Yoksul gençler, yaşıtları olan zengin gençlerin tüketim olanaklarına kendilerinin de sahip olmak istediklerini söylemektedirler. Bu olanaklara sahip olamamak bazı gençlerde şiddet içeren eğilimler ve çeşitli gerilimler oluştursa da görüşülen gençlerin önemli bir kısmı bunları umursamadıklarını söylemiş ancak çevrelerinde bulunan birçok gencin çeşitli tüketim ürünlerine sahip olabilmek için hırsızlık ve gasp gibi yollara yöneldiklerini anlatmışlardır.

Bazı gençler maddi durumu elvermiyor, onun şu ayakkabısı var falan, ailelerine baskı yapıyor, alamayınca bunu başkasının ayakkabısını çalarak, ya da başka yollara başvurarak almaya çalışan gençler var, biliyorum çok kez tanık oldum...Eşofmanı çalınan, ayakkabısı çalınan okulda vardı. Alamayanlar çalıyor belli bişey... (Zeynep, 19)

Hırsızlığın nedeni daha iyisine sahip olmayı isteme, zenginlik-fakirlik... Para hırsı insanı ölüme de götürüyo, cezaevine götürüyo, değişik ortamlara sokuyo... İstesem ben yapardım, en iyisini en kralını en büyüğünü... (Kemal, 19)

Ümit’in suça karışmış çocuk ve gençler üzerine yaptığı araştırmasında, bazı gençlerin sahip olmak istedikleri tüketim olanakları için gayrimeşru faaliyetlere katıldıkları, bu gayrimeşru faaliyet ağlarının desteklemesi sayesinde çeşitli tüketim ürünlerine ulaşmalarının kolaylaştığı ve gençlerin bu imkanlardan vazgeçmek istemedikleri için bu ilişki ağları içinde kalmayı tercih edebilir gözüktüklerine dair kanıtlar sunulmuştur (2007: 163-165, 278). Örneğin Ümit’in görüştüğü suça karışmış gençlerden biri “gayrimeşrunun” kendisine sağladığı tüketim olanaklarını şöyle anlatmıştır (2007: 278):

“Pazarda su satarken spor ayakkabım olsun çok isterdim. Pahalı gelirdi. Alamazdım. Hiç spor ayakkabım olmazsa diye korkardım. 11 yaşında gayrimeşruya alıştım. Ondan sonra hiçbirşey pahalı gelmiyor. Her istediğimi alırım; kormuyorum artık” (Elmadağ 21)

Zenginlerin yaşam ve tüketim biçimlerine eleştiriler getiren yoksul gençler, kendilerini zenginelere karşı manevi değerlerle donatılmış olarak betimleyerek kendilerini sınıfsal olarak farklılaştırmaktadırlar. Böylece kent yoksulu gençlerin yaşamlarındaki koşullara karşı “zorunlu memnuniyet” geliştirmeleri de kolaylaşmaktadır. Bu bağlamda zenginliğin kaynağına ve zenginlerin tüketim alışkanlıklarına yöneltile eleştiriler, sınıfsal yeniden üretim işlevi görmektedir. Zenginlerin tüketimleri karşısında “aza kanaat eden”, “küçük şeylerden mutlu olmayı bilen”, “gönlü zengin” yoksul gençlerin ifade edilen bu özellikleri sembolik sermayelerinin bir parçasıdır.

Çiğ bir insan değilimdir. Her şeye sahip olsam da çok çok yükseklerde uçmam, mütevaziyimdir yani. Çok çok yükselmem aslında benim çok çok alçalmam demek. Yani çok yükselsem de alçak olabilen insanım...Benim amacım şu: Kendimi uçurtmaya benzetiyorum, uçurtmalar niye böyle havada dik durur, rüzgara kapıldıkları için mi, hayır, rüzgara karşı durdukları için. Hep bu amaçla çalıştığım için de çıtam o kadar yükseliyor ki beni göremiyorlar. (Ezgi, 20)

Biz küçücük şeylerden mutluluk duyan insanlarız, küçücük şeylerden kendimize bir şey alan insanlarız. Zengin bunu yapamaz. Zengin benim yanıma gelip konuşamaz. Bizim yaptığımız ortamları zenginler yapamaz. Bizim 35lik rakımızla, aldığımız peynirle, üzümle, sokak ortasında oturduğumuz ortamı, zengin bulamaz. (Örsan, 20)

Zenginliğin kaynağına ilişkin düşünceler Erdoğan’ının da (2007c:89) belirttiği gibi, toplumsal hiyerarşilerin meşru görülüp görülmemesinin merkezindedir. Yoksul gençlerin anlatılarında öne çıkan, zenginlerin çoğunun (genellikle yüzdelik ifadelerle belirtilen) “helal yollardan” para kazanmadıklarına duyulan inançtır. Ancak bu yönlü ifadelerden hemen sonra gençler, “beş parmağın beşinin de bir olmadığını”, “zenginlerin aralarında da helal para kazananların olduğunu” belirterek bu şekilde “alın teriyle”, “çalışarak” para kazanan zenginleri diğer zenginlerden ayırmışlardır. Gençlere göre yoksulları “aşağılayan”, “ezen”, “küçük gören” zenginler, “sonradan görme” olan, “parayı nasıl buldukları belli olmayan” kişilerdir. Meşru yollardan

çalışarak, okuyup meslek sahibi olarak para kazanan zenginlerin ise “paranın nasıl kazanıldığını bildiklerinden”, “lüks” ve “gösterişçi” tüketimleri nedeniyle eleştirilen diğer zenginler gibi bu türden tüketim biçimlerine katılmadıkları belirtilmiştir. Bu bağlamda zenginliğin içinde birikmiş olan kültürel sermayenin görece ağırlığı, yoksul gençler açısından zenginliğin ve dolayısıyla toplumsal hiyerarşilerin “meşru” kabul edilmesinin ölçütüdür.

Bourdieu’ye göre ikili karşıtlıklar biçiminde düzenlenen simgesel sistemler⁸⁴, toplumsal ilişkileri yansıtmakla kalmaz, aynı zamanda bu ilişkileri kurmaya da katkıda bulunur (Wacquant, 2003: 23; Bora, 2005: 156). Bu bağlamda Bourdieu’ya göre sınıflandırma sistemleri, bireyleri ve grupları siyasal alanda ya da kültürel üretim alanında giriştikleri bireysel ve kolektif çarpışmalarda olduğu kadar gündelik hayatın rutin etkileşimlerinde de karşı karşıya getiren mücadele kozudur, hedefidir (Bourdieu ve Boltanski, 1981’den aktaran Wacquant, 2003: 23). “Toplumsal yapılar ile bilişsel yapılar, yinelemeli ve yapısal olarak birbirine bağlıdır ve aralarındaki örtüşme, toplumsal tahakkümün en sağlam güvencelerinden birini oluşturur. Sınıflar ve diğer antagonist toplumsal kolektiviteler, kendi özel çıkarlarına en uygun olan dünya tanımını sürekli olarak dayatmayı hedefleyen bir mücadele içindedirler” (Wacquant, 2003: 23). Bu bağlamda kent yoksulu gençlerin zenginelere ilişkin yargıları habituslarının bir parçası olarak toplumsal dünyayı algılama biçimlerinden

⁸⁴ Bourdieu’ye göre (1984: 468) pratiğin çok çeşitli alanlarında kişileri ya da nesnelerin sınıflandırılmasında ve nitelendirilmesinde karşıt sıfat çiftleri, aynı toplumsal sınıftaki eyleyiciler tarafından temel algı şemaları olarak paylaşılır. Bu karşıtlıkların gerisinde toplumsal düzen bulunduğu için kolayca kabul görmektedir. Karşıtlık ağları genel olarak yüksek (ulvi, kibar, saf) ve düşük (vahşi, aşağı, alçakgönüllü/gösterişsiz), manevi ve maddesel, ince (rafine, zarif) ve kaba (incelikten yoksun, kalın, ham, yabani), hafif (ince, canlı, keskin, hünerli) ve ağır (yavaş, hantal, keskin olmayan, işgüzar, beceriksiz), özgür ve zorlanmış, geniş ve dar veya başka bir boyutta özgün (nadir, farklı, seçkin, özel, sıra dışı, tek, alışılmamış) ve yaygın (sıradan, banal/bayağı, alelade, geçici, rutin), parlak (zeki) ve donuk (belirsiz, gri, vasat) sıfatlar arasındadır (Bourdieu, 1984: 468). Kent yoksulu gençlerin anlatılarının tümünde kendilerini farklılaştırmak için bu ikililiklere sıklıkla başvurdukları görülür.

çıkar ve kendilerini bu yolla farklılaştırırken diğer taraftan toplumsal ilişkilerin yeniden üretilmesine katkıda bulunur. Ayrım prensipleri toplumsal gruplar arasındaki mücadele içinde ve bu amaç için işlev görür (Bourdieu, 1984: 479).

Biz zenginden daha güçlüyüz. O parasıyla güçlü biz yüreğimizle güçlüyüz. O bizim girdiğimiz ortama giremez. Biz onun girdiği ortamda yüreğimizle baş köşeye otururuz...Yoksulla ben ekmeğimi bölüşmeyi severim ama zengine bir dal sigara vermeyi sevmem, vermem. Bin tane sigaram olsa bir tanesini vermem. O diyaloga girmem. (Kemal, 19)

Parası var şımarık. Gerçi bizim de paramız var ama biz düşünerek harcıyoruz, zenginler hemen harcıyo, savuruyo. Biz paramızı bir yere harcayacağımız zaman düşünerek harcıyoruz yani. Bir şey alsak mı almasak mı diye...(Yıldırım, 19)

Kent yoksulu gençlerin kendilerini tüketim kalıpları aracılığıyla farklılaştırma pratikleri, yalnızca zenginlere ilişkin geliştirilen yargılarda değil, farklı beğenilere sahip toplumsal gruplarla somut olarak karşılaşılan mekânlarda da belirleyici olmaktadır. Özellikle erkeklerin, Kızılay gibi mekânlarda karşılaştıkları ve giyim-kuşam pratikleri yönünden ayırt ettikleri erkeklere ilişkin tutumları oldukça serttir. Daha farklı kültürel sermayeye sahip olduğu açık olan bu gruplara yönelik olarak yoksul gençler alaycı ve hatta düşmanca tavırlar sergilemektedirler.

Bu durum, kent yoksulu gençlerin habituslarında toplumsal cinsiyet rolleri konusunda oldukça katı ayrımlar geliştirmiş olmalarının sonucudur. Böylece kent yoksulu gençler bu bağlamda da kendilerini farklı tabakalardan gençlerden ayırmakta, sınıflandırma sistemi içinde beğeniler üzerinden mücadele gerçekleştirmektedir.

Kızılay'da dolaştığım zaman erkeklerde üç şey sevmem, saçları uzun olması, küpeli olması, cins cins gezmesi, havalı yani...erkeksin sonuçta kestireceksin yani küpe takmak ne demek, gıcık oluyorum, hiç sevmiyorum...Onları yolda gördüğüm zaman ters ters bakıyorum eğer o da bana öyle bakarsa omuz çekiyorum... (Yavuz, 17)

Uzun saçlı, kulağı küpeli tipler, onlar bana çok abes geliyor bana. Niye küpe takıyorlar ki, niye saçlarını uzatıyorlar ki? Ben hiç onaylamıyorum yani... Garip geliyor. Neden mi? Kız gibi niye öyle giyiniyorlar ki? Bir anlamı var mı? Yok. Normal olsunlar benim gibi. (Yıldırım, 19)

2. Sembolik Sermaye Olarak Tüketim

Kendilerini zenginlerden çeşitli tüketim alışkanlıkları ve belirli tüketim mallarının kullanımları yoluyla ayıran kent yoksulu gençler için tüketim ürünlerinin sembolik anlamları toplumsal eşitsizliklerin sergilenmesinin merkezindedir. Tüketimin sembolik olan yönü, tüketim ürünlerinin taşıdığı fonksiyonel anlamların yanında kurduğu, geliştirdiği, devamlılığını sağladığı ve sınır çizdiği toplumsal ilişkilerle ilgilidir. Kent yoksulu gençlerin çeşitli tüketim olanaklarına ulaşımlarındaki kısıtlılıkları, onların kendilerini belirli toplumsal ilişkilerden dışlanmış hissetmelerine neden olmaktadır. Zenginlerin onların “üstlerine başlarına bakarak anladıklarını”, “bir bakışta tanıdıklarını”, yaşam biçimlerindeki farklılıklardan ötürü onları “ezdiklerini”, “aralarına kabul etmediklerini” ve “beğenmediklerini” söyleyen yoksul gençler, tüketim bu sembolik boyutunun altını çizmektedirler. Çeşitli tüketim pratikleri bu bağlamda, toplumsal ilişkilerin hatlarının belirlenmesinde önem kazanmaktadır. Kendilerini zenginlerin yaşadığı çevrelerden uzak tutan, onlarla karşılaşma alanlarını en aza indiren kent yoksulu gençler bu sınırların belirlenmesine aktif olarak katılmakta aynı zamanda sınıflandırma sistemleri ile toplumsal sınıflar arasındaki sınırların yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadır. Yıldırım (19) zengin olanlarla aralarındaki sınırları şöyle anlatmıştır:

Tunalı tarafları pek bize göre değil, orada insanlar bir acaip, nasıl diyeyim tarzları değişik yani. Kendimi oralarda rahat hissetmiyorum, rahat olamıyorum. Kendimi bi kapana kısılmış gibi hissediyorum... Zenginler bizimle arkadaşlık etmez biz de onlarla yani. Parası olan arkadaşlar bizim gibi alt sınıfı biraz küçümsüyorlar. Benim de sinirime gidiyor ondan dolayı hiç sevmiyorum. Beğenmemelik yapıyorlar yani, ortama o tavrı koydukları zaman hoş olmuyor. Beğenmediklerini açıkça belli etmiyorlar ama ben anlıyorum...Mesela okulda da bizimle oturmak istemezlerdi, üç beş kişi çay içiyoruz o bizim yanımıza gelmezdi hatta tek başına otururdu yine de gelmezdi. Biz de arkadaşlarla zengin bebesi bizi ne yapsın diyorduk. Fakat o da bizim arkadaşımız aynı sınıfta okuyoruz aynı dersi dinliyoruz. Neden bizi dışlıyor? (Yıldırım, 19)

Hiç parası olanlardan arkadaşım yok. Onlarla arkadaş olamayız. Onlar daha havalı geziyorlar, her istedikleri yerlere hemen gidiyorlar, biz öyle değil. O yüzden uyuşmayız. İnsanın parası olması önemli, ben öyle arkadaşım olsun istemem...Mesela yolda geçenlere, üstüne başına

böyle bakıyorlar, acımalı bakıyorlar. Benim gördüklerimden öyle. Bana öyle baktıkları zaman öfke duyuyo, ben daha kötü bakıyorum... (Oğuz, 15)

Öte yandan tüketim aracılığıyla kurulan toplumsal ilişkilerin sınırları, katı bir şekilde belirlenmiş sınırlar değildir. Bu sınırların belirlenmesi, kurulması ve dönüştürülmesi üzerinde sürekli bir mücadele söz konusudur. Diğer bir ifadeyle, kent yoksulu gençlerin yaşam koşullarından türeyen ve onları çeşitli dışlanma süreçleriyle karşı karşıya bırakan tüketim olanaklarına ulaşımındaki yetersizliklerin, bu yoluyla kurulan toplumsal ilişkilere her zaman çok net sınırlar koyduğu söylenemez. Kent yoksulu gençler tüketim yoluyla kurulan toplumsal ilişkilerin biçimlendirilmesinde, ironik biçimde kendilerinin tüketim toplumundan dışlanmalarına neden olan tüketim biçimlerinden aktif olarak yararlanmaktadır.

Tüketimin bir “sembolik sermaye” olması bu bağlamda anlam kazanmaktadır. Bourdieu’ye göre sembolik sermaye üç temel sermaye türünden (ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye) herhangi birinin algı kategorileriyle kavrandığında büründüğü biçimdir (Bourdieu ve Wacquant: 2003: 108). Bu anlamda tüketim, ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye türlerinin kent yoksulu gençlerin algılarında somutlaşmış göstergeleri olarak işlev görmektedir. Üç temel sermaye türünden de büyük ölçüde yoksun olan kent yoksulu gençler, bu sermaye biçimlerinin tüketim etrafında sembolik sermayeye dönüşmesi sürecini kendi üzerlerinde uygulanan “sembolik şiddet” biçimi olarak deneyimlemektedirler.

Ben Kızılay’a gittiğim zaman, buraya geldiğim zaman bunalıma giriyorum, ben işte ondan Kızılay’a gitmiyorum. Bakıyorum şimdi kızlara hani hepsi üstü başı düzgün, temiz, çıkmadan belki evde bir saat süsleniyorlar, püsleniyorlar, bakıyorum yanındaki ibne gibi, kulağında küpe, orasında burasında halka, bunalıyorum...Onu görürüm, bunu görürüm, o şöyle, bu böyle, insanın tuhafına gidiyor. (Halil, 19)

Tüketim ürünlerine ait markaların bilinmesi, bunların takdir edilmesi ve aynı zamanda markaların bilinmemesinden duyulan utanç yine tüketimin sembolik sermaye olarak değerlendirilmesine ilişkin örneklerdir.

Arkadaşlarıma Colins'in şeyini aldım diyorum benimle dalga geçiyorlar, bağıra bağıra gülüyorlar. İnanmıyorlar, etiketini gösteriyorum sahtedir bu diyorlar ya. Bu çevrede oturuyorum ya inanmıyorlar, kimse inanmıyor...Orijinal değildir, orijinalini alamazsın diyorlar, belki de inanmak istemiyorlar. (Sertaç, 18)

Benim bir arkadaşım var, hep marka. Geçen gün ayakkabıya gittik, babası para vermiş, mağazaya girdik. Adama hep marka sayıyor. Adam dedi ki, kızım olan bu, marka deyip durma bana dedi. Sonuçta adam biraz şey yaptı. Sanki hani o da kendini cahil gibi hissetti. Mesela bu çok yaygın arkadaşların arasında konuşurken marka söylüyorlar, bazıları bilemiyor. Ya böyle bakıyor, kendilerini böyle eksik hissediyorlar. Bir de ailelerinin durumu iyi olmayanlar marka giymemişler, ne olursa giymişler. O zaman eksiklik oluyor, utanıyorlar. (Olca, 17)

Diğer taraftan tüketimin bir sembolik sermaye oluşu, kent yoksulu gençler kendi yoksulluklarını (ekonomik ve kültürel sermaye biçimlerini kapsayan şekilde) gizlemek ve diğer sınıflarla aralarındaki toplumsal mesafeleri azaltmak için tüketimden aktif olarak yararlanmasında da belirginlik kazanır. Böylece sınıflar arasında tüketim aracılığı ile kurulan ayrımların görünürde kaybolduğuna inanılmaktadır. Ayrıca kendi üzerlerindeki kuşku ve önyargının giderilebilmesini ve çeşitli tüketim mekanlarına dahil olunabilmesini sağlamak için tüketimden faydalanmaktadırlar. Böylece tüketim yoluyla toplumsal ilişkileri daha eşitlikçi biçimde yeniden düzenlemeye çalışmaktadırlar. Kent yoksulu gençlerin toplumsal uzamdaki konumlar arasındaki mesafelerin azaltılmasında ve sahip olunan konumların geliştirilmesinde birer kaynak olarak işlev gören tüketim pratikleri, gençlerin tüketim toplumuna dahil olabilmelerini kolaylaştırırken aynı zamanda tüketim yoluyla kurulan mesafelere karşı verilen bir mücadelenin ve direnişin de ifadeleridir. Bu bağlamdaki değerlendirmeleri gençler arkadaşlarından verdikleri örneklerle anlatmışlardır. Arkadaşların üzerinden anlatılan bu değerlendirmeler, bu

türden girişimlerin onaylanmayan veya meşru görülmeyen çabalar olduğunu da göstermektedir.

Benim bir arkadaşım vardı, bu üst mahallede oturuyordu. Babasının durumu çok iyi değildi, küçük bir marketleri vardı ama çocuk böyle marka ayakkabılar giyyordu, hep marka giyiniyordu ve kendisini zengin olarak gösteriyordu o toplumun içine girmek için. Bir gün öğretmen, sen neden böylesin, çok mu zenginsiniz falan dedi. Çocuk, marketimiz var dedi ama büyük falan dedi, hâlâ hava atıyor. Ama insanlar onun ne olduğunu bilmiyor, bu şekilde insanları ezmeye çalışıyor belki de. (Zehra, 19)

Benim oturduğum mahalle gecekondu mahallesi, benim Çankaya’da oturan bir ton arkadaşım var, onların giyemediği elbiseleri gecekondu oturanlar giyyor. Fakir olanlar ailelerini sıkıştırıyor bana bir şey al diye. Çok pahalı elbiseler giyerek zengin görüntüsü yaratmaya çalışırlar. (Selçuk, 18)

Kent yoksulu gençler tüketim ürünlerinden ve kalıplarından yararlanarak kendilerine ilişkin algıları biçimlendirmeye çalışmaktadırlar. Bu bağlamda uygulamaya konulan bu pratikler, tüketimin “izlenim yönetiminde” sembolik bir araç olarak kullanılmasıyla ilgilidir. Ancak burada belirleyici olan, bu tüketim pratiklerinin kent yoksulu gençlerin yaşamlarının bütününe yayılan özelliğinin olmayışıdır. Diğer bir ifadeyle, izlenim yönetimi stratejileri kent yoksulu gençler tarafından yalnızca diğer sınıftan kişilerle karşılaşılan mekanlarda ve onlarla kurulan ilişkilerde, bunlardan elde edilecek “sembolik kâr” için kullanılmaktadır. Böylece daha önce de değinildiği gibi, diğer toplumsal katmanların gündelik yaşamlarında rutin sayılabilecek tüketim pratikleri, kent yoksulu gençlerin yaşamlarında özel anlamlar yüklenmektedir. Görünüşte üst sınıftan kişilerle benzer tüketim kalıplarına ya da benzer tüketim ürünlerine sahip olan kent yoksulu gençlerin bu türden tüketim pratikleri birer tüketim alışkanlığına dönüş(e)memektedir. Yoksul gençlerin sahip olduğu sınırlı sermaye birikimleri bu türden tüketim faaliyetlerinin yaşamlarının bütününe yayılmasını engellemektedir.

Diğer taraftan, bu türden “kılık değiştirme” yoluyla gerçekleştirilen izlenim yönetimi stratejileri, anlatılardan da anlaşılacağı üzere diğer yoksul gençler

tarafından onaylanmamaktadır. Sınıfsal ayrımların bu şekilde silinmeye çalışılması, kişinin aslını inkar etmesi olarak yorumlanmakta, bu türlü girişimler “özenti” olmakla birlikte anılmaktadır. Örneğin Ercüment (17) oturduğu mahalledeki bir kızın kendisini farklı gösterip diğer arkadaşlarını ezmeye çalıştığından bahsederek, kendisinin bundan duyduğu rahatsızlığı ve buna verdiği tepkiyi şu şekilde ifade etmiştir:

“Kız çok havalı, böyle kendini çok farklı görüyor, bir tane kız var ona ‘şuna bak, tipine bak, seni nasıl alıyorlar buraya, aslında almayacaksın’ falan (diyor)...Ben de dedim ki ‘sen ne diyosun, sen nereden geldin ki, kimi beğenmiyosun, sen çok mu farklısın’ dedim. (Diğer kız) yeni gelmiş, gariban bir insan, onunla uğraşıyor...Ondan sonra kızla uğraşmayı bıraktı. Nereden geldiğini bilmeden hava atardı nerede olursa olsun. Çok havalıydı. Sıradan bir insan ama öyle göstermemeye çalışıyor kendisini, farklı göstermeye çalışıyor. (Ercüment, 17)

Kent yoksulu gençlerin anlatılarında öne çıkan belirli yerlerin belirli davranış ve tüketim kodlarının bulunduğu ifadeleri, tüketimin birer sembolik sermaye olarak değerlendirilmesiyle ilgili olan diğer bir boyutu oluşturmaktadır.

Ben gece bizim mahallede dışarı eşofmanla da çıkıyorum, şortla da çıkıyorum hiç fark etmiyor. Sonuçta hepsi zaten tanıdığın arkadaşların şey yapmıyorlar. Kızılay’a falan gideceğimiz illaki değişiyor, hani birazcık daha böyle şey oluyor, giyim tarzı önemli oluyor. Arkadaşlarla konuşuruz, Kızılay’a gitcen, ne giyek? Diye sorduğunda arkadaşım durur “kot pantolon giy üzerine bir svit giy hafif concon olsun” der. (Mehmet, 21)

Ne kadar şey olsak da kıyafete çok önem veriyoruz, alıyoruz, bir şeyi bir şeye uydurmaya çalışıyoruz. Yerine göre, bir bakıyosun etek giyip çıkıyoruz, bir bakıyosun kot... Ama mesela kıyafet aldım, evde duruyor ne yapayım. Hiçbir yere gitmiyoruz zaten öyle olunca hep düğüne gidiyomuş gibi giyiniyoruz. (Melda, 17)

Kemal (19) ve Örsan (20) tüketim ürünlerinin taşıdığı sembolik anlamların tüketimin mekansal bağlamına göre farklılaştığını, bulundukları çevrede polis ile olan ilişkileri üzerinden şöyle anlatmışlardır:

Bize kimliğini ver bilmem ne yaptığının çocuğu derler, takım elbiseli birisini gördüklerinde “kimliğinizi verir misiniz beyefendi”....Kravatlı olduğun zaman beyefendi, böyle olduğun zaman lan. (Örsan, 20)

Ama takım elbiseyi bu çevrede giymek mümkün değil...Biz her zaman takım elbise giymek isterdik, isteriz. Ama gel gelelim bunu kimseye anlatamıyosun. Bir kere giyindim ben Yunuslar çevirdi, “belinde silahın var mı dediler bana”...Burada (Yenidoğan’ı kastederek) takım elbise giyince mafya oluyorsun... (Kemal, 19)

Görüşülen gençlerin önemli bir kısmı kendilerini “nerede ne yapması gerektiğini bilen”, “girdiği ortama ayak uydurabilen” kişiler olarak tanımlamıştır. Kent yoksulu gençlerin bu türden ifadeleri, özellikle farklı toplumsal gruptan kişilerle karşılaşmalarında, sembolik sermaye olarak nitelendirilebilecek kibarlık ve nezaket gibi davranış kodlarının izlenim yönetiminin bir parçası olarak benimsenmesi ile ilgilidir. Bulundukları çevredeki kişilerin bu türden sembolik sermayelerden yoksun oluşları, kent yoksulu gençler açısından onları üst sınıflardan ayıran önemli göstergeler olarak yorumlanmaktadır. Örneğin kendisinden daha yoksul olan arkadaşlarıyla alışveriş merkezlerine giden Sertaç (18) bu mekanların davranış kodlarını şöyle anlatmıştır:

Bazen onları oraya götürdüğüme pişman oluyorum. (Doğantepe/Altındağ’ı kastederek) Onlar aynı burası sanıyorlar oraları da. Yani rahatsız oluyorum değil de, aslında ben de öyle birisiyim. Ama yani ben yerinde yaparım onu şimdi orada yapılmaz yani. Ne bileyim argo konuşulmaz, onlar bazen öyle yapıyorlar, ters ters hareket yapıyorlar, bana uymuyor yani...Her yerin bir kuralı var. Bu çevrede yapılabilir. Bu çevrede şimdi insanların bakış açıları ayrı, o çevrede bakış açıları ayrı yani. Bu çevredeki insanlar gecekonduda doğmuş, büyümüş, genellikle hep günyüzü görmemiş insanlar diyeyim. Böyle her şeyi eski tabirden uyguluyorlar... (Sertaç, 18)

Ben her tarafa girerim. Benim bu çevredakilere ayrılmam tek özellik, ben nerede ne yapılması gerektiğini çok iyi biliyorum. Ben burada tespih çekiyorsam, güzel bir ortama gittiğim zaman efendi gibi de konuşmasını bilirim. Her şey yerinde güzeldir...(Halil, 19)

Buradaki arkadaşlarım anlamıyorum, Kızılay’da küfretmiyorlar, buraya gelince ediyorlar. (Oğuz, 15)

Kent yoksulu gençler kendi sahip olmadıkları sembolik sermayeye sahip kişilerle karşılaşma mekanlarında, o alanların yapısına uygun davranış kodları benimseyerek farklı toplumsal gruplardan kişilerle aralarındaki toplumsal mesafeleri azaltmaya çalışmaktadırlar. Bu anlamda çeşitli davranış kodları aynı tüketim gibi sembolik sermaye biçimlerinden biri olarak kent yoksulu gençlerin yaşam dünyalarında kendilerini hem üst sınıflardan ayırmalarında hem de onlarla aralarında daha eşitlikçi bir iletişim sürecinin kurulabilmesinde kullanılan araçlar olarak değerlendirilmektedir.

Görüşülen gençler arasında üst sınıfların tüketim ve yaşam alanlarına özellikle iş dolayısıyla yakın olanların, oralaradaki çalışma deneyimlerini sembolik sermaye olarak değerlendirdikleri anlaşılmıştır. Diğer bir ifadeyle, yoksul gençlerin kendilerini ait görmedikleri bu alanlarda kazandıkları deneyimler, kentin başka bölgelerinde ve farklı karşılaşmalarda kullanıma sokulabilecek olan sembolik sermayelerdir. Örneğin Hakkı (24) Ankara'nın lüks bir sitesinde güvenlik görevlisi olarak çalışmasını ve oradaki deneyimlerini şöyle anlatmıştır:

Bir yönden seviniyorum, yaşıam küçükken öyle ortamlara girdim, öyle insanlar gördüm. Bir yandan Altındağ'da gecekonduda oturuyorduk, gecekonduda otururken ben orada staj yaptım...On dokuz yaşımdaydım ama ya keşke...Tabii arabalara her genç gibi hevesle baktım, hep binmek turlamak istemişimdir...Orada benim yaşımda gençlerin arabası oluyor, istedikleri yere gidip geliyorlar arabalarıyla, istedikleri mekanlara gidebiliyorlar. Oradaki yaşayan gençler daha bir farklı ama hiçbir zaman onlara özenmedim. Yani hiçbir zaman lüks yaşama özenmedim. Ha olsa kötü mü olur, olsa daha iyi olur tabii ki, rahat yaşamayı her insan ister. (Hakkı, 24)

Sertaç (18) Ankara'da büyük bir otelde çalışarak edindiği deneyimlerin, lüks restoran ve kafelere ilişkin tahmin yürütebilmesine olanak sağladığını anlatırken bu deneyimlerini şöyle ifade etmiştir:

Ben beş yıldızlı bir otelin teknik servisinde çalıştım. Orada benim çok tecrübe kazanmış olmam lazım, şimdi ben ne bileyim restorana giderdik, takım elbise ile gezerdik, her yere girme imkanımız vardı. Otelin her yerini gördüm... (Sertaç, 18)

Haldun (26) garson olarak çalışmasının aksi takdirde gidemeyeceğini düşündüğü mekanlara girebilmesini sağladığını şöyle anlatmıştır:

Ben garsonluk yaptığım için (Ankara'nın zengin semtlerini kastederek) oralarda yabancılık çekmiyorum. Eğer oralara girip çıkmasam ben de merak ederdim, eskiden barı merak ederdim, mesela benim yeğenim parası olmadığı için gidemiyor, kafeyi merak ediyor, ben kendi ellerimle aldım götürdüm, al sana kafe dedim, böyle bir yer...mesela Tunalı'da çalıştığım bir kafe vardı oraya gazeteciler falan gelirdi, onlarla konuşurdum... (Haldun, 26)

Öte yandan çeşitli tüketim ürünleri ve davranış kodları ile toplumsal mesafelerin azaltılması girişimlerinin çoğu zaman sonuçsuz kaldığı yoksul gençler tarafından dile getirilmiştir. Üst sınıfların tüketimlerinin taklit edilmesi, onların bu tüketimlerine yön veren habitusların farklı olmasından ötürü kent yoksulu gençlerin

“bir türlü anlayamadıklarını” söyledikleri şekilde ortaya çıkmakta, “ne yaparlarsa yapsınlar” yoksullukları ya da o çevreye ait olmadıkları anlaşılmaktadır. Toplumsal eşitsizliklerin çeşitli tüketim biçimleri aracılığı ile simgeselleşmesi, kent yoksulu gençler tarafından bu pratiklerinin benimsenmesi veya taklit edilmesi yoluyla giderilmesi veya azaltılması girişimlerine yön verirken, bu tüketim biçimlerinin arkasında birikmiş olan sermaye türlerine sahip olmamalarından ötürü aradaki farklılıklar açığa çıkmaz. Ancak bu durum çoğu zaman genç yoksullar tarafından anlamlandırılmamaktadır. Aslında bu süreci şekillendiren sadece yoksulluğun bedene kazınmış olması değil, yoksul gençlerin kendilerine ilişkin değerlendirmeleri içselleştirmelerinin de bir sonucudur.

Nedense tipimde mi var, esmerim biraz da ondan mı çekiniyorlar, böyle bana yani herkes bir değişik bakıyor, ya da bana öyle geliyor...Ne bileyim af edersiniz yani çingene zannediyorlar büyük bir ihtimal esmerim, ondan dolayı. Mesela ben otobüse binerim kart basmam, adam sen neden kart basmıyorsun demez. Ama arkamdan saçları taralı biri binsin, kartım yok şu durağa gideyim dese, indirir çocuğu... tipimden kaybediyorum herhalde...Arjantin caddesine gitmiştim, bir kuaförün önüne arabayı çekmiştim. Adamın teki önüme çeken arabadan geldi para aldı, benden istemedi. Arabam Doğan biraz da aksesuarlı ama ben oraya lüks arabayla da gittiğim oluyor, takım elbiseli falan, ama yine de değişik bakışlar oluyo...(Sertaç, 18)

Yoksul gençlerin tüketim biçimlerine ilişkin yaygın olarak kabul edilen görüşler, onların üst sınıf tüketim pratiklerini taklit ettikleri, bu amaç doğrultusunda taklit mallar kullandıkları ya da bütçelerini aşan harcamalar gerçekleştirdikleri doğrultusundadır. Görüşülen gençler arasında bu türden tüketim pratiklerinin olmadığını söylemek doğru olmasa da, bunlar düşünüldüğü kadar yaygın faaliyetler değildir. Ayrıca önemli olan bu tüketim pratiklerinin “özenti” olarak değerlendirilip önemsizleştirilmemesi, bunların kent yoksulu gençlerin tüketim dünyalarında taşıdığı anlamların ortaya çıkartılmasıdır. Burada söz konusu olan bu tüketim pratikleri aracılığıyla kurulan ve düzenlenen toplumsal ilişkilerdir. Yoksul gençler üst sınıfların tüketim pratiklerine benzer tüketim kalıplarını, sadece belirli tüketim

ürünlerine ve markalara sahiplikler veya çeşitli tüketim mekanlarına katılma dolayısıyla gerçekleştirmektedirler. Bunların gerçekleşme sıklığı ise oldukça düşüktür. Diğer bir ifadeyle, gündelik yaşam rutini içerisinde bu türden tüketim pratikliği sıradanlaşmamıştır. Senede birkaç defa, bayramlar, doğum günleri, yılbaşı gibi özel günlerde gidilebilen eğlence mekanlarının; ancak yenisine gereksinim duyulduğunda alınan tüketim ürünlerinin; birer müze gibi ziyaret edilen alışveriş merkezlerinin ve süpermarketlerin; tüm yaşamları boyunca belki birkaç defa gidilmiş olan sinema ve tiyatroların; gençler arasında moda olan tüketim markalarının ve ürünlerinin kent yoksulu gençlerin tüketim dünyalarında oldukça sınırlı bir yer işgal ettiğini söylemek hatalı olmayacaktır. Diğer taraftan kent yoksulu gençlerin yaşam koşullarındaki ve çeşitli sermaye türlerindeki birikimlerinin sınırlılığı göz önüne alındığında, bütçeleri aşan harcamalar daha farklı anlamlar kazanacaktır. Kent yoksulu gençlerin yaşamlarının bütününe yayılmış olan eşitsizliklerin görünürde kapatılması için bu tüketim ürünlerinin sembolik anlamlarından yararlanmak, bu gençlerin kendileri için yapabilecekleri en pahalı “yatırımlar” dır.

SONUÇ

Kent yoksulu gençlerin tüketim toplumunda yaşama deneyimleri, tüketim toplumundan dışlanma süreçleri ve tüketim toplumuna dahil olabilmek için ya da kabul görebilmek için verilen sembolik mücadeleler etrafında şekillenir. Yoksulluğa ve genç olmaya ilişkin anlamlara yeni boyutlar kazandıran tüketim toplumu, bu toplumda “meşru” kabul edilen tüketim ölçütlerine ulaşamayanları “kusurlu” tüketici olarak ilan edip çeşitli dışlama biçimleri üretirken bir taraftan da tüketiciler arasında sınıf farklılıkları gözetmeksizin tüm toplumsal kesimleri tüketimci mesajların hedefine yerleştirir. Gençler tüketim toplumunun en “ayrıcalıklı” kitlesi olarak, iletilen bu mesajlardan en çok etkilenen ya da etkilenmesi beklenen kesimi oluşturur. Bu bağlamda yoksul gençler, yoksul olmayı tüketim toplumunda genç olabilmenin önündeki en önemli engel olarak deneyimlemektedirler. Yoksulluk tüketim toplumunda maddi yoksunlukların çok ötesinde, kişinin “özsaygısına” ve “özgüvenine” yönelik bir tehdit olarak anlam kazanmaktadır.

Yoksulluğu “yetersiz tüketim kapasitesi” olarak kavramsallaştıran tanımlamaların, yoksulluğun çok boyutlu özelliğini ve insan hayatının farklılıklarını göz ardı ettiği gerekçesi ile Sen (1992: 109) tarafından geliştirilen “yapabilirliklerden yoksunluk” yaklaşımında, yoksulluğun temel gereksinimlerin karşılanmasındaki yetersizliklerden değil, kabul edilebilir bir yaşam düzeyine ulaşmak için gerekli temel yapabilirliklerden yoksun olma durumundan meydana geldiğinin altı çizilmektedir. Bu anlamda tüketim toplumunda yoksul olmak, kabul edilebilir olan yaşam standardının tüketim alanında gösterilen performansla birlikte değerlendirildiği bir ortamda, genç yoksulları daha şiddetli dışlanma süreçleriyle karşı karşıya bırakmaktadır. Kent yoksulu gençlerin yaşam koşulları, onları

“yapabilirliklerden” mahrum bırakmakta ve böylece yoksulluğun yeniden üretimine katkıda bulunmaktadır.

Kent yoksulu gençleri dezavantajlı durumda bırakan yaşam koşulları, erken dönem toplumsallaşma deneyimleriyle birlikte bilişsel ve motivasyonel şemaların gelişimine yön verir. Bourdieu’nün (1984) *habitus* kavramıyla ifade ettiği, zihinsel yapılar ile toplumsal yapılar arasındaki karşılıklı ilişki, kent yoksulu gençlerin yapabileceklerini, yaşamlarında nelerin mümkün olup nelerin mümkün olamayacağına ilişkin sınırları ve bu anlamda yaşam şanslarını, çeşitli konulardaki yatkınlıklarını ve eğilimlerini belirler; bu gençlerin belli bir pratik duyusu ile hareket etmelerini sağlar. Kent yoksulu gençlerin tüketim pratikleri bu çerçevede habitusları bağlamında anlam kazanır. Tüketim pratiklerini yönlendiren ilke olarak habitus, genç yoksulların tüketimlerinde gereksinimlerine göre hareket etme zorunluluklarını, gereksinimlere alışma biçimini, bunların kabul edilmesini ve gereksinimlere boyun eğilmesi yatkınlıklarını üreterek, yoksul gençlerin tüketim pratiklerine biçim ve tutarlılık kazandırmaktadır. Bu çerçevede tüketim toplumunun tüketim olanakları ve alternatifleri, kent yoksulu gençlerin gereksinim sisteminin süzgecinden geçirilir, “kendilerine göre olan”, “kendilerine göre olmayandan” ayırıt edilir.

Bourdieu’nün (1984) kültürel ve ekonomik sermayesi düşük sınıfların beğenilerini ve tüketim biçimlerini yönlendirdiğini belirttiği “gereksinim beğenisi” eğiliminin, bu çalışma çerçevesinde incelenen kent yoksulu gençlerin tüketim pratiklerinin önemli bir boyutunu oluşturduğu anlaşılmıştır. Bourdieu’nün de öne sürdüğü gibi, gereksinimlerle yönlendirilen tüketim tercihleri, kent yoksulu gençlerin tüketimle olan ilişkilerinin açıklanmasında temel bir role sahiptir. Gereksinimler, tüketime konu olan farklı alanlardaki tercihleri şekillendiren önemli bir referans

noktası olarak işlev görmektedir. Ancak kent yoksulu gençlerin tüketim pratikleri, sadece işlevselliği ön plana alan gereksinim tercihlerinden çok daha karmaşıktır. Bourdieu'nün analizinde yer almayan bu nokta, kent yoksulu gençlerin tüketim toplumunda yaşama deneyimlerinin ürettiği bir sonuç olarak kabul edilebilir.

Günümüzde tüketim kültürü ve tüketimci baskılar, yoksul gençlerin yalnızca gereksinimlerine göre tercih yapmalarını giderek zorlaştırmaktadır. Bir taraftan gereksinimler ile arzular arasındaki sınırlar belirsizleşirken, diğer taraftan gereksinim sistemleri de tüketim toplumunun araçlarıyla yeniden düzenlenmektedir. Dolayısıyla kent yoksulu gençler, tüketim ürünlerini yalnızca kullanım değeri bağlamında tercih etmemekte, bu ürünlerde sembolik anlamları da aramaktadırlar. Yoksul gençlerin tüketim ürünlerinden elde edecekleri doyum, bu ürünlerin işlevsel boyutu ile sınırlı kalmamakta; tüketim tercihleri tüketim ürünlerinin hem kullanım hem de sembolik değerinin kendi maddi olanakları dahilinde en çoklaştırılması girişimi çerçevesinde düzenlenmektedir.

Sahip olunan kısıtlı kaynaklar, kent yoksulu gençlerin tüketim alanına özgür katılımlarının önünde engel oluşturmaktadır ve tüketim tercihlerini sınırlandırmaktadır. Ancak bu durum bu gençlerin tüketim toplumunun tamamen dışında kaldıkları anlamına gelmemektedir. Geliştirilen duygusal ve davranışsal stratejilerle bu gençler, tüketim toplumuna dahil olmaya, kendilerini dışlayan süreçlerle mücadele etmeye çalışmaktadırlar. Dolayısıyla tüketim alanındaki yetersizliklerle mücadele biçimleri, kent yoksulu gençlerin tüketim pratiklerinin diğer bir boyutunu oluşturmaktadır. Kent yoksulu gençlerin tüketim toplumuna dahil olabilmek için geliştirdikleri stratejiler de habitus bağlamında şekillenen eylem hatlarının etkin kullanımına dayanmaktadır. Bu stratejiler, bir yandan yoksul

gençlerin kendilerine yoksulluklarını hatırlatan süreçlerden uzak durulmasıyla diğer yandan da çeşitli tüketim biçimlerinden yararlanılarak yoksulluğun kapatılması süreçlerini içerir. Bu bağlamda başvuru stratejiler, zaman zaman birbiriyle çelişen ancak esas olarak toplumsal eşitsizliklerin tüketim alanında görünür kılınmasına verilen tepkileri içermektedir.

Kent yoksulu gençlerin tüketim pratikleri ve tüketimle kurdukları ilişkiler, tüketimin farklı toplumsal katmanlardan eyleyicilerin bir araya geldikleri mücadele ve rekabet alanı olarak kavramsallaştırılmasıyla daha iyi anlaşılabilir. Bourdieu'nün geliştirdiği uzamsal bir metafor olan *alan*, habitusun iş gördüğü toplumsal ortamın yapısını tanımlar. Habitus pratiği içeriden biçimlendirirken, alan da eylem ve yapıyı, bireye benimseyebileceği muhtemel tavır ve hareketler çeşitliliği sunarak dışarıdan yapılandırır (Wacquant, 2007: 64). Eyleyiciler alanda hakim olan sermaye türü üzerinde tekel kurma, meşru olanı belirleme ve hiyerarşiye karar verme gücü için birbirleriyle rekabet ederler. Wacquant'ın da (2007:64) belirttiği gibi alan içinde egemen konumları işgal edenler “koruma stratejilerini” sürdürme eğilimindeyken, tabi konumdakiler “yıkma stratejilerini” geliştirmeye yatkındırlar. Bu “yıkma stratejileri” kent yoksulu gençlerin tüketim alanında, bir taraftan kendilerini zenginlere karşı “manevi değerlerle donatılmış” olarak resmetmeleriyle, zenginlerin tüketim pratiklerindeki “gösterişçi” ve “gereksiz” olduğu düşünülen biçimlerin altının çizilmesi ve bunların olumsuzlanmasıyla diğer taraftan tüketim biçimlerindeki farklılıklarla simgeleşen toplumsal mesafelerin yine tüketimden yararlanılarak gizlenmeye çalışılmasıyla biçimlendirilmektedir. Tüketim toplumunda yoksul olmayı bir “utanç”, “eziklik” ve “aşağılanma” ve bu bağlamda kendileri üzerinde uygulanan bir “simgesel şiddet biçimi” olarak deneyimleyen kent yoksulu gençler, bu dışlanma

süreçlerinin üzerlerinde yarattığı gerilimlerden kurtulabilmek için ve en azından eşitsizlikleri “görünüşte” kapatabilmek için tüketimden yararlanmaktadırlar.

Sınıfsal konumların simgesel ifadeleri olan tüketim pratikleri, sınıfsal eşitsizliklerin sergilenmesinde, oluşturulmasında, bu eşitsizliklere karşı konulmasında ve eşitsizliklerin yeniden üretilmesinde araçsal rol oynamaktadır. Kent yoksulu gençler kendilerini tüketim biçimleriyle diğer toplumsal katmanlardan eyleyicilerden ayırt ederken, bu sınıflandırma sistemlerinin yeniden üretilmesine de katkıda bulunurlar. Diğer bir ifadeyle, kendilerini üst sınıflardan tüketim pratikleri yoluyla ayırt eden yoksul gençler, üst sınıfların tüketim biçimlerinin geçerliliğini ve sahip olunmaya değer olduğunu kabul ederek, bunları kendilerine ilişkin değerlendirmede temel referans noktası olarak ele alarak, toplumsal mesafeleri bu yolla gizlemeye çalışarak ve tüketimi bir sembolik sermaye olarak benimseyerek toplumsal hiyerarşilerin ve sınıfsal ayrımların yeniden üretilmesine katkıda bulunmaktadırlar.

Bu tez çalışmasında tüketime yönelik çalışmaların önemli bir kısmında dikkati çeken “bireyin yalıtılmışlığı” ve “tüketimin satın almaya eşdeğer olduğu” varsayımlarının yetersizliğinden hareketle (Urry, 1999: 179-180), tüketim toplumsal süreçlerin içine yerleştirilerek, toplumsal ilişkilerin kurulmasına, geliştirilmesine ve bu ilişkilere sınır çizilmesine yarayan bir iletişim vasıtası olarak kavramsallaştırılmıştır. Bu bağlamda tüketim toplumsal eşitsizliklerin biçimlendirildiği bir alandır. Bu çerçeveden tüketim yoluyla toplumsal hiyerarşilerin tersine çevrildiği, sınıflar arası ayrımların bulanıklaştığı görüşlerinin tersine, bu ayrımların tüketim yoluyla yansıtıldığı ve kurulduğu ortaya konmuştur. Tüketim pratiklerinin gündelik yaşam içerisindeki gerçek anlamlarını ortaya çıkartmayı

hedefleyen bu yaklaşım çerçevesinde kent yoksulu gençlerin tüketimle ilişkilerinin, onların tüm yaşamlarını kuşatan diğer eşitsizliklerden (eğitim, işgücü piyasası koşulları, yaşadıkları fiziksel ve sosyal çevre gibi) ayrı olarak ele alınamayacağı vurgulanmıştır. Zira bu gençlerin tüketici yaşamlarında karşılaştıkları eşitsizlikler yaşam koşullarındaki eşitsizliklerle şekillenmekte ve bunlarla birlikte anlam kazanmaktadır. Kent yoksulu gençlerin deneyimledikleri yoksulluk, kent merkezindeki tüketim olanaklarına, refaha ve bolluğa mekansal olarak çok yakın olmaları nedeniyle çok daha derin, kalıcı ve keskindir.

Tüketim pratiklerinin anlamlılığının araştırılması, ancak tüketime ilişkin olumlu ve olumsuz yaklaşım biçimlerinin aşılması ile sağlanabilecek bir girişimdir. Literatürde hakim olan bu iki temel eğilim, fiili tüketim süreçlerinin açıklanmasında ve konu açısından yoksul gençlerin tüketim dünyasına neden ve nasıl katıldıklarının anlamlandırılmasında yetersiz kalmaktadır. Tüketime ilişkin diğer yaklaşımlarda ise, tüketilen ürünlerin ve bunların tüketilme tarzlarının, eyleyici kategorilerine ve tüketimin bağlamına göre farklılaşma biçimlerine değinilmemektedir. Bu çerçevelerden kavramsallaştırılan tüketim toplumu ve tüketim kültürüne ilişkin yaklaşımlar, tüm toplumsal katmanlardaki eyleyicilerin tüketim alanına benzer şekilde katıldıkları yanılsamasını yaratmaktadır.

Tüketim toplumunun yoksul gençleriyle diğer toplumsal katmanlardan gençlerin tüketim özelemleri arasında benzerlikler kurulabilse de, bu tüketim olanakları yoksul gençler için bir “heves” ve “hayal” olarak kalmakta, diğer gençler için rutin, sıradan, gündelik olarak kabul edilen tüketim biçimleri bu gençlerin tüketim dünyasında özel anlamlar kazanmaktadır. Kent yoksulu gençlerin tüketimle ilişkileri bu çerçevede yalnızca satın aldıkları ya da almak istedikleri, kullandıkları,

sergiledikleri tüketim ürünlerinin nelerden oluştuğundan ziyade bunların nasıl tüketildiği bağlamında değerlendirilmelidir. Bu gençler statü simgesi olarak benimsedikleri tüketim ürünlerini özel günlerde, farklı toplumsal katmanlardan kişilerle karşılaşmalarında, çeşitli tüketim alanlarına dahil olabilmek, toplumsal mesafeleri azaltmak veya kendileri üzerindeki kuşku ve önyargıları gidermek için sembolik bir sermaye olarak kullanmaktadırlar.

Yoksul gençlerin tüketimle ilişkilerine dair gündelik gözlemler, bu gençlerin çeşitli tüketim ürünlerine (özellikle cep telefonlarına ve çeşitli elektronik aletlere) bütçelerini aşan harcamalar yaptıkları, belirli tüketim nesnelerine karşı zaman zaman aşırı olarak değerlendirilebilecek bir ilgi besledikleri, bu ürünleri edinmek ve sergilemek için büyük çaba sarf ettikleri ve marka bağımlısı oldukları gibi yargıların biçimlendirilmesine neden olmuştur. Bu durum bazıları tarafından yoksul gençlerin sahip oldukları çeşitli tüketim ürünlerine bakılarak aslında “düşünüldüğü kadar yoksul olmadıklarının” kanıtı olarak kabul edilirken, gençlerin bu eğilimlerinin üst sınıflara “özenmelerinden” veya “kendi durumlarını kabul etmek istememelerinden” kaynaklandığı düşünülmektedir. Bu anlayış çerçevesinde yoksul gençler, çeşitli tüketim ürünlerine sahip olabilmek adına en azından “ailelerini zorlayan” hatta belki “hırsızlığa ve kapkaçı başvuran” tüketim toplumunun “kurbanları” olarak değerlendirilmektedir. Zira yoksul gençlerin medyadaki temsilinde de bu gençleri toplumsal düzen için bir “tehdit” olarak kodlayan bir yaklaşım bulunmaktadır. Bu gençlerin suça ve şiddete eğilim taşıdıkları, bağımlılık yapan maddelerin kullanımının bu gençler arasında yaygın olduğu görüşleri iletilmektedir. Yelpazenin diğer ucunda ise yoksul gençlerin tüketimle olan ilişkilerini yalnızca “kısıtlılıklar”, “yetersizlikler” bağlamında ele alıp bunu esasında bir “tüketememe” süreci olarak

kavramsallaştıran; bu gençlerin tüketim ürünlerine hiçbir şekilde ulaşamayan, tüketim olanakları hakkında hiçbir bilgiye sahip olmayan, tüketim toplumunun tamamen dışına itilmiş kişilerden oluştuğu görüşleri bulunmaktadır.

Yelpazenin her iki ucunda da yer alan görüşler, tüketim toplumunda yaşayan kent yoksulu gençlerin tüketimle ilişkileri ve tüketim deneyimlerini aşırı basitleştirerek ele alan yaklaşımlardır. Bu yaklaşımların süzgecinden bu gençlerin tüketim deneyimlerinin anlamlarının ortaya çıkartılması oldukça zordur. Bunun anlamı, kent yoksulu gençlerin tüketim ilişkilerinde bu türden eğilimlerinin bulunmadığını öne sürmek değildir. Ancak kent yoksulu gençlerin tüketim dünyaları bu yaklaşım biçimlerinde ele alındığından çok daha karmaşık ve çelişkili bir alandır. Kent yoksulu gençler, tüketim toplumunun ne tam anlamıyla dışında kalmakta, ne de tam anlamıyla içinde yer almaktadırlar.

KAYNAKÇA

- Abrams, M. (1959). *The Teenage Consumer*. London: London Press Exchange.
- Açıklım, N. (2004). *A Sociological Study of Working Urban Poor in İstanbul and Gaziantep*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Adaman, F. ve Keyder, Ç. (2006). Türkiye’de Büyük Kentlerin Gecekondu ve Çöküntü Mahallelerinde Yaşanan Yoksulluk ve Sosyal Dışlanma. http://ec.europa.eu/employment_social/spsi/docs/social_inclusion/2006/study_turkey_tr.pdf Erişim tarihi 25. 04.2008.
- Adorno, T.W. (2003). “Kültür Endüstrisini Yeniden Düşünürken.” Çev., Bülent O. Doğan. *Cogito* 36 (Yaz): 76-84.
- Akın, E. (2007). *Kentsel Gelişme ve Kentsel Rantlar: Ankara Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aksungur, U. (2006). *Experiences of Social Exclusion of the Youth Living in Altındağ, Ankara*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aktay, Y. (2007). “Pierre Bourdieu ve Bir Maxwell Cini Olarak Okul.” *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. Güney Çeğin vd. (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 473-499.
- Alemdaroğlu, A. (2005). “Bir ‘İmkan’ Olarak Gençlik.” *Birikim* 196(Ağustos): 21-29.
- Alicı, S. (1998). *Türkiye’de Yoksulluğun Sosyo-Ekonomik Analizi*. Ankara: DİE.
- Andreasen, A.R.(1975). *The Disadvantaged Consumer*. New York: Free Press.
- Archer, L., vd., (2007). “University’s not for Me- I’m a Nike Person: Urban, Working-Class Young People’s Negotiations of ‘Style’, Identity and Educational Engagement.” *Sociology* 41(2): 219-237.
- Ardıç, N. (2002). *Household Survival Strategies of the Urban Poor in Turkey*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Bilkent Üniversitesi.
- Arnould, E. J. ve Craig J. Thompson (2005). “Consumer Culture Theory (CCT): Twenty Years of Research.” *Journal of Consumer Research* 31 (4): 868-882.
- Atiker, E. (1998). *Modernizm ve Kitle Toplumu*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Avrupa Konseyi (2003). *Experts on Youth Policy Indicators*. (Nihai Rapor.). 26-27 Mart 2003. Strazburg: Avrupa Gençlik Merkezi.
- Ayata, S. (2003). “Yeni Orta Sınıf ve Uydu Kent Yaşamı.” *Kültür Fragmanları*. Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber (der.). Zeynep Yelçe (çev.). İstanbul: Metis. 37-56.
- Aydın, M.B. (2005). “Yoksullaşma Tartışmaları Ekseninde Küçük Sanayi İşçilerinin Yaşam ve Çalışma Koşulları: Ankara Hüseyingazi Mahallesi’nde Oturan

- Siteler İşçileri Örneği.” Fuat Ercan ve Yüksel Akaya (haz.). *Kapitalizm ve Türkiye II*. Ankara: Dipnot Yayınları. 123-161.
- Bali, R. (1999). “Çılgın Kalabalıktan Uzak.” *Birikim* (123): 35-46.
- Baudrillard, J. (2002). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm*. Çev., Oğuz Adanır. İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Baudrillard, J. (2003). *Sessiz Yığınların Gölgesinde*. Çev., Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2004). *Tüketim Toplumu*. (2.baskı). Çev., Hazal Deliceçaylı-Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı.
- Baudrillard, J. (2005). *Simülakrlar ve Simülasyon*. (3.baskı). Çev., Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Bauman, Z. (1999). *Çalışma Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. Çev., Ümit Öktem. İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- Bauman, Z. (2003). *Yasa Koyucular ile Yorumcular*. (2.baskı). Çev., Kemal Atakay. İstanbul: Metis.
- Bauman, Z. (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.
- Bayhan, V. (2002). *Genç Kimliği- Üniversite Gençliğinin Sosyolojik Profili*. Malatya: İnönü Üniversitesi Yayınları.
- Beck, U. (2001). “An Interview With Ulrich Beck.” *Journal of Consumer Culture* 1(2): 261-177.
- Bennet, T., vd. (2005). “Cultural Capital and the Cultural Field in Contemporary Britain.”, *CRESC Working Paper Series* No.3. <http://www.cresc.ac.uk/documents/papers/wp3.pdf>. Erişim tarihi 18 Eylül 2007.
- Benson, J. (1994). *The Rise of Consumer Society in Britain, 1880-1980*. London: Longman.
- Birleşmiş Milletler (1993). *The Global Situation of Youth in 1990s: Trends and Prospects*. New York.
- Birleşmiş Milletler (2005). *World Young Report 2005*. www.un.org/esa/socdev/unyin/wyr05.htm. Erişim Tarihi 18 Haziran 2008.
- Bocock, R. (1997). *Tüketim*. Çev., İrem Kutluk. Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Bora, A. (2005). *Kadınların Sınıfı: Ücretli Ev Emegi ve Kadın Öznelliğinin İnşası*. İstanbul: İletişim
- Bora, A. (2007a). “Yoksulluk ve Kadınlar.” *TES-İŞ Dergisi*,(Haziran). 95-99.
- Bora, A. (2007b). “Kadınlar ve Hane: Olmayanın Nesini İdare Edeceksin?” *Yoksulluk Halleri: Türkiye’de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. Necmi Erdoğan (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 97-133.
- Borgmann, A. (2000). “The Moral Complexion of Consumption.” *Journal of Consumer Research* 26(March): 418-422.

- Bourdieu, P. (1979). *La Distinction : Critique Sociale Du Jugement*. Paris: Éditions de Minuit.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Çev., Richard Nice. London: Routledge.
- Bourdieu, P. (1990). *In Other Words*. Çev., Matthew Adamson. Cambridge: Polity Press.
- Bourdieu, P. (1995). *Pratik Nedenler*. Çev., Hülya Tufan, İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (1997). *Toplumbilim Sorunları*. Çev., Işık Ergüden. İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bourdieu, P. (1999). "Understanding." *Weight of the World: Social Suffering in Contemporary Society*. Pierre Bourdieu vd. (der.) içinde. California: Stanford University Press. 607-627.
- Bourdieu, P. (2006). *Pratik Nedenler*. (2.baskı). Çev., Hülya Uğur Tanrıöver. İstanbul: Hil Yayın.
- Bourdieu, P. ve L.J.D. Wacquant (2003). *Düşünümsel Antropoloji İçin Cevaplar*. Çev., Nazlı Ökten. İstanbul: İletişim.
- Bourdieu, P. ve J.C. Passeron (1964). *Les héritiers: les étudiants et la culture*. Paris: Editions de Minuit.
- Bourdieu, P. ve J.C. Passeron (1970). *La Reproduction. Éléments pour une théorie du système d'enseignement*. Paris: Editions de Minuit.
- Bourdieu, P., vd. (1999). *The Weight of the World: Social Suffering in Contemporary Society*. P.P.Ferguson, vd., (İngilizce Çev.). California: Stanford University Press.
- Boyne, R. (2002) "Bourdieu: From Class to Culture." *Theory, Culture & Society* 19(3): 117-128.
- Braudel, F. (2004). *Maddi Uygarlık*. Cilt I. Çev., Mehmet Ali Kılıçbay. İstanbul: İmge.
- Brewer, J. (2004). "The Error of our Ways: Historians and the Birth of Consumer Society." Working Paper No: 12. http://www.consume.bbk.ac.uk/working_papers/Brewer%20talk.doc. Erişim tarihi 02 Haziran 2008.
- Brewer, J. ve R. Porter (der) (1993). *Consumption and the World of Goods*. New York and London: Routledge.
- Brown, S. (1994). *Postmodern Marketing*. London: Routledge.
- Brynson, B. (1996). "Anything but Heavy Metal": Symbolic Exclusion and Musical Dislikes." *American Sociological Review* 61:844-849.
- BSB (2007). 2007 "İlkyazında Dünya ve Türkiye Ekonomisine Bakış." *Bağımsız Sosyal Bilimciler 2007 Raporu*. http://www.bagimsizsosyalbilimciler.org/Yazilar_BSB/BSB2007_Final.pdf. Erişim Tarihi 10 Ağustos 2007.

- Buğra, A. (2003). *Devlet-Piyasa Karşıtlığının Ötesinde*. İstanbul: İletişim
- Buğra, A. (2007). "Yoksulluk ve Sosyal Haklar." *TES-İŞ Dergisi* (Haziran). 75-80.
- Buğra, A. ve T. Sınmazdemir (2004). "Yoksullukla Mücadelede İnsani ve Etkin Bir Yöntem: Nakit Gelir Desteği." *Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Politika Forumu Araştırma Raporu*. İstanbul.
- Burke, T. (1996). *Lifebuoy Men, Lux Women: Commodification, Consumption, and Cleanliness in Modern Zimbabwe*. London: Leicester University Press.
- Calhoun, C. (2007). "Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları." *Ocak ve Zanaat*. Güney Çeğin, vd. (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 77-129.
- Campbell, C. (1994). "Consuming Goods and the Good of Consuming." *Critical Review* 8(4): 503-20.
- Caplovitz, D. (1967). *The Poor Pay More*. New York: Free Press.
- Champagne, P. (1999). "The View From Media." *Weight of the World: Social Suffering in Contemporary Society*. Pierre Bourdieu vd. (der.) içinde. California: Stanford University Press. 46-59.
- Chan, T.W. ve J.H. Goldthorpe (2007). "Social Stratification and Cultural Consumption: Music in England." *Sociological Review* 23(1): 1-19.
- Charleswood, S. (2000). "Bourdieu, Social Suffering and Working-Class Life." *Reading Bourdieu on Society and Culture*. Bridget Fowler (der.) içinde. Oxford: Blackwell Publishers. 49-65.
- Chin, E. (2001). *Purchasing Power: Black Kids and American Consumer Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Clarke, D.B. (2003). *The Consumer Society and the Postmodern City*. London: Routledge.
- Codd, J. (1990). "Making Distinctions: The Eye of the Beholder." *An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu*. Richard Harker vd. (der.) içinde London: The MacMillan Pres.132-160.
- Cohen, L. (2003). *A Consumer's Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*. New York: Alfred A. Knopf.
- Connor, S. (2001). *Post-Modernist Kültür*. Çev., Doğan Şahiner. İstanbul: YKY.
- Cook, D.T. (2004). "Beyond Either/Or." *Journal of Consumer Culture* 4(2): 147-153.
- Cova, B ve V. Cova (2001). "Tribal Aspects of Postmodern Consumption Research: The Case of French In-Line Roller Skaters." *Journal of Consumer Behaviour* 1(1): 67-76.
- Crane, D. (2003). *Moda ve Gündemleri*. Çev., Özge Çelik. İstanbul: Ayrıntı.
- Cumhuriyet Gazetesi, "Alışveriş Değil Turistik Gezi." 24 Aralık 2007.
- Çakar Yakut, B. (2007). "Yoksulluk ve Sosyal Dışlanmaya Genel Bakış: Leaken Göstergeleri ile Avrupa Birliği'nde Durum." *TES-İŞ Dergisi* (Haziran). 90-94.

- Dağdemir, Ö. (1999). "Türkiye Ekonomisinde Yoksulluk Sorunu ve Analizi." *H.Ü. İİBF Dergisi* 17(1): 23-40.
- Dansuk, E. (1997). *Türkiye’de Yoksulluğun Ölçülmesi ve Sosyo-Ekonomik Yapılarla Ölçülmesi*. Ankara: DPT.
- De Castro, L.R. (2006). "What is New in the South? Consumer Culture and the Vicissitudes of Poor Youth’s Identity Construction in Urban Brazil." *Young* 14(3): 179-201.
- Dellaloğlu, B.F. (2003). "Bir Giriş-Adorno Yüz Yaşında." *Cogito* 36 (Yaz): 13-36.
- Demir, E. (1991). *The Impact of the Economic Policies on the Survival Strategies of the Urban Poor Families in the Post-1980 in Turkey*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DİE (2004). *DİE Haber Bülteni, 2002 Yoksulluk Çalışması Sonuçları*. Ankara: DİE.
- Douglas, M. ve B. Isherwood (1999). *Tüketimin Antropolojisi*. Çev., Erden Atilla Aytekin. Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Duesenberry, J.S. (1949). *Income, Saving and the Theory of Consumer Behaviour*. Cambridge: Harward University Press.
- Dumanlı, R. (1996). *Yoksulluk ve Türkiye’deki Boyutları*. Ankara: DPT.
- Durakbaşı, A. ve D. Cindoğlu (2003). "Tezgah Üstü Karşılaşmalar." *Kültür Fragmanları*. Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber (der.) içinde. Çev., Zeynep Yelçe. İstanbul: Metis. 84-100.
- Dünya Bankası (2007). *Development and the Next Generation: World Development Report*. Washington DC.
- Eğilmez, M., ve E. Kumcu (2005). *Ekonomi Politikası Teori ve Türkiye Uygulaması*. İstanbul: Remzi Kitapevi.
- Erdem, T. (2003). *Yoksulluk Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erdoğan, G. (1996). *Türkiye’de Bölge Ayrımında Yoksulluk Sınırı*. Ankara: DİE.
- Erdoğan, G. (1998). *Türkiye’de Yoksulluk: Boyutu ve Profili*. Ankara: DİE.
- Erdoğan, N. (der.) (2007). *Yoksulluk Halleri: Türkiye’de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. İstanbul: Demokrasi Kitaplığı Yayınları.
- Erdoğan, N. (2007a). "Yoksulları Dinlemek." *Yoksulluk Halleri: Türkiye’de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. Necmi Erdoğan (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 13-26.
- Erdoğan, N. (2007b). "Garibanların Dünyası: Türkiye’de Yoksulların Kültürel Temsilleri Üzerine İlk Notlar." *Yoksulluk Halleri: Türkiye’de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. Necmi Erdoğan (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 29-46.
- Erdoğan, N. (2007c). "Yok-sanma: Yoksulluk-Maduniyet ve Fark Yaraları." *Yoksulluk Halleri: Türkiye’de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. Necmi Erdoğan (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 47-95.

- Erickson, B. (1996). "Culture, Class and Connections." *American Journal of Sociology* 78: 1360-80.
- Etöz, Z. (2000). "Varoş: Bir İstila Bir Tehdit!" *Birikim* 132(Nisan). 49-53.
- Ewen, S. (1977). *Captains of Consciousness: Advertising and the Social Roots of the Consumer Culture*. New York: McGraw-Hill.
- Ewen, S. ve E. Ewen (1982). *Channels of Desire: Mass Images and the Shaping of American Consciousness*. New York: McGraw-Hill.
- Falk, P. ve C. Campbell, (der) (1997). *The Shopping Experience*. London: Sage.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. (2.baskı). Çev., Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fine, B. (1995). "From Political Economy to Consumption." *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. D. Miller (der.) içinde. London: Routledge. 127-163.
- Fine, B. ve E. Leopold (1993). *The World of Consumption*. London: Routledge.
- Firat, A. F. ve N. Dholakia (2003). *Consuming People: From Political Economy to Theaters of Consumption*. London: Routledge.
- Firat, A.F. ve A. Venkatesh (1995). "Liberatory Postmodernism and the Reenchantment of Consumption." *Journal of Consumer Research* 22 (December): 239-266.
- Firat, A.F. ve N. Dholakia (1995). "Marketing in a Postmodern World." *Journal of Marketing* 29 (1): 25-39.
- Fiske, J. (1989). *Reading the Popular*. Winchester, MA: Unwin Hyman.
- Fiske, J. (1999). *Popüler Kültürü Anlamak*. Çev., Süleyman İrvan. Ankara: Ark Yayınları.
- Fowler, B. (1997). *Pierre Bourdieu and Cultural Theory: Critical Investigations*. London: Sage Publications.
- Fox, R.W. ve T.J. Lears (1983) (der.). *The Culture of Consumption: Critical Essays in American History, 1880-1980*. New York: Pantheon Books.
- Friedman, M. (1957). *A Theory of the Consumption Function*. Princeton, NJ: Princeton University.
- Frow, J. (2000). "Accounting for Taste: Some Problems in Bourdieu's Sociology of Culture." *Pierre Bourdieu*. Volume III. Derek Robins (der.) içinde. London: Sage. 44- 58.
- Gabriel, Y. ve T. Lang (1995). *The Unmanageable Consumer: Contemporary Consumption and its Fragmentations*. London: Sage.
- Giddens, A. (2000). *Siyaset, Sosyoloji ve Toplumsal Teori*. Çev., Tuncay Birkan. İstanbul: Metis.
- Gottdiner, M. (der) (2005). *Postmodern Göstergeler*. Çev., Erdal Cengiz, Hakan Gür, Arhan Nur. Ankara: İmge.

- Gökçe, B. (1971). *Gecekondu Gençliği*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.
- Göker, E. (1998). "Alacakaranlık Kuşağının Puslu Bir Muhasebesine Giriş: Gençlik Bölü Sınıf Çarpı Kültür." *Mürekkap* 10/11. <http://www.sosyolojizanaati.com/belgeler/eg-98001.pdf>. Erişim tarihi 06 Temmuz 2007.
- Göker, E. (2007a). "Araştırma Tasarımı Açısından Pierre Bourdieu'nün Sanat Sosyolojisi." *Ocak ve Zanaat*. Güney Çeğin, vd. (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 499-525.
- Göker, E. (2007b). "Ekonomik İndirgemeci mi Dediniz?" *Ocak ve Zanaat*. Güney Çeğin, vd. (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 277-303.
- Griffin, C. (1997). "Representations of the Poor." *Youth in Society: Contemporary Theory, Policy and Practice*. Jeremy Roche ve Stanley Tucker (der.). London: Sage. 18-25.
- Gürsel, S. vd. (2000). *Türkiye'de Bireysel Gelir Dağılımı ve Yoksulluk Avrupa Birliği İle Karşılaştırma*. İstanbul: TÜSİAD.
- Habermas, J. (2003). "Mitle Aydınlanmanın Kördüğümü: Max Horkheimer ve Theodor Adorno." Çev., Bülent O. Doğan. *Cogito* 36 (Yaz): 85-109.
- Harvey, D. (2003). *Postmodernliğin Durumu*. (3.baskı). Çev., Sungur Savran. İstanbul: Metis.
- Hayvard, K. ve M. Yar (2006). "The 'Chav' Phenomenon: Consumption, Media and the Construction of a New Underclass." *Crime Media Culture* 2(1): 9-28.
- Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen.
- Hill, R.P. (1992). "Homeless Children: Coping with Material Losses." *Journal of Consumer Affairs* 26(2): 274-287.
- Hill, R.P. (2001). "Surviving in a Material World: Evidence from Ethnographic Consumer Research on People in Poverty." *Journal of Contemporary Ethnography* 30(4): 364-391.
- Hill, R.P. (2002a). "Stalking the Poverty Consumer: A Retrospective Examination of Modern Ethical Dilemmas." *Journal of Business Ethics* 37: 209-219.
- Hill, R.P. (2002b). "Consumer Culture and the Culture of Poverty: Implications for Marketing Theory and Practice." *Marketing Theory* 2(3): 273-293.
- Hill, R.P. ve D.L. Stephens (1997). "Impoverished Consumers and Consumer Behavior: The Case of AFDC Mothers." *Journal of Macromarketing* 17(Fall): 32-48.
- Hill, R.P. ve G. Jeannie (2007). "The Consumer Culture of Poverty: Behavioral Research Findings and Their Implications in an Ethnographic Context." *The Journal of American Culture* 30(1): 81-95.
- Honneth, A. (2000). "The Fragmented World of Symbolic Forms: Reflections on Pierre Bourdieu's Sociology of Culture." *Pierre Bourdieu*. Volume III. Derek Robins (der.) içinde, London: Sage. 3-19.

- Horkheimer, M. ve T.W. Adorno (1996). *Aydınlanmanın Diyalektiği-II*. Çev., Oğuz Özügöl. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.
- Human Development Reports (2008). <http://hdr.undp.org/en/humandev/origins/> Erişim tarihi 10 Mayıs 2008.
- İdemen, B. (2008). “Sosyal Köken, Habitus ve Eğitim: Pierre Bourdieu’nün Yeniden-Üretim Kuramı.” *Türkiye’de Gençlik Çalışması ve Politikaları*. Nurhan Yentürk, Yörük Kurtaran ve Gülsesin Nemutlu (der.) içinde. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 419-445.
- İkizoğlu, M. (2000). *Yoksulluk ve Sosyal Yardım İlişkisi: Ankara Mamak İlçesi’nde Ampirik Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Illich, I. (2002). *Tüketim Köleliği*. Çev., Mesut Karaşahan. İstanbul: Pınar Yayınları.
- İnsel, A. (1999). “Yaşam Alanlarımıza Sahip Çıkmak.” *Birikim* (123): 23-34.
- İnsel, A. (2001). “İki Yoksulluk Tanımı ve Bir Öneri.” *Toplum ve Bilim* 89(Yaz): 62- 73.
- Işık, O. ve M. Pınarcıoğlu (2003). “Yoksulluğun Değişen Yüzü: Nöbetleşe Yoksulluktan Kurlsız Yoksulluğa.” *Görüş* 55(Haziran-Temmuz). 51-53.
- Işık, O. ve M. Pınarcıoğlu (2005). *Nöbetleşe Yoksulluk*. (5.baskı). İstanbul: İletişim.
- Jameson, F (1983) . “Postmodernism and Consumer Society.” *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. Hal Foster (der.) içinde. Seattle: Bay Press. 111-126.
- Jameson, F. (1994). *Postmodernizm ya da Geç Kapitalizmin Kültürel Mantığı*. Çev., Nuri Plümer. İstanbul:YKY.
- Kadıoğlu, Ö. (2005). *Yoksulluk Düzeyindeki Ailelerin Kaynak Kullanımları*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi ABD.
- Kandiyoti, D. (2003). “Parçaları Yorumlamak.” *Kültür Fragmanları*. Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber (der.). Zeynep Yelçe (çev.). İstanbul: Metis. 15-33.
- Kazgan, G. (der) (2006) *İstanbul Gençliği-Gençlik Değerleri Araştırması*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kejanlıoğlu, B. D. (2005). *Frankfurt Okulu’nun Eleştirel Bir Uğrağı: İletişim ve Medya*. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Kellner, D. (1994). “Toplumsal Teori Olarak Postmodernizm: Bazı Meydan Okumalar ve Sorunlar.” *Modernite Versus Postmodernite*. Mehmet Küçük (der.)(çev.) içinde. Ankara: Vadi Yayınları.
- Kentel, F. (2005). “Türkiye’de Genç Olmak: Konformizm ya da Siyasetin Yeniden İnşası.” *Birikim* 196(Ağustos): 11-17.
- Keyder, Ç. (2000). “Arka Plan.” *İstanbul: Küresel ile Yerel Arasında*. Çağlar Keyder (der.). Sungur Savran (çev.). İstanbul: Metis. 9-40.

- Kochuyt, T. (2004). "Giving Away One's Poverty. On the Consumption of Scare Resources Within the Family." *The Sociological Review* 52 (2): 139-161.
- Konrad Adenauer Vakfı (1998). *Türk Gençliği 98 Suskun Kitle Büyüteç Altında*. Ankara: Ofset Fotomat.
- Krogh, T. (1999). "Frankfurt Okulu'nun Kültür Analizi." *Medya, Kültür, İdeoloji*. (2.baskı). Mehmet Küçük (der.)(çev.) içinde. Ankara: Ark Yayınları.
- Kurtaran, Y., vd. (2008). "Gençler Hakkında, Gençler İçin, Gençlerle." *Türkiye'de Gençlik Çalışması ve Politikaları*. N. Yentürk, Y. Kurtaran ve G Nemutlu. (der.) içinde. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 3-20.
- Kurucu, B. (2004). *Ankara Mamak Bölgesinde Yoksulluk Araştırması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Lamont, M. (1992). *Money, Morals and Manners: The Culture of the French and American Upper-Middle Class*. Chicago: Chicago University Press.
- Lash, S. (1990). *Sociology of Postmodernism*. London: Routledge.
- Lash, S. and J. Urry (1993). *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- Lister, R. (2004). *Poverty*. Cambridge: Polity Press.
- Longhurst, B ve M. Savage, (1996). "Social Class, Consumption and the Influence of Bourdieu: Some Critical Issues." *Consumption Matters: The Production and Experience of Consumption*. Edgell, S. vd. (der.) içinde. Oxford: Blackwell. 274-301.
- Lury, C. (1996). *Consumer Culture*. Cambridge: Polity Press.
- Lüküslü, G.D. (2005). "1960'lardan 2000'lere Gençlik Tipleri: Maddecî Başarıcı Manager Tipinden Yuppie ve Tiki'ye." *Birikim* 196(Ağustos): 30-36.
- Lüküslü, G.D. ve K. Çelik (2008). "Sessiz ve Görünmez, 'Genç' ve 'Kadın': Ev Kızı." *Toplum ve Bilim* 112: 101-118.
- Mahar, C. vd. (1990). "The Basic Theoretical Position." *An Introduction to the Work of Pierre Bourdieu*. Richard Harker, Cheleen Mahar ve Chris Wilkes (der.) içinde London: MacMillan Press.1-26
- Marcuse, H. (1968). *Tek Boyutlu İnsan*. Çev., Seçkin Çagan. İstanbul: May Yayınları.
- Mattelart, A. (1995). *Beyin İğfal Şebekesi*. Çev., Işın Gürbüz. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- McCracken, G. (1990). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press.
- McKendrick, N vd. (1983). *The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth-Century England*. London: Hutchinson.
- Miller, D. (1987). *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell.

- Miller, D. (1995). "Consumption As the Vanguard of History." *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. D. Miller (der.) içinde. London: Routledge. 1-58.
- Miller, D. (der) (1995). *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. London: Routledge.
- Miller, D. (1998). *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press.
- Miller, D. (2001a). "The Poverty of Morality." *Journal of Consumer Culture* 1 (2): 225-43.
- Miller, D. (2001b). "Introduction." *Consumption: Critical Concepts in Social Sciences* Vol I. D. Miller (der.) içinde. London: Routledge. 1-15.
- Miller, D. vd. (1998). *Shopping, Place and Identity*. New York: Routledge.
- Miller, M. (1981). *The Bon Marche: Bourgeois Culture and the Department Store*. London: Allen & Unwin.
- Mingione, E. (1996). "Urban Poverty in the Advanced Industrial World: Concepts, Analysis and Debates." *Urban Poverty and The Underclass: A Reader*. Enzo Mingione (der.). London: Blackwell Publishers. 3-40.
- Mort, F. (1995). "Tüketim Politikası." *Yeni Zamanlar*. Stuart Hall ve Martin Jacques (der.). Abdullah Yılmaz (çev.) içinde. İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 142-153.
- Mort, F. (1996). *Cultures of Consumption: Masculinities and Social Space in Late Twentieth-Century Britain*. London: Routledge.
- Murray, R. (1995). "Fordizm ve Post-Fordizm." *Yeni Zamanlar*. Stuart Hall ve Martin Jacques (der.). Abdullah Yılmaz (çev.) içinde. İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 46-62.
- Müderrişoğlu, S. (2006). "Çalışmak ya da Çalışmamak: Bütün Mesele Bu!" *Türkiye'de Büyük Kentlerin Gecekondu ve Çöküntü Mahallelerinde Yaşanan Yoksulluk ve Sosyal Dışlanma*. http://ec.europa.eu/employment_social/spsi/docs/social_inclusion/2006/study_turkey_tr.pdf. Erişim tarihi 25.04.2008. 54-64.
- Nayak, A. (2006). "Displaced Masculinities: Chavs, Youth and Class in Post-industrial City." *Sociology* 40(5): 813-831.
- Ocak, E. (2007). "Yoksulun Evi." *Yoksulluk Halleri: Türkiye'de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. Necmi Erdoğan (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 133-175.
- ODTÜ (2000). *Kentsel Yoksulluk ve Geçinme Stratejileri: Ankara Örneği*. ODTÜ Kentsel Politika Planlaması ve Yerel Yönetimler Anabilim Dalı 1999 Stüdyo Çalışması Yayın No 4: Ankara.
- Orçan, M. (2004). *Osmanlıdan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*. Ankara: Kadim Yayınları.
- Oruç, Y. (2001). "Küresel Yoksulluk ve Birleşmiş Milletler." *Toplum ve Bilim* 89(Yaz): 73-88.

- Öncü, A. (1999). “‘İdealinizdeki Ev’ Mitolojisi Kültürel Sınırları Aşarak İstanbul’a Ulaştı.” *Birikim* (123): 26-34.
- Özügür, A. (2005). *Poverty or Social Reproduction of Labour: Life in Çöplük Distict*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: ODTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özyeğin, G. (2003). “Kapıcılar, Gündelikçiler ve Ev Sahipleri: Türk Kent Yaşamında Sorunlu Karşılaşmalar.” *Kültür Fragmanları*. Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber (der.). Zeynep Yelçe (çev.). İstanbul: Metis. 57-83.
- Packard, V. (1977). *The Hidden Persuaders*. Harmondsworth: Penguin.
- Pamuk, M. (2000). *Kırsal Yerlerde Yoksulluk. DİE İşgücü Piyasaları Analizleri 1999(1)* içinde. Ankara: DİE.
- Peterson, R. ve R. Kern (1996). “Changing Highbrow Taste: From Snob to Omnivore.” *American Sociological Review* 61: 900-907.
- Racamora, A. (2002). “Fields of Fashion.” *Journal of Consumer Culture* 2(3): 341-362.
- Ritzer, G. (2000). *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek*. Çev., Şen Sür Kaya. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Ritzer, G. ve D. Slater (2001). “Editorial.” *Journal of Consumer Culture* 1 (1): 5-8.
- Ritzer, G., D. Goodman, ve W. Wiedenhof (2001). “Theories of Consumption.” *Handbook of Social Theory*. George Ritzer ve Barry Smart (der.) içinde. London: Sage. 410-427.
- Savage, M. ve T. Bennet (2005). “Editor’s Introduction: Cultural Capital and Social Inequality.” *The British Journal of Sociology* 56 (1): 1-12.
- Savage, M., vd. (2005). “Cultural Capital in the UK: A Preliminary Report Using Correspondance Analysis.” *CRESC Working Paper Series*. No.4. <http://www.cresc.ac.uk/documents/papers/wp4.pdf>. Erişim tarihi 18 Eylül 2007.
- Schiller, H. (1993). *Zihin Yönlendirenler*. Çev., Cevdet Cerit. İstanbul: Pınar Yayınları.
- Schor, J. B. (1999). *The Overspent American: Why We Want What We Don't Need*. New York: HarperPerennial.
- Sen, A. (1992). *Inequality Reexamined*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Sen, A. (2000). *Social Exclusion: Concept, Application and Scrutiny*. Social Development Papers No.1. Asian Development Bank.
- Shields, R. (der) (1992). *Lifestyle Shopping: The Subject of Consumption*. London: Routledge.
- Sholle, D. (1990). “Resistance: Pinning Down a Wandering Concept in Cultural Studies Discourse.” *Journal of Urban and Cultural Studies* 1(1): 87-105.
- Slater, D. R. (1997). *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: Polity Press.

- Sletten, M., vd. (2004). Poverty and Social Exclusion Among Young Norwegians- The Role of Consumption.
<http://www.hks.harvard.edu/inequality/Summer/Summer04/papers/Flotten2004.pdf> Erişim tarihi 29.05.2008.
- Smith, P. (2005). *Kültürel Kuram*. Çev., Selime Güzelsarı ve İbrahim Gündoğdu. İstanbul: Babil .
- Sombart, W. (1998). *Aşk, Lüks ve Kapitalizm*. Çev., Necati Aça. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Stigler, G. ve G. Becker (1977). “De Gustibus non est Disputandum.” *American Economic Review* 67: 76-90.
- Sturdivant, F. D. (1969). *The Ghetto Marketplace*. Toronto: Collier-Macmillan Canada.
- Swartz, D. (1997). *Culture and Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago: University of Chicago Press.
- Swingewood, A. (1996). *Kitle Kültürü Efsanesi*. Çev., Aykut Kansu. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları .
- Şenol-Cantek, F. (2001). “Fakir/Haneler: Yoksulluğun ‘Ev Hali’.” *Toplum ve Bilim* 89 (Yaz): 102-131.
- Şenses, F. (2002). *Küreselleşmenin Öteki Yüzü: Yoksulluk*. (2.baskı). İstanbul: İletişim.
- Şenyapılı, T. (1981). *Gecekondu: Çevre İşçilerinin Mekanı*. Ankara: Orta Doğu Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Basım İşliğı.
- Şenyapılı, T. (1998). “Cumhuriyet’in 75. Yılı Gecekondu’nun 50. Yılı.” 75 Yılda Değışen Kent ve Mimarlık. İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları. 301-316.
- Şenyapılı, T. (2004). *Barakadan Gecekonduya*. İstanbul: İletişim.
- TESEV (der) (2000). *Yoksulluk*. İstanbul: Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etüdler Vakfı.
- Theory, Culture&Society (1983). *Special Issue on Consumer Culture*. Vol 1(3) 1-189.
- Tobin, J. J., (der) (1992). *Re-Made in Japan: Everyday Life and Consumer Taste in a Changing Society*. New Haven: Yale University Press.
- Todman, L.C. (2004). Reflections on Social Exclusion: What is it? How is it Different U.S. Conceptualizations of Disadvantage? And, Why might Americans Consider Integrating it into U.S. Social Policy Discourse? http://www.uic.edu/cuppa/cityfutures/papers/webpapers/cityfuturespapers/session2_3/2_3reflections.pdf Erişim tarihi 02.09.2007.
- Toprak, Z. (1995). “Tüketim Örüntüleri ve Osmanlı Mağazaları.” *Cogito Yaz* (5): 25-28.
- Trentmann, F. (2004). “Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption.” *Journal of Contemporary History* 39 (3): 373-401.

- TSBD (2005). *Gençlik, AB ve Zıt Hisler: Bedenini İsterim Ama Ruhunu Asla*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- TUIK (1987-1994-2001). *Hanehalkı Gelir ve Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları*. <http://www.tuik.gov.tr>. 17 Nisan 2007.
- TUIK (2002-2006). *Hanehalkı Bütçe Anketi Verileri*. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=22&tb_adi=Tuketim%20Harcamaları%20İstatistikleri&ust_id=7. 17 Nisan 2007.
- TUIK (2007). “2006 Yoksulluk Araştırması Sonuçları.” *T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni*. 206.
- TUIK (2008). “Hanehalkı İşgücü Araştırması 2007 Ekim Dönemi Sonuçları (Eylül, Ekim, Kasım 2007).” *T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu Haber Bülteni*. 6.
- Türkyılmaz, S. (2004). *The Experiences of Two Generations of Women in Poverty: A Case Study in Çandarlı, Altındağ in Ankara*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: ODTÜ Kadın Çalışmaları Bölümü.
- UNDP (2008). *Türkiye’de Gençlik: Türkiye 2008 İnsani Gelişme Raporu*. Ankara.
- Urry, J. (1999). *Mekanları Tüketmek*. Çev., Rahmi G. Ögdül. İstanbul: Ayrıntı.
- Uyan-Semerci, P. (2008). “Çocuktan Yetişkiye: Genç Olamayanlar.” *Türkiye’de Gençlik Çalışması ve Politikaları*. Nurhan Yentürk, Yörük Kurtaran ve Gülsesin Nemutlu (der.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 401-419.
- Ümit, E. (2007). *Mekandan İmkana: Çocuk Suçluluğunun Habitusu Ceza Ehliyeti İlişkisi*. Ankara: Ankara Barosu.
- Ünsal, E. (2003). *Makro İktisat*. Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Veblen, T. (2005). *Aylak Sınıfının Teorisi*. Çev., Zeynep Gültekin ve Cumhur Atay. İstanbul: Babil.
- Wacquant, L.J.D. (2003). “Giriş.” *Düşünümsel Antropoloji İçin Cevaplar*. P. Bourdieu ve L.J.D. Wacquant (der.). Nazlı Ökten (çev.) içinde. İstanbul: İletişim Yayınları. 13-47.
- Wacquant, L.J.D. (2007). “Pierre Bourdieu: Hayatı, Eserleri ve Entelektüel Gelişimi.” *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. Güney Çeğin vd. (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 53-77.
- Warde, A. (1992). “Notes on the Relationship Between Production and Consumption.” *Consumption and Class: Divisions and Change*. R. Burrows ve C. Marsh (der.) içinde. London: Macmillan. 15-31.
- Warde, A. (1994). “Consumers, Identity and Belonging: Reflections on Some Theses of Zygmunt Bauman.” *The Authority of the Consumer*. Keat, N. Whiteley ve N. Abercrombie (der.) içinde. London: Routledge. 58-74.
- Warde, A. (1997). *Consumption, Food and Taste: Culinary Antinomies and Commodity Culture*. London: Sage.

- Warde, A., Martens, L. ve W. Olsen (1999). "Consumption and the Problem of Variety: Cultural Omnivorousness, Social Distinction and Dinning Out." *Sociology* 33(1): 105-127.
- Warde, A. ve G. Tampubolon (2002). "Social Capital, Networks, and Leisure Consumption." *The Sociological Review* 50(2): 155-180.
- Wernick, A. (1991). *Promotional Culture: Advertising, Ideology and Symbolic Expression*. London: Sage.
- Whitwell, G. (1989). *Making the Market: The Rise of Consumer Society*. Melbourne: McPhee Gribble Publisher.
- Williams, R. (1982). *Dream Worlds: Mass Consumption in Late Nineteenth-Century France*. Berkeley: University of California Press.
- Williams, R. (2005). *Anahtar Sözcükler: Kültür ve Toplumun Söz Varlığı*. Çev., Savaş Kılıç. İstanbul: İletişim.
- World Bank (2000a). *Turkey: Economic Reforms, Living Standards and Social Welfare Study (Report No: 20029-TU)*. Washington: World Bank Poverty Reduction and Economic Management Unit.
- World Bank (2000b). *World Development Report, 2000-2001, Attacking Poverty*. Washington: World Bank.
- World Bank (2003). *Turkey: Coping After Crises (Report No: 24185)*. Washington: World Bank.
- World Bank (2005). Turkey-Education Sector Study. Document of World Bank. http://siteresources.worldbank.org/INTTURKEY/Resources/361616-1142415001082/ESS_Main_Report_V1.pdf . Erişim Tarihi 16 Mayıs 2008.
- Yardımcı, Y.vd. (2003). *Türkiye’de Kırsal Kesimde Hanehalklarının Yoksulluk Profili*. Ankara: DİE.
- Yeldan, E. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi: Bölüşüm, Birikim ve Büyüme*. (11.baskı). İstanbul: İletişim Yayınları
- Yentürk, N., Kurtaran, Y. ve G. Nemutlu (der.) (2008). *Türkiye’de Gençlik Çalışması ve Politikaları*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Yılmaz, B. (2006). "Yakındaki Uzak: İstanbul’un bir Kent İçi Mahallesinde Sosyal Dışlanma ve Mekansal Sürgün." *Türkiye’de Büyük Kentlerin Gecekondu ve Çöküntü Mahallelerinde Yaşanan Yoksulluk ve Sosyal Dışlanma*. http://ec.europa.eu/employment_social/spsi/docs/social_inclusion/2006/study_turkey_tr.pdf. Erişim tarihi 25.04.2008. 27-39.
- Yumul, A. (2006). "Kuştepe Gençliği ve Bilgi Üniversitesi Öğrencileri: Sınıfsal/Bedensel Karşılaşmalar." *İstanbul Gençliği*. Gülten Kazgan (der.) içinde. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 243-248.
- Yuncu, L.D. (2005). *Two Approaches to Poverty: A Comparative Study on Amartya Sen’s Theory of Capability Deprivation and the Framework of Social Exclusion*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Boğaziçi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Yurttagüler, L. (2008). “Sosyal Dışlanma ve Gençlik.” *Türkiye’de Gençlik Çalışması ve Politikaları*. Nurhan Yentürk, Yörük Kurtaran ve Gülşesin Nemutlu (der.). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 379-399.
- Yükseler, Z. ve E. Türkan (2007). *Türkiye’de Hanehalkı: İşgücü, Gelir, Harcama ve Yoksulluk Açısından Analizi*. Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni (2007/4). <http://www.tek.org.tr> 10 Temmuz 2007.
- Zaman Gazetesi, “Türkiye’deki Bütün Adresler Google’a Girdi, ÇinÇin Hariç.”. 22 Eylül 2007.
- Zaim, A. (2006). “80 Sonrası Orta Sınıf Gençliğinin Kendini Farklılaştırma Stratejileri.” *Birikim* 208(Ağustos): 89-96.

ÖZET

Kent yoksulu gençlerin tüketim toplumunda yaşama deneyimlerine odaklanan bu çalışma çerçevesinde yoksul gençlerin tüketim pratikleri, tüketimle ilişkileri ve tüketim dünyaları incelenmiştir. Ankara'nın Altındağ, Mamak ve Sincan bölgelerinde yaşayan ve yaşları 15 ile 29 arasında değişen toplam 65 gençle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşmelere dayanan alan araştırmasının bulguları, kent yoksulu gençlerin yoksulluğu çok boyutlu bir sorun olarak deneyimlediklerini göstermektedir. Yoksul yaşam koşullarının yoksulluğu yeniden üreten süreçlere dönüştüğü, tüketim toplumunda genç ve yoksul olmanın farklı içerikler kazandığını öne süren bu çalışma, yoksul gençlerin tüketim dünyalarını yoksulluğun içselleştirildiği erken dönem toplumsallaşma deneyimlerinden ve sınıfsal konumlardan türeyen habitusları çerçevesinde ele almaktadır. Alan araştırması sonucunda kent yoksulu gençlerin tüketim toplumunda yaşama deneyimlerinin tüketim toplumundan dışlanma süreçleri ve bu süreçlere karşı verilen sembolik mücadele içerisinde anlam kazandığı anlaşılmıştır. Yoksul gençlerin tüketim pratiklerinin yorumlanmasında temel olarak Pierre Bourdieu'nün *Distinction* (1984) adlı çalışmasında geliştirdiği yaklaşımdan ve kavramlardan yararlanılmıştır. Bourdieu'nün kültürel ve ekonomik sermayesi düşük toplumsal grupların tüketim tercihlerinin ve beğenilerinin "gereksinimler" gözetilerek düzenlendiğini öne süren yaklaşımının, kent yoksulu gençlerin tüketimle ilişkilerinin önemli bir boyutunu oluşturduğu ancak yalnızca "gereksinim beğenisinin" bu gençlerin tüketim pratiklerini açıklamakta yetersiz kaldığı sonucuna ulaşılmıştır. Tüketim toplumunun baskısı altında bulunan kent yoksulu gençlerin tüketimlerinde gereksinimlerin hala temel referans noktası olmasına karşılık, bu durum gençlerin tüketim ürünlerinden yalnızca "işlevsel" olarak yararlandıkları anlamına gelmemektedir. Kent yoksulu gençler çeşitli tüketim ürünlerinden ve tüketim biçimlerinden birer sembolik sermaye olarak yararlanarak toplumsal mesafeleri azaltmaya ve çeşitli bağlar kurmaya çalışmaktadırlar. Ancak yoksul gençlerin sınıfsal ayrımları gizlemek ve daha eşitlikçi ilişkiler kurabilmeyi sağlama çabasındaki tüketim pratikleri, toplumsal hiyerarşilerin yeniden üretilmesiyle sonuçlanmaktadır.

ABSTRACT

Within the frame of this study, which focuses on living experiences of sub-urban poor youth in consumer society, consumption practices of poor youth; their relationships with consumption and their world of consumption are examined. The field research findings based on semi-structured interviews with 65 young people living in Ankara's Altındağ, Mamak and Sincan districts between the age of 15-29, indicated that sub-urban poor youth experience poverty as a multi-dimensional problem. While this research puts forward that poor living conditions are transformed into reproduction processes of poverty and being a young and poor person gains different implications in consumer society; the world of consumption of poor young is discussed through their habitus deriving from class positions and early socialization experiences leading internalization of poverty. At the end of the field research, it has been understood that living experiences of poor youth in consumer society are meaningful in the context of both exclusion processes from this society and symbolic struggles given against to these processes. Pierre Bourdieu's theory and concepts, which are developed in his book *Distinction* (1984), were used to interpret consumption practices of poor youth. Bourdieu's approach arguing the social groups with low cultural and economic capital accumulation organize their taste and consumption choices through their "necessities" has important implications for this study however only "taste of necessity" is not adequate to unveil consumption practices of poor youth. Under the pressure of consumer society, sub-urban poor youth still reference necessities in their consumption nevertheless this situation does not point that they only consider "functionality" of the consumer goods. These young people utilize consumer goods and consumption patterns as a form of symbolic capital to reduce the social distances and develop various relationships. However the consumption practices based on the efforts to hide the class differences and to sustain more equal relationships, lead to reproduction of social hierarchies as a result.

EKLER

EK 1:

İsim	Yaş	Cinsiyet	Semt/Mahalle	Eğitim durumu	Çalışma Durumu	Çalışıyorsa geliri	Hanehalkı sayısı	İktisaden faal hanehalkı	Haneye giren yaklaşık toplam gelir	Oturulan evin mülkiyeti
Mehmet	21	E	Kayaş/Mamak	Lise mezunu	ücretli/maaşlı çalışıyor	Asgari ücret	5	2	1000 Ytl	aileye ait gecekond
Tülin	29	K	Nato Yolu/ Mamak	Lise mezunu	ücretli/maaşlı çalışıyor	Asgari ücret	3	2	1000 Ytl	aileye ait gecekond
Zeynep	19	K	Tuzlucaıyır/Mamak	Lise mezunu	ücretli/maaşlı çalışıyor	Asgari ücret	4	2	700-900 Ytl	aileye ait apartman dairesi
Emel	16	K	Tuzlucaıyır/Mamak	Lise 1. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	4	1	700-900 Ytl	kira apartman dairesi
Yıldırım	19	E	Akdere/Mamak	Lise mezunu	yevmiyeli (tesisat)	düzensiz	4	2	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Selçuk	18	E	Saime Kadın/Mamak	Lise 3. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	5	1	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Olcaı	17	K	Ege Mah./Mamak	Lise 3. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	4	1	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Fuat	25	E	Bahçelerüstü/Mamak	AÖF devam ediyor	ücretli/maaşlı çalışıyor	600 Ytl	3	1	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Orkun	15	E	Nato Yolu/ Mamak	Lise 1. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	4	1	700-900 Ytl	kira gecekond
Ahu	21	K	Tuzlucaıyır/Mamak	Ön Lisans mezunu	çalışmıyor	yok	5	1	700-900 Ytl	kira apartman dairesi (375)
Zehra	19	K	Tuzlucaıyır/Mamak	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	5	1	700-900 Ytl	kira apartman dairesi (375)
Atilla	17	E	Ege Mah./Mamak	Orta öğretim mezunu	çalışıyor (Ostim/kaportakalfa)	50 Ytl (haftalık)	5	3	1000 Ytl	aileye ait gecekond
Korkut	20	E	Ege Mah./Mamak	Orta öğretim mezunu	çalışıyor (Ostim/kaporta usta)	500 Ytl	5	3	1200-1400 Ytl	aileye ait gecekond
Engin	20	E	Akdere/Mamak	Lise mezunu	çalışıyor (Ostim/mekanik cırak)	150 Ytl (haftalık)	4	2	1000 Ytl	aileye ait gecekond
Selim	23	E	Karşıyaka/Yenimahalle	Orta öğretim mezunu	çalışıyor (Ostim/kaporta usta)	900 Ytl	2	1	900 Ytl	kira apartman dairesi
Alptuğ	17	E	Kayaş/Mamak	Lise mezunu	yevmiyeli (çaycı)	400 Ytl	4	2	1000 Ytl	aileye ait gecekond

Haldun	26	E	Altınpark/Keçiören	Lise mezunu	ücretli/maaşlı çalışıyor	Asgari ücret	4	1	700-900 Ytl	kira apartman dairesi
Ruken	20	K	Etimesgut/Sincan	Lise mezunu	ücretli/maaşlı çalışıyor	Asgari ücret	6	2	700-900 Ytl	kira apartman dairesi
Halime	15	K	Etimesgut/Sincan	Lise 1. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	6	2	700-900 Ytl	kira apartman dairesi
Ercüment	17	E	Saraycık/Sincan	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	4	1	600-800 Ytl	aileye ait gecekond
Ali	16	E	Saraycık/Sincan	7.sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	7	2	400 Ytl	kira gecekond
Tülay	19	K	Saraycık/Sincan	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	4	1	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Fikriye	15	K	Saraycık/Sincan	Lise 1. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok				aileye ait gecekond
Tufan	17	E	Saraycık/Sincan	Lise 1. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	3	2	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Sanem	16	K	Saraycık/Sincan	Lise 1. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	8	1	200-400 Ytl	aileye ait gecekond
Hakkı	24	E	Altınpark/Altındağ	Lise mezunu	ücretli/maaşlı çalışıyor	Asgari ücret	7	2	700-900 Ytl	kira apartman dairesi
Ezgi	20	K	Altınpark/Altındağ	Lise mezunu	ücretli/maaşlı çalışıyor	Asgari ücret	7	3	1000- 1200 Ytl	kira apartman dairesi
Hacer	15	K	Doğantepe/Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	5	1	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Gonca	16	K	Karapürçek/Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	4	1	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Sertaç	18	E	Doğantepe/Altındağ	Lise mezunu	ücretli/maaşlı çalışıyor	419 Ytl	4	2	900-110 Ytl	aileye ait gecekond
Cemil	26	E	Kale/Altındağ	Hiç eğitim almamış	çalışmıyor	yok	4	0		aileye ait gecekond
Şenol	20	E	Kale/Altındağ	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	4	1	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Celil	16	E	Kale/Altındağ	Orta öğretim	yevmiyeli (pazarıcı)	300 Ytl	4	2	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Halil	19	E	Kale/Altındağ	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	4	1	400-500 Ytl	aileye ait gecekond

Derya	16	K	Yıldız-Siteler/Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	4	1	500 Ytl	aileye ait gecekond
Esmâ	15	K	Yıldıztepe/Altındağ	Lise 1. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	5	2	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Aysel	25	K	Yıldıztepe/Altındağ	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	2	1	400-500 Ytl	aileye ait gecekond
Elif	21	K	Yıldıztepe/Altındağ	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	6	3	700-900 Ytl	aileye ait gecekond
Semra	16	K	Hüseyin Gazi/Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	5	3	1200-1500 Ytl	aileye ait apartman dairesi
Erman	28	E	Yıldız-Siteler/Altındağ	ilkokul mezunu	çalışıyor (Ostim/kaporta usta)	800-900 Ytl	4	1	800-900 Ytl	kira gecekond
Mustafa	23	E	Hasköy/Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışıyor (Ostim/mekanik usta)	170 Ytl (haftalık)	2	1	1000 Ytl	aileye ait gecekond
Ertan	19	E	Etlik	Orta öğretim mezunu	çalışıyor (Ostim/tamir ustası)	150 Ytl (haftalık)	5	3	1500 Ytl	kira apartman dairesi
Tuğçe	18	K	Ulubey/Altındağ	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	4	1	asgari ücret	aileye ait gecekond
Sevilay	23	K	Ulubey/Altındağ	ilkokul mezunu	çalışmıyor	yok	6	3		aileye ait gecekond
Melda	17	K	Ali Ersoy Mah./Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	4	1	80 ytl (haftalık)	aileye ait gecekond
Müge	18	K	Ali Ersoy Mah./Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	6	3	asgari ücret (3)	kira gecekond (220)
İlkay	19	K	Ali Ersoy Mah./Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	5	3	asgari ücret (3)	kira apartman dairesi (350)
Ebru	26	K	Alemdağ Mah./Altındağ	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	5	1	1500 Ytl	aileye ait gecekond
Handan	21	K	Ali Ersoy Mah./Altındağ	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	5	2		aileye ait gecekond
Nurgül	20	K	Ali Ersoy Mah./Altındağ	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	5	2		aileye ait gecekond
Onur	16	E	Ali Ersoy Mah./Altındağ	Lise 1. sınıf öğrencisi	öğrenci	yok	5	2	800-900 Ytl	kira gecekond (220)
Eray	22	E	Doğantepe-ÇinÇin/Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışıyor (futbolcu)	düzensiz	3	1		aileye ait gecekond

Yavuz	17	E	Akdere/Mamak	Lise öğrencisi	çalışmıyor	yok	3	0	600 ytl	aileye ait gecekond
Leman	21	K	Yenidoğan/Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	8	2		kira gecekond
Seher	18	K	ÇinÇin Bağları/Altındağ	Lise mezunu	çalışmıyor	yok				gecekond
Kemal	19	E	ÇinÇin Bağları/Altındağ	orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok				gecekond
Örsan	20	E	ÇinÇin Bağları/Altındağ	orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok				gecekond
Sercan	15	E	ÇinÇin Bağları/Altındağ	Lise öğrencisi	öğrenci	yok				gecekond
Seçil	19	K	TuzlucaYır/Mamak	Lise mezunu	çalışmıyor	yok	5	1		aileye ait apartman dairesi
Serdar	19	E	Abidinpaşa/Mamak	Lise mezunu	çalışıyor	Asgari ücret	3	2		aileye ait apartman dairesi
Atakan	18	E	Kale/Altındağ	Lise mezunu	çalışıyor	50 Ytl (haftalık)	5	3	700-900 Ytl	gecekond
Oğuz	15	E	ÇinÇin Bağları/Altındağ	8.sınıf öğrencisi	çalışmıyor	yok	5	1	750 Ytl	gecekond
Yelda	15	K	ÇinÇin Bağları/Altındağ	8.sınıf öğrencisi (devam etmeyecek)	yarı-zamanlı çalışıyor	yok				aparman dairesi
Nergis	15	K	ÇinÇin Bağları/Altındağ	Orta öğretim mezunu	çalışmıyor	yok	5	1		apartman dairesi
Umut	15	E	ÇinÇin Bağları/Altındağ	8. sınıf öğrencisi	çalışmıyor	yok			düzensiz	gecekond