

**T.C.**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI**



**DİYARBAKIR'DA YENİ ZENGİNLİĞİN MEKÂNSAL  
VE TOPLUMSAL YANSIMALARI: DİCLEKENT VE  
METROPOL ÖRNEĞİ**

**DOKTORA TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Prof. Dr. Ömer AYTAÇ**

**HAZIRLAYAN**  
**Nazife GÜRHAN**

**ELAZIĞ- 2015**

**T.C.**  
**FIRAT ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI**

**DİYARBAKIR'DA YENİ ZENGİNLİ**  
**ĞİN MEKÂNSAL VE TOPLUMSAL YANSIMALARI: DİCLEKENT VE**  
**METROPOL ÖRNEĞİ**

**DOKTORA TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Prof. Dr. Ömer AYTAÇ**

**HAZIRLAYAN**  
**Nazife GÜRHAN**

Jürimiz, 9. 10. 2015 tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu doktora tezini oy birliği / oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri Üyeleri:

1. Prof. Dr. Ömer AYTAÇ
2. Prof. Dr. Aydın ÇELİK
3. Doç. Dr. Süleyman İLHAN
4. Yrd. Doç. Dr. Reşat AÇIKGÖZ
5. Yrd. Doç. Dr. Muzaffer Çağlar KURTDAŞ

F. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun ..... tarih ve ..... sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

**Prof. Dr. Zahir KIZMAZ**  
**Sosyal Bilimler Enstitü Müdürü**

**ÖZET****Doktora Tezi****Diyarbakır'da Yeni Zenginliğin Mekânsal ve Toplumsal Yansımaları: Diclekent  
Ve Metropol Örneği****Nazife GÜRHAN****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****Sosyoloji Anabilim Dalı****ELAZIĞ-2015, Sayfa: XIV+389**

Son yıllarda ortaya çıkan ekonomik canlılıkla beraber yükselen yeni zengin sınıf, Diyarbakır'da kendini mekânsal ve kültürel bir farklılaşmayla ortaya koymaktadır. Daha yeni kurulan bir yerleşim alanı olarak Diclekent ve Metropol semtleri bünyesinde barındırdığı lüks konutlar, rezidanslar, güvenli siteler, restoran ve kafe gibi zenginlere hitap eden mekânlarla dikkatleri üzerine çekmektedir. Araştırmada gösterişçi tüketimle kendilerini ifade etmeye çalışan zenginlerin sosyo-kültürel dünyasına ışık tutulmaya çalışılmış, ortaya çıkan yeni zenginliğin mekânsal tezahürlerine yönelik bütüncü bir fotoğraf ortaya koymak amaçlanmıştır.

Diyarbakır'daki yeni zenginliğin toplumsal ve mekânsal yansımalarını odak noktası olarak belirleyen bu araştırma, Diyarbakır'ın Diclekent ve Metropol semtlerinde yapılan saha araştırmasına dayanmaktadır. Saha araştırmasında toplam 51 kişi ile derinlemesine mülakat yapılmıştır.

Araştırmada zenginlerin mekânla kurdukları ilişki, zenginliğin gündelik hayatı ve mekânı nasıl biçimlendirdiği ve zenginliğin tüketimle olan organik bağları ortaya çıkarılmaya çalışılarak zenginlerin dünyasına ışık tutulmaya çalışılmıştır.

Diyarbakır'daki iktisadi ve sosyo-kültürel değişim kentsel mekânın ve sosyo-kültürel hayatın şekillenmesine etki etmektedir. Ekonomik zenginleşme beraberinde yeni bir zengin sınıfın ortaya çıkmasını sağlamakta; ortaya çıkan yeni zenginler ise yerel dinamiklerin de etkisiyle kendilerine ait bir zenginlik kültürü oluşturmaktadır.

Sonuçta yeni zenginliğin mekânsal, kültürel ve sınıfsal olarak Diclekent ve Metropol semtlerinde cisimleştiğini söylemek mümkündür.

**Anahtar Kelimeler:** Diyarbakır, Mekân, Tüketim, Zenginlik, Gösterişçi Tüketim, Türedi Zenginler



**ABSTRACT**

**Doctorate Thesis**

**Spatial and Social Reflections of Nouveau Riche in Diyarbakır Diclekent and  
Metropol Sample**

**Nazife GÜRHAN**

**The University of Fırat**

**The Institute of Social Science**

**The Department of Sociology**

**ELAZIĞ-2015, Page: XIV+389**

The new-rich class rising with the economic boom recently shows itself with a spatial and cultural differentiation. Diclekent and Metropol district, newly established residences, draw attention with places such as luxury houses, residences, gated communities, restaurants and cafes that address to rich people. The objective of this research is to set light to the socio-cultural world of the rich people that try to disclose themselves with conspicuous consumption and depict an integral picture of the spatial manifestation of the new richness.

Focusing on the social and spatial reflections of the new-richness in Diyarbakır, this research bases on the field research conducted in the district of Diclekent and Metropol in Diyarbakır. In-depth interview has been conducted with 51 people in total for the field research.

The research tries to set light to the world of the rich people by finding out organic links of the wealth with the consumption and how wealth forms the daily life and space and the relationship between the rich and the space.

Economical and socio-cultural change in the city of Diyarbakır has influence on the shaping of the urban space and socio-cultural life. The economical enrichment emerges a new rich class; and the new-rich constitutes a richness culture of their own

with the effect of the local dynamics. In conclusion, it is possible to say that new rich has been materialized in the district of Diclekent and Metropol as spatial, cultural and class.

**Key Words:** Diyarbakır, Space, Consumption, Wealth, Conspicuous Consumption, the Nouveau-Riche



## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	II
ABSTRACT.....	IV
İÇİNDEKİLER.....	VI
TABLolar LİSTESİ .....	XI
RESİMLER LİSTESİ .....	XII
ÖNSÖZ .....	XIII
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE.....	7
1.1. Mekân.....	7
1.1.1. Mekân Kavramı .....	7
1.1.2. Mekân Sosyolojisi .....	10
1.1.3. Mekânın Toplumsallığı .....	16
1.1.4. Mekânsal Ayrışma/Farklılaşma/Kutuplaşma .....	19
1.1.4.1. Mekânsal Farklılaşmanın Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Faktörler.....	21
1.1.4.2. Mekânsal Ayrışma Türleri.....	24
1.1.4.2.1. Savunma (Güvenlik) Amaçlı Mekânsal Ayrışmalar .....	25
1.1.4.2.2. Etnik ve Dini Temelli Mekânsal Ayrışma .....	26
1.1.4.2.3. Cinsiyet Temelli Mekânsal Ayrışma.....	27
1.1.4.2.4. Sınıf Temelli Mekânsal Ayrışma .....	27
1.1.5. Mekânsal Farklılaşmanın Sonuçları .....	29
1.1.6. Mekânsal Ayrışmanın Kentsel Görüntüsü: Güvenlikli Siteler .....	31
1.1.6.1. Güvenlikli Sitelerin Özellikleri.....	33
1.1.6.1.1. Mekânsal Ayrışma ve Kamuya Kapanma.....	33
1.1.6.1.2. Ayrıcalık ve Seçkinlik Sembolü Olması .....	34
1.1.6.1.3. Sakinlerinin Ekonomik Sermaye Bakımından Homojen, Kültürel Sermaye Bakımından Heterojen Bir Yapı Arz Etmesi .....	35
1.1.6.1.4. Müşteri Memnuniyetinin En İnce Ayrıntısına Kadar Düşünölmüş Olması .....	36
1.1.6.1.5. Kent Karşıtı Söylemi Barındırması .....	37
1.1.6.1.6. Çocuklara Özel Olarak Önem Verilmesi .....	37

1.1.7. Güvenlikli Sitelerin Oluşumuna Etki Eden Faktörler .....	37
1.1.7.1. Küreselleşme ve Neoliberal Ekonomi Politikaları.....	37
1.1.7.2. Küresel Tüketim Kültürü .....	38
1.1.7.3. Orta Sınıfların Kimlik Mücadelesi .....	39
1.1.7.4. Güvenlik Endişesi ve Kent Karşıtı Söylemin Etkisi .....	39
1.1.7.5. Geliştirici Firmaların Etkisi .....	41
1.1.8. Güvenlikli Sitelerin Ortaya Çıkardığı Sonuçlar .....	41
1.1.8.1. Mekânsal Ayrışmanın Beraberinde Sosyal Ayrışmayı Getirmesi .....	41
1.1.8.2. Mekânsal Kutuplaşmanın Oluşması .....	42
1.1.8.3. Kentsel Kimliğin Yok Olarak Yeni Mekânsal Kimlikler ve Aidiyetlerin Ortaya Çıkması .....	42
1.1.8.4. Kamusal Mekânın Dönüşümü .....	43
1.1.8.5. Konutun Değişen Anlamı .....	43
1.1.9. Mekânın Dönüşümü .....	44
1.1.9.1. Mekânın Dönüşümüne Etki Eden Faktörler .....	45
1.1.9.1.1. Modernizm .....	45
1.1.9.1.2. Kapitalizm .....	47
1.1.9.1.3. Küreselleşme .....	48
1.1.9.1.4. Neoliberalizm .....	51
1.1.9.1.5. Tüketim Kültürü .....	52
1.1.9.1.6. Kentsel Dönüşüm Politikaları .....	53
1.1.9.1.7. Postmodernizm .....	55

## İKİNCİ BÖLÜM

<b>2. TÜKETİM TOPLUMU VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ.....</b>	<b>58</b>
2.1. Tüketim Kavramı .....	58
2.2. Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü.....	60
2.3. Tüketim- Toplumsal Statü ve Kimlik İlişkisi.....	67
2.3.1. Tüketim ve Toplumsal Statü İlişkisi.....	67
2.3.2. Tüketim ve Kimlik İlişkisi.....	71
2.4. Tüketim Yoluyla Statü Kazanmanın Mekânsal Araçları .....	74
2.5. Gösterişçi Tüketim .....	76
2.5.1. Gösterişçi Tüketimin Geleneksel Yolları .....	79
2.5.2. Gösterişçi Tüketimin Mekâna Yansıması: Lüks Siteler .....	81



2.6. Mekânların Tüketimi /Tüketim Aracı Olarak Mekân .....	84
2.7. Tüketim ve Zenginlik.....	88
2.7.1. Yeni Zenginliğin Tüketimsel Yönü.....	89

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

<b>3. ZENGİNLİĞİN TOPLUMSAL TEZÂHÜRLERİ.....</b>	<b>92</b>
3.1. Zengin Kime Denir?.....	92
3.2. Zenginliğin Ortaya Çıkışı Ve Tarihten Günümüze Değişen Zenginlik Tasavvuru .....	98
3.3. Türk Toplumunda Zengin Sınıf ve Zenginlik Görünümleri .....	102
3.4. Zenginliğin Tezahürleri.....	107
3.4.1. Zenginliğin Sınıfsal Tezahürü Olarak Ayrışma .....	108
3.4.2. Zenginliğin Kültürel Tezahürü: Zenginlik Kültürü.....	113
3.4.3. Zenginliğin Mekânsal Tezahürleri .....	123

### DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

<b>4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....</b>	<b>130</b>
4.1. Araştırmanın Konusu .....	130
4.2. Araştırmanın Amacı .....	131
4.3. Araştırmanın Yöntemi.....	132
4.4. Araştırma Yerinin (Diclekent ve Metropol) Özellikleri.....	136

### BEŞİNCİ BÖLÜM

<b>5. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ.....</b>	<b>139</b>
5.1. Katılımcıların Sosyo- Demografik Özellikleri.....	139
5.1.1. Yaş.....	139
5.1.2. Cinsiyet.....	140
5.1.3. Doğum Yeri .....	140
5.1.4. Öğrenim Durumları .....	141
5.1.5. Mesleki Durum.....	141
5.1.6. Eşlerinin Meslekleri.....	142
5.1.7. Etnisite ve Dil.....	143
5.1.8. Diyarbakır'da Yaşama Süreleri .....	145
5.1.9. Diyarbakır'da Yaşama Sebepleri.....	145
5.2. Zenginlik, Yer Ve Mekân Algısı.....	146
5.2.1. Kent İçi Hareketlilik ve Sosyo- Mekânsal Değişme .....	146

5.2.2. Semt Sakinlerinin Özellikleri .....	151
5.2.3. Diclekent ve Metropol Semtlerinin Tercih Edilme Nedenleri .....	156
5.2.3.1. Zenginliğin Yoğunlaştığı Mekânlar Olması .....	157
5.2.3.2. Eğitim Seviyesi Yüksek Elit İnsanların İkamet Ediyor Olmasıyla Kültürel Ayrışmanın Mekânı Olması .....	158
5.2.3.3. Site Yaşamının Cazip Yönleri .....	160
5.2.3.4. Şehir Merkezinin Tekinsizliğine Karşı Güvenli Bir Mekân Sunması ..	161
5.2.3.5. İş Nedeniyle Diclekent ve Metropol'ün Tercih Edilmesi .....	163
5.2.3.6. Kooperatif Sistemi ve Konut Kredileriyle Ev Sahibi Olunması .....	164
5.2.4. Zenginlerin Mekânla Kurdukları İlişki .....	165
5.2.4.1. Mekânsal Değişime Paralel Olarak Yaşam Tarzlarındaki Değişim .....	165
5.2.4.2. Mekân, Kimlik ve İktidar İlişkisi .....	173
5.2.5. Semt Sakinlerinin Gözünde Diyarbakır Kenti -Katılımcıların Kente İlişkin Algıları- .....	177
5.2.5.1. Yoğun İş ve Ticaret Merkezi Olarak Ofis ve Yenişehir Semti .....	177
5.2.5.2. Yoksulluğun ve Suçun Merkezi Olarak Suriçi ve Bağlar Semti .....	179
5.2.5.3. Modernliğin ve Lüksün Mekânı Olarak Diclekent ve Metropol Semti .....	182
5.2.5.4. Zenginlik ve Lüksün Daha Yoğunlaştığı Ayrık Bir Mekân Olarak “75 Metre” .....	191
5.2.6. Semt Sakinlerinin Kendi Sitelerine İlişkin Görüşleri .....	194
5.2.6.1. Siteden Memnuniyet .....	194
5.2.6.2. Daha Lüks Bir Siteye Taşınma İsteği .....	196
5.2.6.3. Site Yaşamını Tavsiye Etme .....	197
5.2.6.4. Siteden Beklentiler .....	199
5.2.6.5. Kendini Güvende Hissetme Durumu .....	202
5.2.6.6. Site Sakinlerinin Taşınması Gereken Özellikler .....	204
5.2.7. Komşuluk İlişkileri .....	206
5.2.8. Gündelik Hayattaki Mekânsal Pratikler .....	212
5.2.8.1. Diclekent ve Metropol Sakinlerinin Mekânsal Tercihlerine İlişkin Görüşler .....	212
5.2.8.2. Kendi Mekânsal Tercihlerine İlişkin Görüşler .....	218
5.3. Zenginlik Ve Tüketim Eğilimleri .....	220
5.3.1. Alışveriş Etkinlikleri .....	221

5.3.2. Tüketim Pratiklerinin Yoğunlaştığı Alanlar .....	226
5.3.3. Tüketim Pratikleri.....	244
5.3.3.1. Yeme-İçme Etkinlikleri .....	246
5.3.3.2. Giyim Tercihleri .....	248
5.3.3.3. Otomobil Tercihleri .....	250
5.3.3.4. Sağlık Hizmetlerindeki Tercihler.....	252
5.3.3.5. Eğitim Tercihleri.....	254
5.3.3.6. Eğlence Hizmetlerindeki Tercihler .....	257
5.3.3.7. Tatil Tercihleri .....	259
5.3.4. Kültürel Faaliyetler.....	263
5.4. Zengin(Lik) İmgesi: Yeni Zenginler Ve Zenginlik Kültürü .....	266
5.4.1. Katılımcıların Zihinlerindeki Zengin İmgesi.....	266
5.4.2. Yeni Zenginliğin Farklı Görünümleri .....	272
5.4.2.1. Yeni Zenginlerin Kimler Olduğuna Dair Görüşler.....	272
5.4.2.2. Yeni Zenginlerin Özellikleri.....	278
5.4.2.3. Zenginlik Tecrübesinin Tarihselliğine Göre Farklı Zenginlik Tecrübeleri .....	281
5.4.2.4. Yeni Zenginliğin Kaynakları/Elde Ediliş Biçimleri .....	283
5.4.3. Yeni Zenginlerinin Zenginliklerini Teşhir Etme Biçimleri.....	290
5.4.4. Yeni Zenginliğin Yeni Zengin Tiplemesi: Türedi Zenginler .....	297
5.4.5. Yeni Zenginliğin/Zenginlerin Ahlak Anlayışları .....	309
5.4.6. Diyarbakır'daki Yeni Zenginlerin Başka Şehirdeki Zenginlerle Farklılıkları / Benzerlikleri .....	318
5.4.7. Yeni Zenginlerin Din İle İlişkileri.....	323
5.4.8. Yeni Zenginlerin Yoksullar İle İlişkileri .....	329
<b>SONUÇ .....</b>	<b>337</b>
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>353</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>380</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>389</b>

**TABLolar LİSTESİ**

<b>Tablo 1.</b> Katılımcıların Yaş Grupları .....	139
<b>Tablo 2.</b> Katılımcıların Cinsiyetleri .....	140
<b>Tablo 3.</b> Katılımcıların Doğum Yeri .....	140
<b>Tablo 4.</b> Katılımcıların Öğrenim Durumları .....	141
<b>Tablo 5.</b> Katılımcıların Meslekleri .....	142
<b>Tablo 6.</b> Katılımcıların Eşlerinin Meslekleri .....	142
<b>Tablo 7.</b> Aile İçinde Konuşulan Dil .....	143
<b>Tablo 8.</b> Katılımcıların Diyarbakır'da Yaşama Süreleri .....	145
<b>Tablo 9.</b> Katılımcıların Diyarbakır'da Yaşama Sebepleri.....	145

**RESİMLER LİSTESİ**

<b>Resim1.</b> Diclekent'ten manzaralar .....	137
<b>Resim 2.</b> Diclekent'ten Manzaralar .....	137
<b>Resim 3.</b> Diclekent'ten Manzaralar .....	138
<b>Resim 4.</b> Suriçi'nde Sıkışık Ev Yapıları .....	179
<b>Resim 5.</b> Suriçi'nde Dar Sokaklar .....	180
<b>Resim 6.</b> Diyarbakır'ın İki Yüzü .....	183
<b>Resim 7.</b> Diclekent Bulvarından Bir Kare.....	184
<b>Resim 8-9.</b> Künefecî Levent Usta'nın Yeri.....	185
<b>Resim 10.</b> Golden Line Sitesi Tanıtım Broşürü .....	186
<b>Resim 11.</b> Urfa yolu .....	187
<b>Resim 12.</b> Yeşil Alanlarıyla Diclekent'ten Bir Kare.....	188
<b>Resim 13.</b> 75 Metre 2010 Yılında Boş Bir Araziyken. ....	192
<b>Resim 14.</b> 75 Metre Yakınlarındaki Lüks Konutlarla Köyün Birleştiği Alan. Bir gün Zenginleşeceği Günü Bekleyen Arsa Sahipleri.....	274
<b>Resim 15.</b> Lüks Bir Kafede Oturanlardan Yardım İsteyen Bir Dilenci Kadın Ve Orada Varlığını Bile Görmeden Muhabbetine Devam Eden İnsanlar. ....	333

**ÖNSÖZ**

Diyarbakır’da son yıllarda gözlemlenen ekonomik canlılıkla beliren yeni zengin sınıfın beraberinde getirdiği mekânsal ve kültürel farklılaşmayı anlamaya çalışan bu araştırma, Diyarbakır kenti özelinde son dönemlerde yaşanan dönüşümlerin mekândaki ve toplumdaki yansımalarına odaklanmaktadır. Diyarbakır’da görünürlüğü artan zengin sınıfın ekonomik farklılaşmasının toplumsal sonuçları, doğurduğu kültürel kodlar ve bunların mekânsal yansımaları da çalışmamızda irdelenmektedir.

Yaptığımız bu çalışmayla haklarında yeteri kadar araştırmalar bulunmayan ve çok az bilgiye sahip olunan toplumun üst sınıflarına ışık tutmak amaçlanmıştır. Araştırmamızda Diyarbakırlı yeni zenginlerin mekânla kurdukları ilişkinin boyutları, ortaya çıkan zenginliğin mekânı yeniden yapılandırması ve buna bağlı olarak da mekânın insanları nasıl biçimlendirdiği gösterilmeye çalışılmıştır. Diyarbakır’da yükselen yeni zenginliğin mekânsal tezahürleri ya da mekânı nasıl dönüştürdüğü incelenerek, mekânsal ayrışmanın oluşumunda etkili bir unsur olarak zenginliğin mekânın dönüşümünde nasıl bir etken olduğu gözler önüne serilmiştir.

Ekonomik farklılaşmanın beraberinde getirdiği sosyo ekonomik değişimin bariz bir şekilde gözlemlendiği bu semtler, tüketim kültürünün etkisiyle de şekillenmektedir. Tüketim kültürünün kentsel mekânın fiziki yapısından tutun da burada yaşayan insanların hayatlarının her alanına sirayet ettiğini söylemek mümkündür. Ayrıca ekonomik sermayesi son zamanlarda yükselen ve tüketim toplumunun kültürel kodlarını benimseyen yeni zengin sınıf, yerel dinamiklerin de eklenmesiyle kendine has bir zenginlik kültürü oluşturmaktadır.

Araştırmam boyunca her konuda bana yardım eden, tezimin şekil ve muhtevasına yönelik kıymetli fikir ve önerilerinden yararlandığım tez danışmanım değerli hocam Prof. Dr. Ömer AYTAÇ’a en içten teşekkürlerimi sunuyorum. Doktora ders döneminde eğlenceli üslubuyla derslerimizi renklendiren ve tez izleme komitesinde bulunan değerli hocam Doç. Dr. Süleyman İLHAN’a teşekkür ederim.

Bu araştırmanın yapılmasında çok önemli olan Diclekent ve Metropol sakinlerinin destekleri için onlara teşekkür ederim. Ayrıca beni onlarla tanıştıran ve görüşme yapmamı sağlayan değerli arkadaşlarım sevgili Nuray YETİK, Özgül ALTAY, Demet ACAR, Sevda KARAKOÇ ve Tuğba YILMAZSOY’a teşekkür ediyorum.

Son olarak tezimin her aşamasında beni dualarıyla ve destekleriyle yalnız bırakmayan bütün aile bireylerime özellikle de biricik oğlum Yusuf Enes GÜRHAN'a sevgilerimi sunuyorum.

**ELAZIĞ-2015**

**Nazife GÜRHAN**



## GİRİŞ

Tarihten günümüze toplumların kültürel kodlarının etkisiyle biçimlenen mekânın son yıllarda toplumsalın anlaşılmasında stratejik öneme sahip bir kategori olarak karşımızda durduğunu söylemek mümkündür. Toplum tarafından biçimlendirilirken toplumsal ilişkileri biçimlendiren, toplumsalın vücut bulduğu bir gerçeklik olarak mekân, son yıllarda popülaritesi artan bir inceleme konusu olarak görünmekte ve mekân üzerine odaklanan çalışmalarda büyük artışlar görülmektedir.

Günümüzde mekâna atfedilen anlamlar ve toplumsalın anlaşılmasında mekânın artan önemi sosyolojik bakışta açılmaya neden olmaktadır. Gündelik hayat pratiklerinden tutun da tüketim örüntüleri, sınıf ilişkileri ve sermayenin mekânda dolaşımına kadar bütün süreçler sosyal hayatın mekânsallığı içinde anlamını bulmaktadır. Dolayısıyla mekânı yadsıyarak bu süreçleri ele almak sosyolojik resmi tam olarak ortaya koyamayacağımız anlamına gelmektedir.

Mekânın bütün bu süreçlerle olan içiçeliği bizim araştırmamızda da yansımaları bulmuştur. Dolayısıyla mekânın ekonomik süreçler bağlamında değişen dönüşümüne paralel olarak sınıf ekseninde farklılaşması ve mekânsal farklılaşmanın beraberinde getirdiği kültürel dönüşüm incelenmeye değer bir konu olarak dikkat çekmiştir. Ayrıca insanlığın en kadim sorunlarından biri olan yoksulluk ve yoksullar, sosyal bilimlerde her daim revaçta bir konu olmasına rağmen zenginlik ve zenginlerin bir inceleme konusu olarak yeteri kadar ilgi görmemesi de bu araştırmanın odaklandığı bir diğer önemli noktadır.

Günümüzde dikkate değer bir şekilde görünürlük kazanan zenginler ve onların farklı hayatları çok boyutlu incelenmesi gereken ve merak uyandıran bir alan olarak karşımızda durmaktadır. Amerika'daki zenginlerin hayatlarına ışık tutan *Zenginistan* adlı eserinde Robert Frank (2009) kitabına "*Varlıkları en çok hissedilen ama en az tanınan insanların sıra dışı hayatları*" sözleriyle başlayarak bu duruma gönderme yapmaktadır.

Küreselleşme, eşitsizlik üreten bir sistem olarak kapitalizm, neoliberal ekonomik sistemin yaygınlaşması, mal ve hizmet akışının hızlanması, esnek üretimin yaygınlaşması, dünya finans sistemindeki gelişmeler bir yandan yoksulluğun artmasına ve yaygınlaşmasına neden olurken bir yandan da zenginlerin bu işten karlı çıkan taraf olmasına sebep olmaktadır. Dünyanın en zengin insanı olarak kabul edilen Microsoft'un



kurucusu Bill Gates'in her saniye 230 dolar kazanmasına karşılık dünya nüfusunun 2,5 milyarı günlük 2 dolar, 1 milyarı ise günlük 1 doların altında yaşamaya çalışmaktadır. Başka bir deyişle 230 kişinin bir gün boyunca ağır şartlar altında kazanabildiği parayı bir diğeri bir saniyede kazanmaktadır (Zengin, 2015: 14).

Zenginlerle yoksullar arasındaki gelir uçurumunu/adaletsizliğini dile getiren ve her geçen gün sayıları giderek artan raporlar bu işin sadece ekonomik yönüyle ilgilenmekte ve insan hakları yönüne vurgu yapmaktadır. Bu nedenle de sosyal bilimlerde daha çok problemleri olan alanların çözümüne yönelik çalışmalara ağırlık verilmiş, zenginler ve zenginlik çalışmaları ya çok az yapılmış ya da hiç yapılmamıştır.

İçinde buldukları tarihsel dönemin ve toplumsal koşulların belirleyiciliğiyle şekillenen kentler ve kentsel mekânın, ekonomik ve toplumsal tabakalaşmayla da bağlantılı olarak şekil aldığı söylemek mümkündür. Bu bağlamda yoksulluğun derinleşip yaygınlaşmasında ve görünürlüğünün artmasında bir milat olarak görülen 1980'li yıllar zenginliğin de arttığı ve kentsel mekânda eskiye oranla cüretkâr bir biçimde görünürlük kazandığı yıllar olmaktadır. Bu süreçte zenginler, gerek kültürel gerekse mekânsal olarak kendilerini giderek daha fazla kentsel mekânda ayırtmışlardır.

Son birkaç yüzyılda toplumsal yapıyı değiştiren sanayi devrimi ve kapitalizmin etkisiyle ortaya çıkan tüketim kültürü, önce sanayileşmiş toplumları daha sonra da bütün dünyayı etkisi altına alarak toplumsalı yeniden biçimlendirmektedir. Artık bireylerin toplum içindeki statüsü tüketimle belirlenmekte ve şekillenmektedir (Omay, 2013: 337). Tüketim kültürünün mekânda yansımalarından da söz edebileceğimiz günümüz toplumunda, birbirine benzeyen yüzlerce bina, lüks yaşantının sınırlarını zorlayan güzellikte yapılmış evler; gerçek barınma ihtiyacını karşılamaktan çok öte anlamlar taşımaktadır. Daha itibarlı bir semtte ikamet etmek için yapılan birikimler tam da bu amaca yönelik eylemlerdir. Böylece lüks, gösterişçi tüketim ve zenginliğin ifşa edilmesi mekânda yapılan eylemlerde anlamını bulmaktadır.

1980'li yıllarda ivme kazanan "küreselleşme" ve "küresel kent" olgularıyla birlikte değişen ekonomik yapı, toplumsal yapıdaki büyük çapta değişimleri de beraberinde getirmiştir. Türkiye ekonomisinin dünya ekonomisiyle eklemlenmesine yönelik oluşturulan stratejilerin neden olduğu sosyo-ekonomik yapıdaki değişimlerin başında gelir dağılımındaki uçurumla, tüketim alışkanlıklarının farklılaşması, kentsel alandaki mekânsal ayrışmalar ve eşitsizlikler gelmektedir. "Zengin" ve "yoksul"un

yaşam alanlarının keskin bir çizgiyle ayrılmaya başladığı kentte, bir yanda lüks siteler ve büyük alışveriş merkezleri boy gösterirken diğer yanda gecekondu ve çöküntü alanları dikkat çekmektedir (Çılgın, 2014: 244). Kentlerin bizzat kendisinin pazarlandığı ve metalaştığı günümüz toplumunda, giderek daha keskinleşen ve farklı tezahürler gösteren eşitsizlik biçimleri ortaya çıkmakta, mekân bir yandan sermaye tarafından biçimlendirilirken bir yandan da tüm bu eşitsizliklerin görünür kılındığı politik bir mücadele alanı haline gelmektedir (Akgün, 2014: 57).

Kentteki zenginler ve zenginlik üzerine çalışmak, aslında kentlerimizi özellikle 1980 sonrası süreçte yoksullukla birlikte etkileyen dinamikleri ve aktörleri dikkate almak anlamına da gelmektedir. Kentteki zenginlik ve zenginler üzerine yapılan çalışmalar daha çok zenginliğin kent mekânındaki izini süren lüks konut yerleşmeleri ve güvenli siteleri hakkındaki çalışmalardır. Kent merkezindeki değişim ve kentsel büyüme formunun biçimlenmesinde lüks konut yerleşmelerinin inkâr edilemez bir payı olduğu son dönemde sıkça vurgulanan konulardandır (Aksoylar, 2014: 98).

İlk olarak 19. yüzyılda İngiltere’de ortaya çıkan banliyöler, aidiyet, refah, aile hayatı ve doğaya yakın olma ideallerinde temellendirilen bir söylemin mekânsal ifadesidir (Gönlügür, 2008: 73). Zamanla dünyada sıkça rastlanan bir durum olarak da görebileceğimiz bu mekânsal farklılaşmalar çoğunlukla kendilerini güvenli siteleri şeklinde ortaya koymaktadır. İstanbul, Ankara gibi büyükşehirlerde görmeye alışık olduğumuz bu tür yapılaşmalar, Türkiye’nin batı bölgelerine göre geç gelişen bir bölge olan Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin büyükşehirlerinden biri olan Diyarbakır’da son on yıldır dikkat çekici bir şekilde gözlemlenmektedir.

Terör, zorunlu göç, yoksulluk gibi sorunlarla sık sık gündeme gelen Diyarbakır’ın son yıllarda mekânsal olarak bu kadar hızlı bir şekilde farklılaşmasının elbette çeşitli nedenleri vardır. Yoksulluğun en uç noktalarda yaşandığı bir kent olan Diyarbakır’ın Diclekent ve Metropol semtleri<sup>1</sup> lüks konut alanları, rezidanslar, lüks restoranlar ve kafeleri ile batıdaki büyükşehirleri aratmayacak bir lüks yaşantı ile dikkatleri üzerine çekmektedir. Hatta dikkat çekici bu hızlı gelişmeler, “Diclekent Ataköy gibi yükseliyor”<sup>2</sup> vb. bazı haberlerde Diclekent’in zenginliği yansıtan bir mekâna dönüşmesi İstanbul’a benzetilerek yorumlar yapılmasına neden olmaktadır. Kozmopolit geleneksel bir kentten Cumhuriyet taşrasına dönüşen ve son yıllarda

<sup>1</sup> Diclekent ve Metropol semtleri Diyarbakır ili Kayapınar ilçesi sınırları içerisindedir. Diclekent ve Metropol Diyarbakır’ın Urfa ve Elazığ illerinden gelen yolların kesiştiği üçgende bulunmaktadır.

<sup>2</sup> <http://www.diyarinsesi.org/haber/diclekent-atakoy-gibi-yukseliyor-24786.htm>

edindiği yeni roller/yeni kimliklerle tabiri caizse sönmüş bir yıldızdan yeniden parlayan bir yıldızla dönüşerek metropolleşme dönemine giren Diyarbakır'ın, Doğu Akdeniz veya Batı Asya metropolü sayılabilecek Kalküte, İstanbul, Beyrut, İzmir, Atina, Ankara ve Tahran gibi kentlerden oluşan listeye eklenebileceğine dair tespitler de (Atlı, 2014b: 17) dikkatleri aynı yöne çekmektedir.

Dolayısıyla Diclekent ve Metropol semtlerindeki lüks konutlarda yaşayan Diyarbakır'ın yeni zenginleri diyebileceğimiz kesimin mekânsal farklılaşma ve ayrılmaya nasıl neden olduğu sosyolojik açıdan incelenmeyi hak eden bir durum olarak görünmektedir. Diyarbakır kenti özelinde özellikle son yıllarda yaşanan dönüşümlerin mekânsal ve toplumsal yansımalarına odaklanan bu çalışma, son dönemde iktisadi olarak yükselen Diyarbakır'daki üst sınıfların ekonomik farklılaşmasının toplumsal sonuçlarını, doğurduğu kültürel kodları ve bunların mekânsal ve toplumsal yansımalarını incelemektedir.

Araştırmanın temel konusu Diyarbakır'da son yıllarda gözlemlenen ekonomik canlılıkla birlikte yükselen yeni zengin sınıfın beraberinde getirdiği mekânsal ve kültürel farklılaşmalardır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin önemli şehirlerinden biri olan Diyarbakır'da 1990'lı yılların sonu 2000'li yılların başında neşet eden ve son yıllardaki muazzam gelişmesiyle hem yerel, hem ulusal hem de küresel düzeyde dikkatleri üzerine çeken Diclekent ve Metropol semtleri, lüks konut alanları, rezidansları, güvenli siteleri, lüks restoranları ve kafeleriyle belirli düzeyde bir ekonomik sermayeye sahip zenginlere hitap eden mekânları bünyesinde barındırmaktadır. Şehrin diğer mahallelerinden ayrışarak adeta şehrin içinde bambaşka bir şehir gibi duran, ekonomik sermayesi yüksek kesimlerin mekânsal olarak yoğunlaştığı bu semtlerde yaşayan kesimin Diyarbakır'ın yeni zenginlerini oluşturduğuna dair yaygın bir kanaat vardır.

Araştırmamızda son yıllarda dikkat çekici bir şekilde görünürlüğü artan Diyarbakırlı yeni zenginlerin mekânla kurdukları ilişkinin boyutları, ortaya çıkan zenginliğin mekânı yeniden yapılandırması ve buna bağlı olarak da mekânın insanları nasıl biçimlendirdiği gösterilmeye çalışılmıştır. Diyarbakır'da yükselen yeni zenginliğin ve tüketim kültürünün mekânsal tezahürleri ya da mekânı nasıl dönüştürdüğü incelenerek sınıf ekseninde oluşan mekânsal ayrışmanın getirdiği mekânsal ve toplumsal tezahürler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Araştırma toplam 5 bölümden oluşmaktadır. Araştırmanın ilk üç bölümünde kavramsal ve kuramsal çerçeve çizilmiştir. Birinci bölüm olan mekân bölümünde, mekân kavramı, mekân sosyolojisi, mekânın toplumsallığı, mekânsal ayrışma, mekânsal ayrışmaya etki eden faktörler, mekânsal ayrışma türleri ve mekânsal ayrışmanın sonuçları ele alınmıştır. Mekânsal ayrışmanın kentsel görüntüsü olarak güvenli siteler, güvenli sitelerin özellikleri, oluşumuna etki eden faktörler, ortaya çıkardığı sonuçlar ele alınan diğer başlıklardır. Mekânın dönüşümü ve mekânın dönüşümüne etki eden faktörler de bu bölümün inceleme konuları arasındadır.

İkinci bölümde tüketim toplumu ve tüketim kültürü konuları incelenmiştir. Bu bağlamda tüketim kavramı, tüketim toplumu ve tüketim kültürü, tüketimin toplumsal statü ve kimlikle ilişkisi, tüketim yoluyla statü kazanmanın mekânsal araçları, gösterişçi tüketim, gösterişçi tüketimin yeni simgesi olarak lüks konutlar, mekânların tüketimi, tüketim mekânları olarak lüks siteler ve tüketim-zenginlik ilişkisi bu bölümde ele alınan başlıklardır.

Üçüncü bölümde zenginlik konusu ele alınmıştır. Zenginlik tanımı, zenginliğin ortaya çıkışı ve tarihten günümüze değişen zenginlik tasavvuru, Türk toplumunda zengin sınıf ve zenginlik görünüşleri incelenmiştir. Zenginliğin sınıfsal, kültürel ve mekânsal tezahürleri bu bölümde ele alınan bir diğer başlıktır.

Dördüncü bölümde araştırmanın metodolojisine yer verilmiştir. Araştırmanın konusu, amacı, yöntemi ve araştırma alanı hakkındaki bilgiler bu bölümün konuları arasında yerini almaktadır. Nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı bu araştırmada bu yöntem ve metodun neden kullandığı bölümün inceleme konularındandır. Ayrıca araştırma alanı olarak neden bu alanın seçildiği, örnekleme kimlerin oluşturduğu, katılımcıların hangi yöntemle seçildiği, bilgi toplama ve analiz süreçlerinin neler olduğu bu bölüm kapsamında yer almaktadır.

Araştırma bulgu ve yorumlarından oluşan beşinci bölümde dört alt başlık bulunmaktadır. Birinci alt başlıkta araştırmada saha çalışmasında derinlemesine mülakat yapılan katılımcıların sosyo-demografik özellikleri incelenmiştir. Katılımcıların etnisite ve anadilleri, öğrenim durumları, mesleki durumları, Diyarbakır'da yaşama sebepleri ve süreleri bu bölüm kapsamında incelenmiştir. Bu bölümde amaçlanan Diclekent ve Metropol'de yaşayan yeni zenginlerin bir profilini ortaya koyabilmektir. Beşinci bölümün bir diğer konusu ise saha çalışmasından elde edilen veriler çerçevesinde katılımcıların mekâna dair görüşlerinin analizidir. Katılımcıların kent içi hareketlilikleri,

Diclekent ve Metropol'de ikamet eden semt sakinlerinin özellikleri, Diclekent ve Metropol'ü tercih etme nedenleri, zenginlerin mekânla kurdukları ilişki, mekân, kimlik ve iktidar ilişkisi, semt sakinlerinin gözünde Diyarbakır kenti, kendi sitelerine ilişkin görüşleri, komşuluk ilişkileri ve gündelik hayatlarındaki mekânsal pratikler araştırmanın bu kısmında yer alan başlıklardır.

Beşinci bölümün üçüncü alt başlığı ise, katılımcıların tüketime dair görüşleridir. Bu bağlamda katılımcıların alışveriş etkinlikleri, tüketim pratiklerinin yoğunlaştığı alanlar, tüketim pratiklerinden yeme içme, giyim, sağlık hizmetleri, eğitim, eğlence ve tatil tercihlerinin nasıl olduğu bu bölümde incelenmiştir. Ayrıca katılımcıların kültürel faaliyetleri de incelenen bir diğer başlıktır.

Beşinci bölümün son konusu ise katılımcıların zenginliğe dair görüşleridir. Bu bölümde Diyarbakır'ın Diclekent ve Metropol semtlerinde ikamet eden katılımcılarla yapılan görüşmelerden hareketle zenginlik ve zenginler kendi habitusları içerisinde okunmaya çalışılmakta, onların dünyasından yansıyan karelerle bir zenginlik portresi çizilmeye çalışılmaktadır. Zenginlerin anlam dünyasını yine onların kendi dünyalarını anlamlandırma ve ifadelendirme biçimlerinden hareketle resmetmeye çalışan bu çalışmada kendi dünyalarını nasıl anlamlandırdıkları, zenginliği temsil biçimleri, zenginliğin tezahürleri, değer algıları, yoksullar karşısındaki vaziyet alışları ve toplumsal yapıdaki görünüşlerinden hareketle zenginliğin toplumsal bir fotoğrafı çekilmeye çalışılmıştır. Sahadan elde edilen veriler ışığında, katılımcıların zihinlerindeki zengin imgesi, Diyarbakır'daki yeni zenginliğin farklı görünüşleri, yeni zenginlerin kimler olduğu ve özellikleri de bu bölümde ele alınmıştır. Zenginlik tecrübesinin tarihselliğine göre ortaya çıkan farklı zenginlik görünüşleri, zenginliğin kaynakları, zenginliğin teşhir edilme biçimleri ele alınan diğer başlıklardır. Yeni zenginliğin yeni bir tiplemesi olarak türedi zenginlerin özellikleri de incelenen bir diğer konu başlığıdır. Sonuç bölümü ile de çalışma sonlandırılmaktadır.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## 1. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

### 1.1. Mekân

#### 1.1.1. Mekân Kavramı

İnsan ile mekân ilişkisinin hem etken hem de edilgen olarak insanın var olduğu andan itibaren geliştiği söylenebilir (Taşçı, 2014: 65). Bu nedenle çeşitli dillerde var olma ile mekân ilişkisi açıkça göze çarpmaktadır. Heidegger, insanın ev inşa etme sürecini “var olma” pratiği ile ilişkilendirmekte; evi de insanın dünyada olma pratiğinin anlamlandırıldığı yer olarak tanımlamakta (Heidegger, 2012: 68), Bachelard (2013: 34) ise, evi insanın dünyadaki ilk köşesi ve ilk evreni olarak görmektedir.

Tarih boyunca insanların oluşturdukları mekânlar biçimsel, işlevsel ve yapısal açıdan farklılık göstermekle birlikte dönem ve koşullara göre de değişiklikler göstermektedir. Bir yandan mekân, insanlar tarafından biçimlendirilirken bir yandan da mekân insanları sadece fiziksel olarak değil sosyal ve psikolojik olarak da etkilemekte ve biçimlendirmektedir (Alver, 2010a: 35). Benzer mekânların birbirine yakın ilişki biçimleri, konuşma dili ve konuşma şeklinin oluşmasını etkilemesi bu duruma örnek olarak verilebilir (Göka, 2001: 58).

Kültürel süreçlerin ve günlük hayat deneyimlerinin, zamanın kategorilerinden çok mekânın kategorileriyle yönlendirildiği günümüzde, sosyal bilimlerde mekân kavramı giderek önem kazanmıştır (Jameson, 1991: 15). Akademik dünyada, büyük ya da küçük, açık ya da kapalı herhangi bir mekânın pasif ve somut bir geometri olarak algılanamayacağı uzun zamandır vurgulanan bir konudur (Lefebvre, 1991; Soja, 1995; Pile, 1996’dan akt., Kömeçoğlu, 2001: 93). Sosyoloji de mekân anlayışını kentsel/kırsal ayrımı üzerine örgütlerken, mekânsal olanın gerçekte salt coğrafi bir görüngü oluşturmadığını, toplumsal süreçlerle yüklenimli olduğu varsayımından hareket eder.

Ancak yakın zamanlara kadar sosyoloji, mekânı toplumsal sistemin tali bir unsuru olarak görmüş, kırsal/kentsel coğrafyalar gibi daha büyük mekânsal birimler üzerinden sosyal ilişki yoğunluklarını çözümlenmeye çalışmıştır. Mekâna odaklı ilişki ve eylem kalıpları, çoğunlukla mekândan kopuk ve bağımsız ilişki bağlamları olarak analiz edilmiştir. Bu nedenle mekân, sosyolojik bir fenomen olarak beklenen ilgiyi bir türlü görmemiştir. Önceleri sadece mimarlık, coğrafya ve şehircilik gibi alanlarda

çalışanlara bırakılan mekân kavramı, modernizmle birlikte yeniden keşfedilmiş ve postmodernizmle beraber mekân algısında meydana gelen değişimler mekân üzerine odaklanan çalışmaların sayısında artış sağlamıştır. Bu artışta kent, kentsel ayrışma, küresel kent gibi konulara mekânsal açıdan bakma gerekliliği etkili olmuştur. Dolayısıyla günümüzde mekâna atfedilen anlamlar ve mekânın farklı boyutlanma olanaklarının doğal olarak sosyolojik bakışta bir açılmaya neden olduğunu da söyleyebiliriz. Özellikle gündelik hayat deneyimleri ve kültürel süreçler mekânın kategorilerine göre işlemekte yine sermaye, iktidar ilişkileri, toplumsal hiyerarşiler, tüketim ölçekleri vs. hepsi sosyal hayatın mekânsallığı içinde anlam bulmaktadır (Aytaç, 2006a: 876). Zira bu süreçleri mekânı yadsıyarak ele almak sosyolojik resmi tam olarak ortaya koyamayacağımız anlamına gelmektedir.

Mekân günümüz toplumlarının anlaşılması açısından temel öneme sahip bir kategoridir. Dolayısıyla mekân kavramı, kazandığı önem ile farklı disiplinlerin bir kesişme noktası haline gelmekte, aynı zamanda disiplinlerarası bölümlerin sorgulanmasının bir platformu olmaktadır (Güçlü, 2012: 269). Böylece sosyoloji dışında fizik, felsefe, biyoloji, geometri gibi disiplinlerin yanında, coğrafya, ekonomi, mimarlık, psikoloji, edebiyat disiplinlerince de değerlendirilmektedir (Alver, 2010a: 25).

Mekân, 19. yüzyılda, feodalizmden kapitalizme geçiş sürecinde kapitalist üretim güçlerinin, toplumsal ilişkilerin açıklanması ve öngörülerde bulunulmasını sağlayabildiği oranda ele alınmıştır. Örneğin, kapitalizmi, kapitalist gelişimi çözümlenmeyi temel alan ve daha çok kır/kent ayrımı yapan birinci kuşak sosyologlar kenti yani mekânı bu çözümlenelerde gerekli olduğu ölçüde ele almışlardır (Pınarcıoğlu, Kanbak ve Şiriner, 2013: 72-73). Marx, işçi sınıfının örgütlenmesinde ve etkinliğinin artışıdaki gerekli koşulun kapitalist iş yerleri ve kentlerdeki işçilerin mekânsal yakınlığının artması olduğunu belirtmiştir (Urry, 1999: 95). Marx'a göre kent kapitalist üretim ve ilişkilerin gerçekleştiği yer olması nedeniyle dikkate alınmıştır (Pınarcıoğlu, Kanbak ve Şiriner, 2013: 74). Weber ise kenti feodal toplum yapısından kapitalist topluma geçiş sürecini açıklamak için kullanmış (Aslanoğlu, 2000: 76), kentle ilgili olarak kapitalizmin var olması için gerekli koşulları sağladığı yönünde açıklama getirmiştir (Pınarcıoğlu, Kanbak ve Şiriner, 2013: 76). Simmel ise, Marx ve Weber'den farklı olarak mekânı sosyal yaşamın dışsal biçimi olarak görmüştür. Ona göre insanlar ilişkilerini içerisinde buldukları mekânsal yapıya bağlı olarak dış yaşam koşullarına göre uyarlarlar (Alver, 2010a: 24).

20. yüzyılın ikinci yarısına kadar, “mekân” kavramı mimarlık, antropoloji ve kent planlaması gibi alanlarda araştırma konusu edildiğinde ya “zaman-mekân ilişkisi ya da matematiksel bir yaklaşımla insan eliyle üretilen yapıtlar üzerine ele alınmıştır. Yani mekân, insan eliyle üretilen yapay bir çevre olarak kabul edilmekte ve bu yapay çevreyi planlı bir şekilde inşa ederek toplumsal sorunları çözüme kavuşturabilme yaklaşımı benimsenmektedir. Ancak 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren pek çok kent bilimci, mekân kavramını salt planlamacıların elinden çıkan yapay çevre olmanın ötesinde, hem toplum tarafından oluşturulan ve dönüştürülen hem de toplumu dönüştüren yapay çevre olarak kabul etmeye başlamıştır.

Genel olarak mekân tanımlarında ağırlıklı olarak mimarlık disiplininin etkisi bulunduğu için bu çerçevede yapılan tanımlar toplumsal, kültürel ve özellikle de ekonomik ilişkilerden yoksun kalmaktadır. Mekân kavramı, mimarlıkla ilgili olarak zaman-mekân diyalektiği içerisinde ele alınırken; kent planlamasında çevre bilimci kent kuramları çerçevesinde; antropolojide ise, kentin morfolojik incelemesi biçiminde ele alınmaktadır (Aktaş Polat, 2013:1246-1247).

Saskia Sassen mekânı, ekonomik küreselleşmenin oluşturduğu stratejik mekânlardan biri (Keyman ve Koyuncu Lorasdağı, 2010: 21) olarak görürken, Lefebvre, mekânı kapitalist süreç içerisinde sermayenin işlevsellik kazandırarak meta haline getirdiği bir kaynak olarak görmekte ve her toplumun, her üretim tarzının kendi mekânını ürettiğini belirtmektedir (Lefebvre, 2014: 95). Mekânın bir referans alanı olduğunu vurgulayarak güç ve iktidar bağlamında ele alan Foucault için mekân, sınırlayıcı-düzenleyici ve disipline edici işlevleriyle (Aslanoğlu, 2000: 220), gücün kurumsallaşmış görüntüsüdür (Alver, 2010a: 31). Mekân ile toplum arasında ilişki kuran Massey için mekân, insanların sosyal dünyayı algılayış biçimini etkileyen bir unsur (Aytaç, 2006a: 885), Lipietz için mekan, sosyal formasyon yapılarını sağlayan sosyo-ekonomik ilişkilerden türeyen bir form (Tümtaş, 2012: 13), Harvey için ise tüm sosyal hayatın yaşandığı alandır. Ona göre mekânsal pratikler, toplumsal ilişkilerin yeniden üretim ve dönüşüm süreçleriyle yakından ilişkilidir (Harvey, 2010: 246). Mekânın tek başına genel etkiler taşımadığını belirten Urry’e göre salt mekân yoktur, farklı türde mekânlar, mekânsallaşmalar ve mekânsal ilişkiler vardır (Urry, 1999: 16).

Mekâna dair değerlendirmeler çok farklılık göstermekle beraber mekânı, ne mimarlık disiplininde olduğu gibi, geometrik ilişkiler sonucu oluşan biçimleniş merkezli tartışmalara olanak veren salt coğrafik, ne toplumsal olay ve hareketlerden



yola çıkan salt toplumsal, ne kimliksel yansımaları temel alan salt kültürel, ne de üretim ve tüketim süreci ile şekillenen salt ekonomik bir olgu olarak algılamamak gerekir. Mekânı bu bileşenlerin fonksiyonel etkileşimi ile oluşan bir yapı çerçevesinde değerlendirmek gerekir (Tümtaş, 2012: 6-7).

Kısacası mekân son yıllarda popülaritesi artan bir inceleme konusu olmasına rağmen her dönemde toplumun anlaşılmasında stratejik öneme sahip bir kategoridir. İlk çağlardan beri insanların kültürel kodlarının etkisiyle biçimlenen mekânın günümüz toplumlarında etkisini daha fazla hissettiğimizi söyleyebiliriz. Mekânı sadece üretim ilişkilerinin sonucunda şekillenen bir nesne veya sermayenin örgütlendiği bir alan olarak değil her yönüyle toplumsal ilişkilerin biçimlendirildiği ve toplum tarafından biçimlendirilen karşılıklı bir ilişkinin neticesinde ortaya çıkan toplumsallığın vücut bulduğu bir gerçeklik olarak görmek gerekir.

### **1.1.2. Mekân Sosyolojisi**

Mekânın son yıllara kadar sosyolojide göz ardı edilen bir konu olmasına karşın mekân sosyolojisi olarak adlandırabileceğimiz çalışmaların son dönemlerde ilgi çekmeye başladığı ve bu alanda yapılan çalışmalarda artış görüldüğü söylenebilir. Mekân sosyolojisi mekân kavramını, onu yapılandıran, oluşturan, belirleyen, biçimlendiren, dönüştüren, farklılaştıran, toplumsal, siyasi, ekonomik ve kültürel etmenlerle birlikte analiz etmektedir (Alver, 2010a: 22). Toplumsallığın, politik olanın, kültürel ve düşünsel imgelerin sindiği, vücut bulduğu bir gerçekliğe karşılık gelen mekân, gruplar, cemaatler, gündelik pratikler gibi sosyolojinin ilgisini çeken sosyolojik bir formdur. Mekân ile sosyal süreçler arasındaki karşılıklı ilişkinin doğasını açmaya yönelik mekân sosyolojisinin hareket noktası ise, toplumun, toplumsalın mekânda yayılışı, mekânın üretim süreçleri, mekân üzerindeki iktidar ilişkileri, mekânın toplumsal ontolojisi ve de toplumsalı kavrayışımızda mekânın ne ölçüde kılavuzluk edeceği sorundur (Aytaç, 2006a: 881).

Çeşitli disiplinlerin kesişim noktasında yer alan mekân kavramı, kentin dışında toplumsal cinsiyet, ekonomik sistemler ve organizasyonlar, küreselleşme, sinema, edebiyat gibi pek çok sosyal alana uyarlanmaktadır. Son yıllarda kenti, toplumsal bir mekân olarak ele alan çalışmaların yoğunlaştığı, kent mekânını soyut, anlamsız, hareketsiz, etkisiz, yalın bir biçimde ele alan modernleşmeci bakış açısının terk edildiği görülmektedir. Bu bağlamda kent mekânını bir söylem, bir anlatı, sosyal temsiller alanı

olarak değerlendiren çalışmalar yapılmaya başlanmıştır. Kent-mekân-bellek, kent-mekân-kimlik, kent-kültür, kentsel mekân-aidiyet, mekân anlatıları, kentin bir anlatı olarak okunması, kent-mekân-ımaj, mekânsal eşitsizlik ve ayrışma, ötekilerin mekânı olarak kent gibi konularda pek çok çalışmanın gerçekleştirildiği ve bu çalışmalar üzerinden mekân sosyolojisinin alanı, konusu ve yöntemleri ile berraklaşmaya başladığı söylenebilir (Güçlü, 2012: 284).

Sosyolojide mekân tartışmalarının ilk olarak toplumsal olayları coğrafi etmenlerle açıklayan İbn Haldun ve Montesquieu'nun coğrafyacı yaklaşımıyla irtibatlı olduğunu söyleyebiliriz. Yine mekân sosyolojisi tartışmalarında klasik sosyolojide Marx, Durkheim, Weber, Simmel ve Tönnies önemli çalışmalar yapmışlardır (Alver, 2010a: 23). Fakat sosyoloji klasikleri mekânı anlaşılması güç biçimde ve işlenmemiş haliyle ele almışlar, kenti daha çok bağımsız bir alan olmaktan ziyade farklı temeller üzerinde kurulmuş olan geleneksel toplum yapısından modern bir topluma geçişte geleneksel ilişki biçimlerini çözmedeki etkinliği açısından değerlendirmişlerdir (Yanık, 2012: 41-42). Dolayısıyla sosyolojinin ilk dönemlerinde kentin, kentleşme süreci içerisinde ortaya çıkan kendine has yeni sosyal ilişki biçimlerinin modern dünyayı dönüştürmedeki rolleri açısından ele alındığını söylemek mümkündür.

Toplumunu açıklarken işbölümü ve dayanışma kavramlarını kullanan Durkheim'e göre kentte işbölümünün neden olduğu bazı anormalliklerin ortaya çıkmasına neden olan patolojik bozukluklarla karşılaşılmaktadır (Pınarcıoğlu, Kanbak ve şiriner, 2013: 74). Aşırı kalabalık işçi sınıfı mahalleleri, fabrika çevrelerinde iş gücünün yoğunlaşması, kentleşme, endüstrileşme ve kapitalizmin mekânsal örgütlenmesinin yeni görünümlerini sunmaya alışan Marx ile Engels, bu çalışmalarında kentsel çevrenin önemi üzerinde durmuşlardır. Engels, "İngiltere'de İşçi Sınıfının Durumu" (*The Condition of The Working Class in England*)'nda, 1840'ların İngiltere'sinde endüstriyel kapitalizm tarafından yaratılan kentsel mekânların sosyal sonuçlarını analiz ederek aydınlatıcı bir kent sosyolojisi sunmaktadır. Marx ise sonraki yapıtlarında, kapitalist birikimin mekânın zaman tarafından yok edilmesine dayandığını ve sonuçta bu durumun zaman ve mekân boyunca tarım, endüstri ve nüfusta çarpıcı dönüşümler ürettiğini belirtmektedir (Urry, 1999: 18).

Max Weber, Avrupa'da Ortaçağ boyunca kentsel bir topluluğun ortaya çıkmasını hazırlayan koşullar konusunda bir teori ortaya koyduğu "şehir: Modern Kentin Oluşumu" adlı eserinde kenti özümümlerken mekânsal kavramları kullanma

açısından eleştirel davranmış, temelde Ortaçağ kentinin ortaya çıkışının kendisini çevreleyen feodal sisteme nasıl bir meydan okuyuş oluşturduğunun üzerinde yoğunlaşmıştır. Ona göre ayırt edici niteliği özerklik olan kent, ilk kez insanların bireysel yurttaşlar olarak bir araya geldiği yerdir (Weber, 2000). Ferdinand Tönnies ise, cemaat-cemiyet dikotomisinde iki farklı hayat tarzını yani iki farklı toplum biçimini irdelemektedir. Tönnies, analizini belli mekânlar yani kır ve kent üzerinden gerçekleştirmektedir.

Mekân sosyolojisine en önemli katkı ise, George Simmel'den gelir. Mekân ve kente ilişkin özgül argümanlar geliştiren Simmel, metropolisteki uyarıcı zenginliği nedeniyle, insanların çekingenlik ve duygular karşısında kayıtsızlık tavrı geliştirmek zorunda olduğunu belirtmektedir. İnsanlar bu tür bir tavır geliştirmeselerdi yüksek nüfus yoğunluğunun yarattığı deneyimlerle baş edemezlerdi. Ona göre, kent kişiliği çekingen, mesafeli ve bıkkındır. Aynı zamanda kent bireylere farklı tür bir kişisel özgürlük sağlamak ve onların kendilerine özgü iç ve dış gelişimlerine ortam sağlamaktadır. Son derece geniş ilişkiler yayılımı içine yerleştirilen bireylerin benzersiz gelişimlerine izin veren, büyük kentin mekânsal biçimidir. Ayrıca kent, kentinin rasyonalitesi ve entelektüalizmin kaynağı ve ifadesi olan para ekonomisine dayanmaktadır (Simmel, 2012: 81-82). Simmel, metropolün çok boyutluluğunu izlek kabul ederek modern hayat analizi yapar (Alver, 2012: 17). Onun için ideal kenti aramaktansa, mevcut haliyle metropolü ve onun ortaya çıkardığı kültürü anlamak daha önemlidir (Arlı, 2012: 125). Ona göre, metropol, toplumbilimsel olarak da yorumlanabilecek bir fiziksel gerçeklik değil; aslında fiziksel boyutu da olan bir toplumbilimsel gerçekliktir. Fiziksel boyutu olmakla birlikte, önemli olan kentin toplumsal bir gerçeklik olmasıdır (Çelik, 2010: 18).

Amerikan sosyolojisinin en önemli oluşumlarından olan Chicago Okulu'nun kent üzerindeki çalışmaları, sosyolojide mekân tartışmaları açısından hayli önemlidir. Kent meselesine ekolojik ve sosyo-psikolojik açıdan yaklaşan Chicago Okulu'nun en önemli isimleri Park, Wirth, McKenzie ve Burgess'dır (Alver, 2010a: 25; Pınarcıoğlu, Kanbak ve Şiriner, 2013: 83). Bu okuldaki en önemli katkı Louis Wirth'in "Bir Yaşam Biçimi Olarak Kentlilik" (*Urbanism As a Way of Life*) adlı çalışmasıdır. Bu çalışmada Wirth, Simmel gibi modern kentte ortaya çıkan yeni bilinç durumları ve yaşam tarzları üzerinde incelemelerde bulunmuştur (Yanık, 2012: 42). Wirth, kenti salt fiziksel bir mekân olarak görmekten çok, kendine özgü kuramsal ve yapısal özellikleri altında oluşan dinamik bir yapı olarak tanımlamaktadır (Çelik, 2012: 239).

Kent sosyolojisinde Wirth'ün, kır sosyolojisinde ise Redfield'in çözümlenmeleri Chigaco Okulu'nun araştırmalarının temelini oluşturur. İki farklı yaşam tarzı olduğuna ve bunların kentsel ve kırsal alanların görece büyüklük, yoğunluk ve heterojenliğinden kaynaklandığına ilişkin varsayımı sınamak için çok çaba harcanmıştır. Sonuçta mevcut literatürün çoğu, sadece kırsal alan ile kent arasında popüler söylem ayırımı değil aynı zamanda Tönnies'in *Gemeinschaft* ve *Gesellschaft* karşıtlığını da üretme eğiliminde olmuştur (Urry, 1999: 22- 23). Ayrıca Chicago Okulu, kentsel kaynakların kullanımında ekonominin, küresel sistemin ve kapitalizmin belirleyiciliğini büyük oranda ihmal ettiği için eleştirilmektedir (Kurtuluş, 2013: 182).

1960'larda giderek önem kazanan kentsel mekân kavramı üzerine çalışanlar arasında Lefebvre, Castells, Harvey, Soja, Bourdieu, Foucault, Giddens, Bauman ve Sennett gibi önemli isimler yer almaktadır. Özellikle de Henri Lefebvre'nin çalışması olan "Mekânın Üretimi" (*The Production of Space*) kendisinden sonraki çalışmalara temel ilham kaynağı olmuştur. Çünkü Lefebvre'nin mekânın taşıdığı toplumsallığa işaret etmesi ve mekânı, toplumsal yapının bir ürünü olarak gören yaklaşımı, mekân sosyolojisine önemli bir katkı olarak görölmektedir. Mekânı toplumsal bir inşa alanı olarak gören Lefebvre'ye göre mekân, mevcut üretim tarzı içinde aktif bir rol oynamaktadır (Aytaç, 2006a: 884; Mert, 2010: 90; Yardımcı, 2014: 432). Kentsel nitelikler pazar mantığı tarafından mübadele konusuna dönüşmekte ve bir yaratım/kreasyon olarak kenti baskı altına almaktadır. Yıkım ve yaratımın aynı anda olduğu kent, yaratıcı yıkımın da tarihsel bir mekânıdır (Harvey, 2010: 31).

Zamanı mekânın merceğinden okumanın peşinde olan Edward Soja, kenti postmodern bir mekân olarak kavramsallaştırmasıyla dikkat çeken çağdaş eleştirel kuramcılardandır (Özdemir, 2012: 174). Soja, mekânın bireylerin ve grupların ilişkileri etrafında inşa olduğunu belirterek mekânı toplumsal bir çıktı ve toplumsal yaşamın belirleyicisi olarak görmektedir (Aytaç, 2006a: 877). Soja, 'gerçek' ve 'hayali' olanı tek bir mekânda birleştirerek incelemeyi uygun görmekte, '*üçüncü mekân*' kavramıyla zıtlıkları içeren ve alternatiflere de yer veren bir mekân anlayışı geliştirmektedir (Soja, 1996'dan akt., Mert, 2010: 105). David Harvey'e göre mekân, zaman içinde tahrip olmakta, zaman bildik anlamlarını yitirerek "anlık" bir süreye hapsolmaktadır. Ulaşım ve iletişim teknolojilerinde yaşanan değişimler, küresel ticaretin ve uluslararası borsacılığın yükselişi vs. farklı, uzak mekânlara erişebilirliğimizin ivmesini artırmış, moda ve yaşam tarzlarında, insanların değerlerinde, zaman ve mekân içinde başkalarıyla

kurdukları ilişkilerde belirsizlik ve güvensizlik yaratmıştır. Yeni dönemdeki bu gelişmeleri ifade etmek için de “zaman-mekân sıkışması” kavramını kullanır. Mekânı algılayıştaki bu değişim, uzaklık ve yakınlık algılarını da büsbütün değiştirmiştir. İnsanlar artık mekânsal olarak yakın olduklarıyla değil, iletişim ağı ile ulaşabildikleri uzak insanlarla ilişki kurmaktadır.

Harvey, zaman-mekân sıkışmasının beş sonucu olduğunu belirtmektedir. Birincisi, gelip geçicilik revaç bulmakta; ürünlerde, modada, fikirlerde, değerlerde ve teknolojiye kısa ömürlülük öne geçmektedir. İkincisi, anındalık ve kullanım atma üzerinde durulmakta, Toffler’ın tabiriyle “kullan-at toplumu” öne çıkmakta, sadece maddi olanlar değil aynı zamanda değerler, yaşam tarzları, ilişkiler ve yere bağlanmalar hepsi kolaylıkla gözden çıkarılabilmektedir. Üçüncüsü, kısa vadeli her alana sirayet etmektedir. Dördüncüsü ise gösterge ve imajların sadece ürünler için değil insanlar, yönetimler, yerler, üniversiteler vb. için de üretilip pazarlanmasıdır. Beşincisi ise, zaman-mekân sıkışmasından kaynaklanan bu imajların bir kısmı, simülakrum üretimini kapsamaktadır. Turistik hediyelik eşyalar, zaman-mekân sıkışmasının en iyi örneklerindedir. Günümüzde zamanın ve mekânın bilindik anlamları eski değerini yitirerek yerini geçicilik, uçuculuk, değişkenlik, anındalık, yersiz yurtsuzluk, aidiyet/bağlanma yitimi ile ilişkili yeni farkındalıklara bırakmıştır (Harvey, 2010: 319-321).

John Urry’e göre modernizm, postmodernizm ve küreselleşmeyle birlikte mekân, sadece bir nesne ve coğrafik imge olmaktan çıkarak, ekonomik, politik, kültürel, stratejik ve sosyolojik bir inceleme konusu haline gelmiştir. Urry, mekânın tek başına genel etkiler taşımadığını; ancak nesnelerin özel karakterleri, ayırt edici özellikleri ve güçleri sayesinde mekânsal etkide bulunduğunu belirtmektedir. Ona göre salt mekân yoktur, farklı türde mekânlar, mekânsallaşmalar ve mekânsal ilişkiler vardır. Bu mekânsal ilişkiler ise, toplumsal nesnelere üzerinden kurulmaktadır. Urry mekânları mutlak olarak gören tezleri reddederken nesnelerin salt dağılımları üzerinde yoğunlaşarak tüm mekânsal etkinin ortadan kaldırılmaması gerektiğini belirtmektedir. Bu tür nesnelerin aldığı farklı mekânsal ilişkileri ayırt etmek için mesafe, süreklilik, arasındalık, kapsama gibi terimleri kullanmak yerinde olacaktır. Ona göre, mekânsal yapının, toplumsal örgütlenme örüntülerinin belirleyicisi olarak görüldüğünde başka bir tür fetişleştirmeden de kaçınmak gerekir (Aytaç, 2006a: 891).

Manuel Castells, mekânla içinde gerçekleşen toplumsal süreçleri ayırarak kent mekânında, hem kentsel olarak örgütlenmiş toplumsal ilişkileri, hem de devletin kolektif olarak örgütlediği tüketim kalıplarını içeren süreçlerin yer aldığını belirtmiştir. Kentin tanımlayıcı özelliği ise, mekânın kullanımı, toplumsal ilişkileri ve kapitalist üretim için gerekli olan emek gücünün yeniden üretimidir (Castells, 2002'den akt., Özdemir, 2012: 167).

Jean Baudrillard, temelde bir mekân sosyolojisi geliştirme çabasında olmamasına karşın sosyolojik analizinde mekânsal organizasyonlara ve mekânın değişen yönlerine ilişkin çarpıcı tespitler ortaya koymuştur. Baudrillard, son dönem mekânsal üretimlerin sanal bir gerçeklik yaratarak yeni bir toplumsal durum ortaya koyduğunu ifade etmektedir (Baudrillard, 2014: 13-14).

Tüm toplumsal etkileşimin zamanda ve mekânda gerçekleştiğini belirten Giddens'a göre, tüm topluluklar belirli etkinlik mekânlarına, yani kendilerini bir toplumsal sistem olarak oluşturan 'tipik etkileşimler' ile ilişkili fiziksel ortamlara sahiptirler. Topluluk mekânları toplumsal sistemlerin yapısal olarak inşasıyla tamamlayıcı ilişki içindedirler. Bir mekân, zaman-alan içinde yer alış biçimine göre anlaşılabilir. Mekânlar belirli bireyler ya da birey tipleri için veya belirli etkinlik ya da etkinlik tipleri için 'ayrılmış'lardır (Giddens, 2000: 41-43).

Michel Foucault'un analizinin temeli, mekâna nesnelere, bedenlerin yerleşmesi ve mekânsal düzenlemelerden oluşmaktadır. Mekân disipline edici ve yapılandırıcı bir güçtür. Sosyal eylemin mekânsallaşması ve mekânın biçimleniş politikaları, sadece eylemin ortamı-mekânı olmanın ötesinde analiz edilmiştir. Ona göre mekân, içinde yaşadığımız, kendiliğimizi oluşturduğumuz, hayatımızın aşındığı, zamanı ve tarihi yaşadığımız bir alandır. Kesinlikle bir boşluk değildir. Ona göre mekân, gücün kurumsallaşmış ve inşa edilmiş bir görünümüdür (Güçlü, 2012: 279-280).

Richard Sennett'e göre büyük ölçüde insanların kendi bedenlerini algılama ve yaşama biçimleri yoluyla şekillenen kent mekânı, iktidara ayna tutarak bir iktidar yeri hizmeti görmektedir. İktidar kentin nasıl bir hayat tarzı ortaya koyacağını belirlediği gibi kente müdahale ederek kentsel dönüşümü gerçekleştirir. Ona göre şehir birbirinden farklı insanları bir araya getirir, toplumsal hayatın karmaşıklığını yoğunlaştırır, insanları birbirine yabancı olarak sunar. Kent deneyiminin bütün bu yönleri-farklılık, karmaşıklık ve yabancılık-tahakküme direnme imkânı verir (Sennett, 2008: 17-20).

Çalışmalarının odağına kentsel yaşamı yerleştiren ve mekân tartışmalarında öne çıkan bir isim de Zygmunt Bauman'dır. Ona göre bütün modern yaşam, kent yaşamıdır. Biz, kentsel yaşamın zorunlu mekânları olan kamusal mekânlarda her an yabancıların varlığını hissederiz. Ona göre kent, yabancılarla karşılaşma alanıdır. İnsanlar, belirsizliği belli bir yere hapsetme girişimiyle yabancılardan korunmak istemektedirler. Kentsel mekânın, tehlike ve özgürleşme imkânı olarak müphem bir alan olduğunu belirten Bauman, modern kent bilimcilerinin homojen bir kent yaratmaya amaçladıklarını ifade eder. Tek biçimli olarak inşa edilen kentsel coğrafya, zamanla içinde yaşayanların, ziyaretçilerin ve içinden geçenlerin kimlikleri ve etkileşimleri sayesinde farklılıkları yaşama imkânı veren mekânlara dönüşmüştür. Ona göre, büyük kentlerde hayatta kalmanın stratejisi artık birliktelik değil, yabancıların kökünü kazımaktır (Bauman, 2001: 172-173).

Yukarıda da belirtildiği üzere mekân kavramı, sosyolojinin ilk dönemlerinden beri sosyolojik ilgiye şu veya bu şekilde mazhar olmakla birlikte son dönemlerde kapitalizmin geldiği noktada mekânın bir kaynak ve sermaye olarak görülmesi, tüketim toplumunun mekân üzerinden yeniden üretilmesi ve mekânsal göstergeler üzerinden sınıfsal ayrımların yapılması gibi birçok etmenin etkisiyle mekân artık toplumsal anlamda ve açıklamada sosyolojinin temel kategorilerinden biri haline gelmiştir.

### **1.1.3. Mekânın Toplumsallığı**

Sosyolojinin mekâna dönük ilgisi çok yakın bir zamana denk gelmekle beraber mekân daha çok toplumsal sistemin tali bir unsuru olarak görülmüş, mekânlar ise sosyal ilişki yoğunlukları bağlamında kır/kent ayrımına dayalı olarak çözümlenmeye çalışılmıştır (Aytaç, 2006a: 876). Benzer bir şekilde Urry de sosyolojinin toplumsal pratiklerin mekânsal olarak örüntülediği ve bu örüntülerin de toplumsal pratikleri önemli ölçüde etkilediği olgusuna yeterli ilgiyi göstermediğini belirtmektedir (Urry, 1999: 94). Ancak mekânın kendi başına mutlak bir varlık olmayıp toplumsal ilişkiler tarafından yapılandırıldığına ilişkin genel bir konsensüsün ise Heidegger, Lefebvre, Foucault, Jameson, Harvey ve Soja gibi önemli isimlerin mekân-toplum ilişkisini sorgulamaya başlamalarıyla oluştuğu söylenebilir (Güçlü, 2012: 267-268).

Mekân, kendi başına var olan bir nesne değil, özellikle kapitalist üretim tarzında verili sosyal ilişkiler sonucunda üretilen bir şeydir. Toplumsal yapıların ve ilişkilerin belirlediği bir ürün olarak mekân, toplumsal düzenin oluşturulmasında, yeniden

üretmesinde ve toplumlar arasındaki kültürel farklılıkların var olmasında başlıca unsur olarak görülmektedir (Hillier ve Hanson, 1984: 27; Aytaç, 2006a: 877).

David Harvey de mekânın insanı biçimlendiren ve insan tarafından biçimlendirilen toplumsal bir boyuta sahip olduğunu belirtmekle birlikte mekânın zamana göre de değişebildiğini eklemektedir. Ona göre toplumsal değişimin tarihi, bir ölçüde mekân ve zaman anlayışları ve bu anlayışla oluşan ideolojik kullanımlar aracılığıyla kavranabilir (Harvey, 2010: 246). Ekonomik, sosyal, kültürel ya da bilimsel gelişmelerden etkilenen yaşamlardaki değişimler kenti değiştirmekte, kentin yapısındaki mekânsal ya da yönetsel değişiklikler de yaşamları değiştirmektedir (Uğurlu, Pınarcıoğlu, Kanbak ve Şiriner, 2013: 10). Harvey'e göre, iktidarı ele geçirenler toplumu değiştirmek için mekânsal düzenlemelere başvurmak zorundadır (Harvey, 2010: 246). Bir nevi iktidarların mekânı kendi bakış açılarına göre yeniden ürettikleri ve izlerini bıraktıkları söylenebilir (Erman, 2010: 172; Akın, 2012b: 275). Giedion da mekânı egemen ideolojinin iz ve işaretlerini içinde barındıran ideolojik bir alan olarak tanımlamaktadır (Taşçı, 2014: 70). Örneğin, Osmanlı Devleti yönetimini ele aldığı topraklarda ilk iş olarak camiler, köprüler, çeşmeler vs. yaparak mekânsal düzenlemelere gitmiş, iktidarını kalıcı bir şekilde mekâna kazımıştır.<sup>3</sup>

Mekânın toplumsal olarak yeniden üretilen bir yer olarak görülmesi gerektiğini belirten Edward Soja'ya göre mekân, bireyler ve gruplararası ilişkiler biçiminde toplumsal yaşamın hayat bulduğu bir ortamdır (Güçlü, 2012: 277). Castells de mekânı toplumsal yapının bir ifadesi olarak görmektedir. Ona göre mekân, ekonomik, politik ve ideolojik sistemin unsurları ve bunların kombinasyonu sonucu ortaya çıkan toplumsal pratikler tarafından şekillenmektedir (Castells, 1997: 225). Buradan hareketle kentleri biçimlendiren dinamiklerin mekânda ortaya çıkan fiziksel ve sosyal görünüşler ile bunların etkileşimi olduğu söylenebilir.

Urry'e göre farklı alanlar, kasabalar, tarımsal bölgeler, yeni ticaret alanları, alışveriş merkezleri, ana ulaşım yolları vb. sadece belirli bir mekânsal yapının öğeleri ve insan etkinliğinin dışarıdan belirleyicileri değildir. Aksine bizzat toplumsaldır, toplumsal olarak üretilmiştir ve toplumsal olarak yeniden üretilirler. Bu nedenle

---

<sup>3</sup>Bu durum Diyarbakır için de söz konusudur. Diyarbakır'ı ele geçirenler şehri çepeçevre saran surları ya onartmış ya da yeni surlarla güçlendirmişlerdir. Kaleyi ele geçirenler bu kaleye sahip olduklarından tam emin olamıyormuş gibi kitabeler eklemişler, adeta güç gösterisi yapmışlardır. Her gelen adeta mekânda bir iz bırakmaya çalışmıştır (Atlı, 2014b: 29).



mekânsal olan toplumsal olandan ayrılamaz. Ona göre, farklı türden mekânlar, mekânsal ilişkiler veya mekânsallaşmalar olup, “yalın” mekân yoktur (Urry, 1999: 97).

Mekânı tabiatta kendiliğinden var olan, sosyal ilişkilerden bağımsız nötr bir alan olarak görmemiz mümkün değildir. Mekân hiçbir zaman coğrafi bir boşluk değildir. Belli türden sosyal ilişki ağlarının etkileşimi sonucunda ortaya çıkmış ve varlığı bu ilişkilerle kaim olan bir yerdir. Dolayısıyla taşıyıcılığını yaptığı ilişki biçimlerinin etkisine devamlı surette mağdurdur ve bunlar tarafından tekrar tekrar şekillendirilir (Yanık, 2012: 40). Aynı çerçevede Percival ve Paul Goodman adlı iki mimar ve kent plancısı değer ve dünya görüşünden arındırılmış nötr bir konut yapımı ve şehirciliğin olmadığını belirtmektedirler (Helle, 2012: 71-73).

Lefebvre, mekânın toplumsal üretimin bir sonucu olduğuna vurgu yaparak onun yansız ve edilgen bir geometri olmadığını, aksine politik ve stratejik olduğunu belirtmektedir (Lefebvre, 2014: 56-57; Aytaç, 2006a: 878). Mekânı toplumsal olarak üretilen ve yeniden üretilen bir alan olarak gören Lefebvre’ye göre, her toplumun mekânsal pratiği kendi mekânını yaratmaktadır (Lefebvre, 2014: 67). Dolayısıyla kentte mekân içinde bulunduğu toplum tarafından dönüştürülmekte ve yeni biçimler almaktadır. Bir başka deyişle bir yandan mekân onu işgal eden kişilerin yaşamları üzerinde etkide bulunurken bir yandan da bu grupların paylaştığı ortak kimi kimlikleri taşıyor hale gelmektedir.

Lily Kong ve Brenda Yeoh mekân ile kimlik arasında iki türlü ilişkiden bahsetmektedir. Birincisi, mekân kendisi bizzat bir kimliğe ve kişiliğe sahiptir. Her mekân bir kimlikle ortaya çıkar. İkincisi ise, insanın mekânı bir kimlik unsuru olarak görmesidir. Bu şekilde insan kendini mekâna ait hisseder ve kendini mekânla tanımlar (Kong ve Yeoh, 1995’ten akt., Tümtaş, 2012: 11-12). Dolayısıyla mekân ile kimlik, girift bir yapı oluşturduğu için ayrışması söz konusu olamaz. Bu yüzden günümüzde mekânların kendine has insanlara sahip olmasını ve bu insanların da kendi grupları içinde aynılaştığını bu çerçevede okumak gerekir (Göka, 2001: 168-169). Yaşanılan yer, kişinin kimliğinin oluşumunda sınıf, köken, etnisite ve cinsiyet kadar etkili olabilmektedir. Bu durum ise ‘mekân/yer kimliği’ (*place identity*) kavramıyla açıklanmaktadır (Erman, 2010: 173).

Mekânın içinde bulunduğu insanları etkilemesi, kişilik yapılarını ve davranışlarını değiştirmesi bağlamında Simmel, metropol yaşantısının insan davranışları üzerinde iki önemli etkisi olduğunu belirtmektedir. Birincisi, aklının üstünlüğünü ön

plana çıkararak metropol yaşantısının, insanın yüreği yerine beyniyle tepki vermeye yöneltmesidir. Simmel bu durumun insanın zihinsel kapasitesini arttırarak, onun kavrayışını yükselttiğini belirtmektedir. İkincisi ise, insanların günlerini tartmayla, hesap yapmayla, sayısal saptamalarla dolu bir dizi alışverişle geçirdiği metropol kenti yaşantısında para ekonomisinin başat durumda oluşudur. Bu durum bütün insani nitelikleri ve bireyselliği paraya indirgenmektedir. Böylece hiç kimsenin bir diğeriyle ilgilenmediği ve bir diğeri için endişe etmediği bir yaşam biçimi ortaya çıkmaktadır (Simmel, 2012: 81-82). Bu yaşam biçiminin ortaya çıkardığı yeni kentli kişilik ise “bezgin” insan tipidir. Bezgin kişiliğin, hızla değişen ve sıklıkla birbiriyle çelişen sinirsel uyarıcıların bir ürünü olduğunu söylemek mümkündür (Özyurt, 2007: 114).

Kent mekânının insanlar arasındaki sosyal ilişkileri ve kişilik özelliklerini değiştirdiğine vurgu yapan Louis Wirth de kent mekânındaki insanlar arası ilişkilerin, kişisel olmayan, yüzeysel ve geçici olduğunu belirtmektedir. Ona göre bu özellikler kentte ikamet edenleri zeki, yetenekli ve akıllı yapar. İnsanlar kendilerine yarar sağladığı için, belli bir rol çerçevesinde başkalarıyla ilişki kurar. İlişkiler faydayla sınırlıdır. Wirth de Simmel gibi içinde bulunulan kentin kişilik özellikleri üzerindeki etkisine vurgu yaparak kentli insanın “şizofrenik karakterli” bir kişiliğe sahip olduğunu belirtmektedir (Wirth, 1938: 12; Kaygalak, 2009: 41-42).

Görüldüğü gibi mekân, toplumsal ilişkilerle şekillenen ve üretilen bir alan olarak toplumun kimliğinin yansıdığı ve toplumsal yapı ve değişmelerin izlenebildiği bir gösterge olmakta; içinde yaşayanların yaşam tarzlarının, taşıdıkları kimliklerin, sınıfların, inançların, statülerin yansıması yani sembolik ifadesi olarak değerlendirilmektedir.

#### **1.1.4. Mekânsal Ayrışma/Farklılaşma/Kutuplaşma**

Kent mekânının farklılıkları barındırması bir anlamda mekânın da farklılıklar üretmesine neden olabilmektedir (Demirkan, 2012: 22). Bu konuda Kurtuluş’un kent sosyolojisinin eski bir önermesi olan “Mekân toplumun bir yansımasıdır” yaklaşımından yola çıkarak belirttiği gibi mekânın kendisi de farklılaşma yaratmaktadır (Kurtuluş, 2005a: 114). Bu açıdan baktığımızda mekânın farklılıkların üretilmesinde etkin bir rol oynadığını söyleyebiliriz.

Mekânsal farklılaşma da diyebileceğimiz mekânsal ayrışma insanlığın ilk yerleşime geçtiği andan itibaren görülmeye başlanmıştır. Mekânsal ayrışma sadece

günümüz kentlerine özgü bir durum değildir. Aynı şekilde bilmediğimiz, görmediğimiz ve yaşamadığımız semtlerden bizi ayıran görünmez sınırlar aslında gündelik yaşamın her noktasına sızmıştır. Yaşadığımız ev bile hem dışarıdaki diğer evlerden hem de içindeki yaşam odalarına çizilen sınırlarla birbirinden çok net bir şekilde ayrılmıştır (Bayhan, 2012: 433). Kentsel mekânlar da özelliklerine, formlarına ve ontolojik arka planlarına göre farklılaşmaktadır (Taşçı, 2014: 68).

Gruplar arasındaki farklılıkları ve bu farklılıklardan doğan eşitsiz ilişkileri ifade etmek amacıyla sosyo-kültürel ayrışma terimi kullanılırken, etnik ve sosyal açıdan farklı olan grupların, kentlerin farklı bölümlerinde yerleşmeleri anlamında da mekânsal ayrışma terimi kullanılmaktadır (Andersen, 2003'ten akt., Tümtaş, 2012: 55). Marcuse, kentin içinde var olan farklı sosyal, ekonomik ve kültürel özelliklere sahip grupların içinde yaşadığı farklı fiziksel koşullara sahip mekânsal kümelenmenin yaratılmasının yani mekânsal ayrışmanın, toplumsal alanda gerçekleşen dışlamanın kentteki somut ifadesi olduğunu belirtmektedir (Marcuse, 2001; Çetin, 2012: 164).

Mekânsal ayrışma, kavramsal olarak farklı gruplar arasında ortaya çıkan, bir takım eşitsizlikler sonucu oluşan, sosyo-ekonomik ve kültürel açıdan farklı grupların birbirleri ile iletişimlerinin kesilmesi ve birbirlerine karşı olumlu duyarlılıklarının kaybolması ya da duyarsızlaşmaları olarak da tanımlanmaktadır (Tümtaş, 2012: 70). Mekânsal ayrışmanın belirli bir grubun, kentin belirli bir bölgesini mesken edinmesi sonrasında semtin o grubun kimliğiyle özdeşleşmesiyle ortaya çıktığını söyleyebiliriz. Ancak bu durumun ortaya çıkabilmesi için mekâna kendi kimliğini kazandıran o etnik ve sınıfsal grubun, o mekânda belirli bir süre için yaşamış olması gerekmektedir (Çetin, 2012: 164).

Son yıllarda gelişmekte olan ülkelerde kentler daha heterojen, katmanlı ve parçalanmış olma eğilimi göstermektedir. İş, ikamet ve eğlence mekânları birbirinden giderek ayrılıp her biri kentin farklı bölgelerinde toplanırken mimari ve toplumsal açıdan birbirinden farklı komşuluk çevrelerinin oluşmasıyla konut alanlarının ayrışması hız kazanmaktadır (Ayata, 2003: 37).

Artık günümüzde özellikle de kentsel yaşantı içerisinde mekânsal, sınıfsal ve toplumsal ayrışmanın yaşanmasının kaçınılmaz olduğu görülmektedir. Kent içerisindeki belirli bölgelerin ötekileştirilerek, ötekileştirme isteği duyularak ayrıştırıldığı, yasak bölgelerin “cehennem çukurları” olarak adlandırıldığı görülmektedir (Yanık, 2012: 41). Bu bağlamda Musterd ve Ostendorf, toplumsal dışlama, kutuplaşma ve ayrımın

bugünün kentsel tartışmalarının merkezi kavramları olduğunu belirtmektedir (Musterd ve Ostendorf, 2005: 1).

Ayrıışmış dokuların en rahat izlenebildiği metropol kentlere bakıldığında etnisite, din/mezhep, sınıf/statü, yönetsel, gelir durumu, ideoloji, cinsel tercih ve yaşam tarzına bağılı olarak da mekânsal konumlanışların ve farklılaşmaların gerçekleştiği görülmektedir (Tümtaş, 2012: 3). Aslında mekânsal ayrıışma bir yandan kentsel alanları parçalara ayırarak insanları içeridekiler ve dışarıdakiler diye kategorize ederken (Sam ve Sam, 2012: 32), bir yandan da statü arayışı ve göstergesi, seçkincilik gibi mekân bağımlı kimlik ifade biçimleri ile farklı kent yurttaşlarını bir noktada birleştirebilmektedir (Alver, 2010a: 99). Bu açıdan bakacak olursak mekânsal ayrıışma konusunda yapılan çalışmaların daha çok mekânın ayrıştırıcı, dışlayıcı, kutuplaştırıcı etkilerine dikkat çektiği, birleştirici etkilerini göz ardı ettikleri görülmektedir.

Kısacası, özünde farklılıkları barındıran bir alan olan kentsel mekânın günümüzde toplumsal farklılıkları dışlayıcı bir mekân kurgusuna sahip olduğu görülmektedir. Esasen geçmişten günümüze her daim var olan mekânsal ayrıışmanın ne gibi değişkenlere bağılı olarak ortaya çıktığını incelemek, mekânsal ayrıışmada etkili olan faktörlerin neler olduğunu anlamamız açısından yararlı olacaktır.

#### **1.1.4.1. Mekânsal Farklılaşmanın Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Faktörler**

Günümüz kapitalist kentlerinde toplumsal ve mekânsal ayrıışma, kentlerin önemli bir niteliği durumuna gelmekte ve kentsel mekânı düzenleyen kurallar toplumsal farklılaşma ve ayrıışmış yapılara dayanmaktadır. Bu nedenle toplumda var olan mekânsal farklılaşmayı anlayabilmek için ortaya çıkışının nedenlerini iyi ortaya koyabilmek gerekmektedir. Mekânsal ayrıışmanın ortaya çıkmasındaki en önemli faktör, temelde eşitsizlik meselesidir. Toplumda var olan eşitsizliklerin somut ifadesinin kentteki mekânsal ayrıışmalar olduğunu söylemek mümkündür. Turner da “*Eşitlik*” adlı eserinde bütün toplumların sınıf, statü ve güç bakımından eşitsiz olduğunu belirtmektedir (Turner, 2013: 132). Bu eşitsizliklerin yarattığı sosyal ayrıışmanın en belirgin sonuçlarından birinin de farklı grupların yaşam alanlarının farklılaşması olduğunu söylemek mümkündür.

Friedrichs, mekânsal ayrıışmanın oluşması için kentteki gelir eşitsizliğinin derecesi, eğitim eşitsizliğinin derecesi, kent nüfusu içerisinde azınlıkların oranı ve kentteki toplam nüfusun büyüklüğü gibi bazı etkenlerin var olması gerektiğini

belirtmektedir. (Friedrichs, 2005: 172; Tümtaş, 2012: 68). Bu etkenlerin gerçekleşme derecelerine göre kentteki mekânsal ayrışmanın boyutlarının da değişiklik gösterdiğini söyleyebiliriz.

Sermayenin ve emeğin değişen konumları ve sınıf içi bölünmeler ise, yeni mekânsal farklılaşmalara zemin hazırlamaktadır (Kurtuluş, 2005a: 86). Günümüzün yerleşim modellerinden en önemlisi olan sitelerin ortaya çıkmasında da ekonomik faktörlerin yerinin ayrı bir önemi vardır. Ekonomik gelişme, zenginleşme ve özellikle neoliberal politikalar site modellerinin ortaya çıkmasına ve yaygınlaşmasına yol açmıştır (Alver, 2010a: 93). Türkiye’de 1980’li yıllardan itibaren değişen ekonomi politikaları ve siyaset yapma biçimi yeni bir sermaye birikim modeli ve sermaye kesimi yaratmaktadır. Bu yeni sermaye kesiminin birikim alanlarından biri de kentsel gelişme sektörüdür. Yeni mekânsal farklılaşmalar yaratmak yoluyla birikim sağlamak, küresel ve ulusal ölçekteki neoliberal politikaların bir stratejisidir (Kurtuluş, 2005a: 89).

Kentte yeni sektörlerin yükselmesi, imalat sanayindeki düşüş ve teknolojik gelişmeler bu kentlerin istihdam yapısını değiştirmiş, emek piyasasında ikili bir yapı oluşturmuştur. Küresel kentler bir taraftan profesyonel mesleklerin sayısı, diğer taraftan da yüksek oranlarda niteliksiz işgücü talep eden işlerin artmasına paralel olarak büyük ölçekteki göçün yönlendiği yerler olmuştur (Öktem, 2005: 30-31). Belirli kentlere yığılan ve o kentlerin hâlihazırdaki yerleşim alanlarına sığamayan işgücünün barınma gereksinimi ise mekânsal farklılaşmaya neden olmaktadır (Kurtuluş, 2005a: 85). Göç, kentteki mekânsal ayrılaşmaları derinleştiren etkilerde bulunurken yoksulluğun mekânsal olarak yoğunlaşmasına ve kendi içinde belirli mekânların “göçmen mekânları/mahalleleri” olarak belirmesine neden olmaktadır (Kaygalak, 2009: 25).

Mekânsal farklılaşma süreci, küreselleşme ile birlikte bütün dünya kentlerinin yaşamaya başladığı bir ikilemdir (Kurtuluş, 2005b: 184). Dünyada mekânsal farklılaşmaların ortaya çıkışı, daha çok global tüketim kültürünün taşıyıcısı orta sınıfların ya da küreselleşme sürecinde ortaya çıkan yeni profesyonellerin konut ve yaşam tarzı talebiyle açıklanmaktadır (Kurtuluş, 2005a: 86). Alt kentleşme de denilen bu süreç değişen orta sınıfın daha alt sınıflardan ayrışmak, daha güvenli, prestijli ve “homojen bir sosyal çevre”de yaşama isteğiyle açıklanmaktadır (Kurtuluş, 2005a: 106, Alver, 2010a: 92- 93).

Castells, kent sorununu bütün toplumsal grupların günlük yaşamının temelinde yer alan konut, eğitim, sağlık, kültür, ticaret, ulaşım gibi ortak tüketim araçlarının

örgütlenmesiyle ilişkilendirmektedir. Gelişmiş kapitalizmde bu durumun, bir yandan tüketimin artan toplumsallaşmasına, diğer yandan da tüketim araçlarının üretimi ve dağıtımındaki kapitalist mantık ile arasında oluşan temel çelişkiyi ifade ettiğini belirtmektedir (Castells, 1997: 14).

Mekânsal farklılaşmanın olmasını etkileyen önemli bir faktör de kitlesel üretimin ve sistemin her alanda ürettiği tek tipleşmeye duyulan tepkiyle birlikte, özellikle 1970'lerden sonra "farklılık"ın yüceltilen bir değer olarak ortaya çıkmasıdır. Sınıf içi toplumsal katmanlardaki çeşitlenme ve bu alanların giderek birbirinden hem üretimde yüklendikleri işlevler hem de tüketim kalıpları açısından ayrılmaya başlaması kent mekânının da buna bağlı olarak daha çok adalar halinde şekillenmesine yol açmıştır (Türkün ve Kurtuluş, 2005: 14).

Günümüz kentlerinde var olan kalabalık, suç, şiddet, terör, güvensizlik, kirlilik, korku, kapkaç, adam kaçırmaya, cinayet, hırsızlık gibi kenti sarmış suçlar da, mekânsal ayrılmayı adeta meşrulaştırmaktadır (Alver, 2010a: 92). Bir yandan kentin kalabalığından, sınıfsal ve ırksal karmaşasından uzakta, planlı ve steril bir çevrede, kendi sınıfının mensuplarıyla uyumlu bir yaşam sürdürme vaadi; bir yandan da otomobil ve ev sahibi olabilmek için sosyal devletin de desteği ile uzun vadeli kredi olanaklarıyla inşa edilen alt kentler, kolaylıkla orta sınıflar için bir yaşam hedefine dönüştürülmektedir (Kurtuluş, 2005a: 80).

Günümüzde mekânsal farklılaşmanın önemli bir ayağı da kentsel dönüşüm projeleridir. Kentsel dönüşüm projelerinin temel rasyonalitesi ise, çoğunlukla belirli bir mekânı üst gelir gruplarına açmaya dayanmaktadır. Bu da daha çok seçilmiş bir orta ve üst sınıf demokrasisi olarak devreye girmekte ve çok daha az demokratik ancak çok daha elit bir karar üretme ve uygulama süreçleriyle gerçekleşmektedir. İstanbul'da 1980'lerle başlayan 1990'larda sonuçları mekânda açıkça görünür hale gelen bu süreçte, çeşitli operasyonlarla yönlendirilen toplu konut projeleriyle, kentin tarihi merkezlerinde ve yeni metropoliten alanlarındaki lüks konut yatırımları, kentte kaçak yapılaşmayı ve konut arzı yetersizliğini çözmek için meşrulaştırıcı bir söylem kullanmaktadır (Türkün ve Kurtuluş, 2005: 16-17).

Günümüzde kent yaşantısının bir düzene tabi olmayan canlılığı ve farklı sınıfların, kültürel grupların birbiriyle karşılaşmasına olanak veren çoğulculuğu kentsel deneyimin bir parçası olmaktan çıkmakta, yerine belirsizliklerden arındırılmış,

toplumsal farklılıkları dışlayıcı bir mekân kurgusunun norm haline gelişine tanık olmaktadır (Gönlügür, 2008: 80).

Günümüzde modern teknolojinin hızlı gelişimi de mekânsal farklılaşmanın sebepleri arasında gösterilebilir. Gündelik yaşama uygulanan tekniklerin şaşırtıcı gelişiminin görüldüğü bu dönemde, büyük insan kitleleri için gündelik hayatın aynı ölçüde şaşkınlık verici düşüşü de görülmektedir. Bir tarafta değişime ayak uyduran çok lüks evlerde kalan insanlarla diğer tarafta değişime ayak uyduramayan çok zor şartlarda ve bakımsız evlerde yaşayan insanların durumu mekânsal ayrışmaya örnek olarak verilebilir (Lefebvre, 2010: 14). Bugünkü haliyle teknolojik gelişmelerin mekân düzenlemelerine yansımaları daha çok güç gösterisi açısından değerlendirilmelidir (Göka, 2001: 174).

Son olarak mekânsal ayrışma, kimlik ve kimlik politikaları bağlamında da değerlendirilmelidir. Kent, aynı mekânda farklı kimlikler arasındaki ilişki ve gerilime işaret eder. Kimlikler mekân organizasyonu ve mekân seçiminde belirgin bir faktördür. Dini kimlik, etnik kimlik, kültürel kimlik gibi kimlik yapıları mekânsal ayrışmanın nedeni olabilmektedir. Kapitalist süreçte öne çıkan sınıf temelli kimlikler, aynı şekilde mekânsal organizasyonu zorunlu kılmakta ve bu süreçte gelir durumuna özgü mekânsal ayrışmalar meydana gelmektedir. Şimdi mekânsal ayrışmanın bu türlerini kısaca inceleyelim.

#### **1.1.4.2. Mekânsal Ayrışma Türleri**

Mekânsal ayrışmayı ortaya çıkmasına neden olan temel etken bağlamında sınıflandırmak mümkündür. Buradan hareketle mekânsal ayrışmayı, savunma (güvenlik) amaçlı mekânsal ayrışmalar, etnik ve dini temelli mekânsal ayrışmalar, sınıf temelli mekânsal ayrışmalar ve cinsiyet temelli mekânsal ayrışmalar olarak 4 grupta toplayabiliriz. Ancak bir mekânsal ayrışma türü başka bir mekânsal ayrışmayı da içinde barındırabilmektedir. Bir başka deyişle birbirinden keskin sınırlarla ayrılmış mekânların içinde başka tür bir mekânsal ayrışmanın sınırları da keşilebilmektedir. Örneğin, güvenlik amaçlı mekânsal ayrışmalar olan güvenli siteler, sınıfsal temelli mekânsal ayrışmaları içinde barındırdığı gibi sadece kadınlara yönelik havuz hizmetinde olduğu gibi cinsiyet temelli mekânsal ayrışmaları da içerebilmektedir. Bu açıdan mekânsal ayrışmaların keşimselliğinden de söz edebiliriz. Braudel de şehri tanımlarken mekânın keşimselleğinden şöyle bahsetmektedir:

“...Toplumsal ilişkilerin izdüşümü olarak kent, dünyevi olanı kutsal olandan, çalışmayı eğlenceden, kamuya ait olanı özel olandan, erkekleri kadınlardan, aileyi ona yabancı olan her şeyden ayıran sınır çizgileri ağının kendi içinde kesiştiği, aynı zamanda da onun yapısını oluşturduğu bir mekân görünümüyle karşımıza çıkar...” (Braudel, 2008: 120).

#### **1.1.4.2.1. Savunma (Güvenlik) Amaçlı Mekânsal Ayrışmalar**

Bugünün kentsel pratiklerinden özellikle toplumsal sınıfları, statüleri, grupları, hayat tarzlarını ayırma gibi bir işlev üstlenen kapılar, duvarlar, surlar esasen geçmişten günümüze kentin ana unsurlarıdır. Klasik dönem kenti genelde sur içi kentidir. Etrafi duvarlarla çevrili yerleşimlerin kökeni askeri ve savunma amaçlı kurulan duvarlarla çevrili sur şehirlerine, feodal kaleler ve ortaçağın surlarla çevrili kentlerine dayanmaktadır (Berköz, 2012: 173; Uğurlu, 2013: 31). Surlar, içerideki için ne denli koruyucu ise dışarıdakiler için o derece dışlayıcı ve engelleyicidir (Atlı, 2014b: 29). Güvenlik, emniyet ve savunma amacıyla inşa edilen ve kentin sınırlarını da gösteren surlar, kaleler ve kapılar, modern kent döneminde eski anlamından uzaklaşıp yeni anlamlar kazanır. Kentleşme sürecinde surları aşarak çevreye yayılan ve böylece surları yutan modern kentler, bu defa kendi içinde ayrışmalara yol açarak kent içinde yeni kapılar, surlar ve sınırlar oluşturur. Kapı bu defa toplumsal grupları, cemaatleri, tabakaları birbirinden uzak tutan bir anlam üstlenir (Alver, 2010a: 44-46).

Bauman, bir zamanlar kentlerin kurulmasına neden olan korkuların yerini günümüzde kentsel korkuların aldığını belirtmektedir. Bu korku kentin bütünlüğü ve güvenliğinden çok, kentin içinde kişinin kendi yuvasının yalıtılmışlığı ve güvenliğiyle ilgilidir. Bir zamanlar kentin etrafını kuşatan duvarlar artık çok farklı yönlerde kenti boydan boya içeriden bölmektedir. Kontrol altındaki bölgeler, belli kişilerin girişine izin verilen sıkı koruma altındaki kamusal mekânlar, kapılarda tam teçhizatlı özel güvenlikler ve elektronik olarak işleyen kapılar, büyük oranda bilinmeyen tehlikelerden çok, istenmeyen “hemşehrilere” karşı alınmış önlemleri teşkil etmektedir (Bauman, 2014: 57).

Steven Flusty de “*Building Paranoia*” (İnşaat Paranoyası) adlı çalışmasında; metropollerde Ortaçağ şatolarını koruyan su dolu hendekler ve kulelerin, yeni kentsel yansımasından “yasaklı mekânlar”ın oluşturulduğunu belirtmektedir. Yasaklı mekânlar,



durdurmak ve püskürtmek ya da kullanıcılarını süzgeçten geçirmek üzere tasarlanmışlardır (Bauman, 2014: 28).

Görüldüğü gibi savunma amaçlı mekânsal ayrışmalardaki temel mesele güvenlik meselesidir. Ancak temelinde güvenlik olan kapı ve duvarlara yüklenen anlam geçmişle günümüz arasındaki farkı ortaya koymaktadır. Bu açıdan günümüz kentlerinde güvenlik nedeniyle oluşturulan mekânsal ayrışmalarda, sınıfsal boyutun varlığının daha çok hissedildiği söylenebilir.

#### **1.1.4.2.2. Etnik ve Dini Temelli Mekânsal Ayrışma**

Kentsel mekândaki ayrışma biçimlerinden biri de etnik ve dini temelli mekânsal ayrışmadır. Toplumda meydana gelen ayrışma biçimleri incelendiğinde öncelikle sosyo-ekonomik ve etno-kültürel etmenlere bağlı olarak ortaya çıkmakta ve bunlara bağlı olarak da yaşam alanları oluşturulmaktadır. Bu yaşam alanlarının belirlenmesi genellikle gelire göre ve dolayısıyla sınıfsal konuma göre ortaya çıkabildiği gibi, farklı etnik ve dini gruplar arasında da ortaya çıkabilmektedir (Firidin Özgür, 2006: 8).

Geçmişte duvar ve çitler, çeşitli uygarlıklar tarafından din, sosyal statü, kültür, coğrafya ve etnik köken gibi nedenlerle mekânsal ayırım sağlamak amacıyla kullanılmıştır (Berköz, 2012: 173). Gettolar bu tür mekânsal ayrışmanın somut göstergesi olarak karşımıza çıkmaktadır. İlk olarak gettolar, 10. yüzyılda Venedik'te Yahudileri ayırmak ve onları denetlemek için konulan kısıtlayıcı kurallarıyla giriş ve çıkışın denetim altında olduğu etrafı duvarlarla çevrili yerleşim alanları olarak ortaya çıkmıştır (Duman ve Alacahan, 2012: 55). Sennett, Venedik'te bulunan bu gettonun tecrit edilmiş mekânının Yahudilere duyulan ekonomik ihtiyaç ile onlar karşısında hissedilen tiksinti arasındaki pratik zorunluluk ve fiziksel korku arasında bir orta yolu temsil ettiğini belirtmektedir (Sennett, 2008: 193).

Marcuse, gettoyu, istemsiz olarak ırksal veya etnik köken itibarıyla aşağı olarak tanımlanan ve aşağı muamele gören belli bir nüfusun hâkim toplum tarafından ayrıştırılması, sınırlandırılması anlamında kullanılan mekânsal yoğunlaşma alanı olarak tanımlamaktadır (Marcuse, 2002: 111; Duman ve Alacahan, 2012: 56). Bir bakıma duvarların güvenlik sağlamanın yanı sıra sosyal homojenlik sağlamak amacıyla kullanıldığı da söylenebilir (Berköz, 2012: 173).

Türk toplumunda geçmişte din ya da etnik kökene dayalı mahalleler bulunmaktaydı. Müslüman, Rum, Ermeni ve Yahudi mahalleleri gibi dini temelli

farklılaşmalar yanında Kürt Mahallesi, Çingene Mahallesi, Boşnak Mahallesi, Göçmen Mahallesi, Ermeni Mahallesi gibi etnik temelli farklılaşmalar da vardı (Alver, 2013: 72). Ancak bu farklılaşmaların Avrupa ve Amerika’da örneğine sık rastlanan etnik ve dini temelli ayrışma türü olan getto özelliklerini taşıdığını söylemek mümkün görünmemektedir.

#### **1.1.4.2.3. Cinsiyet Temelli Mekânsal Ayrışma**

Mekânın cinsiyet ilişkilerine göre üretilmesi ve dönüştürülmesinin toplumun hâkim cinsiyet politikalarıyla alakalı bir durum olduğunu söyleyebiliriz. Cinsiyet rolleriyle erkeklik ve kadınlık tanımlarının toplumsal olarak yeniden yapılandırılması sürecinde mekânsal ayrışmalar ve mekânsal ilişkiler kritik önemdedir (Alkan, 2009: 13). Bu açıdan bakacak olursak kamusal alanın erkeklere ait yani eril mekân, özel alan olarak evin ise kadınlara ait yani dişil mekân olarak genel kabul gördüğü toplumlarda cinsiyet yüklü mekânlar, insanlar dünyayı daha yeni tanımaya başladıkları andan itibaren onlara verili olarak sunulur.

Özellikle Osmanlı İmparatorluğu’nun hüküm sürdüğü dönemde, kadın yaşamının evle sınırlandırıldığını görüyoruz. Kadın özel alana ait bir varlık olarak görülmekte, evlerin mimarisi olan haremlik/selamlık uygulaması da, onları yabancı erkeklerden ayırma isteğinin bir yansıması olarak ortaya çıkmaktaydı (Çakır, 2009: 80).

Gelişmiş ülkelerde modern kapitalizmin kadını işgücüne dâhil etmesiyle birlikte kamusal alanın erilliği zedelenmiş gibi görünse de hala birçok toplumda kamusal alan erilliğini korumaktadır. Aynı şekilde kentte eril olan mekânlardan bir tanesi de kahvehanelerdir. Kahvehaneler erkekler için evlerinin dışında farklı sınıf ve kimliğe sahip olsalar da hemcinsleriyle rahatça vakit geçirdikleri, gündelik yaşam kültürünün içinde eril bir mekân pratiği olarak görülmelidir (Arık, 2009: 170).

Kent mekânının cinsiyete göre bölünmesi ve ayrışmasına birçok örnek verilebilir. Kamu binaları, kahvehaneler, berber dükkânları, internet kafeler, otogarlar, camiler, inşaat şantiyeleri vs. eril mekânlara, evler, Kuran kursları, alışveriş merkezleri, parklar, kuaförler ve kadın hamamları vs. de dişil mekânlara örnek olarak verilebilir.

#### **1.1.4.2.4. Sınıf Temelli Mekânsal Ayrışma**

Kentsel yapılanmaların ilk ortaya çıktığı tarihsel koşullardan günümüze sınıf temelli yapılanmalar her zaman var olmuştur. Yunan kentinde toplumsal, ekonomik ve

siyasi arka planlar bağlamında gerçekleşen hiyerarşik yapı, mekânsal ve bölgesel anlamda ayrılaşmaya ve ötekileştirmeye temel teşkil etmiştir. Günümüzün modern kent yapısında ekonomik ve sosyal belirlemeler özelinde gerçekleşen durum ise, geçmişte görülen ayrılaşmalardan nitelik ve nicelik bakımından farklılık gösterebilmektedir. Esasen her dönemde üretim faaliyetleri özelinde gerçekleşen ayrılaşma noktaları, üretim araçlarına ulaşım noktasında belirginlik kazanmaktadır (Yanık, 2012: 57).

Katznelson'a göre, sınıfsal ayrılaşmaya bağlı olarak fiziksel ayrılaşmalar üst sınıfların yaşam alanlarını daha belirgin bir şekilde diğerlerinden ayrılmış, orta ve üst sınıflar ise başkent dışında kendi içinde homojen olarak yeni yerleşim alanları yaratmıştır. Böylece orta ve üst sınıfların belirginleşen fiziksel ayrılaşması sonucunda yeni konut alanları inşa edilmesine neden olmuştur. Bu durumu da "aşağı damlama etkisi" -trickled down- olarak tanımlamaktadır (Katznelson, 1981; Tümtaş, 2012: 85).

Günümüz kentlerine baktığımızda mekânsal ayrılaşmanın en çok rastlanan türünün sınıf temelli mekânsal ayrılaşmalar olduğunu söyleyebiliriz. 19. yüzyıldan sonra sanayileşmeyle yeni bir aşamaya giren kapitalist sistemin yarattığı eşitsizlik ve sömürgeye bağlı olarak kentsel alanlardaki mekânsal yapılanmalar sınıfsal bir boyut kazanmıştır (Tümtaş, 2012: 40). Modern kapitalizmle birlikte mekân, sınıfsal eşitsizlikleri yansıtan, gelir ve statü tarafından biçimlendirilen bir yapı haline dönüşmüştür (Alver, 2010a: 47).

Kapitalist ilişkilerin yarattığı eşitsizliklerle beslenen sınıfsal konuma bağlı ayrılaşmayı kent ölçeğinde açıklamaya çalışan Marksist paradigmaya göre, işgücündeki bölünmeler ikili kent veya bölünmüş kentlerin oluşumunda etkili olmaktadır. Birçok kentte yoksul daha yoksullaşmakta, zengin daha da zenginleşmekte, dolayısıyla sosyo-mekânsal kutuplaşmalar artmaktadır (Tümtaş, 2012: 71-85). Görüldüğü gibi ekonomik gelişmeler kent mekânında yaşayan sınıfları belirginleştirerek mekânların ayrılaşmasına neden olmaktadır.

Küreselleşme ile ekonomik yeniden yapılanma sürecine giren gelişmiş endüstriyel ülkeler geliştirdikleri teknolojik koşullarla işletmelerin ve ekonomik süreçlerin uluslararasılaşmasına, insanların, paranın ve malların hızlı bir şekilde akışına neden olmaktadır. Bu nedenle hizmet sektörü büyümekte ve daha nitelikli iş gücü ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu durumda daha kalifiyeli işgücü ya da niteliksiz işgücü arasında da işsizlik önemli ölçüde artmaktadır. Bu durumun nihai sonucu ise sosyal

kutuplaşma olarak görülmekte ve küreselleşmenin neden olduğu yapılanmalar, toplumu en alt seviyesinden en üstüne kadar sosyo-ekonomik açıdan bölerek varlıkları ve yoksulları mekânsal olarak ayırmaktadır (Tümtaş, 2012: 49).

Kentler, birbirleriyle çelişen yönleri ve özellikleri bünyelerinde barındırmakta, bir yanda kentin diğer kesimlerinden soyutlanmış mekânlardaki ayrıcalıklı yaşamları ile kentin az sayıdaki varlıklı kesimi, diğer yanda da herkesten yalıtılmış yaşamlarıyla kentin en yoksulları bulunmaktadır. Kentlerdeki bu mekânsal eşitsizlikler de kentle birey arasında gerginlik ve gerilimlere yol açmaktadır (Küntay, 2001: 9; Kaygalak, 2009: 99).

Türkiye’de sosyo-mekânsal ayrışmanın birçok etmenin etkisinde olmasına rağmen, temelde gelire bağlı olarak, sınıfsal boyutta gerçekleştiği gözlemlenmektedir. Bugün, ülkemizde büyük kentlerin hemen hepsinde site tarzı kapalı yerleşimlerle “steril ve güvenli” yaşamlar oluşturulmakta ve bu doğrultuda varıl ve yoksul kesim arasında mekânsal ayrışmalar artmaktadır. Dolayısıyla farklı toplumsal sınıflara yönelik konut bölgelerinin de birbirinden mekânsal, sembolik veya mimari olarak ayrıldığı gözlenmektedir (Danış, 2001: 151-152; Alver, 2010a: 97).

Belirli ekonomi politikaları, sermaye birikim biçimi, toplumsal işbölümü, sınıfların konumu ve mekânsal olumsuzluklar gibi bağlamlara bağımlı mekânsal farklılaşmayı işaret eden alt kentleşme olgusu, modern kentleşme literatürüne orta sınıfın yarattığı bir mekânsal farklılaşma biçimi olarak girmiştir (Kurtuluş, 2005a: 77).

Günümüzde sermaye ve emek arasındaki iktidar ilişkisi, kapitalizmin getirdiği emeğin bölünmesi, işlevlerde uzmanlaşma, tüketim kalıplarındaki değişim ve yaşam biçimi gibi faktörlerin neden olduğu mekânsal ayrışmalar, etnik ve ırksal ayrışmaların önüne geçmiştir (Dövücü ve Yavuzer, 2012: 465-466). Artık geçmişte ırksal ve etnik ayrışmanın şekillendirdiği kentsel mekân, günümüzde gelir ve statüye bağılı olarak sınıfsal kimliklerin anlamlarıyla yüklü bir alan haline gelmiştir.

### **1.1.5. Mekânsal Farklılaşmanın Sonuçları**

Kent mekânındaki mekânsal farklılaşmanın ortaya çıkardığı toplumsal sonuçlar arasında en önemlisi, kentsel kaynakların kentli sınıflar arasında paylaşımında artan eşitsizlikler, kent yoksulluğunun derinleşip yaygınlaşması ve varsılığın kutuplaşıp ayrışmasıdır. Çünkü kamu tarafından bu projelere aktarılan kaynaklar, toplumun yoksul kesimlerinin ihtiyaçlarının karşılanmasına ayrılacak paydan kesilerek sağlanmaktadır.

Böylece toplumsal çelişkileri daha da derinleştiren güvenli, kentin yoksulluğunun dışlandığı ve görünmez kılındığı adalar ortaya çıkmaktadır (Türkün ve Kurtuluş, 2005: 16-17; İçli, 2012: 81-82). Bu mekânsal ayırım ise sınıflar arasındaki farkları ve eşitsizlikleri bir yandan gizlemekte, bir yandan da pekiştirmektedir (Arıkanlı Özdemir, 2005: 217). Bir anlamda farklılık sistemlerinin mekân üzerinde oluştuğunu ve varlığını sürdürdüğünü söyleyebiliriz.

Günümüz kentlerinin her ne kadar farklılıklara, tercihlere, özgürlüklere duyarlılık zemininde yapılandırıldığı söylene de sermayenin mekânsal düzlemde örgütlenmesine bakılarak herkese eşit hareket olanağı tanınmadığı söylenebilir. Kentsel mekânlarda bir araya gelen bireyler, benzer statüye, gelir ve yaşam tarzına sahip olanlardır. Kentsel dinamikler, bireyleri belli şekilde tüketenler, yaşam tarzına sahip olanlar şeklinde kategorilere ayırarak kontrol etmekte ve yönlendirmektedir (Meder ve Çiçek, 2012: 304). Kentte herkese eşit dağıtılması gereken kamusal hizmetler, varıl kesimin lehine özelleşmektedir. Örneğin mekânsal ayrışmanın kent üzerindeki en belirgin yansıması olan güvenli sitelerin tercih edilmesiyle toplumun ana sorunu olan güven özelleşmektedir (Alver, 2010a: 100).

Kentte 24 saat özel güvenlikçilerin bulunduğu, seçkin okulların, spor alanlarının yer aldığı, özel su havzalarına sahip zengin mahalleleriyle; altyapı sistemleri olmayan, yolları bozuk, elektriği ancak kaçak biçimde kullanan, evleri düzensiz, kalabalık, suç oranları yüksek olan yoksulların yaşadığı mahallelerin yaygınlaştığı görülmektedir. Artık gelir bölüşümü ve tüketim kalıplarındaki farklılıklarla belirginleşen eşitsizlik, kent mekânlarını keskin bir biçimde birbirinden ayırtmakta ve bölünmüş bir yapıya büründürmektedir (İçli, 2012: 82-83). Göstergeler ve imgeler mekânına dönüşen kent, gelir ve statüye yani sınıflara göre tabakalanmış, bölünmüş ve parçalanmış yapıyla da gazete kesiklerinden oluşturulmuş bir kolaj görünümüne sahip olmaktadır (Aslanoğlu, 2000: 105). Böylece kentler sadece iktisadi olarak değil, aynı zamanda sosyal, politik ve kültürel olarak da parçalanmakta ve her türden eşitsizlik üzerinden farklılaşan mekânsal kutupların adresi haline gelmektedir (Aytaç, 2013b: 86-89).

Mekânsal ayrışmalar, yoksulluğun ve varsılığın sosyal kutuplaşmasını keskinleştirerek, toplumsal ve kültürel içiçelik, bütünleşme ya da entegrasyon süreçlerini oluşturmak yerine, ayrıştırıcı, koparıcı, marjinalize edici, dışlayıcı, suçlulaştırıcı mekanizmalarının oluşmasını sağlamaktadır. Mekânsal ayrışmalar, sadece

fiziki anlamda etki etmekle kalmayıp, aynı zamanda sosyal ve kültürel dünyaların, zihin haritalarının da ayrışmasına neden olmaktadır (Aytaç, 2013b: 97).

Mekânsal ayrışma sonucunda oluşan toplumsal dışlama ve sınıflar arasındaki ilişkisizliğin yarattığı kültürel ayrışma, kente kimliğini veren ortak öğelerin yok olmasına ve kentin giderek kimliksizleşmesine neden olmaktadır. Böylece kentin kaybettiği bütüncül kimlik yerine farklılaşmış mekânları tanımlayan parçalı kimlikler ortaya çıkmakta, kente duyulan aidiyet hissini azaldığı oranda sorumluluk da azalmakta (Kurtuluş, 2005a: 116-120) ve kent geçirdiği yapısal dönüşümle kozmopolitliğini yitirmektedir (Arıkanlı Özdemir, 2005: 216).

Bireyler, bu süreçte narsist bir kişiliğe bürünerek yabancılarla sahte, yapmacık ve yüzeysel ilişki biçimleri geliştirmeye başlamışlardır. Bu sahte ilişki biçimlerinin bir getirisi olarak da kent planlamacıları kentleri parçalı yapıda inşa etmeye başlamışlardır. Yabancılarla karşılaşmamaya yönelik sunulan bu çözüm yolunu Sennett, “ölü kamusal yaşam” ve “sapkın komünal yaşam” olarak adlandırmış ve bunun bir tür anomali olduğunu belirtmiştir. Birey dış dünyaya karşı savunma mantığıyla oluşturulan bu sınırlarla dış dünyaya olan ilişkisini hem mekânsal hem de ilişkisel olarak sınırlamaktadır (Sennett, 2010: 381-395). Kimliksizleşen kentlerde insan ilişkileri, alışveriş ve turizm etkinliklerine indirgenerek anlamsızlaşmaktadır. Kent yabancıların bir araya geldiği bir alan iken, artık kentte yabancıların sorun olarak algılandığı bir ortam oluşmaktadır. Dolayısıyla günümüzde kentsel alanlar canlılığını kaybetmiştir.

#### **1.1.6. Mekânsal Ayrışmanın Kentsel Görüntüsü: Güvenlikli Siteler**

Savunma, etnisite, din ve sınıf gibi etkenlerin bütün toplumlarda mekânsal ayrışmalar yarattığı bilinen bir gerçek olmakla birlikte günümüz modern kentindeki mekânsal ayrışmanın kent mekânındaki görüntüsü güvenlikli sitelerdir. Bütün dünyada hızla yaygınlaşan, yeni kentleşmenin bir boyutu olarak görülen (Kurtuluş, 2005a: 115), kent planlama ve kentsel tasarımda yeni paradigma olarak ele alınan, postmodern şehircilik ve postmodern kentleşme olduğu (Berköz, 2012: 173) ileri sürülen güvenlikli siteler hakkında konuşmak, günümüz kent mekânındaki mekânsal ayrışma/farklılaşma/kutuplaşmayı iyi tahlil edebilmek açısından yararlı olacaktır.

Toplumdaki sosyal ayrışmanın somut bir tezahürü olarak da görülen mekânsal ayrışmaları sadece güvenlikli sitelere indirgemenin sorunlu bir yaklaşım olduğu belirtilmelidir. Çünkü içinde yaşanılan toplumda görünürde fiziki olarak

sınırlandırılmamış pek çok alan aslında sembolik duvarlarla çevrilmiştir (Doğan, 2012: 155). Bu duvarlar gözle görülmesi de herkes tarafından varlığı açıkça hissedilmektedir.

Bu yeni yerleşim biçimi, ilk olarak insan için mükemmel bir yaşam çevresi üretilbileceği inancıyla Ebenezer Howard tarafından “Geleceğin Bahçe Şehirleri” olarak adlandırılan bir projeye İngiltere’de bir burjuva ütopyası olarak ortaya çıkmıştır (Kurtuluş, 2005a: 80; Uğurlu, 2013: 63). Kendine özgü ideolojik ve kültürel bağlamıyla bu planlamanın, İngiltere’de kapitalist kentsel büyümeye tepki olarak, “sağlık, aydınlık ve havadarlık” gibi söylemlerle toplumda görülen aksaklıkları ortadan kaldırmak için uygulanan bir iktidar stratejisi olduğu söylenebilir (Akyol Altun, 2010: 222; King, 2012: 200).

ABD’de ise, bu tür yerleşimler, son derece planlı, gökdelenlerin yanı sıra, etrafı yeşilliklerle dolu, bahçeli, garajlı evler şeklinde Amerikan yaşam biçiminin temsili olarak sunulmuştur. Sonuçta merkez çevreye taşındığı için orta sınıfların boşalttığı eski kent merkezleri, daha düşük gelir gruplarının ve çoğunlukla etnik azınlıklar, siyahlar ve yeni göçmenlerin gettolarına dönüşmüştür. Mumford, kentlerden banliyölere doğru yapılan bu göçlerin kentlerin içten çürümesini hızlandırdığını ve yıkıma hizmet ettiğini savunurken, Fishman (1999) ise, bu süreci 19. yüzyılın büyük kentler çağından 20. yüzyılın büyük banliyöler çağına geçiş olarak görmektedir (Çetin, 2012: 178-179).

İlk olarak İngiltere’de ortaya çıkıp Amerika ve daha pek çok ülkeye yayılan güvenli yerleşimler, küresel bir olgu haline dönüşmüştür (Berköz, 2012: 173). Ancak her toplumun kendi iç dinamikleriyle şekillenerek farklı görünümde arz edebilmektedir. Stillerde, modada ve pazarlamada küresel eğilimler çekici olmakla birlikte, bunlar kültürel, tarihsel, toplumsal ve ekonomik olarak yerel bağlamlarla dönüştürülmektedir (Kuppinger, 2012: 19). Başka bir deyişle her ne kadar güvenli sitelerin yaygınlaşmasında küresel modeller merkezi bir rol oynasa da yerel eklemlenmeler ve icatlar somut projelerin özgünlüklerini şekillendirmektedir.

Korumalı yerleşimler de denilen güvenli siteleri genel anlamda “içeridekiler ve dışarıdakilerin ayırt edilebildiği, duvarlar ya da çitlerle çevrili, fiziksel özelleştirilmiş alanlar” olarak tanımlamak mümkündür (Akgün, 2012: 209). Korumalı yerleşimleri ifade etmek için pek çok kavram kullanılmaktadır. *Korumalı yerleşimler* (Blakely ve Snyder, Davis, Landman, Low), *korumalı kuşatılmış bölgeler* (Grant), *sınır şehirler* (Garreau), *kapalı komşuluklar* (Landman) bu tanımlamalardan bazılarıdır. Bu tür yerleşmelerde kentin bütünü ve yerleştikleri bölgeden tamamen ayrılmak istendiği için

bunlara “kapalı topluluklar”, “refah adaları” ya da “kapılı cemaatler” adı da verilmektedir (Kurtuluş, 2005a: 115).

Roitman’ın tanımına göre güvenli siteler, birbirine benzer insanların bir arada yaşamayı seçtikleri, kamusal alanın özelleştiği, dışı kapalı, yüksek kaliteli konutları olan, sakinlerine çeşitli olanak ve hizmetleri sunan, düzenli olarak aidat ödenen ve içerideki hayatı kontrol etme amacıyla davranış ve mekânsal kurallar koyan birimler tarafından yönetilen projelerdir (Roitman, 2010: 33).

Site olarak adlandırılan bu konut kompleksleri, yollar, otoparklar, spor tesisleri, yeşil alanlar ve daha varlıklı siteler söz konusu olduğunda tenis kortları, yüzme havuzları, alışveriş alanları, okullar ve toplantı salonları gibi tüm hizmet olanaklarını kendi bünyeleri içerisinde sağlayabilmekte, bunların bakımından tutun da planlamasına ve geliştirilmesine kadar ayrı yönetimleri de bulundurmaktadır (Ayata, 2003: 39).

Türkiye özeline baktığımızda 1990’lı yıllarda görülmeye başlayan güvenli sitelerin ortaya çıkışı, geç gelen bir banliyöleşme hamlesi olarak okunabilir (Gönlügür, 2008: 73). 1990’larda ve 2000’lerin başında, ekonomik liberalleşmenin ve küresel tüketim kültürünün bir yansıması olarak yalnızca yeni orta sınıf ve burjuvaziye hitap eden bu siteler, artık orta sınıfın daha geniş kesimlerini hedeflemekte, kapalı site imgesi de belirli yönleriyle yeniden çizilerek yeni temsil biçimleriyle bu hedef kitleye uyarlanmaktadır (Aydın, 2012: 97-98).

Modern kent planlaması, kent yönetimi ve kentsel sınıfsal aidiyetler açısından radikal bir dönüşüme işaret eden (Kurtuluş, 2005b: 162) güvenli siteler, farklı toplumsal sınıfların bir aradalığına imkân tanımayan, aidiyet, refah, aile hayatı ve doğaya yakın olma ideallerinde temellendirilen bir söylemin mekânsal ifadesidir (Gönlügür, 2008: 73-80).

#### **1.1.6.1. Güvenli Sitelerin Özellikleri**

Güvenli sitelerin her toplumun yerel dinamikleriyle harmanlanarak farklılıklar gösterdiğini belirtsek de belli başlı ortak özellikler hemen hemen hepsinde görülmektedir. Güvenli sitelerin genel olarak özellikleri şu şekilde sıralanabilir.

##### **1.1.6.1.1. Mekânsal Ayrışma ve Kamuya Kapanma**

Güvenli siteler, apartmanlardan farklı olup, hem mekânsal uzaklığa hem de hayat tarzları arasındaki mesafeye dayanmaktadır. Uzaklık ve mesafe hem görünür hem



de görünmez sınırlarla netleştirilmektedir (Alver, 2010a: 83). “Dışarıdakiler”e karşı kuvvetli bir mesaj iletme potansiyeli olan fiziksel bariyerler kent merkezine karşı sembolik bir ayırıştırma aracı olmasının yanı sıra, sitelerin içindeki ‘zenginlikleri’ dışarıya, özellikle de en yakın komşulara yani siteyi çevreleyen gecekondulara karşı korumanın da bir yöntemidir (Danış, 2001: 155; Perouse ve Danış, 2005: 106).

Sadece site sakinlerine özelleştirilmiş, insanların giriş çıkışlarının kontrol edilerek erişimin sağlandığı alan (Akgün, 2012: 209) olarak güvenli sitelerin kurucu unsurları da diyebileceğimiz duvar, kapı, güvenlik elemanları, kamera sistemi, ister istemez bu mekânları diğer mekânlardan ayrı bir yere oturtmaktadır. Pek çok güvenli site, steril hayatı beslediği için ötekileştirme ve dışlaştırma çabasına girmektedir (Alver, 2010a: 12).

Güvenli konut sitelerinin kent merkezine 20-30 km uzaklıkta olması otomobil bağımlılığı sorununu ortaya çıkardığı için bu mesafe güvenli sitelerde çok önemsenen fiziksel izolasyonu mümkün kılan ilk unsur olarak görülebilir.

Tüm kapalı konut siteleri için, “kapalı olma” durumu iki boyut taşımaktadır. İlki fiziksel güvenliğin sağlanması, konutun ve özel mekânın suça karşı korunması gibi faydacıl bir amaca dayanmaktadır. İkincisi ise içeride yaşayan topluluğun kendisini dışarıdan izole ederek ait olduğu fiziksel çevreyi tanımlama ve prestijini yansıtmaya arzusuyla ilişkilidir (Akyol Altun, 2012: 59).

Bu yeni kapalı yerleşim biçiminin geleneksel orta sınıf alt kentlerinden farkı, derinleşen güvenlik ihtiyacı sonucu oluşan “kamuya kapalılık”tır (Kurtuluş, 2005b: 162; Özgencil Yıldırım, 2010: 59; Alver, 2013: 63). Bu yasaklı mekânlar, herkesin rahatça erişemediği ve yerleşemediği, sahiplerini ayıklayan ‘asabi mekân’lardır (Bauman, 2014: 29). En önemli özellik olarak karşımıza çıkan mekânsal ayırıştırma ve kamuya kapanmayı meşrulaştıran bir sebep olarak gösterilen güven arayışı, güvensiz bir toplumda başka bir deyişle risk toplumunda kişisel bir güven arayışı olarak da görülebilir (Bayhan, 2012: 442).

#### **1.1.6.1.2. Ayrıcalık ve Seçkinlik Sembolü Olması**

Güvenli sitelerin üst ve üst-orta sınıflar için ayrıcalık ve seçkinlik sembolü olarak görülmesi, yapı tiplerinden mimari üsluba kadar tasarımını biçimlendirmektedir (Gönlügür, 2008: 83). Ayrıcalıkların mekâna tercümesi olarak da görebileceğimiz bu sitelerin “seçkin ve ayrıcalıklı” yeni yaşam tarzları, yeni dönemin zenginlerinin statü

artırma aracı haline gelmektedir. Gelir yoluyla satın alınan yeni yaşam tarzı onları toplumsal olarak ayrıcalıklı bir statüye yükseltmektedir. Kullanıcıları için adeta bir kartvizit haline gelen ve sembolik sermayenin taşıyıcısı olan bu konutların sunduğu ayrıcalık, en açık biçimiyle mekânda billurlaşmaktadır (Aksoylar, 2014: 99).

Bu yeni konut türleri, lüks yaşam talebi, güvenlik saptantısı ve yalıtılmış üst ve üst orta sınıfın seçkin mekân arayışı duygularına hitap etmekte, güvenli, sağlıklı evler ve aynı kafada komşular sunma vaadinde bulunmaktadır (Kuppinger, 2012: 11).

Ayrıcalıklı olma ve seçkinliğin devamı için site bünyesinde sunulan hizmetlerden tutun da kulüplerin yüksek aidat ücretlerinden referans gerektiren üyelik sistemlerine varana kadar birçok dışlayıcı mekanizmalar sayesinde, duvarlar ardındaki seçkin cemaat yaşantısının kamusal hayata kapalı sınırları güvence altına alınmaya çalışılmaktadır (Gönlügür, 2008: 78-79). Güvenlikli siteler, başka hayat tarzlarından kendini ayıran bakış açısıyla dışlayıcı düşünme biçiminin mekânsal ifadesi olarak görülebilir (Alver, 2013: 64). Sunulan yaşam tarzı, daha çok çoğulculuktan uzak, dışlayıcı bir kent kimliği üzerine kuruludur (Bartu, 2001: 148; Bayhan, 2012: 442).

Ayrıcalıklı ve farklı olduğunu göstererek toplumun geri kalanıyla aralarına sınır çizmeye çalışan köklü zenginler ve yüksek statü edinmek isteyen yeni zenginler de güvenlikli siteleri tercih edebilmektedir (Akyol Altun, 2010: 226). Bu nedenle yaşam tarzlarını göstermenin somut yolu olan konutlar, zenginler için statü göstergelerinden biri olmaktadır.

#### **1.1.6.1.3. Sakinlerinin Ekonomik Sermaye Bakımından Homojen, Kültürel Sermaye Bakımından Heterojen Bir Yapı Arz Etmesi**

Güvenlikli sitelerin toplumda ekonomik sermaye bakımından orta ve üst sınıfların mekân tercihlerinde öne çıkan bir model olduğu söylenebilir (Akyol Altun, 2010: 237). Hedef kitlenin daha çok yüksek gelir grubunda olması, bu sitelerdeki evlerin satış fiyatının yüksek olması ve daha çok ev sahiplerinin oturmasıyla doğru orantılıdır (Perouse ve Daniş, 2005: 113).

Güvenlikli sitelerin ayrılaştırılmış yaşam tarzlarıyla “homojenliğin hâkimiyet alanları” olarak (Sipahi, 2012: 114; Alver, 2013: 63), sadece gelir düzeyiyle değil, yaş grubu, medeni durum, eğitim ve meslek açısından da benzer sakinleri barındırmasıyla (Gönlügür, 2008: 79), cemaat hayatı sunduğu söylenebilir (Alver, 2010a: 102; Tanülkü, 2012: 130). Güvenlikli siteleri cemaat ekseninde düşünmenin imkânı, daha çok sitelerin

imajında saklıdır. Bu imajla, yoğun bir şekilde aidiyet, kimlik, mahalle, birliktelik ve komşuluk vurgusu yapılmaktadır (Alver, 2010a: 105; Bali, 2011: 114; Akyol Altun, 2012: 53).

Ancak güvenli sitelerin homojen bir yapı olarak değerlendirilmesi ancak maddi sermaye kriteri doğrultusunda olabilir. Kültürel, sembolik, sosyal sermaye açısından ise güvenli siteler homojen bir yapı göstermemektedir (Alver, 2010a: 187). Bu sitelerde oturanlar kentin geri kalanıyla kendilerini kültürel olarak ayırtmak istemekte, sitelerdeki sergi salonu, amfi tiyatro gibi kültürel donatıların zenginliği kadar düzenlenen kültür ve sanat etkinlikleriyle de bu ayırma isteği pekiştirilmektedir (Perouse ve Danış, 2005: 109).

Bazı sitelerde maddi sermayesi yeterli ancak kültürel sermayesi yetersiz olduğunu düşündükleri kişilere sitenin kapıları kapatılmaktadır. Bazı durumlarda site sakinleri komşu adaylarını beğenmedikleri takdirde satışı veto etme hakkına da sahiptirler (Bali, 2011: 118). Bu açıdan bakacak olursak mekânsal olarak kentten ayrılan güvenli siteler kendi içinde de ayrılmaktadır. Gruplar arasındaki ilişkilerde belirleyici faktör ise eğitim seviyesi, yaşam tarzı, rafine zevk ve beğeniler gibi sosyo-kültürel araçlardır.

#### **1.1.6.1.4. Müşteri Memnuniyetinin En İnce Ayrıntısına Kadar Düşünölmüş Olması**

Güvenlik, lüks, zenginlik temellerinde yükselen güvenli siteler, villa, konak, ve apartmanları barındıran orta, orta-üst ve üst sınıflara hitap eden lüks konutlarıyla zenginliğin ve lüksün olağandışı baskınlığını ve abartısını temsil etmektedir (Alver, 2010a: 83-84).

Bir tüketim nesnesi olarak pazarlanan bu mekânlarda var olan hayat da tüketimle anlam bulmaktadır. Aynı şekilde satış kampanyalarında da müşteri memnuniyeti gözetilerek her türlü belirsizlikten arındırılmış en ince ayrıntısına kadar düşünölmüş, yaşam alanı imgesi sunulmaktadır. Bu müşteri memnuniyetinin uzun vadeli olmasını sağlamak için her site sakini yönetim planının altına imza atmakta, evlerinin dış cephelerinde kullanılan boyanın rengine kadar her şey kurullarla belirlenmektedir.

Bu nedenle Jean Baudrillard bu mekânları, bir 'hiper mekân'a benzetmektedir. Ona göre burası hiçbir şeyin rastlantısal olmadığı, programlanmış bir mikro-evren haline gelmiş uzay kapsölünü andırmaktadır (Baudrillard, 2014: 14).

#### **1.1.6.1.5. Kent Karşıtı Söylemi Barındırması**

Güvenlikli sitelerde kurulmaya çalışılan yeni yaşam tarzının bir özelliği de site yaşamının şehrin katlanılmaz bir hal alan keşmekeşi ile mutlak bir karşıtlık içinde sunuluyor olmasıdır (Perouse ve Daniş, 2005: 111). Sitelerin pazarlama kampanyalarında en çok göze çarpan bir konu olan şehrin karmaşasına ve kaos ortamına zıt bir şekilde ferah ve düzenli bir hayat vaat edilmektedir. Böylelikle kent yaşamına başlı başına bir alternatif sunma iddiasıyla (Gönlügür, 2008: 76), kır hayatının güzellikleri ile kentlerin sağladığı en son olanakların bir araya getirildiği yeni yaşam biçimlerinin sunulduğunu (Ayata, 2003: 38) söyleyebiliriz.

#### **1.1.6.1.6. Çocuklara Özel Olarak Önem Verilmesi**

Kültürel ayrışma konusunda dikkat çekici bir diğer husus, güvenlikli sitelerde çocuklara verilen önemdir. Çocukların güvenliği, mutlulukları ve eğitimleri konusundaki vurgu, güvenlikli site reklamlarında sık sık karşılaşılan noktalardan biridir. Geliştirici firmalar çoğu zaman reklamlarında doğrudan çocukları ön plana alarak, onların ancak kendi sitelerinde en iyi koşullarda büyüdüklarini iddia etmektedir. Çocuk merkezli yaşamın bir getirisi olarak site sakinlerinin özellikle anaokulu ve ilköğretim yaşlarındaki çocuklarını çok uzağa göndermek istememeleri ve kendi sitelerinin yakınlarında arayışa geçmeleri, özel eğitim kurumlarının giderek şehir dışındaki özel sitelerin civarına taşınmasına yol açmıştır (Perouse ve Daniş, 2005: 111). Böylelikle buralar aynı zamanda eğitim mekânı olmuştur.

#### **1.1.7. Güvenlikli Sitelerin Oluşumuna Etki Eden Faktörler**

Güvenlikli sitelerin ortaya çıkmasına etki eden faktörleri; küreselleşme, neoliberal ekonomi politikaları, güvensizlik (suç korkusu) ve kent karşıtı söylemin etkisi, orta sınıfların kimlik mücadelesi, küresel tüketim kültürü ve geliştirici firmaların etkisi olarak sıralayabiliriz.

##### **1.1.7.1. Küreselleşme ve Neoliberal Ekonomi Politikaları**

Küreselleşme ve neoliberalizm sosyal, kültürel, ekonomik ve politik alanda dolayısıyla da kentlerin ve kentsel mekânın yapılanmasında önemli değişim ve dönüşümlere neden olmuştur (Çelik, 2012: 10). Küreselleşme yarattığı küresel kent söylemiyle kentler arasında küresel ekonomide gösterdikleri performansla göre bir kent

hierarchy koymuş ve kentlerin yarışması gerektiği varsayılmıştır (Öktem, 2005: 38). Bu sebepten dolayı güvenli siteler “küreselleşmenin başarılı bir sembolü” olarak nitelendirilmektedir (Düzenli, 2012).

Güvenli siteler aynı zamanda neoliberal küreselleşmenin tetiklediği piyasalaşma ve uluslararasılaşma süreçleriyle birlikte ortaya çıkan yeni toplumsal ilişkiler yumağının ulus-devlet alanında yarattığı “kırılmaların” bir örneği olarak düşünülmelidir. Bu “kırılmalar” ise kentsel mekânın ve ilişkilerin düzenlenmesinde sermayenin ve elitlerin taleplerine öncelik veren neoliberal kent politikalarıyla yakından ilişkilidir (Geniş, 2012: 6). Güvenli siteler bu neoliberal politikaların cisimleştiği “neoliberalizmin mekânları”ndan biri olarak görülmelidir (Sipahi, 2012: 110).

1980 sonrası iktisadi politikalarla gittikçe artan eşitsizlikle birlikte ortaya çıkan toplumsal ayrışma, bugün kent mekânında birebir ifadesini bulmaktadır. Bu kentsel ayrışmanın en önemli örneği ise güvenli sitelerdir. Bu yerleşimler yeni liberalizmin yeni zenginlerinin küreselleşmiş yaşam tarzını yansıtmaktadır.

#### **1.1.7.2. Küresel Tüketim Kültürü**

Bugün tüketim kültürünün mekânda yansıması olarak yapılan birbirine benzeyen yüzlerce bina, daha itibarlı semtlerde ev alma hayaliyle yapılan birikimler gerçek ihtiyacı karşılamamanın çok ötesinde anlamlar barındırmaktadır. Küresel tüketim kültürünün yeni sembollerinden biri olan bu yerleşmeler, kentin yükselen sınıfları için maddi ve kültürel sermayelerinin bir göstergesidir.

Gelişen ekonomik sektörler çerçevesinde ortaya çıkan ve “yeni kentli seçkinler” olarak adlandırılan, profesyonel bilgi sahibi, yüksek geliri, küresel tüketim alışkanlıklarına sahip bir kitlenin bu sitelerin ortaya çıkmasında öncülük ettiği genel olarak kabul edilmektedir (Akyol Altun, 2012: 56).

Yeni tüketim kültürü, küreselleşmeyle gelişen iletişim ve ulaşım araçları sayesinde Batı’yla bağları daha da güçlenen ve böylece yeni küresel tüketim trendlerini daha kolay takip edebilen yüksek eğitilmiş kesimin öncülüğünde değişik şekiller almıştır. Küresel tüketim kültürü imgelerinden beslenenlerin yeni yaşam tarzı arayışlarında vardıkları duraklardan biri de kent çeperindeki duvarlarla çevrili lüks konutlar olmuştur (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 70; Aydemir, 2012: 579).

### **1.1.7.3. Orta Sınıfların Kimlik Mücadelesi**

Güvenlikli lüks sitelerin belirli bir statüyü temsil ettiğine inanılmakta ve orada yaşamının kişisel bir prestij yarattığı düşünülmektedir. Dolayısıyla bu tarz sitelerde yaşamak bile sosyal ayrışma için yeterli olabilmektedir. Bu nedenle güvenlikli siteler sosyo-mekânsal ayrışmayı sembolize etmektedir. Gelir durumu ile başlayan ayrışma, yaşam tarzı ile devam etmekte ve nihayetinde mekânsal ayrışma ile sonlanmaktadır (Danış, 2001:153; Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012: 205; Aydın, 2012: 110).

1980'lerde yaşanan liberalleşme dalgasının etkisiyle ekonomik ve kültürel konumları erozyona uğramaya başlayan orta sınıflar yeni konut tercihleriyle sembolik sermayelerini korumaya ve artırmaya çalışmaktadır. Şehir dışındaki lüks konutların yaygınlaşması bir ölçüde orta sınıfın kimlik mücadelesi olarak okunabilir. Kısıtlı sayıdaki bir müşteri kitlesini cezbetme yarışındaki geliştirici firmalar, ürünlerini satabilmek için 'seçkinlik ve ayrıcalıklı olmak' imgesine vurgu yapmakta, bu yeni konutları tercih edenler de büyük ölçüde bu yeni imajı satın alıyor olmaktan mutlu görünmektedir (Perouse ve Danış, 2005: 94-95). Bugün, kapalı sitelerin hedef kitlesinin genişlemesiyle bu prestijli imajın ve tarz sahibi yaşantının kitleselleştiğini söylemek de mümkün hale gelmiştir (Aydın, 2012: 103).

Güvenlikli sitelerin tercih edilmesinde imaj etkili bir faktördür. İmaj, sözü edilen mekânların prestij, statü ve kimlik yapısının belirlenmesinde öne çıkar. Sitelerin imajında özellikle seçkinlik ve statü kavramları ön plana çıkmaktadır (Alver, 2010a: 100). Bu süreçte, konut, insanların sadece barınma ihtiyaçlarını gideren bir ürün olmaktan öte tüketicinin toplumsal hiyerarşideki statüsünü belirleyen temel göstergelerden biri haline gelmiştir (Sipahi, 2012: 116).

### **1.1.7.4. Güvenlik Endişesi ve Kent Karşıtı Söylemin Etkisi**

Güven duygusu, insanın bireysel ve toplumsal yaşamını büyük ölçüde etkileyen riskler karşısındaki en temel gereksinimidir. Güvensizliklerle dolu dış dünyada yaşanan korkuların, tedirginliklerin ve belirsizliklerin ortadan kaldırılması belirli bir topluluğa girildiği vakit mümkün olabilmektedir. Bu nedenle belirli bir gruba aidiyet hissini sağlayan, ortak bir kültürü paylaşan ya da aynı sosyal grup içinde yer alan bireylerin bir arada yaşamalarını mümkün kılan mekânsal yapılara kapanmak bireyin kendini güvende hissetmesine neden olmaktadır. Bu bağlamda kentler ve kentsel mekânlar, bireylerin korunma, kendini güvende hissetme ve ait olma isteklerinin tatmini

doğrultusunda farklı niteliklerde inşa edilen alanlar haline gelmektedir (Keyman, 2011: 32). Zukin'e (2000) göre, çağdaş kent kültüründe kamusal alandaki yabancılar ve şiddet korkusu, özel kolluk kuvvetlerinin gelişimini ve kapalı sitelerin ortaya çıkmasını sağlamıştır (Özdemir, 2012: 172).

Kamusal hayatın belirleyici ilkesi haline gelen toplumsal endişe ve güvensizliğe karşı alınan bütün önlemlere rağmen bireyler kendilerini güvende hissetmemekte ve güvensizlik kültürü oluşmaktadır. Bu noktada ise artan güvenlik endişesi ile son yıllarda muazzam büyüyen güvenlik endüstrisi arasındaki ilişki dikkat çekmektedir. Güvenlik alanı neoliberal proje olarak değerlendirilmekte ve sermaye birikiminin sağlandığı en yeni alanlardan biri olarak görülmektedir. Dolayısıyla güvensizlik paranoyasının nedeni daha güvensiz bir dünyada yaşıyor olmamız değil, güvenlik hizmetlerinin ve piyasasının kapitalist pazar ilişkilerine entegre oluyor olması olarak yorumlanabilir (Balta Paker, 2012: 122-123).

Güvenlikli sitelerin hızlı bir şekilde yayılışını besleyen bir diğer unsur, kent merkezini şeytansılaştıran; onu tehlikeli, yaşanılmaz ve düzeltilemez bir yer olarak temsil eden kuvvetli kent karşıtı söylem olmuştur. Sitelerin reklam broşürlerinde şehir merkezindeki gürültüden, trafikten, deprem riski gibi mal ve can güvenliğine yönelik tehditlerden bahseden aynı söylem gözlenmektedir (Perouse ve Danış, 2005: 100, Gönlgür, 2008: 75). Seçkinler, kentin sorunlarının çözülebileceğine olan inançlarını kaybettikleri için kendilerini kentin sorunlarından sembolik ve fiziksel olarak ayırmanın yollarını aramaya başlamış ve "savunulabilir mekânlar" fikri ortaya çıkmıştır (Ayata, 2003: 38; Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012: 191). Richard Sennett (1996) de bu durumu orta ve üst sınıfın şehrin keşmekeşi ve pisliğinden "arınmış topluluklar"da "arınmış hayatlar" yaşama arzuları olduğunu belirtmektedir (Danış, 2001: 155).

Blakely ve Synder (1997)'e göre Amerika örneğinden yola çıkarak konut çevresini kapatmanın zenginlik ve mülk değerini koruma amacına hizmet ettiği söylenebilir. Yoksulların ve yoksulluğun artışı, yoksul olmayanlar için güvenlik endişesi ve psikolojik yaralanma getirmektedir (Aytaç, 2013a: XII). Bir anlamda kentin cennetinde yaşayanlar, sahip oldukları lüks yaşam biçimini korumak için güvenlik harcamalarını artırmaktadırlar (Es, 2010: 106). Özellikle son yıllarda kapkaç olaylarının da artışıyla iyice pompalanan korku söylemi bu tür konut alanlarına olan ilginin sıcak tutulmasını sağlamaktadır (Perouse ve Danış, 2005: 119). Güvenlikli siteleri geliştiren firmalarda bu korku söylemi üzerinden pazarlama yapmaktadırlar. Kısacası, İtalo

Calvino'nun kentler için söylediği "*Kentleri rüyalar gibi arzular veya korkular kurar.*" (Taşçı, 2014: 30) sözünü günümüzde güvenli siteler için söylemek mümkündür.

#### **1.1.7.5. Geliştirici Firmaların Etkisi**

Güvenli sitelerin ortaya çıkış sürecinde en etkili aktörler, arazi seçen yerel yönetimlerle yakın ilişkiler geliştiren, tanıtım ve pazarlama için reklam stratejisi belirleyen yatırımcı ya da şehir planlama terminolojisiyle söyleyecek olursak geliştiren firmalar olmuştur. Geliştirici firma yetkilileri, güvenli sitelerin başlangıçta 'bir ihtiyaç piyasası iken şimdilerde bir yatırım piyasası haline geldiğini' belirtmektedir (Perouse ve Danış, 2005: 100-103).

Geliştirici firmalar, korumalı yerleşimleri tasarım aracılığıyla elde edilmiş güvenlik, prestijli yaşam ve topluluk yaşamını içeren bir yaşam tarzı talebini karşılamak amacıyla inşa etmektedirler. Bu firmalar yaşayanlar için hayal kurmakta ve korumalı yerleşimleri hayallerin gerçekleştiği mekânlar olarak ilan etmektedir (Akgün, 2012: 209-219).

Proje geliştiriciler bu kapalı sitelerin ya da markalı konut projelerinin, büyüyen hedef kitlesine beyaz yakalılar, orta kademe profesyoneller, memurlar, ücretli emekçiler gibi orta sınıfın daha geniş katmanlarını dâhil ederken, sıklıkla 'orta sınıfı kira ödemekten kurtarıp ev sahibi yapma' vurgusuna başvurmaktadır (Aydın, 2012: 100).

#### **1.1.8. Güvenli Sitelerin Ortaya Çıkardığı Sonuçlar**

Kent tasarımında yeni bir olgu olan güvenli sitelerin hem kentsel mekân hem de toplum açısından birçok önemli sonuçları vardır. Güvenli site yaşantısının kentsel mekânda ortaya çıkardığı sonuçları; mekânsal ayrışmanın sosyal ayrışmayı da beraberinde getirmesi, mekânsal kutuplaşmanın artması, kentsel kimliğin yok olarak yeni mekânsal kimlikler ve aidiyetlerin ortaya çıkması, kamusal mekânın dönüşümü ve konutun değişen anlamı olarak başlıklandırmak mümkündür.

##### **1.1.8.1. Mekânsal Ayrışmanın Beraberinde Sosyal Ayrışmayı Getirmesi**

Güvenli siteler kent mekânında yarattıkları mekânsal ayrışmayla kent mekânına yeni bir boyut kazandırmakta, böylece steril, ayrışık ve izole bir hayatı tetikleyerek sosyal ayrışmayı da beraberinde getirmektedir (Akyol Altun, 2010: 233; Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012: 205). Sosyal ayrışma, bu yerleşimlerde,



içeridekiler ve dışarıdakiler arasındaki çatışmayı körüklemekte ve “öteki” kavramının mekânsallaştırılması sonucu ortaya çıkmaktadır (Tanülkü, 2012: 128).

Dışarıya kıyasla toplumsal ve kültürel anlamda homojen olduğu iddia edilen siteler kendi içlerinde de eğitim seviyesi, yaşam tarzı ve beğenilerin inceliği gibi sosyo-kültürel araçlarla ayrışmaktadır. Böylece türdeşlik ve statü arayışıyla bu sitelere yönelenler kısa bir süre sonra yeni farklılaşma yolları aramaktadırlar (Perouse ve Danış, 2005: 115-121; Doğan, 2012: 158-159).

### **1.1.8.2. Mekânsal Kutuplaşmanın Oluşması**

Kent kaynaklarının kentli sınıflar arasında paylaşımında eşitsizliklerin ortaya çıkması, kent yoksulluğunun derinleşip yaygınlaşmasına ve varsılığın kutuplaşp ayrışmasına neden olmaktadır. Bu nedenle mekânsal kutuplaşmanın getirisi olarak sosyal kutuplaşma ve dışlama kentsel patolojilerin kaynağı olarak görülmektedir (Berköz, 2012: 174).

Kent dışına giden üst sınıflar, daimi bir teyakkuz haline geçerek zenginliklerini ellerinden alacak potansiyel tehdit olarak gördükleri yoksullara karşı cephe almakta (Gönlügür, 2008: 81), sanki dünyayla en ufak bir temasta yok olacaklarını hissettikleri bir kuvözde yaşamakta (Baudrillard, 1998: 246); alt sınıflar ise kentin çözüm bekleyen sorunlarıyla mücadele etmede tek başlarına bırakılmaktadırlar. Bu durum şehircilikteki eşitlik ilkesinin zedelenmesine yol açmaktadır. Şehir hayatı birlikte yaşamının deneyimlendiği bir yer olmaktan öte, adeta bir kamp halini alan yaşamlara sahne olmaktadır (Aytaç, 2013b: 90).

### **1.1.8.3. Kentsel Kimliğin Yok Olarak Yeni Mekânsal Kimlikler ve Aidiyetlerin Ortaya Çıkması**

Mekânsal farklılaşma yoluyla berraklaşan toplumsal ayrışma sürecinde, modern toplumun genel dayanaklarından olan vatandaşlık ve kentlilik, yerini mekânsal aidiyet biçimine bırakmaktadır. Ayrıcalık ancak diğerlerini dışarıda tutarak sürdürülebilmektedir. Bu durum her türlü mekânsal birimin bir kimliğe bürünmesine ve bu kimlik dışında kalanların da dışlanmasına ve “kimlikli mekânlar”ın ortaya çıkmasına neden olabilmektedir (Tümtaş, 2012: 125).

Toplumsal dışlamanın ve sınıflar arası ilişkisizliğin yaratacağı kültürel ayrışma, kente kimliğini veren ortak öğelerin yok olmasına ve kentin giderek kimliksizleşmesine

neden olmaktadır. Böylece kente duyulan aidiyet azalmakta, ortak sorumluluk, toplumsal sözleşme bağları dolayısıyla da yurttaşlık zayıflamaktadır.

#### **1.1.8.4. Kamusal Mekânın Dönüşümü**

Kentsel alanlarda herkesin kendi kabuğuna çekildiği ve korunaklı alanlar ürettiği güvenli siteler, kent mekânını tekinsiz, keşmekeş, tehditlerde dolu olarak tanımlayarak bir kent paranoyası üretmekte; ötekilere karşı oluşturulan sembolik anlamı yanında kent merkezine karşı alternatif kamusal alan yaratma gibi radikal bir dönüşüm içermektedir (Bayhan, 2012: 442-443; Geniş, 2012: 6).

Güvenli sitelerin temel özelliği olan duvarlar ve kapılar, kentteki yapılaşmış çevreyi en çok dönüştüren özelliktir. Sokakların, caddelerin sağında ve solunda duvarların yükselmesi, kent sakinlerinin mekân algılarını yitirmelerine ve sokaklarda yürürken kendilerini güvensiz ve ıssız mekânlarda hissetmelerine yol açabilmektedir (Akgün, 2012: 221).

Üst sınıfların kamusal alanlardan kaçarak, kentten ayrıştırılmış kapalı alanlar inşa etmesi, hayali bir kamusal alan yaratılması anlamına da gelmektedir. Kamusal alanlardan kaçış, bir yandan kente karşı umut ve inançtan vazgeçmeyi, öte yandan da sokaklardan ve kamusal alanlardan kendini tümüyle uzaklaştırma isteğini temsil etmektedir (Kuppinger, 2012: 16-18). Böylece kentteki çeşitlilik ve farklılıkların birlikteliğine sınırlar konulmakta, kent bu yapısal dönüşümün etkisiyle kozmopolitliğini yitirmektedir (Akgün, 2012: 221; Firidin Özgür, 2014: 103).

Bu yerleşimlerin kentin kamusal mekânına yaptığı bir diğer etki ise kentsel mekânın, kamusal açık alanlar olmaktan çıkıp, özelleşmesi ve zarar görmesidir (Özgençil Yıldırım, 2010: 61; Akyol Altun, 2010: 234). Bu alanlarda, kente ilişkin kamusal kaygısı bulunmamakta; genel bir kamusal alan fikri baştan reddedilmektedir (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 71). Sennett de, “Kamusal İnsanın Çöküşü” adlı kitabında kentsel yaşamın giderek renksizleştiğini ve nihayet kamusal alanın ortadan kaybolduğunu belirtmektedir (Sennett, 2010: 176).

#### **1.1.8.5. Konutun Değişen Anlamı**

Evin fonksiyonlarında radikal değişimlere yol açan bu siteler, bir üretim mekânı olarak hizmet gören evden, tüketim mekânı olarak yeniden düzenlenen eve geçişte önemli bir aşamayı nitelemektedir. Konut, artık basitçe barınma gibi bir işlevinden çok

daha ötede belirli bir kimlik ve statü aracı olarak görülmekte, tüketim kültürünün anlam kodlarını bünyesinde barındırmaktadır (Bayhan, 2012: 442).

Toplumsal statü göstergesine ve kimliğin inşasında bir farklılaşma aracına dönüşen konut (Gönlügür, 2008: 74-75), hazırlanan reklam kampanyalarında üst ve orta sınıfların benimsedikleri kültürel kodlarla bir meta olarak pazarlanmaktadır (Alver, 2010a: 121).

### **1.1.9. Mekânın Dönüşümü**

Mekânsal dönüşüm süreci, farklı etmenlere bağlı olarak, değişen hız ve nitelikte gerçekleşmektedir. Bu dinamikler arasında ekonomi politikaları, ulusal kalkınma stratejileri/politikaları, kentin hem ulusal hem de uluslararası düzlemde tarihsel olarak yüklendiği roller, sivil ya da kamusal aktörlerin farklı dönemlerdeki tercihleri bulunmaktadır. Farklı ölçeklerde ortaya çıkan bu dinamikler yerel dinamiklerle de harmanlanarak kentsel mekânı dönüştürmekte ve yeni makro-formu ortaya çıkarmaktadır (Savaş Yavuzçehre ve Şahin, 2012: 105; Yiğit, 2012: 359).

Kentsel mekânın birbiri ile ilişkili beş temel faktörün etkisiyle oluştuğu söylenebilir. Yerleşik hayata geçişle birlikte tarım faaliyetleri; ortaya çıkan artı ürünün el değişimi için oluşan pazar; savunma ihtiyacı; dinsel inanışlar ve son olarak ticaret, kent mekânının oluşumunda etkili olan faktörlerdir (Tümtaş, 2012: 30). Özellikle egemen üretim biçimi kentsel mekânı ve içerisindeki sosyal dokuyu önemli ölçüde şekillendirmektedir (Yiğit, 2012: 360; Tümtaş, 2012: 64). Sanayi devrimi ve kapitalizmin getirdiği yeni üretim biçimi kentlerin şekillenmesinde etkili olmuştur. Özellikle 1980'ler sonrası dönem, küreselleşme ve neoliberal ekonomi politikaları uygulamalarının tüm boyutlarıyla dünyadaki üretim ve emek örgütlenmelerine ve düzenleme mekanizmalarına damgasını vurduğu, dünyada coğrafi-mekânsal ölçeklerin ve hiyerarşilerin yeniden yapılandığı ve kentlerin bu yeni işbölümü ve ölçekler çerçevesinde şekillendiği yılları içermektedir (Türkün ve Kurtuluş, 2005: 10).

Mekânsal dönüşümlerdeki deterministik kabule göre mekânın dönüşümüyle toplumsal yapı değişmekte buna koşut olarak da birey bu değişimden etkilenmektedir (Türkün ve Kurtuluş, 2005: 12). Sanayinin, iletişim ve teknolojinin hızla geliştiği, servis sektörünün büyüdüğü günümüzde, kentler büyük bir değişime uğramış, geleneksel kent kavramı çözülmüş, hiyerarşik ve yoğun kent merkezlerinin yerini ayrılmış, çok merkezli ve az yoğunluklu yaşam alanlarının yer aldığı kentlere bırakmaya başlamıştır

(İçli, 2012: 75). Ülkemizde ise gerek 1950'lerden sonra yaşanan tarımsal dönüşüm, kapitalistleşme ve sanayileşme süreçleri açısından gerekse 1980 sonrasındaki küresel kapitalizme eklenme süreçleri açısından kentler, farklılıklar göstermektedir (Durakbaşı, 2010: 7).

### **1.1.9.1. Mekânın Dönüşümüne Etki Eden Faktörler**

Kentsel mekân birçok faktörün etkisiyle dönüşmekte, tek bir faktörün etkisinden söz etmek yanıltıcı olabilmektedir. Kentler, buldukları dönemin siyasal, ekonomik ve kültürel yapısındaki değişimlerden etkilenmekte ve bu değişimler kentsel mekânın biçimlenmesine dolaylı veya dolaysız olarak etki etmektedir (Karakurt Tosun, 2010a: 1). Öncelikli olarak egemen üretim biçimiyle şekillenen kentsel mekânın dönüşümüne etki eden faktörleri; modernizm, kapitalizm, küreselleşme, neoliberalizm, postmodernizm, tüketim kültürü, kentsel dönüşüm politikaları olarak sıralayabiliriz. Şimdi de bu faktörlerin kentsel mekânın dönüşümüne nasıl katkıda bulunduğunu incelemek mekânın dönüşümünü anlamamız açısından yararlı olacaktır.

#### **1.1.9.1.1. Modernizm**

18. yüzyılda Avrupa'da Sanayi Devrimi ile başlayarak sanayileşmeye koşut olarak ortaya çıkan, etkileri giderek yaygınlaşan, toplumsal organizasyon ve yaşam biçimi olarak modernliğin kentler üzerinde güçlü bir dönüştürücü etkisi vardır. Bir yandan, teknolojik-ekonomik; diğer yandan politik-ideolojik temele dayalı olarak toplumsal ve kültürel yapıyı şekillendirerek gerçekleşen sanayi devrimi sonrasında oluşan sanayi toplumu, aynı zamanda modern ve kentleşmiş bir toplumdur. Kentler, modernliğin, bilimin ve ilerlemenin kaleleri olarak ön plana çıkmaktadırlar (Kaypak, 2013: 80-81). Ayrıca kentler modernizmin bir üst anlatısı olarak kültürün oluştuğu alanlardır (Kesiriklioğlu, 2010: 19).

Harvey, modernizmin doğal meskeninin kentlerde olduğunu belirterek “kentlerin sanatı” olduğunu ifade etmektedir (Harvey, 2010: 39). Modern kentler ikili yapısıyla bir yanda uygarlıkların ürünü yapılar-kütüphaneler, tiyatrolar, yollar, köprüler-, diğer yanda ise yoksul barınakları, trafik kaosu ile kalabalıkların alanıdır. Modern bir kentte yaşamak; anomi, kalabalıklar içinde yalnızlık duygusu, belirsizlik, karmaşıklık ve tehdit duygusu algılamak, diğer taraftan da bir önceki ifadeyle çelişircesine kimliklerin ifade

edildiği, kişiliklerin geliştiği özgür bir ortamda yaşamak demektir (Aslanoğlu, 2000: 9-10).

Modernizmin somut uygulama alanı olarak da görebileceğimiz kentler, standartlaşma, düzenlilik, denetim, apartmanlaşma bağlamında kendi ruhuna uygun mekân kurgusu yaratmaktadır (Bayhan, 2012: 426; Palabıyık, 2012: 572). Modernizm, içinde barındırdığı fordist üretim tarzıyla üretimin standartlaşmamış emek yoğun parçalarının emeğin ucuz olduğu az gelişmiş bölgelerde gerçekleştirilmesini sağlarken; standartlaşmış ve daha çok kalifiye iş gücü gerektiren parçalarını merkezi bölgelerde yoğunlaştırarak mekânsal örgütlenmeler yapmaktadır. Bu tür mekânsal örgütlenmenin kentleşme literatürüne yansması ise Castells'in (1979) bağımlı kentleşme kavramlaştırmasıdır. Bu çerçevede gelişmiş ülke kenti ile azgelişmiş ülke kenti arasında bir bağımlılık ilişkisi tanımlanmaktadır (Aslanoğlu, 2000: 96).

Modernite, tüm mekânların ve giderek tüm dünyanın belirli bir zaman içinde modernleşeceği varsayımını kendi içinde barındırır. Bu doğrultuda mekânları zaman içinde modernleştiren araçlar ise kent planlarıdır. Kent planları kentsel mekânların modernleşmesine yön verme amacıyla yapılmaktadır. Kentsel planlama ile yapıların, yolların, parkların, kamu kuruluşlarının kısacası kentin tüm fiziksel öğelerinin düzenlenmesi ve sosyo-ekonomik gelişiminin sağlanması amaçlanmaktadır. Modernizmde hacim, boyut ve ışık ile anlamlandırılan mekân, kent ve toplum makineleştirilmiştir. Oluşturulmaya çalışan kent, sosyal statülerin belirlediği konut bölgelerine ayrılmış alanlar ve bunları birbirine bağlayan sokaklardan oluşmaktadır (Taşçı, 2014: 66).

Kent planlaması batıda 1850'ler sonrasında sanayi kentinin sorunlarının çözümü için geliştirilmiştir. Kent planlamasının gelişimi iki ayrı yoldan kaynaklanmaktadır. Bunlardan ilki, İngiltere'de çıkartılan sağlık yasalarıyla kentin planlanmaya çalışılması, ikincisi ise 1860'lı yıllarda III. Napolyon ve Haussman'ın Paris uygulamalarıdır (Aslanoğlu, 2000: 180). Modern kent yaratma girişimleri Türkiye'de 1920'lerden itibaren yeni başkent Ankara'da devlet eliyle etkin bir biçimde yapılmıştır. Daha sonra da ülkenin pek çok kentinde yansımalarını bularak kent planlamaları yapılmış ve modern kentin tipik özelliklerinden olan modern meydanlar açılmıştır (Türkün ve Kurtuluş, 2005: 12).

### 1.1.9.1.2. Kapitalizm

Kentler, her türlü üretim ve tüketim faaliyetlerinin yürütüldüğü temel mekân olmakla birlikte, kapitalist toplumlarda sanayinin yoğunlaştığı, artı-değerin üretildiği ve ticaretin en geniş şekilde hüküm sürdüğü rant alanları olması bakımından da önemlidir. Sanayi devrimi ile ortaya çıkan fabrikaların kentsel alanlara yığılmaya başlamasıyla kentler, büyük bir yapısal değişime uğramıştır. Kent ile kapitalizmin karşılıklı ilişkisinde kenti belirleyen kapitalizm iken, bugün kent, kapitalizmi belirleyen ve ona yön veren konuma yükselmiştir. Kapitalist kârın bir aracı olarak görülen kent, her defasında kârı maksimum kılacak farklı formlara girmektedir (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 49). Değişen üretim ilişkilerine paralel olarak bir yandan kentler sanayileşmeye uyum sağlarken, diğer yandan da kapitalizm yeni endüstriyel kentler doğurmuştur. Üretimin kırsal alandan kentlere kaymasıyla tüm mekânsal ve toplumsal koşullar yeniden örgütlenmiş, kapitalizm mekânın tamamını kendi dekoruymuş gibi yeniden yaratmıştır (Debord, 2012: 169).

İlk olarak İngiltere’de ortaya çıkan sanayi kentleri, metâ üretiminin yapıldığı, emek gücünün iskân edildiği ve üretilmiş metalar için pazar işlevi gören mekânlardır. Kapitalist üretim tarzının gereksinim duyduğu emek gücü ise kentlerde yoğunlaşan yeni bir toplumsal sınıfın yani işçi sınıfının doğmasına neden olmuştur. Kent, kapitalizmin yarattığı eşitsizlikler ve çelişkilerle diyalektik bir nitelik arz etmeye başlamıştır (Koç, 2010: 40-44). Engels, İngiltere kapitalizminin geliştiği dönemde betimlediği İngiliz kentlerini sefaletin ve yoksulluğun mekânları olarak görmekte ve çalışan sınıflar için adeta “cehennem” benzetmesi yapmaktadır (Pınarcıoğlu, Kanbak ve Şiriner, 2013: 75). Bu nedenle kentler kapitalist sistemin yarattığı eşitsizliklerin mekânsal yansıması olarak da görülebilir. Ekonomik işlevlerin farklılığına dayanan eşitsizlikler mekânsal ayrılmaya kaynaklık etmekte, bölgesel dengesizlikler, kentsel eşitsizlikler ve kentsel yoğunlaşma şeklinde gözlenmektedir (Tümtaş, 2012: 58; Aytaç, 2013a: XI). Kentler, kapitalizmin doğuşuna kaynaklık etmemiş olsa da, kapitalizmin mülksüzleştirdiği kitleleri çeken ve toplumsal eşitsizlikleri derinleştiren ve yeniden üreten mekânlar olmuşlardır (Gün, 2014: 486).

David Harvey, mekânı kapitalist üretim ilişkileriyle açıklamakta bu konuda zaman-mekân sıkışması terimini kullanmaktadır. Ona göre bu, kapitalizmin gelişimi içinde zamanın mekânı içine alarak tahrip etmesini ifade etmektedir. Harvey, özellikle kapitalizmin nasıl farklı tarihsel dönemlere ait farklı mekânsal sabitleyenleri

gerektirdiğinin üzerinde durur. Bununla, her kapitalist dönemde mekânın, üretimin büyümesini, emek-gücünün yeniden üretimini ve kârın azamiye çıkarılmasını kolaylaştıracak biçimde örgütlenmesini anlatmaktadır. Zaman ve mekânın yeniden örgütlenmesiyle, kapitalizm bunalım dönemlerini yenebilmekte ve yeni bir birikim döneminin temellerini kurabilmektedir (Harvey, 2010: 328-329).

Zaman-mekân sıkışması, üretimdeki hızlandırıcı iş miktarı zamanını; modanın değişiminin ve kısa ömürlülüğünün artan hızını; ürünlerin neredeyse her yerde bulunabilirlik oranının artmasını; ürünlerin; ilişkilerin ve sözleşmelerin artan geçiciliğini; kısa dönemliliğin artan önemini ve bir "bekleyiş kültürü"nü gerileyişini; toplumsal yaşam açısından reklamcılığın ve hızla değişen iletişim araçları imajlarının, sözde "promosyon kültürü" nün büyük önemini; yapıları ve fiziksel peyzajları kapsayan simülasyon tekniklerinin artan mevcudiyetini ve saniyenin milyonda bir düzeyinde bir hızla mekânı anında aşan yeni enformasyon ve iletişim teknolojilerinin olağanüstü çoğalmasını gerektirmektedir (Urry, 1999: 39-40).

Lefebvre, mekân ile iktidar ilişkisi üzerinde durmakta, burjuvazinin kent mekânını iyi bir şekilde kullandığını ve bunun da kapitalizmi ayakta tuttuğunu belirtmektedir. Lefebvre'ye göre, günümüzde metaların mekânda üretiminden çok mekânın kendisinin meta olarak üretimine geçilmiştir. Lefebvre, kent ile kapitalizm ilişkisini açıklamak için "sermaye dolaşımı" kavramını kullanmış ve bunu da "birincil sermaye dolaşımı" ve "ikincil sermaye dolaşımı" olarak ayırmıştır. Bu ayrıma göre; birincil sermaye dolaşımı, herhangi bir mal üretiminde olduğu gibi, sermaye, fabrika, işçi, tüccar ve tüketici zincirinden oluşan klasik döngüyü anlatmaktadır. İkincil sermaye dolaşımı ise, gayrimenkul yatırımlarından oluşmaktadır. Yani kapitalizm mekânı metalaştırarak, işlevsellik kazandırmaktadır (Lefebvre, 2014: 41; Koç, 2010: 45; Kurtuluş, 2013: 187).

Kapitalizmin bu yeni döneminde imalat sanayi, inşaat ve altyapı faaliyetlerine yönelik endüstrilerle yer değiştirmiştir. Sanayiden, kent kaynaklı modern kapitalist üretime olan bu dönüşüm Lefebvre'nin tanımlamalarında "kentsel devrim" olarak ifade edilmektedir (Lefebvre, 2013).

### **1.1.9.1.3. Küreselleşme**

Mekân ve zamanda farklılık yaratan karmaşık bir süreç olarak küreselleşme, küresel ve yerel arasındaki etkileşimi artırarak mekâna farklı boyutlar kazandırmıştır

(Küntay, 2001: 9). Küreselleşme, temelde uluslararası ticaretin serbestleşmesi ve neoliberal politikaların yaygınlaşmasını içeren, kapitalizmin ileri bir evresidir (Karakurt Tosun, 2010a: ix). Küreselleşme ilk olarak dünya çapında bağlantı-alışveriş-mal ve insan hareketliliğinin artışı, ikinci olarak da zihinsel ve kültürel süreçlerde ortaya çıkan hızlı değişim ve farklılaşma faktörleriyle açıklanmaktadır (Aslanoğlu, 2000: 161).

Küreselleşme sosyal, kültürel, ekonomik ve politik alanda dolayısıyla da kentlerin ve kentsel mekânların yapılanmasında önemli değişim ve dönüşümlere neden olmuş (Çelik, 2012: 10), iletişim ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, sermayenin hareketliliği ve mekânsal sınırların aşılmasıyla oluşan küreselleşme süreci, kentleri küresel güçlerin biçimlendirdiği mekânlar haline dönüştürmüştür (Yiğit, 2012: 348).

Ekonomik, kültürel, siyasal açılardan her kentin belirli yerel gelenekleri çerçevesinde küresel etkilerle yeniden şekillenmeleri nedeniyle, her bir kentin kendine özgü küresel-yerel etkileşimi olduğu görülmektedir (Keyman ve Koyuncu Lorasdağı, 2010: 26). Küreselleşme ile birlikte yerel özellikler, etnik topluluklar eş anlı olarak önem kazanarak yerelleşme vurgusu öne çıkmakta, bu süreçte bir yandan dünya küçülürken bir yandan da parçalanmakta ve farklılıkların altı çizilmektedir (Aslanoğlu, 2000: 128; Kaygalak, 2009: 59).

Küreselleşme söylemi yeni bir mekânsal oluşumu yönlendirmede ve meşrulaştırmaktadır. Söylem, bir küresel kent hiyerarşisi oluşturmuş ve kentler küresel ekonomide gösterdikleri performansa göre bu hiyerarşide yükselip düşebilecekleri bir “rekabet birimine” dönüştürülmüştür (Kaygalak, 2009: 58-59; Öktem, 2013: 104). Bu süreçte kentler arası mesafeler farklılaşmakta; bazı kentler gelişirken bazıları taşralaşmakta ve küresel süreçlerin dışında bırakılmaktadır (Aslanoğlu, 2000: 158; Kesiriklioğlu, 2010: 23).

Harvey (1989), küreselleşme sürecinde büyük kentlerdeki kullanım değeri yaratan mekânların, değişim değeri yaratan mekânlara dönüştüğünü belirtmektedir. Günümüzde kentler birbirleriyle rekabet içinde mevcut küresel sermayeyi kendilerine çekmek için gerekli teşvikleri ve fiziksel altyapıyı yaratmaya odaklanan aktörler haline gelmişlerdir (Ötkünç ve Coşkun, 2012: 86).

Küreselleşmiş ekonomide kentlerin rekabet edebilmesinin tek yolu, diğer kentler içinde rekabet avantajlarını koruyacak özel stratejiler geliştirebilmesidir. Bu yeniden yapılanma içinde sermaye akımının hızlandırılması ve uluslararası sermayeye cazip yatırım ortamlarının yaratılması gerekmektedir. Bu süreçte, kentsel alan temelli



ekonomik strateji üretimi, kentlerin fiziksel mekânının da bu oluşumları destekleyici tüketim mekânları ve küresel sermayenin iç dinamikleri ile şekillenmesiyle temellendirilmektedir. Böylece sermayenin akışkanlığı yeni kentsel tüketici beklentileri ile şekillenen gayrimenkul piyasasına yönelmektedir (Güzey, 2012: 65). Özellikle sermayenin üretime yatırım yerine kentsel topraklara yönelerek lüks konut inşasına önem vermesi bu açıdan değerlendirilebilir (Arıkanlı Özdemir, 2005: 214).

Küresel kentler, son dönemde artan derecede sergilere, festivallere, dünya çapında önemli aktivite ve organizasyonlara ev sahipliği yapmaktadır. Küresel kent söylemi, küresel kentlerin ortaya çıkışının arkasındaki temel dinamiğin ekonomik küreselleşme ve teknolojik gelişme olduğunu ileri sürmektedir. Kenti bir meta olarak algılayan (Öngel, 2014a: 22) küresel kentin, küreselleşmenin kazananı olarak ilan edilmesi, zenginliğin yoğunlaştığı mekânlar olduğunun ileri sürülmesi, bu kentlerin kültürün, ideolojinin, ekonominin ve politikanın merkezi olarak tanımlanması politikaların meşrulaştırılmasında kullanılan ideolojik söylemlerdir (Öktem, 2005: 32-39).

Küreselleşmenin neden olduğu sosyal ve mekânsal dönüşüm süreci yaşam biçimi ve alışkanlıklarda değişikliklere neden olmaktadır. Kentsel mekânda bir farklılaşma eğilimi gözlenmektedir. Gelişmenin yönü, kentin eski bölümlerindeki toplumsal bakımdan heterojen mahallelerden, yeni kurulmuş, daha homojen semtlere doğrudur. Kentin dönüşümünü biçimlendiren ise sermaye, mal, insan, bilgi ve göstergelerin ulus aşırı akışının yoğunlaşmasıdır (Keyder, 2000: 181-184; Ayata, 2003: 37; Berköz, 2012: 187).

Küresel ekonomiyle eklenilebilen, küresel ilişkileri avantaja dönüştürebilen toplumsal gruplar, kentler, bölgeler hızla zenginleşirken, diğer kesimler giderek yoksullaşmakta ve marjinalleşmektedir. Küreselleşme ile birlikte eşitsizlik, artan marjinalleşme, yoksulluk ve dışlanmışlık zengin-fakir tüm coğrafyaları kesen bir olgu haline gelmektedir (İçli, 2012: 76-77; Aytaç, 2013b: 68-69). Kentlerin küresel süreçlerden etkilenmesiyle oluşan bu sosyal kutuplaşma giderek kent mekânında bölünmeye dönüşmekte (Tümtaş, 2012: 49; Karakurt Tosun, 2010b: 163) ve kentler “dual” bir karaktere bürünmektedir (Yıldız ve Zümrüt, 2012: 397). Bu bölünme ise, “ikili yapıdaki kentler” ve “bölünmüş kentler” gibi tanımlamalarla betimlenmektedir (Öktem, 2013: 117).

#### 1.1.9.1.4. Neoliberalizm

Neoliberalizm, 1970'lerin ikinci yarısından itibaren kitlesel üretim endüstrilerinin düşen kârlılığına ve Keynes sosyal refah yapılarının krizine karşı gelişen stratejik bir siyasi tepki olarak önem kazanan (Theodore, Peck ve Brenner, 2012: 21) ve tüm dünyada hâkim olan bir ekonomik politik paradigmadır. Bu paradigma, en temelden, özel mülkiyet hakları, girişimcilik, serbest piyasa ve serbest ticaret ile hem toplumsal hem de bireysel refahın ve özgürlüğün artacağını varsaymaktadır. Neoliberalizm kamu malları ve hizmetlerin özelleştirilmesini, ticaret düzenlemelerinin gevşetilmesini, devletin sermaye ve emek kontrollerini azaltmasını ve yabancı yatırımlara yönelik her türlü engelin kaldırılmasını önermektedir. Neoliberalizm, daha önce piyasalaşmamış tüm alanlar (su, orman vb.) için piyasaların oluşması gerektiğini vurgulamaktadır (Kaygalak, 2009: 46; Geniş ve Çelik, 2012: 5).

Kapitalizmin yeni bir biçimi olarak görülen “yeni liberalizm” ya da “neoliberalizm” (Sipahi, 2012: 111), kapitalizmin yaşadığı krizden çıkmak için sermaye odaklı mekânda yapılanışı ifade etmektedir (Bozkulak, 2005: 241; Tümtaş, 2012: 2). Kentsel mekân diğer tüm alınıp satılabilen mallar gibi bir metâyâ dönüşmüş, Lefebvre'nin kavramsallaştırmasıyla kapitalizmle birlikte kentsel mekân ikincil sermaye döngüsünü oluşturmuş (Lefebvre, 2014: 81; Çetin, 2012: 162), dünyanın her bölgesinin “küresel fabrika”ya dönüştürülmesi hedeflenmiştir (Durakbaşı, 2010: 21).

Neoliberalizmin neden olduğu sosyal devlet uygulamalarının azaltılması, işsizlik oranının artması, çalışanların örgütlülüklerinin zayıflatılması ve ücretlerinin düşürülmesi kentlerdeki gelir dağılımı adaletsizliğini artırmış, düşük gelirlilerin yoksulluğunu derinleştirip, orta sınıfın büyük bir bölümü açısından da ciddi bir yoksullaşmaya neden olmuş (Kaygalak, 2009: 30, Bayat, 2014: 29) ve toplumsal piramidin üst katmanlarının da gelirlerini daha da artırmalarını sağlamıştır (Bali, 2011: 21). Bu durum toplumun sınıfsal yapısında, alt sınıfların niceliksel olarak artması, orta sınıfın açılması, yeni bir orta sınıfın oluşması gibi değişiklikler meydana getirmiştir. Ötekileştirme, dışlama ve toplumsal ayrışma mekânda belirginleşerek farklı toplumsal sınıfların mekânsal, toplumsal ve kültürel temaslarını en aza indiren mekânsal ayrışmaların belirginleştiği ve eşitsizliklerin gözlemlendiği kentler oluşmuştur (Keyder, 2000: 190; Doğuç, 2005: 79).

Lazzarato, neoliberalizmin yeni bir toplum tipi ve dolayısıyla da yeni bir insan figürü ortaya çıkardığını belirtmektedir. Bu insan ise borçlandırılmış bir insan

figürüdür. Neoliberal ekonomi politikalarının temeli olarak borç, çağdaş ekonominin öznel ve itici gücünü oluşturmaktadır. Bu bağlamda alacaklılar ve borçlular arasındaki eşitsiz güç ilişkileri, sınıf farklılıklarını ve eşitsizliklerini belirginleştirmektedir (Lazzarato, 2014: 8-25).

Neoliberal yeniden yapılanma süreci, kentsel nüfusun yaşam koşullarını değiştirirken aynı zamanda, kentlerde tek ve homojen bir kültürün oluşması ve sürdürülmesi için gerekli koşulların bulunmadığını ileri süren postmodern mimari, kent planlaması ve kültür anlayışının gelişmeye başlamasını da beraberinde getirmiştir (Kaygalak, 2009: 47).

Kentsel mekânlar birbirini takip eden neoliberalleşme dalgalarıyla son otuz yıldır neoliberalizmin yeniden üretiminde, dönüşümünde ve süregiden yeniden yapılandırılmasında artan oranda merkezi bir yer işgal ederek stratejik öneme sahip roller oynamışlardır (Theodore, Peck ve Brenner, 2012: 30-33). Bu bakış açısıyla belediyeler, kent alanlarını yatırıma açarken kendilerine kaynak sağlama arayışının ötesinde, kentsel yenilenmenin ve gelişmenin ancak, mekâna büyük para, yeni fonksiyonlar ve yeni kullanıcılar çekmek suretiyle gerçekleşeceğine inanarak hareket etmektedir (Savaş Yavuzçehre ve Şahin, 2012: 104). Bu süreçte kent toprağı üzerinde sermaye birikimi yaratılmakta, iş ve alışveriş merkezleri, büyük oteller, merkezleri kapsayan kentsel dönüşüm projeleri uygulamaya konulmaktadır (İçli, 2012: 75).

#### **1.1.9.1.5. Tüketim Kültürü**

Dünyada 1970'lerin ikinci yarısından başlayarak yaşanan ekonomik bunalıma çözüm arayışları beraberinde yeni teknolojilerin ortaya çıkışını, üretimin yeni biçimlerde örgütlenmesini, üretim sürecinin ayrışmasını ve tüketici gruplarının farklılaşmasını getirmekte (Aslanoğlu, 2000: 90), bu yapısal dönüşümlerle yeni bir toplum tipi oluşmakta ve önceki dönemlerden farklı insan tipolojileri türemektedir. Buradaki insan tipi, gelecek için tasarruf yapmaktan çok tüketen, çalışmaktansa boş zamanın keyfini çıkaran ve kimliklerinin çalışmaktan daha çok tüketimden türevlendiği "hedonist" tiplerdir (Keat vd., 1994'ten akt; Urry, 1999: 287).

Siyasal ve ideolojik olarak kentsel mekânların şekillenmesinde ekonominin belirleyici rol oynadığını belirten Castells, günümüzde kentlerin bir üretim merkezi olmaktan çıktığını, temel işlevinin tüketim olduğunu belirtmektedir. Ona göre, kent sorunu, toplumsal grupların günlük yaşamının temelinde yer alan konut, eğitim, sağlık,

kültür, ticaret, ulaşım gibi ortak tüketim araçlarının örgütlenmesiyle ilişkilidir (Castells, 1997: 14).

Eraydın, kent mekânını tarımsal birikimden üretken sektörler ve sanayiye aktarıldığı bir sermaye birikiminin dönüşüm alanı olarak görmektedir. Kentler, değişen tüketim normları ve sanayi sermayesi ile belirli bir çerçevede birliktelik ve birikimin hızlanmasını sağlamıştır (Eraydın, 1988: 135-136). Günümüzde kitlesel tüketimin merkezleri konumuna gelen kentler, tüketim amaçlı yeniden üretilen alanlar haline dönüşmüştür (Yiğit, 2012: 352). Kentler, bir yandan kendi özgün değerlerini “marka kent” olmak için pazarlayarak küresel pazarın bir nesnesi haline gelirken, bir yandan da kentte yaşayanlar tüketim kültürünün birer nesnesi haline gelmektedirler (Karakurt Tosun, 2010a: ix).

Farklılık ve yenilik söylemleri üzerinden tüketimle dönüştürülen kentsel mekânlar, etkisini iki şekilde göstermektedir. İlki, kentsel mekânların kişisel zevklere ve tercihlere hitap eden bir mimari ve kentsel tasarım anlayışıyla yeniden yapılandırılması, reklamcılık ve pazarlama stratejileriyle mekânın ticarileştirilmesi ve farklı gelir gruplarına hitap eden yaşam alanı, konut, eğlence ve iş mekânlarının inşa edilmesidir. İkincisi ise farklı sınıflara hitap eden konut ve yaşam alanlarının inşa edilmesiyle mekânsal düzlemdeki ayrışmaların sınıfsal ayrışmalara yol açmasıdır (Meder ve Çiçek, 2012: 290). Bu bağlamda ortaya çıkan mekânsal ayrışmaların yeni bir kültür ve mekân anlayışı yarattığı aşikârdır (Akgün, 2012: 208).

Tasarım ve görsellik öğesinin ön plana çıktığı kentsel mekânlar, kentlerin rekabete dayalı bir piyasa mekanizması tarafından biçimlendirildiğini göstermektedir. Bu pazar mekanizması ise, Harvey’in vurguladığı gibi, bölgesel geleneklere, yerel tarihçilere, tikel istek, ihtiyaç ve fantezilere duyarlı olmayı amaçlamakta ve müşterinin zevkine göre biçimlenmiş mimari biçimler yaratmayı hedeflemektedir (Harvey, 2010: 84). Yaşam biçimleri insanların istek ve ihtiyaçları doğrultusunda dönüştürülebilmekte (Erman, 2012: 48), değerler ve yaşam biçimi üzerinden mekânsal ayrışma yaşanmaktadır (Es, 2010: 91). Bu dönüşümü sağlayan temel dinamik ise tüketim kültürü mekanizmasıdır.

#### **1.1.9.1.6. Kentsel Dönüşüm Politikaları**

Kentsel dönüşüm politikaları, belirli bir kentsel alanın doğal, tarihsel ve toplumsal yapısını sarsmayacak bir yenilenme ve restorasyonu içeren yeni bir mekânın

inşa edilmesi (Koçak ve Tolanlar, 2008: 404) ve küresel kentler sistemi içerisinde yeniden tanımlanan kentlerin fiziksel mekânda yeniden yapılandırılmasının bir gerekliliği olarak tanımlanmaktadır. Mekânın küresel sermayeye çekici kılınmasında etkin rolü ile kentsel dönüşüm, küresel ölçekte kentsel hiyerarşiyi belirleyen önemli bir müdahale biçimi olmakta; ekonomik gelişmenin başlıca belirleyici gücü olmaktadır (Güzey, 2012: 65-66).

Torlak'a göre egemenler, özellikle kent mekânlarını sürekli yeniden "yaratıcı yıkıma" maruz bırakmalarına yol açan bir rantiyer yasaya tabidir. Değeri yükselen parselleri ve kentsel mekânları yeniden düzenleyerek, merkezi kent mekânlarını daha fazla tüketebilenlerin kullanımına açabilmek için yoksulları kentin dışına sürmektedirler (Torlak, 2014: 11).

Kentsel dönüşüm süreci, bir yanda planlanmış mekânın gerçekten yaratılmasıyla, öte yanda var olan alanların geçerli yasalar ve belediye denetimi aracılığıyla düzenlenmesi ve değiştirilmesiyle ilgilidir (King, 2012: 204; Aslan, 2014: 52). Pahl'a göre kentteki aktörler, yapıyı çevreden daha önemli bir konuma sahiptir. Kentsel kaynakları dağıtan birinci aktörler yani kent yöneticileri, kentsel eşitsizlikleri etkileyen temel faktördür (Pınarcıoğlu, Kanbak ve Şiriner, 2013: 95). İktidar, kentte nasıl bir hayat tarzı ortaya koyacağını belirleyerek kentsel dönüşümü gerçekleştirmekte; dolayısıyla da kent, iktidara ayna tutma hizmetini görmektedir (Alver, 2012: 11).

Kentsel ayrışmayı yaratan dinamikler büyük ölçekli ekonomik ve siyasal politikalar olabileceği gibi genelde kent arazisi üzerine rekabet eden büyük sermaye sahipleri, yerel yönetimler ve bizzat devlet organları gibi kurumlar olabilmektedir (Çetin, 2012: 183). Ancak yerel yönetimler açısından kentsel dönüşüm uygulamalarının olabilmesi için, "siyasi strateji" olarak bir yasal çerçevenin oluşturulması gerekmektedir (Koca, 2014: 42). Bu kapsamda 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 69. maddesi şöyledir:

"Belediye; düzenli kentleşmeyi sağlamak, beldenin konut, sanayi ve ticaret alanı ihtiyacını karşılamak amacıyla belediye ve mücavir alan sınırları içinde, özel kanunlarına göre korunması gerekli yerler ile tarım arazileri hariç imarlı ve alt yapı arsalar üretmek, konut, toplu konut yapmak, satmak, kiralamak ve bu amaçlarla arazi satın almak, kamulaştırma yapmak, bu arsaları trampa etmek, bu konuda ilgili diğer

kamu kurum ve kuruluşları ve bankalarla işbirliği yapmak ve gerektiğinde onlarla ortak projeler gerçekleştirmek yetkisine sahiptir.”<sup>4</sup>

Yerel yönetimlerin en önemli müttefikinin gayrimenkul geliştirmecilerinin olduğu söylenebilir. Belediye bütçesi genellikle emlak vergilerinden sağlandığı için, emlak fiyatlarının artması belediye için daha fazla gelir demektir. Gayrimenkul geliştirmeciler bir mahallede arsa satın aldıklarında belediye, mahallenin geri kalanındaki arsanın tahmini değerini yükseltmektedir. Bu nedenle mahallelerin oluşması, belediyeler ile gayrimenkul geliştirmecilerin bilinçli eylemlerinin sonucu olarak ortaya çıkan bir piyasa sürecidir (prole.info, 2013: 75-76).

Gecekondu alanlarının yüksek gelir/statü alanlarına dönüştürülmesi temelinde neoliberal kent politikalarının uygulama aracı olarak ortaya çıkan kentsel dönüşüm projeleri (Güzey, 2012: 64), kent dokularını zamanla ranta dönüştürerek, kent içinde bölünmüş, tahsis edilmiş, girişleri yasaklanmış mekânların oluşmasına, toplumsal, ekonomik, siyasal eşitsizliklerin üretilmesine, toplumsal sınıflar arasındaki sosyal ve fiziksel mesafenin artmasına yol açmıştır (İçli, 2012: 76-87). Lefebvre'nin, planlamayı “iktidarın soyut mekânını üreterek” kapitalist devletin varlığını güvence altına alan işlevleri nedeniyle eleştirmesi bu bağlamda değerlendirilebilir (Lefebvre, 2014: 81; Kurtuluş, 2013: 186).

Kent merkezine yakın değerli arazilerin bu şekilde kamulaştırılarak yeni bir şehir planlamasıyla orta ve üst sınıflar ile şirketlere tahsis edilmesi ve böylece mekân üzerinden rant elde edilmesi süreci, sadece Türkiye’de değil, Chicago, Londra, New York gibi büyük metropollerde uygulamalarına rastlanan küresel bir durumdur. Son zamanlarda Türkiye’de de “*mutenalaştırma*” gibi politikalar adı altında büyük inşaat şirketleri, yerel yönetimler ve devlet organlarının işbirliği sonucunda bu tür bir sürecin yaşandığı görülmektedir (Çetin, 2012: 183).

#### **1.1.9.1.7. Postmodernizm**

Postmodernizm, modernizmden tam bir kopuşu değil, onun iç dinamiklerinden filizlenen gelişmeler doğrultusunda ortaya çıkan (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 55), modernizmin ilerlemeci, kalkınmacı yaklaşımlarının insanları baskı altında tuttuğu savıyla evrensel ve genel bütün söylemlere karşı çıkıldığı (Kaygalak, 2011: 6; Kaypak, 2013: 86), çoğulculuğun ve parçalanmanın kabul edildiği, farklılıkların vurgulandığı bir

<sup>4</sup> <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5393.html> adresinden 06.05.2015 tarihinde erişildi.

durumu ifade etmektedir. Postmodern teoriler içinde kentler farklılığın ve çeşitliliğinin mekânı olarak değerlendirilmektedir (Aslanoğlu, 2000: 10-11; Karakurt Tosun, 2010b: 159). Postmodernizm kentsel bağlamda, kendine özgü bir kent planlaması, geniş ölçekli gelişme, teknolojik açıdan rasyonel, işlevsel açıdan uluslararası bir tasarımı gerekli gören, yerel tarih ve eklettik bir stille birlikte ele alınması gereken, herhangi bir bütünlüğü olmayan ve birbirinden kopuk parçaların bir kolajı olan mekânsal tasarımları ifade etmektedir (Aslanoğlu, 2000: 202; Tümtaş, 2012: 51; Kepes, 2012: 180).

Postmodernizmin şehirleri mekân/zaman sınırlamalarının üstesinden gelmekte, bilginin, mesajların, hizmetlerin, sermayenin, imaj ve işgücünün ani ve hızlı hareketini desteklemektedir. Dijital, kitlesel ve bireysel iletişim ağlarının dünya üzerinde yaygınlaşması postmodern kentsel dünyayı ve dolayısıyla kentsel mekânı etkilemektedir (Taşçı, 2014: 160).

Kentin her türlü bütünlükten koparılmış ve parçalı olarak algılanmasını sağlayan postmodernizm, bir yanda engin yoksulluk denizleri bir yanda da ihtişamın sergilendiği mekânlarla farklılığın ve çeşitliliğinin mekânı olarak görülmektedir. Bütünleştirici modernist perspektife karşılık, postmodern bakış, kentin tek bir kültür etrafında birleştirilmesine de karşı çıkar. Kentte homojen bir kültürün yaratılmasında önemli rolleri olan kitle üretimi ve kitlesel tüketime yönelik düzenlemelerin, kentleri sıkıcı, tek düze ve kaba saba bir hale getirdiğini iddia eden postmodern düşünüş, kentin kültürel atmosferinin çoğulcu bir yapıda olması gerektiğini savunur. Böylece kimlik farklılaşmalarını, heterojenliği, parçalanmaları normalleştiren postmodern eleştiri, modern evrensellik ve eşitlik düşüncesinden güç alan toplumsal adalet kavramının etkisini yitirmesine de neden olmaktadır (Kaygalak, 2009: 52-54).

Postmodernizm, gündelik hayatın estetiğini yansıtan cazibesi yüksek ürünleriyle her defasında tüketim kültürüne vurgu yapmakta, ileri teknolojik imkânlarla dev bir gösteri alanı haline gelen kent ise, postmodern bireyi çoğu zaman sadece ‘seyirci’ olma durumuna indirgenmektedir (Batı, 2008: 8). Guy Debord’un “Gösteri Toplumu” adlı kitabında belirttiği gibi toplumlar bir gösteri toplumuna dönüşmekte kent mekânı da bu gösteri ve teşhircilikten payına düşeni alarak adeta sahte bir dünya kurulmakta (Debord, 2012: 35) ve kentler, kişisel zevkler doğrultusunda yeniden şekillenmektedir (Es, 2010: 89). Thrift (2002), postmodern kentlerin, “mekânsız kent”, “telekent”, “görünmez kent”, “akıllı kent”, “sanal kent”, “sergilenen kent” gibi isimlerle yeniden tanımlandığını belirtmektedir (Kaypak, 2013: 91).

Postmodernizm, zamansal koordinatların yerine genel anlamda mekânsal koordinatları koymakta (Güçlü, 2012: 269), ancak bu mekân, parçalanmışlığın, bölünmüşlüğün, çoğulculuğun, çeşitliliğin, imaj ve göstergelerin, yersiz-yurtsuzluğun ve gerçekliğini kaybetmiş bir mekân olmaktadır (Aslanoğlu, 2000: 107; Batı, 2008: 8; Bayhan, 2012: 435; Kaypak, 2013: 89). Kentin parçalanmış mekânları ötekileştirme riskini de taşımakta, farklı yaşam tarzları olan sosyal sınıflar toplumsal kimlikleri çerçevesinde mekânsal ayrışmalar gerçekleştirmektedirler (Tümtaş, 2012: 53). Bir tarafta gökdelenler ve lüks alışveriş merkezleri, diğer tarafta varoşlar, gettolar ya da ikinci sınıf mahalleler, postmodern kentin ayrılmaz bir parçası olarak kentte varlık bulmaktadır (Caner, 2010: 334).





## İKİNCİ BÖLÜM

### 2. TÜKETİM TOPLUMU VE TÜKETİM KÜLTÜRÜ

#### 2.1. Tüketim Kavramı

Tüketim, insanın tarihinde neredeyse üretim kadar eski bir faaliyet olsa da 20. yüzyıla kadar toplum analizlerinde göz ardı edilmiştir. Bunun en büyük nedenlerinden biri de gündelik hayatın son evresi, diğer bir deyişle sonrası olmaması fakat birçok önceli olması nedeniyle ona edilgin bir sıfat atfedilmesidir. Bunun dışında üretim, bölüşüm ve benzeri öncel süreçler teorisyenlere daha çekici gelmiştir (Akyol, 2012: 99).

Tüketim kavramının sosyologlar, toplum psikolojisi ile uğraşanlar ya da sosyal kuramcılardan çok ekonomistlerin, reklamcılarının ve pazar araştırmacılarının ilgi konusu olduğu düşünülebilir. Ancak toplumu bu kadar derinden etkileyen bir konunun sadece ekonomistlerle sınırlandırılması beklenemez. Özellikle sosyologlar tüketim toplumunun bir yaşam felsefesi haline gelmesiyle bu konuyla doğrudan muhatap olmuşlardır (Bocock, 2009: 11-15). Tüketim ilk bakışta daha çok ekonomik bir faaliyet olarak algılanmasına rağmen, tüketimin gerçekleşmesi sosyal ve kültürel süreçlerle birlikte olmaktadır (Akyol Altun, 2010: 223). Her ne kadar bu zamana kadar tüketim göz ardı edilen bir konu olsa da ilk dönem sosyologlar tüketimin önemine dair vurgular yapmışlardır. Örneğin, Marx'ın üretim bandı dışında tüketim olgusuna da açık kapı bıraktığı görülmekte, sermayenin daha sonraki gelişmesinde tüketim ve üretim ilişkisinin daha yakından incelenmesinin zorunlu olduğunu belirtmektedir (Akyol, 2012: 99).

Sombart, harcama ekonomisi olarak adlandırdığı bir ekonomik örgütlenmeden söz eder. Buna göre her türlü ekonomik etkinliğin başlangıç noktası insani ve doğal maddi gereksinimlerdir. Maddi tüketim ne kadar çok olursa o kadar çok üretmek gerekir. Kapitalizm ve burjuvazi öncesi her türlü ekonomi, harcamaya dayalı bir ekonomi yani tüketim ekonomisidir (Sombart, 2011: 22).

Tüketim, belli bir ihtiyacı tatmin etmek için bir ürün ya da hizmeti edinme, sahiplenme, kullanma ya da yok etme olarak tanımlanabilmektedir (Akçalı İçin, 2006: 98). Daha genel bir ifadeyle de tüketimin insan istek ve ihtiyaçlarının giderilmesi olduğunu söyleyebiliriz. Fizyolojik, biyolojik, sosyal ve kültürel pek çok bakımdan kendi kendine yeterli olamayan insanın oldukça çeşitli ve çok sayıda olan ihtiyaçlarının

giderilmesi ile ilgili faaliyetlerin tamamı tüketim olarak ifade edilebilir. Torlak, bu tanıma ilaveten, tüketimi “meşru bir ihtiyaç karşılığı olsun ya da olmasın, bunların giderilmesi için göze alınan maddi ve manevi değerlerin seferber edilmesi” şeklinde ifade etmektedir (Torlak, 2000: 17).

Raymond Williams, tüketme teriminin en erken tarihli kullanımlarından ‘tahrip etmek, harcamak, israf etmek, bitirmek’ anlamlarına işaret etmektedir (Yanıklar, 2006: 22; Odabaşı, 2006: 16). Douglas ve Isherwood, tüketimin rasyonel ekonomik kararlardan çok sosyal, geleneksel ve uygulamalara dayalı bir seçim, satın alma öncesi ve sonrasında ürün ve tüketicinin tabi olduğu deneyim ve kültürel bir olgu olduğunu kabul ederler (Bilginer, 2008: 24). Tüketim genellikle kişisel tercihler yapan bireyler tarafından gerçekleştirilen bir eylem olmasına rağmen özünde kolektiftir ve analizi için işaret değerini oluşturan kültürel imgelerin yanı sıra, ticaretin, sanayinin ve devlet politikasının makro projelerini de kavramayı gerektirir (Şimşek Çağlar, 2003: 296).

20. yüzyılın başlarından itibaren belirginleşmeye başlayan ve günümüze kadar uzanan dönemde tüketim “herhangi bir ürün ya da hizmetin seçilmesi, satın alınması, kullanılması, onarılması ve atılması” olarak tanımlanmaktadır (Yanıklar, 2006: 25). Tarihsel gelişimle birlikte tüketicinin nesneye yoğunlaştığı, tüketimin, artık farklı bir anlam kazandığı, sosyal ve kültürel simgeye dönüştüğü görülmektedir.

Tüketim yalnızca satın alma süreciyle kısıtlı olmayıp bir eşyanın arzulanmasını, onun için dolaşmayı, vitrinlere bakmayı, ürünlerin sergilenmesini ve elde edildikten sonra bakımını ve onarımını da içeren çok geniş kapsamlı ve karmaşık bir etkinliktir. Gelişen tüketim ekonomisinde mallar, sadece sayı ve çeşit olarak artmakla kalmamakta, aynı zamanda daha ince ve karmaşık hale gelmektedir (Ayata, 2003: 47-48).

Bauman’a göre, modernleşmenin itici gücü üretim olmakla birlikte, yeni dönemde tüketim öncelik kazanmıştır (Bauman, 2014: 92). Bu dönemin tüketime bakışı, hazcılığa odaklanan ve ihtiyaçlarla uyumluluk kriterini önemsemeyen bir anlayışı yansıtmaktadır. Yeni bakış açısına göre, tüketim simgeler ve imajlar içeren sosyo-kültürel bir süreçtir (Baudrillard, 2004: 83). Robins’e göre ise tüketim artık sanal ve simgesel olduğu için, hem gerçek dünyanın içinde olmaya hem de bu dünyanın acılarından uzaklaşmaya imkân vermekte ve bu yolla kişileri rahatlatmaktadır (Robins, 1999: 190).

Bourdieu, tüketim olgusunu sosyal sınıflar bağlamında ele almakta (Zorlu, 2006a: 215); tüketimi, toplumsal sınıfların kendi kültürel sermayelerini ve sosyal

ayrılara ilişkin hiyerarşik sistemdeki yerlerini gösterebilecekleri bir araç olarak tanımlamaktadır. Ona göre tüketim, biyolojik kökenli gereksinimlerin giderilmesinden çok, toplumsal grupları birbirinden ayırt etmek için kullanılan değer, gösterge ve sembollerdir (Yanıklar, 2006: 168-169).

Urry'e göre, bir tüketim sosyolojisinin olduğu söylenebilirse eğer, bu sosyoloji şimdiye kadar maddi nesnelere satın alımı, kullanımı ve simgesel anlamıyla ilgilenmiştir. Bu tür nesnelere sadece konutu değil; giysileri, otomobilleri, elektrikli eşya, mobilya ve benzerlerini de içermektedir. Tüketim sosyolojisinin maddi nesnelere kadar hizmetleri de ele alması gerekir (Urry, 1999: 177-178).

Baudrillard'a göre tüketim, sadece nesnelere ve eşyaları değil, hizmetlerin, fikirlerin ve görüngülerin de tüketimini içine almaktadır (Baudrillard, 2004: 240-247). Tüketim malları, taşıdıkları simgesel anlamlar vasıtasıyla kimliğe dair aidiyetler de taşır. Kültürel görüngülerde, imaj, işaret ve göstergelerde tüketimcilik baskın bir öğedir. Bu yüzden tüketim, artık reel bir ilişkiler spektrumu değil, büsbütün gösterge, sembolik temsil ve işaretlerin diline karşılık gelir (Aytaç, 2006b: 30).

Malların kullanım değerine ikincil ya da yapay bir kullanım değeri, gösterge ya da *sign* değeri eklenerek tüketim, ihtiyaca tabi bir olgu olmaktan uzaklaşarak (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 51), arzuların mantığına cevap vermektedir (Yanıklar, 2010: 31). Böylece tüketim ile arzular arasında bir bağlantı kurulmaktadır (Bocock, 2009: 13). Bachelard'ın "İnsan bir ihtiyaç varlığı olmayıp bir arzu varlığıdır" sözü de (Zorlu, 2006a: 111), insanların arzularının hayatlarını yönlendirmesine vurgu yapmaktadır.

Görüldüğü gibi tüketim, sadece pazardaki mübadele ile açıklanamayacak kadar geniş bir kavramdır. Tüketimin kimlik tanımlamasından tutun da statülerin toplumdaki konumlanmasına kadar hayatımızın her alanında etkili olduğunu söyleyebiliriz. Kısacası, tüketim sadece ekonomik değil aynı zamanda toplumsal, psikolojik ve kültürel bir olgudur.

## 2.2. Tüketim Toplumu ve Tüketim Kültürü

Günümüzde üretim anlayışlarında meydana gelen değişimler, tüketim kalıplarına yansımakta ve hayatın tüketimle anlam bulduğu toplumlar için "tüketim toplumu" kavramı kullanılmaktadır. Geleneksel tüketim kalıpları ve geleneksel tüketim anlayışı değişirken, her şeyi tüketen, tüketmekten zevk alan bireylerden oluşan bu yeni toplum tipinde geleneksel toplumun "üret ve biriktir" anlayışının yerini "tüket ve üstün

ol ve tükettiğini göster” şeklinde bir anlayış almaktadır. Aşırı bireyci ve hazcı bir toplum anlayışı ile uyuşan, tüketimle tatmin olan birey tipi ile uygun olan tüketim kalıpları toplumda egemen olmaya başlamıştır (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 57).

Küresel bir olgu olarak karşımıza çıkan tüketime endeksli bu yeni yaşam biçimi ve nesnelerin tümünü tüketime dönüştüren metalaştırma metaforu, aslında moderniteyle birlikte gündeme gelmiştir. Ancak, tüketimde yaşanan ve yaşanmakta olan bu deneyimler, modern bireyin toplumsal ve sınıfsal kimliğinin sınırlarını aşacak biçimde bir tüketim çılgınlığına dönüşmüş bulunmaktadır. Artık tüketim toplumunun bir üyesi olmak; Marx’ın çok daha önceleri belirttiği gibi, modern olmanın kaçınılmazlığını yaşamak, yani katı olan her şeyin eriyip havaya karıştığı bir evrenin parçası olmak anlamına gelmektedir (Duman, 2006: 19).

Tüketim toplumunda artan üretim karşısında tüketimi artırmanın yolları aranmakta ve sonuçta tüketimde artış görülmektedir. Üreticilerin ve reklamcılarının sahip olma üzerine kurdukları imajlar sosyal bir kimlik kaynağı olarak tüketimin meşrulaştırılmasını sağlamakta ve böylelikle önceden abartılı ve gereksiz görünen harcamalar gerekli bir bireysel ve sosyal fonksiyon kazanmaktadır (Balta Paker, 2008: 105).

Tüketim, artık insanların kim oldukları, kim olmak istedikleriyle ilgili duyarlıklarını ve bu duyarlıklarını korumalarını sağlayan yöntemleri etkilemektedir. Kimlik duygusunun gelişimini çevreleyen olgularla çok iç içe geçmiş bir durumdadır (Barışık, 2010: 3). Sıradan tüketim mallarına iliştilen romantik sevdâ, egzotizm, arzu, güzellik, doyum, paylaşım, bilimsel ilerleme ve iyi hayat imgeleri gündelik hayatın sıradanlığından sıkılan birey için yeni kimlik anlamları taşımakta ve alışveriş bireyi rahatlatan en vazgeçilmez faaliyetlerden biri haline gelmektedir (Featherstone, 2005: 39).

Tüketme fiiliyatı öncesinde bireyin hissettiği ihtiyaç, fiili doğuran bir öğedir. Fakat günümüzde işlevsel açıdan hissedilen bir ihtiyaç tüketim kararımızın bütününe hâkim değildir. İhtiyacın ötesinde yaratılmış olan yoksunluğun doğurduğu arzu, tüketim kararlarına etki eden faktörlerin başında gelmektedir (Akyol, 2012: 105). Tüketim faaliyetinin tekrarı ise, sahip olunan tüketim malının işlevselliğini kaybetmesinden ötürü değil, barındırdığı imajın eskimesinden kaynaklanmaktadır. Geleneksel kalabilmiş ya da yok olmuş kültürlerde, ihtiyaçların sınırsız ya da doyurulamaz olma olasılığı bile, sosyal ya da ahlaki bir hastalığa işaret ederken, tüketim kültüründe bireylerin sonsuz

ihtiyaçlara sahip olabileceği ilkesi, bu kültür içinde yaşayanlar tarafından olağan kabul edilmektedir (Yanıklar, 2010: 26-27).

Simmel'e göre; tktim bugün, bir yandan insanların imrenme, eşitlenme ve taklit duygularını kışkırtırken, diğer yandan da farklılaşma, bireyselleşme veya belli bir gruba bağlanma ve grupta kaynaşma, kendi grubuyla ötekiler arasında ayırım yapma eğilimini de gclendirmektedir. Tktilen nesnelere çeşitlenmesi, insanların bir önceki eskimeden bir sonrakine özendirilmesi, metropolleşen mekânlarda modanın hararetili değişimleri, tkticilerdeki hızlı değişimin bağlı bulunulan gruba karşı toplumsal bir görev gibi algılanması bunun göstergelerinden sayılabilir (Göka, 2001: 184-185).

Boş zaman etkinlikleri, bireyin en çok değiştirilebilir olduğunu gösterdiği alanlardır. Bireyler bu alanlarda piyasanın mantığına yenik düşerek yapay mutluluk elde etmekte, tktim nesnelere ve tktilen etkinliklere birinci kullanım değerlerinin dışında değerler yüklemektedirler. Baudrillard, günümüz toplum yapısını betimlerken sembolik değişim, simülasyon, simülatif gerçeklik kavramlarını kullanmış; insan eylemlerini belirleyen temel değişkenin değişim değer ve kullanım değerinden farklı olarak sembolik değişim değer olduğunu ifade etmiştir. Sembolik değişim, malların ya da hizmetlerin, göstergelere ya da işaretlere dayalı olarak tktiminin bir kimlik formasyonu olarak görünmesine vurgu yapmaktadır (Baudrillard, 2014: 18). Featherstone'ye göre hiçbir toplum tktim toplumu kadar imaj ve göstergelerle dolup taşmamıştır (Featherstone, 2005: 97).

Tktim toplumunda toplumsal yaşam için gerekli bir araç olan para, artık bir araç olmaktan çıkararak amaç haline dönüşmüş, bütün değerlerin tek ve vazgeçilmez ls haline gelmiştir (Odabaşı, 2006: 193). Para bir nevi eşitleyici işlevi görerek kültürde maddileşmeyi sağlamakta; her şeyin satılabilir ve satın alınabilir olduğu dşncesini yerleştirmektedir (Zorlu, 2008: 17).

Hemen hemen her reklam ve TV dizisi, maddi bir gücü sahibi olmakla her şeyi yapabilmeye muktedir olmak, beğerilmek ve sevilme arasındaki ilişkiyi üstü açık ya da kapalı olarak izleyicilere hissettirmektedir (Türkeş, 2005: 53). Böylelikle bu hayatın çok uzağında kalan toplumun büyük çoğunluğu ise o maddi gücü sahiplerinin hayatlarını izlemek zorunda bırakılmaktadır. Reklamlarda hem metanın tasarlanmış sembolik anlamı hem de o anlamın ifade etmeye yaradığı bütün ihtiyaçlar, değer ve istekler yelpazesi devreye girmektedir (Wernick, 1996: 63). Reklamlarda eksiklik vurgusu ön plana çıkarılmakta, gerçekte mutsuz bir ev kadını, mutsuz bir genç, mutsuz bir koca,

mutsuz bir çocuk yansıtılarak mutsuzluğa neden olan eksikliğe yönelik arzu yaratım sürecinde tüketiciye eksikliğini hatırlatacak ütopya sunulmaktadır. Reklamın gerçeğe ait vurgusunda öznenin eksikliği hatırlatılırken, ütopyaya geçildiğinde aslında sergilenen simgesel dizgenin eksikliğidir. Birey bu eksikliği içselleştirerek tüketim bandına yerleşmekte, eksiklikleri doğrultusunda kimlik satın alarak öznenin kendisi bir tüketim malı haline gelmektedir (Akyol, 2012: 107-108).

McLuhan'a göre, "başarı" mitosunu canlı tutan çeşitli reklamlar, yazılar ve programlar, gerçek hayatta yeterince para kazanamamış insanlara belirli malları kullanarak ve belirli bir yerden giyinerek vb. kişiliklerini değiştirebileceklerini telkin etmektedir (Oskay, 2010: 212). Berger'e göre reklamlar, reklamı yapılan nesnelere bireylere yaşatacağı zevki işleyerek bireyler üzerinde etki etmeye çalışmaktadır. Reklam, alıcıya satmaya çalıştığı ürünle ya da olanakla çekicilik kazanmış olan kendi imgesini yansıtır. Bu imgeyle alıcıda, kendisinin gelecekte olabileceği durumu özleten bir kıskançlık uyandırır. Bu sayede birey başkalarının duyduğu kıskançlığın verdiği zevkle mutlu olabilmektedir (Berger, 2012: 132). Bir anlamda reklamlar, insanların bilinçaltına saldırarak yeni eşyalarla insanları birbirini "kıskandırmaya" teşvik etmekte ve insanlar arasındaki hasetliği körüklemektedir (Frank, 2009: 192; Verel, 2013: XX).

Bauman'a göre, piyasalar reklamlar aracılığıyla mutluluk yaratan tüketimi, mağazalarda satışa sunulan nesnelere ve hizmetlerin tüketimiyle özdeşleştirmektedir. Piyasalar, mutluluk düşkünü, yaşamın büsbütün tatmin edilmesi görüşünden, bu yaşama ulaşmakta gerekli olduğuna inanılan zenginlik arayışına çevirerek, mutluluk arayışının asla bitmeyeceğini varsaymaktadırlar (Bauman, 2013: 20-21).

Tüketim toplumunda hayatın nasıl dönüşüp değiştiği tüketilen nesnelere bakılarak izlenebilmektedir. Giyim, kuşam, ev, ev eşyaları, eğlence mekânları, eğlence tarzları, otomobil gibi göstergeler; tüketim kalıpları hakkında önemli ipuçları vermektedir (Alver, 2010a: 112-113). Tüketici grupları da giderek cinsiyet, yaş, sınıf gibi demografik bölünmelerle değil, yaşam tarzı bölünmeleri ile ifade edilir hale gelmiştir. Yaşam tarzı, "bir kimsenin bedeni, giysileri, konuşması, boş zamanı kullanma şekli, yiyecek-içecek tercihleri, ev, otomobil, tatil seçimleri vb. gibi tüketicinin beğeni tarzlarının bireysel işaretleri" ile şekillenmektedir (Featherstone, 2005: 140). Yaşam tarzı, bireyleri diğerlerinden ayrıcalıklı kılan göstergeler bütünüdür (Zeybek, 2013: 21). Kişilerin kendi bireyselliklerini ve üslup anlayışlarını teşhir eden yaşam biçimleri bir yaşam projesi haline getirilmiştir (Featherstone, 2005: 146-147). "Yaşam tarzı grupları"

da diyebileceğimiz bu yeni grupların, kişinin bireyselliğini ve farklılığını ifade etmek için benzer tüketim tarzına sahip olanların birlikte oluşturdukları gruplar olduğunu söylemek mümkündür.

Toplumda sosyal sınıf kimliği, yaşam tarzı ve davranışlardaki farklılıklarla belirginleşmektedir (Wattanasuwan, 2003: 61). Kentleri, farklılaşan tüketim etkinliği çerçevesinde biçimlenen yaşam tarzlarının sahnelendiği alanlar olarak gören Chaney'e göre yaşam biçimleri, insanları birbirinden farklı kılan davranış biçimleridir. Yaşam biçimleri, kültürel yapılara bağlı olmakla birlikte, herbiri bir biçim, tavır ve gruba ait davranış kalıplarını ifade etmektedir (Chaney, 1999: 14-15).

Tarih boyunca bütün toplumlarda tüketim davranışlarının sosyal sınıfların ortaya çıkmasında ve yeniden üretilmesinde önemli bir işlevi olmuştur (Wattanasuwan, 2003: 61). Duesenberry'e göre toplumsal tabakalaşma bireylerin tüketim normları üzerinde etkilidir. Kişi tüketimini birlikte yaşadığı kişilerin tüketimine göre şekillendirir. Bu durumu da "gösteriş etkisi" olarak ifade eder. Ona göre, bireyler tüketimini toplumsal tabakalaşma, statü ve itibar kaygısıyla yapmaktadırlar (Zeybek, 2013: 50). Eric Fromm, tüketimin günümüz toplumunda en önemli sahip olma biçimi olduğunu belirtmekte, insanların daha çok tatmin olmak için tükettiğini ifade etmektedir. Ona göre bu sonu gelmeyen çarkta hep tatminsiz ve çırpınıp içerisinde kalan tüketiciler, kendilerini "*Ben sahip olduğum ve tükettiğim şeyler dışında bir hiçim*" formülüyle özdeşleştirmektedirler (Fromm, 1982: 54).

Bauman'a göre, tüketim toplumunda hiçbir zevk ve tüketim nesnesi bireyde kalıcılık duygusu oluşturmamaktadır. Ona göre, imrenilen ve hayali kurulan eşyalar bir kez elde edildikten sonra yeni ve daha gelişmiş olan modelleri tarafından gözden düşürülüp değersizleştirilmektedir. Bu şekilde hiçbir gereksinim ya da hiçbir arzu tatmin edilmemekte, geçicilik yaşamın varoluşsal anlamı haline gelmektedir (Bauman, 2014: 93-94).

Günümüz toplumunda sermayenin geri dönüş hızının iletişim, bilişim teknolojisindeki gelişmelerle artması Harvey'in tanımıyla zaman-mekân sıkışmasının önemli etkilerinden biridir. Bu durum postmodern düşünme-hissetme ve eylemde bulunmanın zeminini yaratmıştır. Bundan böyle mallar, ürünler, üretim teknikleri, emek süreçleri, fikirler, ideolojiler, değerler ve pratikler uçucu ve geçici bir vurguya sahip olmuştur. Aşırı tüketimle, sadece üretilmiş ürünler değil, değerler, yaşam biçimleri, ilişkiler, algılama ve değerlendirme biçimleri de kaldırılıp atılmaktadır. Değer

sistemlerinde geçicilik algısı ortaya çıkmıştır. Bunun nedeni değer yargılarının parçalanma ve yeniden üretiminin aynı anda yaşanmasıdır (Harvey, 2010: 317-320; Aslanoğlu, 2000: 113-114).

Postmodern tüketici, günlük mutluluk peşinde koşan, anında tatmin isteyen, gereksiniminin tatminini ertelemeyen ve gelecek için bugünü feda etmeyen, içerik yerine biçime daha çok ilgi duyabilen, hazzı yanı öne çıkan, kendisini tüketime hazır bir imge haline getiren kişidir (Zeybek, 2013: 111).

Arzulara dayalı düş kurmayla özdeşleşen tüketim toplumunda tüketimin giderek artan simgesel rolüyle birlikte hiçbir ihtiyaç yeterince karşılanmamalı, hiçbir arzu nihai olarak belirlenmemelidir (Öztürk, 2013: 177). Tüketim toplumu kültürünün özünde, öğrenme ve hatırlama değil de daha çok unutma yatmaktadır. İstemek ve beklemek birbirinden koparıldığında tüketicilerin tüketim kapasitesinin herhangi bir doğal ya da edinilmiş ihtiyacın koyduğu sınırların çok ötesine geçmesi sağlanabilir; bu noktada artık, arzu nesnelere fiziksel dayanıklılığına bakılmamaktadır. İhtiyaçlar ve ihtiyaçların giderilmesi arasındaki geleneksel ilişki tersine çevrilmiştir. Tatmin vaadi ve umudu, tatmin edileceği vaat edilen ihtiyaçtan önce gelir ve her zaman mevcut ihtiyaçtan daha yoğun ve çekici olmaktadır (Bauman, 2014: 94). Dolayısıyla herhangi bir tüketim nesnesinin, belli bir zaman geçtikten sonra çekiciliğini yitirmesi veya artık istek uyandırmamasının sistemin devamlılığı açısından hayati derecede önemli olduğunu söyleyebiliriz.

“Kullan-at” felsefesinin geçerli olduğu, geçiciliğin hâkim olduğu tüketim toplumunda, insanlar arası ilişkilerde, sevgi, anlayış, paylaşma ve bağlılık gibi değerlerden söz edilememekte; insanların nesnelere tükettiği gibi insani değerler de tüketilmektedir (Harvey, 2010: 319; Aydın, 2009: 118). Farklılaşan tüketim pratiklerinde, sosyal ilişkilerde ve bunlara bağlı olarak oluşan gruplaşmalarda, öncelikli değer başkalarıyla ilişki kurmak, sevmek, beğenilmek, saygı görmek, fark edilmek, kendini ifade etmek, başarılı olmak ve bunları sağlayacak maddi olanaklara sahip olmak gibi toplumsal kökenli değerlerdir. Tüketimin sembolik değerinin ön plana çıkarıldığı temsil biçimlerinde bireyin bu değerler önceliğinde hareket ettiği söylenebilir (Oskay, 2010: 180; Meder ve Çiçek, 2012: 322). Fakat bu ihtiyaçların tatmini ya da söz konusu değerlerin gerçekleşmesi sürecinde etkin olan tüketim kültürü mekanizmalarının güçlü yönlendiriciliğinin de önemli olduğu görülmektedir.



Erken kapitalizmin üretim bandı merkezinde gelişen tahakküm ilişkileri sonucunda gerçekleşen yabancılaşmayı, geç kapitalizmin tüketim bandında izlemek, kapitalizmin evrimini daha iyi anlamamızı sağlamaktadır (Akyol, 2012: 100). Bir başka deyişle “Üreticilerin proleterleşmesi”yle başlayan kapitalist sürecin “tüketicilerin proleterleşmesi”yle tamamlanma yoluna gidildiği görülmektedir (Öztürk, 2012: 625). Çünkü Batı’da sanayileşme ile başlayan ekonomik refah, kapitalizmin içine girdiği krizle kesintiye uğrayınca, meta üretimini artırmaya dayanan üretim odaklı toplum görüşü yerini bu artışın emiliminin de önemli olduğunu vurgulayan tüketim toplumuna bırakmıştır (Altuntuğ, 2010: 112).

Tüketim kültürü, sistemin devamlılığını korumak adına bireyin benliğini ve yaşam tarzını da şekillendirmek için müdahalelerde bulunur (Akyol Altun, 2010: 223). Kapitalist sistem metaların tüketimi için bunları "ihtiyaç" olarak sunma stratejisi güderek bireylerin, sunumu yapılan onca malın gerçekte, ihtiyaç olup olmadığını anlamakta güçlük çekmelerini sağlamaktadır. İktidar aygıtlarının gücü karşısında “birey bilinci” sürekli maniple edilerek, bireylerin "seçmeci ilgi" yetileri dumura uğratılmaktadır (Aytaç, 2006b: 34). Bu durumda birey, gerçekte kendisine dikte edilen seçimler arasında seçim yaparken kendisini bir düş dünyası içerisinde özgür hissetmektedir (Yanıklar, 2006: 89). Gerçekte ise bu, sahte bir özgürlüktür.

İlhan, yeni kapitalizmin, bireyleri topluma tüketim üzerinden eklemlediğini ve tüketimin onların gözetim/denetim altına alınmalarında etkin bir mekanizma olarak devreye sokulduğunu belirtmektedir. Bu nedenle, bireylerin davranışlarını haz ilkesine bağımlı kılma yönündeki doğal güdülerinin ve eğilimlerinin bastırılmasına, gözetim ve denetim altında tutulmalarına gerek yoktur, bu işlevi pazar üstlenmiştir. Bilgi teknolojisini özel tüketimin nesnesi haline getirmek suretiyle “gözetimli” toplum yerini “kendini gözetim altında tutan” topluma bırakmıştır. Bireyler kendi istekleriyle reklamcılığın itibarına teslim olmakta ve böylece “meşrulaştırma”yla ilgili inançlara gereksinim duymamaktadırlar. Davranışları, kuralların katılaştırılmasından çok ihtiyaçların çoğaltılması yoluyla idare edilebilir, kestirilebilir, dolayısıyla birer tehdit unsuru olmaktan çıkarılabilir (İlhan, 2007: 294-295).

Tüketim belli bir aşamadan sonra insanlarda bunalım ve buhran yaratmaktadır. Bunu Hoffer (1988: 73), “*Kesin İnançlılar*” adlı eserinde fazla imkânların da imkânların kıtlığı gibi insanlarda hayal kırıklıklarına neden olduğunu belirtmektedir.

Ona göre imkânlar arttıkça insanların tatminsizliği artmaktadır. Kitle hareketlerine yönelenlerin çoğu ise, önüne pek çok imkânlar serili insanlar arasından çıkmaktadır.

### **2.3. Tüketim- Toplumsal Statü ve Kimlik İlişkisi**

Tüketimin, modern toplumlarda kimlik ve statü belirlemede etkili olduğu ve katı statü sınıflandırmalarını kırdığı göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. Özellikle neoliberalizmin kültürel hegemonyasını sağlamaştırdığı günümüzde temel ihtiyaçların karşılanmasından çok, kişilerin toplum içindeki yerini, konumunu belirleyen bir gösterge niteliği taşıyan tüketim, kişinin toplum içindeki geçerli konuma tüketim yoluyla ulaşabileceği, tüketebildiklerinin bunun bir ölçüsü olduğu fikrini her geçen gün zihinlerimize kazımaktadır (Balta Paker, 2008: 105-106). Bu açıdan bakıldığında tüketimle anlam bulan ve kendini ifade eden bir toplumun daha iyi anlaşılabilmesi için tüketim-statü ve tüketim-kimlik ilişkilerini ayrı başlık altında incelemek yararlı olacaktır.

#### **2.3.1. Tüketim ve Toplumsal Statü İlişkisi**

Bryan Turner (1988), statünün ya belli bir yaşam tarzına ya formel eğitime ya da toplum içindeki belli meslekî konumlardan üreyen formel prestije dayandığını belirtmektedir. Statü bir adım sonrasında, aynı mahallelerde yaşama, aynı temel düzenleri paylaşım, servete ve kudrete ayrıcalıklı erişme konusundaki tekelden yararlanma; evlilik bağlantılarıyla oluşan toplumsal dayanışmayla ve belli adetleri ve statüye dair ortak anlayışı paylaşma yoluyla ifade edilir ve ayakta tutulur (Mağgönül, 2006: 76). Statü, kişinin sosyal durumunu belirleyen mevki, itibar ve sıralamadaki yeri olarak tanımlanabilir. Daha geniş bir tabirle kişinin dünyanın gözündeki değeri ve önemidir (Odabaşı, 2006: 153).

Statü, hayat tarzı, ‘habitus’ ve tüketim konularıyla doğrudan ilintili bir kavramdır. Kişi belirli bir hayat tarzına ve bu hayat tarzını ana çizgileriyle belirleyen ‘habitus’una göre belirli tüketim kalıpları içinde davranmakta ya da statüsünün belirlediği biçimde ‘habitus’una bağlı olarak belirli bir yaşam tarzını benimsemekte ve buna uygun olarak tüketmektedir. Bourdieu’nün ‘habitus’ dediği, çocuklukta öğrenilip daha sonraki hayatta uygulamaya sokulan bir sınıflandırma sistemidir. Bir kültürel özellikler ve kişisel kimlik çerçevesidir. Bir ‘habitus’, bizim yargı ve beğenilerimizin yaslandığı çerçeveyi sunan, yapılandırılmış yatkınlıklar kümesidir. Dolayısıyla her ne

kadar ‘çeşitli’ olsalar da tüketim pratikleri toplumsal olarak yapılandırılmışlardır (Mackay, 1997: 5; Mağgönül, 2006: 75-90).

Max Weber, kendi tabakalaşma kuramını ortaya atarken, doğrudan doğruya ekonomik belirleyiciler tarafından şekillendirilmeyen bir toplumsal güç kaynağına yani statünün varlığına işaret etmiştir. Ona göre statü, ekonomik belirleyicilerin tanımladığı sınıfsal aidiyetlerle doğrudan bağlantılı olmaksızın ortaya çıkan bir sosyal gösterge niteliği taşımaktaydı. Weber’e göre, geçimini aylık olarak aldığı maaşa borçlu olan bir memur, üretim araçlarına sahip bir burjuvadan daha fazla prestij ve toplumsal saygınlığa sahip olabilirdi (Wallace ve Wolf, 2012: 114-115).

Günümüzde tüketim, servet sahibi statüsüne ulaşmak için kullanılan bir araç (Balta Paker, 2008: 105; Yanıklar, 2006: 92) ve sosyal statü belirleyicisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim artık nesnelere değil, semboller ve göstergelerin tüketimidir. İnsanlar tüketim alışkanlıkları ile farklılaşma sağlamaya, hayranlık uyandırmaya ya da özendikleri bir gruba dâhil olmaya çalışmaktadırlar. Kapitalist ekonomide, tüketimin katalizörü olarak kullanılan en büyük silahlardan biri ise reklamlardır. Bireysel arzular ile ulaşılacak istenen statünün, bir malın tüketimi ile ulaşılacağını ima eden semboller ve göstergeleri kullanan reklamlar birleştiğinde, yararcı anlamdan çok uzak, bir kimlik arayışı, bir üst sınıfa/statüye dâhil olabilmek arzusu ile gerçekleştirilen tüketim eğilimleri ortaya çıkmaktadır (Aktuğ, 2007: 4).

Ünlü bir firmaya ait ürünlerin ancak toplumun üst kesimlerine ait kişiler tarafından kullanılabilmesi ve kullananların toplumun diğer bireyleri tarafından hemen fark edilebileceği belirtilerek, tüketimin alt sınıfa mensup insanların üst sınıf insanlarla özdeşleşebileceği bir form olduğu vurgulanmaktadır. Bu açıdan lüks ürünlerin sadece toplumun üst sınıflarında değil, toplumun alt sınıflarında da yaygın biçimde satın alınıp kullanılması bir kimlik oluşturma çabası olarak değerlendirilebilir (Zorlu, 2008: 11). Markalar herkesçe beğenilme ve toplumca onaylanma garantisizle beraber ürünlerini tüketicilere satarak herkesçe tanınan ve saygı duyulan bir sertifikayla mutluluk sağlamaktadır. Bu durum esas itibariyle gözettileri ya da göz diktikleri “toplumsal mevki”yi elde etme ve muhafaza etme meselesidir (Bauman, 2013: 22-24).

Odabaşı’na göre, içinde yer alınan sınıftan daha üst sınıfa ait olma isteği doğal bir güdüdür. Bu güdü de genellikle statü sembolleri durumundaki tüketim ürünleriyle tatmin edilmeye çalışılmaktadır. Kişiler aldıkları her ürün ya da markayla ait olmak istediği toplumsal sınıfı ve statüyü sergilemeye çalışmaktadırlar. Örneğin, mesleğinde

yükselen ve gelirlerinde artış olan bireylerin otomobillerini, yaşadıkları semtleri ya da eğlence anlayışlarını değiştirmeleri bu bağlamda anlaşılabilir. Böylece tüketiciler, ürünlere somut anlamları dışında öznel bir anlam ekleyerek tüketimlerini anlamlandırır (Odabaşı, 2006: 116).

David Ogilvy, ürünlerin fabrikalarda üretilmesine karşılık markaların zihinde üretildiğini belirtmektedir (Bruce ve Harvey, 2010: 21). Dolayısıyla insanlar alacağı arabadan tutun da kullandığı diş fırçasına kadar yaşamın hemen hemen tüm somut görünümünü, toplumsal sınıflar karşısındaki konumunu belirlemek için satın alma gücünü her defasında zorlayarak elde etmeye çalışmaktadır (Güzel ve Güzel, 2012: 390).

Bireyler üst konumlardaki toplumsal sınıf veya katmanların üyesi “imiş” gibi görünmek için o sınıfın yaşam biçimlerini, tüketim kalıplarını, ekonomik koşullarını riske atmak pahasına da olsa taklit etmektedirler (Yanıklar, 2006: 151). Bir anlamda tüketim, alt ve orta sınıf mensubu bireylerin sınıf atlama tutkularını motive etmektedir. Bu durumu lüks markalaşma uzmanlarından Fransız Michel Chevalier ve İsviçreli Gerald Mazzlovo şöyle ifade etmektedir: “*Bir logonun marka için simgesel bir işlev görüyor olması, tüketicinin ayrıcalıklı ve prestijli bir kulübe ait olması ya da üyeliği olması kavramını dile getirmemiz demektir*” (Zeybek, 2013: 76). Başka bir deyişle bireylerin üst sınıfa ait olma istekleri, markalı ürünlerin satış süreçlerinde önemli bir unsurdur.

Toplumsal statünün, sosyal kimlikle ilişkisi olduğundan hareketle tüketimin, bir grubu diğerinden ayırt etmede de etkili olduğu söylenebilir. Toplumsal gruplar kendi toplumsal durumlarını sınıflandırmaya ve düzenlemeye çalışırken kültür ürünlerinden faydalanmaktadır. Kültür ürünlerinin kullanımı, bazı insanlar arasında benzerlikler oluştururken bazıları arasında da ayrılık yaratmaktadır. Ayhan Aktar’a göre de tüketim, toplumdaki alt, üst ve orta tabakalar için bir statü göstergesidir. Üst tabakalar toplumsal yaşamın yeme/içme, dinlenme/eğlence, giyim/kuşam gibi alanlarında gösterişçi tüketim sayesinde kendilerini toplumun diğer kesimlerinden farklılaştırıp statülerini pekiştirirken, orta ve alt tabakalar da temel harcamalarından kısım aynı gösterişçi tüketim davranışlarını taklit ederek toplumsal statülerini yükseltme gayreti içine girerler (Aktar, 1998: 111).

Bourdieu’ye göre, “seçkin” nesnelere ya da pratiklerin kullanımında bir rekabet söz konusudur. İlk başta en yüksek ekonomik ve/veya kültürel sermayeye sahip

olanlarca ele geçirilen bu nesne ve pratikler, zamanla toplumsal uzamın aşığalarına doğru yayılarak popülerleşmektedir. Bu durumda ise seçkin grup, beğenilerinin müstesnalığını ortaya koymak adına yeni nesne veya pratiklere yönelmektedir. Boordieu bu durumu “damlama etkisi” tabiriyle kavramlaştırmaktadır (Weininger, 2014: 128).

Lamont, prestijli gruplar ve birlikteliklere üyeliğın para ve kudretin yanı sıra sosyo-ekonomik statü hakkında bilgi verdiğini belirtmektedir. Bu kimsenin belli bir gelir düzeyini yakaladığını, bu düzeye uygun yaşam tarzını benimsediğini ve ‘doğru kişiler’ tarafından kabul edildiğini gösterir (Lamont, 1992: 75; Mağğönül, 2006: 123). Statünün, göstergeler ve semboller üzerinden oluşturulduğu postmodern kültürde sosyal sınıflar da bu göstergelerin etrafında şekillenmektedir. Tüketiciler sosyal sınıflarını statü göstergelerine sahip olarak ve bu semboller üzerinden birbirleriyle iletişim kurarak oluşturmaktadırlar (Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012: 192).

Metaların duygusal boyutuna dikkat çeken Deborah Lupton (2002), tüketim metalarının “kimliğın maddi sembolleri” olduğunu belirtmiştir. Bu durum doğrudan eşya ile statü arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Her toplumsal tabakanın, her sınıfın ve mesleğın kendine göre eşyayı algılama biçimi vardır. “Üst sınıf üyesi” eşyayı hem değışen kültürel tercihlerinin hem de geleneksel toplumsal ilişkiler sistemi içinde olduğu gibi statünün simgesi olarak kullanır, daha çok da gösterir (Alver, 2010a: 69). Örneğın; klasik Osmanlı mahallesinde önceleri zengin ile yoksulun paylaştığı tek tip tüketim kalıpları, farklı sosyal katmanların ve statü gruplarının zevklerine göre çoğalmıştır. Üst sınıflar, modernleşme sürecinde bürokratlara ve diğeri sınıflara sosyal üstünlüklerinin göstergesi olarak İstanbul’a ithal edilen piyano ve Batı tarzı mobilyalar gibi estetik objeleri satın almak istemişlerdir (Durakbaşı ve Cindoğlu, 2003: 87). Gösterge işlevi taşıyan eşya hem aynı sınıfa ait kişiler arasında birlik ve dayanışma yaratır hem de onları diğeri lerinden ayırır. Tıpkı kültürel ürünler konusunda sahip olunan zevkin bir sınıf göstergesi olması gibi, eşyalar da sınıflar ve sınıf hiyerarşisi arasında fark yaratan bir araç işlevi görür (Şimşek Çağlar, 2003: 295).

Bourdieu’ye göre, kadınlar beğeni hiyerarşisinde ailelerinin düzey ve konumunu belirlemede temel bir rol üstlenmektedirler. Stil, sunum ve görüntü gibi özellikler orta sınıfın kimlik ve statüsünü belirlemede büyük önem taşımaktadır. Başkalarını etkileme yalnızca zenginlik ve servetle değıl, onlar kadar önemli olan bir tüketim biçimi ve tüketim estetiğine de bağılı olduğu ölçüde kadınlar statü yarışmasının kilit oyuncusu

olmaktadırlar. Kadın, kocası sayesinde “komşusunu çatlatacak kadar zengin bir gardroba sahip olmakla” bir nevi “kocasının başarısının vitrini” olmaktadır (Oskay, 2010: 110). Bir anlamda kadın, kendisi için neler yapabildiği ve yapabileceklerini göstermek yerine, bir başkasının onun için neler yaptığını ve yapabileceğini gösteren edilgen bir insana dönüşmüştür.

Sencer Ayata da sosyal sınıf farklılaşması sürecinde kadınların ikili rol oynadığını belirtmektedir. Kadınlar, zevkli ve iyi düzenlenmiş ev kurmak suretiyle, ailelerinin orta sınıf statüsünü kanıtlayarak kendilerinin ve ailelerini daha aşağıda gördükleri sosyal sınıflardan ayırmakta, ama aynı zamanda ailelerini orta sınıfın içinde belirli bir statü kategorisinde yer almasını da sağlamaktadırlar (Ayata, 2003: 50).

Genel olarak bakıldığında ailenin statüsünü iyileştirmek hep kadının sorumluluğu olmuştur. Alışveriş de bu statü kazanma etkinlikleri zincirinin yeni bir halkası olarak görülebilir. Kadınlar, aslında satın aldıklarıyla hanenin sosyal statüsünü koruyup yeniledikleri, hane için alışveriş yaptıkları halde, birey olarak alışveriş yapıyor gibi görünmektedirler. Bu açıdan alışverişin kadınsı bir etkinlik olmasının bir nedeni de kuşkusuz kadının ailede sosyal statünün pekiştirilmesini sağlayan görevler üstlenmesi ve bu görevler çerçevesinde de gerekli “tüketim”i yapmasıdır (Durakbaşa ve Cindoğlu, 2003: 91-95).

### **2.3.2. Tüketim ve Kimlik İlişkisi**

Kimlik, bireyin kendini tanıması, tanımlaması, sosyal alanda konumlandırması, diğerleriyle olan farklılıklarını ya da benzerliklerini ortaya koyabilmesi, buna uygun davranışlar geliştirebilmesi, kısaca kendini var etmesi ve buna kalıcılık kazandırması yönündeki farkındalığı olarak ifade edilmektedir. Bireyin kendisini, toplumu ve dünyayı anlamlandırması yönünde temel bir şablon sunan kültür, kimlik formasyonu sürecinde belirleyicidir. Dolayısıyla, kimlik, yaşanan sosyo-kültürel yapıdan bağımsız değildir ve sosyalleşme sürecinde bu yapıya içkin değerlerle inşa edilmektedir. Böylece kimlik, bireysel ve kolektif boyutlarıyla, belli bir zaman-mekân düzleminde, farklı yapı ve dinamiklerle ilişki içerisinde biçimlenen ve değişen yapı olarak tanımlanabilir (Meder ve Çiçek, 2012: 312).

Tüketim malları, tüketim kalıpları içindeki sembollerin kullanımı aracılığıyla insanların kimlik duygularını oluşturdukları bir yöntemin parçalarıdır. Satın alınanlar yalnızca basit, doğrudan, faydacı bir kullanımı olan maddi bir nesne değil, bir anlam

iletken, o sırada tüketicinin kim olmayı amaçladığını sergilemek amacıyla kullanacağı nesnelere. Sembolik anlamlar modern tüketicinin giysilerini, otomobillerini ve ev eşyalarını satın alırken, sanatsal etkinliklerden tutun da mekânsal pratiklere kadar yaşam biçimlerini etkiler (Ayata, 2003: 38; Odabaşı, 2004: 89; Mağgönül, 2006: 106; Boccock, 2009: 59). Görüldüğü gibi yaşam biçimi, gündelik yaşamda sadece bir yaşam tarzına değil aynı zamanda kimliğe ilişkin göndermeler de yapmaktadır. Yaşam tarzı kavramı gerek kimlik gerekse de tüketim kavramlarıyla iç içe geçmiştir. Bireysel zevkler gösterildikçe, tekrarlandıkça, tüketim biçimi haline geldikçe ve bunların tümü kişiye dair bir şeyler söyledikçe “yaşam tarzı” kavramını kullanmak yerinde bir tercih olmaktadır (Mağgönül, 2006: 85; Sabah Kıyan, 2013: 58).

Kişiler yeni mallar, ürünler temin ederek ya da tüketerek, kendilerini bu ürünlerin içine yerleşmiş olan anlamlar ile birleştirmektedir. Bu sebeple, bu bahsedilmiş anlamlar, bireyin “kendi” algısının bir parçası olurlar. Kişiler, hem sosyal hem de kişisel olarak modern kimliklerinin önemli bir parçasını tükettikleri ürünlerle oluşturmaktadır. Bu anlayışın doğal bir sonucu olarak da; kişi giyinmek, kullanmak ya da çevresini düzenlemek için seçtiği ürünleri değiştirerek, kim olduğunu değiştirebilmektedir (Aktuğ, 2007: 91). Benzer şekilde Spencer C. Benneth (1970) de reel dünyada istediği düzeyde toplumsal statü ve kimlik edinme olanağı bulamayan çağdaş insanın bu gereksinimini reel yaşamın kenarındaki düşselleştirilmiş yaşam alanlarında bulmaya çalıştığını belirtmektedir. Bu amaçla tüketimini artırmakta; aldığı giysilere, eşyalara, otomobillere vb., bunların aynı anda binlercesi üretilmiş seri imalat ürünü olduklarını unutarak, sadece kendisine aitmiş gibi davranmaktadır (Oskay, 2010: 186-187). Bir bakıma sahip olunanlar kişiyi tanımlamakta, nesnelere de insanlar hakkında fikir yürütme sistemine dönüşmektedir (Baudrillard, 2004: 239). Bu bağlamda tüketim alışkanlıklarının insanların kendilerini tanımlama projeleri olduğunu söyleyebiliriz (Şimşek Çağlar, 2003: 295). Tüketiciler satın alma ve sahip olma pratikleriyle hem kendi kimliklerini oluşturmakta hem de diğer tüketicilerin kimliklerini değerlendirmektedir. Dolayısıyla istenilen bir ideale erişmek ve kendini gerçekleştirmek üzere tüketim, “ideal benlik” kavramı ile ilişkilendirilmektedir (Boccock, 2009: 74; Sabah Kıyan, 2013: 57).

Satın alınmış eşyalardan oluşan bir kimliğin cazibesi, harcanan paranın miktarına göre artmaktadır. Bu durum kişinin kendi benliğinden kurtularak ısmarlama bir benlik edinme isteğidir. Vaktiyle “yaşamın bütününe dair bir proje olan kimlik, anın

bir özelliğine dönüşmekte, kredi kartıyla satın alınabilen ve modası geçen ürünler gibi sürekli yenilenmesi gereken bir tasarım haline dönüşmektedir (Bauman, 2013: 25-27).

Günlük dilde ‘bu bir zevk meselesi’ ya da ‘tam bir görgüsüzlük örneği’ deyip geçtiğimiz çeşitli beğeni ölçüleri ve kültürel pratiklerin, aslında aile çevresinde ve eğitim sürecinde edinilen ve kuşaktan kuşağa aktarılan bir tür ‘sembolik sermaye’ olarak nitelendirmek mümkündür. Sembolik sermaye, spor tercihlerinden ev duvarlarını süsleyen resimlere, müzik dinleme alışkanlıklarından yemek menülerine kadar çok çeşitli göstergeler yoluyla somutlaşır, toplumsal kesimleri birbirinden ayırıştırır ve yukarıdan aşağıya sıralar (Öncü, 1999).

Alfred Adler ise, bu konuya psikolojik açıdan yaklaşmakta ve şu saptamayı yapmaktadır: “İnsanın temel dürtüsü üstünlük elde etmektir. Yaşamın temel amacının kişinin benliğini en mükemmel duruma getirmek ve çocukluğunda elde ettiği aşağılık duygusundan kurtarmaktır. Satın alınan evler, arabalar benliği mükemmel kılmaya ve başkalarına göre daha az aşağılık duygusu hissetmeye yöneliktir.” Bu bağlamda yaşam tarzı, elde edilen ürünler aracılığıyla kimlik edinme ve sosyalizasyon sürecinde “var olabilme” çabası olarak görülebilir; çünkü modern dünyada sahip olunan metalar kişilerin sosyal kimliklerini de ortaya çıkaran veriler olarak algılanmaktadır (Barışık, 2010: 108). Böylece yaşam tarzı bir grup kimliği olarak düşünülebilir ve kişinin kim olup olmadığının bir ifadesi olarak da değerlendirilebilir. Genç tüketicilerin, satın alma kararını etkileyebilmek için hazırlanan markaların reklam mesajlarının ve markalı ürünlerin tercih edilmesinin altında, Adler’in de belirttiği gibi farklı olmak ve üstünlük elde etmek gibi arzuların bulunduğunu söylemek mümkündür.

Örneğin, özellikle gençler tarafından yaygın olarak kullanılan cep telefonları, sadece iletişim amaçlı değil, aynı zamanda bir statü sembolü ve kimlik ögesi olarak da anlamlandırılmaktadır. Cihazın işlevleri konusunda tam anlamıyla bilgi sahibi olmamalarına ya da bu işlevlere gerek duymamalarına rağmen, cep telefonunu salt kendilerine saygınlık ve ayrıcalık kazandırması amacıyla kullananların sayısı hayli fazladır.

Gençler arasında giyinme biçimleri de toplumsal etkileşim ve iletişim bağlamında bir sembol olarak kullanılmaktadır. Bu semboller, gençlerin içinde bulunduğu toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik yapıda anlam üretirler. Kendini ifade etmek; sözsüz bir iletişime dayanarak, giysiler aracılığıyla anlamları paylaşmak ve farklı kimlikler oluşturmaktır. Moda, bireyin yaşam tarzına uygun olarak alabileceği



görünümlerin bir ifadesidir. Modaya uymak, kişilerin hem toplumsal kimliğini onaylayan bütünü içinde olduğunu ve onun bir parçasını oluşturduğunu belgeleyen bir göstergedir, hem de kişi olarak kendisini başkalarından ayırt etmesini sağlamaktadır (Barışık, 2010: 111). Bu markalı ürünler adeta bir tür sosyal pasaport görevi görmektedir (Odabaşı, 2006: 67).

Bireyler basitçe ihtiyaçlarını karşılamak için değil, bir kimlik oluşturmak, bunu devamını sağlamak ve toplumla etkileşimde bulunmak için mal alıp tüketmektedirler (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 59). Kısacası geleneksel toplumlardaki doğumla, belirli bir statü grubuna üye olmakla, etnik köken veya cinsiyetle insanlara kazandırılan kimlik, çağdaş toplumlarda tüketimle inşa edilen bir değer haline gelmeye başlamıştır. Artık kimlik, atfedilen veya verilen bir değer olmaktan çıkmakta, tüketimle anlamlandırılmaktadır.

#### **2.4. Tüketim Yoluyla Statü Kazanmanın Mekânsal Araçları**

Toplum, kimlik merkezinde tanımlanan bir yapıya dönüştükçe, bireyler ya da gruplar da belli kullanım değerleri olan ve simgesel anlamlar taşıyan öğelerin tüketimini gerçekleştirmektedirler. Dolayısıyla kentsel mekânlar, simgelerin, göstergelerin hâkim olduğu alanlar haline gelmekte, konutlar, yerleşim alanları, eğlence merkezleri, alışveriş merkezleri, kafeler de böyle bir kültürün yaygınlaşmasını sağlayan rekabetçi piyasanın varlığına işaret etmektedir. Adeta piyasa ekonomisinin farklılaştırdığı ve ayrımlaştırdığı toplumdan kesitler sunmaktadır (Meder ve Çiçek, 2012: 309). Lefebvre de benzer şekilde bu durumu “toplumsal mekân” kavramıyla açıklamaktadır. Ona göre toplumsal mekân, sadece değişim değeri olan soyut mekân değil, kullanım değeriyle bağlantılı olarak toplumsal sınıfları şekillendiren bir mekândır (Lefebvre, 2014: 99).

Günümüzde hayatın her alanında tüketimi körükleyecek şekilde estetikleştirmeye ve hazzı dayalı yeni yaşam tarzlarının mekânsal karşılıkları olarak, büyük mağazalar, alışveriş merkezleri, temalı parklar, oteller, tatil merkezleri, lüks konut siteleri örnek olarak verilebilir.

Statü göstergelerine karşılık gelen yaşam, iş ve yemek mekânlarının değişime uğramasının doğal sonucu olarak yaşam tarzı da değişmektedir. Yaşam tarzı, sadece lüks konutların satışa sunulmaları esnasında kullanılan bir slogan değildir. Yaşam tarzı, seksenli yılların ortasından itibaren seçkinler ile bu sınıfa terfi etmek isteyenlerin büyük bir hevesle benimsedikleri bir hayat şeklidir. Rifat Bali'nin “*Tarz-ı Hayattan Life*

*Style'a- Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar*” adlı çalışmasında belirttiği gibi “life style” olarak da belirtilen bu yaşam şekli, genel hatları itibariyle kaliteli lokantalarda yemek yeme, giyim kuşama özen gösterme, en iyi puroları içme, çoraptan anlama, boş zamanlarını tablo, nadir kitap, antika eser, dolmakalem, klasik araba koleksiyonu yaparak geçirme gibi süzülmüş zevklerden oluşan bir bütündür (Bali, 2011: 146).

Statü sembollerinin mekânsal göstergeleri düşünüldüğünde, konutun da sembolik ihtiyaçları karşılayan bir prestij nesnesi olduğu görülmektedir. Konut, tüketicinin hayat tarzının simgeleyen, sınıfsal bağları, inançları, sahibini veya içinde oturanı temsil eden bir amblem, simge ve gösteriş nesnesi olarak nitelendirilmektedir (Perouse ve Danış, 2005: 104; Kurtuluş, 2005a: 115).

Konutun günümüzde metalaşım küresel tüketim kültürüne endekslenmesi, onun anlam dünyasına yeni bir boyut eklemektedir. İçinde yaşanan konut, tüketim nesnesi olmanın yanı sıra mekânsal ayrışmaya yol açmakta ve sosyal sınıfları belirleyen bir statü sembolüne dönüşmektedir (Alver, 2010a: 72; Akyol Altun, 2010: 224; Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012: 194). Heterojen bir yaşam alanına karşılık gelen kentlerde mekânlar, farklı mekânsal tasarımlarla sunularak bireyleri, mekânların salt kullanıcıları olarak değil, mekânların içsel ve dışsal özelliklerine atfedilen sembolik anlamların ve değerlerin taşıyıcıları olarak biçimlendirmektedir (Meder ve Çiçek, 2012: 309). Farklılık işaretleri kişinin ve ailenin zevkinin, beğenisinin ve kimliğinin ifadesi olarak giyimde, arabada ve ev dekorasyonundaki detaylarda kendini göstermektedir. Bu anlamda tüketim uydu kentin temel dinamiğidir (Ayata, 2003: 54).

Ev, tüm öğeleri ve özellikleriyle ait olduğu toplumsal yapının/sınıfın yaşama biçimini özetlemektedir. Burjuva evini, burjuva evindeki eşyaların hayatla bağlantılarını araştıran Holosbawm’a göre ev, burjuva dünyasının simgesel özüdür. Eşyalar burjuvanın evini ne denli benimsediğini, evi ile ne şekilde bütünleştiğini ve evin her ayrıntısına özen gösterdiğinin belgesidir. Ev eşyaları günümüzün piyasa koşullarında öne çıkan tüketim, meta gibi kavramlar çerçevesinde anlaşılmalıdır. Eşya, bir tüketim nesnesi ve metadır. Toplumsal ilişkilerde eşyanın bir aktör olarak öne çıkması statü sembolü oluşuyla doğrudan ilgilidir (Alver, 2010a: 68-70).

Modern sitelerin kamuoyuna tanıtımlarında sıkça vurgulanan önemli bir özelliği satın alınanın sadece konut veya villa değil bir yaşam tarzı olduğudur. Bu sitelerde konut edinen kişiler bir daire edinmekten öte elle tutulmayan, gözle görülmeyen ve

‘ayrıcılık dünyası’ şeklinde özetlenebilen bir katma değeri de satın almaktadırlar. Bu ‘ayrıcılık dünyası’nın özelliği, sitelerin, zaman frekanslı iş adamı ve yöneticiler için ‘nezih ve seçkin bir ortam’da her türlü sporun yapılabildiği ‘fitnesscenter’ların, boş zamanlarını değerlendirmek için de sinema, lokanta ve gece kulüplerini içeren bir ‘club’ın mevcut olduğu kendi kendine yeterli mini kent olmasıdır (Bali, 2011: 115).

Son dönem orta sınıf kapalı sitelerde sakinler için yaratılan kimliğin statü kavramı üzerine bina edildiği söylenebilir. Belirli bir gelir düzeyinin, sabah gidip akşam gelmek gibi belirli çalışma koşullarının ve belirli mesleklerin kaliteli ve görgülü olmakla bağdaştırılması bu mantığın bir yansımasıdır (Aydın, 2012: 115). Dolayısıyla bu yerleşim biçiminin sadece güven ihtiyacından değil belirli sınıflar için değişen kültürel sermayenin yaşam tarzı yoluyla ifade edilmesi ihtiyacından kaynaklandığını söylemek mümkündür.

### **2.5. Gösterişçi Tüketim**

Tüketim kültürü, statü arama, ilgi uyandırma ve yenilik arama gibi niteliklerle öne çıkan, tüketicilerin istedikleri hizmet ve ürünlerin peşine düşüp edindikleri bir kültürün adıdır (Odabaşı, 2006: 45). Dolayısıyla tüketim kültürünün bir çıktısı olarak gösterişçi tüketim, günümüz toplumlarındaki tüketim anlayışını yansımasıyla önem kazanmaktadır. Thorstein Veblen, “tüketimin sınıfsal farklılığı” ve “gösterişçi tüketim” kavramlarını inceleyerek, her sınıfın gösteriş amaçlı tüketim yaptığını belirtmektedir. Veblen bu kavramla, kişinin bir yandan üstün gördüğü gruptan kopmamak için aradaki farkları gidermeye çalıştığını, bir yandan da grubun içinde göze çarpmak ve fark edilmek için çaba sarf ettiğini ifade etmektedir. Gösterişçi tüketim, bir kişinin toplumdaki statüsünü, mevkiini ve maddi gücünü göstermeye yarayan ve başkalarını kıskandırmaya sevk eden abartılı bir tüketim anlayışıdır (Baban, 2010).

Thierry Paquot, lüks tüketici topluluklarını ikiye ayırmaktadır. Birincisi doğdukları andan beri lüks kültürü içinde yaşayan ve bu kültürün onların sınıf habitusunu oluşturduğu topluluk; ikincisi ise ilk topluluk gibi davranabilmek için ya da onlara benzeyebilmek için o kültürü taklit edenlerdir. Bu kişiler markalar için kolay ve değişken avlardır (Paquot, 2010: 19-20).

Tüketim kültüründe, tüketilen nesneyle özdeşleşen birey, başkalarına çekici gelmek, onlar tarafından beğenilmek, kıskanılmak ve kendisinden daha üst seviyede olan birinin geldiği aşamaya gelmek için mücadelelerde bulunmakta; bu durum onda

özgüven hissi yaratmaktadır. Güzel ve gösterişli bir evde yaşamak, moda uygun giyinmek, belli kesime mensup olanların yaşam tarzını benimsemek, onların gittikleri mekânlarda zaman geçirmek, spor yapmak, farklı yemek tarzlarını denemek, sanatsal etkinliklerde bulunmak, sürekli gezilen görülen yerlerden, dinlenen müziklerden bahsetmek, metalaşan bir kültürel yapının ve bu kültürel yapıda biçimlenen yapay kimliklerin en açık örneğidir.

Tüketim kültüründe, her türlü tüketim etkinliği, kültürel sermayenin simgesel boyutuna vurgu yaparak sınıfsal aidiyetlik bilincini oluşturmaktadır. Sıradan tüketim nesnelere, bireye özgü ince zevklere dönüşmekte, zenginliğin bir göstergesi ve ötekenden üstün olmanın aracı olmaktadır. Dolayısıyla bu kültürel yapıda tüketim nesnelere bireylere yeni özgürlük alanları sunmamakta, bireylerin sosyal statüleriyle ya da sınıfsal konumlarıyla olan ilişkisini belirlemektedir. Bireyin, ötekiyle olan ilişkisi statü sembolleriyle kurulmakta, tüketim nesnelere, bireylerin ötekiyle kurdukları sosyal mesafesinin bir aracı olarak algılanmaktadır. Bireylerin farklı yaşam tarzları ve buna bağlı olarak sahip oldukları farklı tüketim alışkanlıkları, bu anlamda kimliğin içeriğini oluşturmakta ve özdeşim kurulan sınıfla benzer davranış sergileme isteğini tatmin etmektedir (Meder ve Çiçek, 2012: 318).

Lüks ve gösterişçi tüketimin arka planında tüketicinin kimlik oluşturma süreçleriyle doğrudan ilişkili olduğu görülmektedir. Kişiler lüks ve markalı ürünleri tercih ederek yaptıkları gösterişçi tüketimle olmak istedikleri kimliklere bürünmektedirler. Bununla birlikte, lüks ürünleri satın almak için yeterli geliri bulunmayan kişiler de, lüks ve markalı ürünlerin taklidini kullanarak kimliklerini kurmayı tercih etmekte, lüks ürünlerin sağladığı imaj ve kimlik özelliklerinden faydalanmak, tutku ve hayallerine ulaşmak istemektedirler (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 61; Sabah Kıyan, 2013: 55). Böylece sosyal statü için rekabet eden milyonlarca insan, elit tabakayı taklit edebilmek için lüks tüketim malları satın almaktadır (Frank, 2009: 102). Ritzer bu durumu, "*Günümüzde insanlar için saygı, tişörtünde bulunan ünlü bir markanın logosuyla elde edilmektedir*" şeklinde ifade etmektedir (Ritzer, 2011: 43).

Thorstein Veblen'e göre varlık, içinde kendiliğinden onur barındıran ve ona sahip olana bu onuru bahşeden bir simgedir. Ayrıca pasif bir şekilde miras yoluyla edinilmiş maddi varlık, bireysel çabayla edinilmiş varlıktan daha onur vericidir. Bu nedenle ortalama derecede yeteneği ve malı-mülkü olmayan topluluk üyeleri diğerleri tarafından saygı görmemeye başlamakta ve özsaygının temelinde saygı görmek

olduğundan kendilerine de saygı duymamaktadırlar. Kişinin saygınlığını kazanıp koruması için yalnızca servet ya da güç sahibi olmasının yeterli olmadığını belirten Veblen, bu gücün ve servetin kanıtlanması gerektiğinden bahseder. Çünkü saygınlık kazanmak için kanıtla gerek vardır. Servetin kanıtı ise, insanın diğerleri üzerinde önemli olduğu izlenimi bırakmasına dayanmaktadır (Veblen, 2005: 35-40). İnsanlar, kurdukları kısa süreli toplumsal ilişkilerde bir taraftan birçok kişiyi gözlemleyip diğer taraftan gözlemlenirken görünümleri, harcamaları ve giyimleriyle karşı tarafta iyi bir izlenim bırakmak için “dur-durak bilmeden tüketimde bulunabilecek güçleri olduğunu ispatlamak” zorunda kalmışlardır. Bu bağlamda Veblen’in bir iletişim kanalı olarak gördüğü harcama kalıpları ve tüketici davranışları aslında bir dil kullanımı olarak görülebilir (Oskay, 2010: 19-22).

Gösterişçi tüketimde asıl olanın servetin teşhir edilmesi olduğu söylenebilir. Bir başka deyişle sahip olunan servet ile saygınlık arasındaki doğrusal ilişki gösterişçi tüketimin ana unsurudur (Yanıklar, 2006: 143). Günümüzde gösterişçi tüketimin bir tutkuya dönüşmesiyle birlikte, eskinin utangaç içine kapalı, zenginliğini göstermekten ürken zenginleri gitmiş yerine zenginliğini her yolla göstermekten büyük bir keyif alan, kendi gibi olmayanlarla işbirliği yapmayan bir kesim gelmiştir (Alver, 2010a: 114).

Gösterişçi tüketim de lüks ürünlerin tüketiminin teşhiri söz konusudur. Lüks ürünler ise, tüketiciler tarafından az bulunan, ayrıcalık sağlayan, pahalı, prestijli, özgün olarak algılanan ve yüksek düzeyde sembolik ve duygusal fayda ile ilişkilendirilen ürünlerdir. Tüketiciler, lüks ürünleri kendi kimlikleriyle ilişkilendirerek; zenginliğin göstergesi olarak diğer tüketicilerle kurdukları iletişimde ve gruba aidiyet sağlamada bir araç olarak kullanılmaktadırlar (Sabah Kıyan, 2013: 59). Ayrıca üst sınıf, lüks ürünleri kendilerini alt sınıflardan ayırmada bir araç olarak kullanmaktadır. Örneğin, üst sınıfa mensup kişiler, kullandıkları ürünlerin orta sınıflarca taklit edildiklerini gördüklerinde bu ürünlerden derhal vazgeçmektedirler (Odabaşı, 2006: 136). Bunun nedeni ise hiyerarşik mesafenin korunması çabası (Yanıklar, 2006: 39) ve artık taklit edilen lüks ürünün “lükssüzleştirilmiş” olmasıdır (Paquot, 2010: 29).

Hız’a göre gösterişçi tüketimin arka planında, başkalarına kendini beğendirme, kanıtlama ve başkalarından daha zengin olduğunu gösterme ihtiyacı gibi psikolojik nedenler ve toplumun değerler sistemi içerisinde önemli işleve sahip olan ekonomik sebepler vardır. Ayrıca modern dünya insanın önüne sınırsız olanaklar sunarak ona sınırları olmayan uçsuz bucaksız bir gösteriş alanında yaşadığına inandırmıştır (Hız,

2011: 118). Gösterişçi tüketim, saygınlık kazanmak, statü kazanmak, gücü elinde bulundurmak gibi sebeplerle yapıldığı gibi başkalarını kıskandırmak için de yapılmaktadır. Günümüz toplumunda bu kıskançlık eğilimi, ekonomik motiflerin en güçlü, en uyanık ve en ısrarlı olanıdır. Bu ise genellikle gösterişçi bir israfla ispat edilmeye çalışılmaktadır (Veblen, 2005: 82). Örneğin; reklam seyircisi, reklamı yapılan ürünü satın aldığı anda başkalarının onu kıskanacağı bir nesne durumuna dönüşmekte ve kıskanılan bir kişi olarak toplumdaki konumunu belirlemiş olmaktadır (Berger, 2012: 134). Bu nedenle yapılan reklamlarda en gözde kişinin kendisi olacağı, herkesin onu kıskanacağı vurgusuna sıkça rastlanmaktadır.<sup>5</sup>

### 2.5.1. Gösterişçi Tüketimin Geleneksel Yolları

Hayatta her şeyin belli bir kuralı olduğu gibi gösterişçi tüketimin de kendine has kurallarının olduğu söylenebilir. Örneğin gösterişçi tüketimi yapan kişi, tükettiği malları, harcadığı vakit ve çabayı belli bir pahalılık ve israf standardında tutmalıdır (Veblen, 2005: 86).

Veblen'e göre modern toplumda kilise, tiyatro, balo, otel, park, dükkân, vs. gibi kişinin günlük yaşamının bilinmediği geniş halk topluluklarına daha sık katılım olmaktadır. Bu geçici gözlemcileri etkilemek ve onların gözlemi altındayken kişinin kendinden memnuniyetini sürdürebilmek için bu kişinin maddi gücünün imzasının çevredekilerce okunabilecek harflerle yazılmış olması gerekir. Bu nedenle gösterişçi tüketimin gerçekleşmesi için en önemli kural, müsrif olmaktır. Bu bağlamda tüketilen maddelerin miktar ve kalitesi konusunda kabul edilmiş itibar standardına ulaşmak gerekmektedir (Veblen, 2005: 68-77).

Gösterişçi tüketimin olabilmesi için bir diğer kural ise güzellikleriyle değerlendirilen malların faydasının malın pahalılığıyla yakından bağlantılı olmasıdır. El yapımı ticari değeri yüksek gümüş bir kaşık ile makine yapımı alüminyum bir kaşık faydalılık açısından eşit olmasına rağmen güzellik açısından pahalı olanın seçilmesi ve tercih edilmesi buna örnek olarak verilebilir. Bu nedenle güzellik duygumuza hitap edecek değerli obje hem güzellik hem de pahalılık gereklerini yerine getirmek zorundadır.

---

<sup>5</sup> Diyarbakır'da yaptığımız çalışma kapsamında lüks konutların broşürlerinde de bu vurgu dikkat çekmektedir. Çalışmamızda elde ettiğimiz *Golden Line* sitesinin broşüründe "*Hayatta ikinciliğin değerinin olmadığını bilenler için*" sloganı bu duruma güzel bir örnektir.

Pahalılık işaretleri pahalı malların güzel özellikleri olarak kabul edilir. Bunlar onursal maliyetin işaretleri olarak zevk verirler ve bu sebeple verdikleri zevk objenin güzel şekli ve renginden kaynaklanan zevkle birbirine karışır. Örneğin; kıyafetin bir unsurunun ‘kusursuz güzel’ olduğunu söylediğimizde bunun çoğunluğu eşyanın estetik değerinin analiz edilip eşyanın maddi açıdan onursallığının ilan edilmesidir. Pahalı eşyaların sahiplerine faydası ise genelde bunların hakiki güzelliğinden çok, sahip olunmalarından ve tüketilmelerinden sağlanan onurdan ya da önlediği tenkitlerden kaynaklanmaktadır.

İnsanlar fazla harcama yetersizliğini ve parasal başarı eksikliğini gösterdiği için pahalı olmayan yaşam tarzını onaylamazken sonunda ucuz şeyleri hakikaten itibarsız ya da değersiz olarak onaylamamak alışkanlığına sahip olurlar. Bu çerçevede “*Ucuz ceket adamı ucuzlatır*” atasözünün bu düşüncenin bir meyvesi olduğunu söyleyebiliriz (Veblen, 2005: 92-95).

Pahalı olanın onaylanıp ucuz olanın reddedilmesi alışkanlığı düşüncemiz içerisinde öylesine kök salmıştır ki içgüdüsel olarak bütün tüketimimizde hatta sıkı mahremiyet içerisinde tükettiğimiz şeylerde ve en ufak bir gösteri düşüncesi olmadığı durumda bile en azından bir miktar müsrif pahalılık üzerinde ısrar ederiz. Günlük yemeğimizi kendi evimizin gizliliği içerisinde bile olsa el yapımı gümüş takımlarla pahalı masa örtüsü üzerine serilmiş el boyaması porselenden yemenin ruhumuzu yücelttiğini samimiyetle ve kuşkusuz bir biçimde hissederiz (Veblen, 2005: 108-109).

Pahalı olanın güzel olması düsturunun en güzel tezahürü giysilerdir. Çünkü kişinin maddi durumunu ortaya koymanın belki de en etkin yolu giysiden geçmektedir. Giysiye yapılan harcama giysimiz hep ortada olduğundan ve maddi durumumuzu tüm gözlemcilerle ilk bakışta gösterebildiğinden bu avantaja diğer yöntemlerin çoğundan daha fazla sahiptir. Hiç kimse giysi için tüm sınıflarca yapılan harcamaların büyük bir bölümünün kişiyi korumaktan çok saygıdeğer bir görünüm için yapıldığını kabul etmekte zorluk çekmeyecektir (Veblen, 2005: 115).

Ancak giysi yalnızca gösterişsel olarak pahalı olmakla kalmayıp aynı zamanda güncel olmalı yani moda uygun olmalıdır. Şayet her giysinin kısa bir süre için hizmet görmesine izin verilirse ve geçen sezonun hiçbir parçası mevcut sezona taşınıp daha fazla kullanılmazsa giysideki müsrif harcama artar. Müsrif harcamanın artması ise itibarın yükselmesiyle eş değerdir (Veblen, 2005: 118-119).

Gösterişçi tüketimde bir ürünün işlevsel özelliğinden çok o ürünün imajı, biçimi, markası gibi sembolik özellikleri tüketim aracı olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle markalı ürünleri kullanma, diğer tüketiciler arasında prestij ve statü kazanmanın en gözde aracıdır (Coşgun, 2012: 845). Sophie Kinsella'nın "*Chanel çantaya kimin ihtiyacı olmaz ki!*" sözü markanın sembolik anlamlarının kişilere ihtiyaç olarak sunulmasına güzel bir örnektir (Kinsella, 2011).

Gösterişçi tüketimin en önemli unsurlarından biri de mücevher, altın gibi kıymetli madenlere sahip olmaktır. Altın, duyguları okşayan bir güç ve gösteriş aracı olmasının yanı sıra karşı konulması zor, sınırsız olanaklar sağlama özelliği nedeniyle insanların en çok arzulayıp peşinden koştukları ve aradıkları şeydir. Altın artık mücevher ya da süs, yani estetik nedenlerden dolayı ele geçirilmek istenen bir maden olmaktan çıkarak, değerli bir maden haline gelmiş olması nedeniyle biçimine bakılmadan elde edilmek istenilen bir nesnedir (Sombart, 2011: 35-36).

Geç Ortaçağ yüzyıllarına kadar Avrupalı halkların sürdürdükleri kıymetli hazine biriktirme tutkusunun aşk ve paradan daha önemli olduğu söylenebilir. Aynı dönemde Almanya, Fransa hatta İtalya'da zenginlerin servetlerinin altın ve gümüş kap kaktan oluştuğunu, bunların maddi değerlerinden bağımsız bir şekilde beğenildiğini ve elde edilmek istendikleri bilinmektedir (Sombart, 2011: 39). Örneğin altın, yüksek derecede duyumsal güzelliğe sahiptir. Sahip buldukları bu hakiki güzellik olmadan bu objelere oldukları şekilde gıpta edilmesi ya da sahipleri veya kullanıcılarının tekeli altında gurur objeleri olmaları zordur (Veblen, 2005: 93).

Kıymetli şeylerin gösterişsel tüketimi, şöhret elde etmenin en önemli aracıdır. Zenginliği teşhir etmenin ve göstermenin en güzel yolu da değerli hediyeler, ziyafetler ve eğlencelerdir (Veblen, 2005: 61). Bu bakımdan hediye ve ziyafetlerin basit bir gösterişten ziyade servetin kanıtlanması ve şöhretin devam etmesi amacına hizmet ettiği de söylenebilir.

### **2.5.2. Gösterişçi Tüketimin Mekâna Yansıması: Lüks Siteler**

Günümüz postmodern dünyanın, tüketim kültürüne katkısını kimlik oluşturma, belirli tüketim kalıplarının belirli grup ve sınıflara özgü olması anlayışını ortadan kaldırarak, tüketimde sembollerin ve göstergelerin önemini artırmasıyla tüketilenlerin maddi nesnelere olmaktan çıkarak soyut nesnelere haline gelmeleri olarak belirtebiliriz (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 55-56).



Mike Featherstone'ye göre, tüketim kültürü içerisinde modern birey sadece elbiseleriyle değil, bir beğeniden yoksun olup olmadığını gösterecek şekilde evi, mobilyaları, dekorasyonu, otomobili ve diğer faaliyetleriyle de konuştuğunun bilincindedir. Tüketim kültürünün aktörleri olan tüketiciler hayatlarını birer hayat tarzı projesine çevirerek bireyselliklerini göstermektedirler (Featherstone, 2005: 190-195). Bu projenin amacını oluşturan hayat tarzı anlayışının teşhiri ise kişinin sadece kıyafetleri ile değil, evi, mobilyaları ve dekorasyonu ile sağlanmaktadır.

Lüks sitelerden ev alma eylemi, Thorstein Veblen'in "gösterişçi tüketim" kavramıyla da açıklanabilir. Çünkü sitede yaşamın doğrudan ev ihtiyacını aştığı görülmektedir. Barınma ihtiyacından öte tüketim göstergesi olarak işlev gören bu evler, bir statü sembolü ve prestij nesnesidir. Bu nedenle zenginler genel olarak mekânlar, özelde ise konut alanlarıyla kurdukları ilişkide bir ayrıcalık ve seçkinlik sembolü olarak toplumun geri kalanını yaşam alanlarından dışarıda tutma ve sınır çizme çabasına girmektedirler (Alver, 2010a: 113-114).

İster uydu kentte ister kentte olsun, orta sınıf evlerinde eskiden olduğu gibi sadece salon değil evin bütünü, hem güzellik hem de fiziksel refah açısından bir tüketim nesnesi haline gelmiş ve vitrinde sergilenmeye çıkmış durumdadır (Ayata, 2003: 48). Kısılandırmaya olan insani eğilim, malların tüketimi üzerinde kısılandıracı bir kıyaslama aracı olarak hüküm sürer ve böylece tüketim maddelerine göreceli ödeme yeteneğinin kanıtı olarak ikinci bir faydası nedeniyle yatırım yapılır. Buna göre, pahalı malların tüketimi methe değer ve görünürdeki mekanik amacı için sağladığı yararlılığın üzerine çıkan önemli bir maliyet unsuru içeren mallar itibarlıdır. Bu nedenle eşyaların gereksiz pahalılığı, tüketilmeleriyle yararlanılan dolaylı kısılandıracı sonucun yüksek verimliliğinin değer işaretleridir (Veblen, 2005: 108).

Kişilerin barınma ihtiyacını karşılamaktan öte anlamlar ifade eden birbirine benzeyen yüzlerce bina, daha itibarlı bir semtin hayaliyle yapılan mekân yatırımları ve birikimleri tüketim kültürünün mekândaki yansımalarına örnek olarak verilebilir (Göka, 2001: 187). Günümüzde modern kentlerde olduğu gibi planlama değil, tasarım yüceltilen bir değer olmuştur. Kentleri ve kentsel mekânları biçimlendiren, sermaye ve bireysel tercihler ve zevklerdir. Fakat bu tercihler, tüketim kültürü mekanizmasıyla yönlendirilmektedir. Postmodernizmin farklılık, çeşitlilik, parçalanma, yerellik, marjinalite gibi vurguları, farklı tarzlarda, inşa edilen kentsel mekânlarla cisimleşmiştir (Meder ve Çiçek, 2012: 303).

Piyasa ekonomisinin ve özel mülkiyetin yaygınlaştığı toplumlarda konut, farklılaşan toplumsal kesimler ve talepler için çok işlevli bir meta haline gelerek nitelik değiştirmektedir. Ticarileşmenin ve özel mülkiyetin yaygınlaştığı toplumlarda konut, barınak olmanın ve statüye göre farklılaşmanın ötesinde, gelir, yatırım, spekülasyon, birikim, güvence gibi çok karmaşık alanların kesiştiği çok önemli bir sektör haline gelmektedir (Erder, 2001: 122).

Tasarım ve görsellik öğesinin ön plana çıktığı kentsel mekânlar, kentlerin rekabete dayalı bir piyasa mekanizması tarafından biçimlendirildiğini göstermektedir. Bu pazar mekanizması ise, Harvey'in vurguladığı gibi, bölgesel geleneklere, yerel tarihçilere, tikel istek, ihtiyaç ve fantezilere duyarlı olmayı amaçlamakta ve müşterinin zevkine göre biçimlenmiş mimari biçimler yaratmayı hedeflemektedir (Harvey, 2010: 84).

Esas olarak bir tüketim nesnesi olarak zengin gruplara yönelik inşa edilen bu siteler, evin fonksiyonlarında radikal değişimlere yol açmakta, bir üretim mekânı olarak hizmet gören evden, tüketim mekânı olarak yeniden düzenlenen eve geçişte önemli bir aşamayı nitelemektedir. Bu mekânların başta kendisi bir tüketim nesnesi olarak pazarlanmakta, satılmakta ve müşteriye sunulmaktadır. Aynı zamanda da sitedeki hayatın kendisi tüketimle anlam bulmaktadır (Alver, 2010a: 111-113).

David Chaney'e göre tüketici kültürünün en mükemmel fiziksel biçimi banliyö tipi yerleşim biçimleridir. Müstakil ya da yarı müstakil olarak inşa edilen bu konut alanları, genellikle üst gelir grubuna hitap etmekte ve halk tipi blokların kitlesel özelliğinden yoksun olmalarıyla farklılaşma peşinde koşarken özel yatırımcılığı da özendirilmektedir. Tüketicilere yönelik etkileyici eğlence alanlarına bu yerleşim alanlarından kolaylıkla ulaşılabilmesi, demokratik katılım vaatlerinin sunulması, kentteki yerleşim yoğunluğunun tehlikelerine karşı kent dışı konutun özel yaşamı koruyabildiği yönünde ortaya atılmış bir dizi mitte desteklenmektedir (Chaney, 1999: 31).

Mekânsal düzlemdeki farklılaşmalar, sınıflar arasındaki eşitsizliklerin göstergesidir. Bu bağlamda, toplumsal eşitsizlik, ayrışma ve dışlanma günümüz kentlerinin karakteristik özelliği olmaya başlamıştır. Kentsel mekânda ön plana çıkan tasarım anlayışına, statüye, mülkiyete, göstergeye ve gösterişe gönderme yapmaktadır. Bireyler, bu piyasada mekânların salt kullanıcıları olarak değil, bu mekânların fiziksel özellikleri ya da iç ve dış mekân tasarımları, sahip olduğu olanaklarla özdeşleşen

sembolik anlamların taşıyıcıları olarak konumlandırılmaktadır (Meder ve Çiçek, 2012: 295).

## 2.6. Mekânların Tüketimi /Tüketim Aracı Olarak Mekân

Günümüzde tüketim kültürüyle şekillenmiş tüketim toplumunda yaşayan bireylerin hayatlarının her alanını tüketimden ayrı düşünmemiz mümkün değildir. Meta, bizim dışımızda olan ve taşıdığı özellikleri ile şu ya da bu türden insan ihtiyaçlarını gideren bir şeydir. Bir nesnenin meta değeri taşıması için onun bir kullanım ve değişim değerinin olması gerekir. Kentsel mekânın kullanım değeri yanında bir de değişim değerine sahip olması yani pazarlanması onun metalaşmasının nedenidir (Öngel, 2014b: 167). Bu bağlamda mekânın da tüketimin çemberi içerisine girdiğini rahatlıkla söyleyebiliriz.

Gerek mekânların üretimi gerekse tüketimi tamamıyla toplumsal duruma göre değişmektedir. Çünkü her toplum kendi kültürüne ve yaşam tarzına göre mekân üretmekte ve mekânları kullanmaktadır. Konuyla alakalı olarak “*Mekânları Tüketmek*” adlı önemli bir eser vücuda getiren John Urry, eserinde mekân, yer, özne, kimlik, turist gibi kavramların yeni zamanlardaki anlamlarına, toplumsal konumlarına ilişkin bir analiz ortaya koymaktadır. Urry, mekân ile toplumsal hayat arasında doğrudan ilişki kurmakta, mekânın çok boyutlu incelenmesi gerektiğini, bu kavramın kültürel, siyasi ve sosyolojik kodlarının da okunması gerektiğini ve mekânsal olanın toplumsal olandan ayırt edilemeyeceğini ifade etmektedir. Günümüzde yerler artan bir biçimde, malların ve hizmetlerin karşılaştırıldığı, değerlendirildiği, satın alındığı ve kullanıldığı tüketim merkezleri olarak yeniden yapılandırılmaktadır. Ona göre yerlerin kendileri bir anlamda özellikle görsel açıdan tüketilmekte, o yerlere ilişkin anlamlı şeyler –endüstri, tarih, binalar, çevre- zaman içinde kullanılarak azaltılmakta, bitirilmekte veya tüketilmektedir. Burada önemli olan hem ziyaretçiler hem de yerel insanlara yönelik çeşitli tüketici hizmetlerinin sağlanmasıdır. Sonuçta bu yerler kimlikler de dâhil olmak üzere gerçekten de neredeyse her şeyin tüketildiği yerlere dönüşmektedirler (Urry, 1999: 11).

David Harvey’e (1982) göre kapitalist sistemin sürekliliğini sağlayan tüketim ilişkileri ile mekânın ilişkilendirilmesi, kapitalist ilişkilerin bütünselliği açısından önem taşımakta, yapılı çevrenin kendisi sabit sermaye haline gelmektedir. Bu durumda da mekânın kendisi metalaşmakta ve daha önce tüketim alanı olarak tasarlanan mekânın kendisi bizzat tüketilen bir “mal”a dönüşmektedir (Tümtaş, 2012: 43). Ona göre

kentleşme, bir yandan üretim değeri ve artık değer için kaynak sistemi olarak işlev görürken, diğer yandan da tüketim alanını oluşturmaktadır (Kurtuluş, 2013: 197). Mekân aracılığıyla sermaye biriktiren, eşitsizlik üreten ve kriz ertelemeye çalışan ekonomi politikaları, kır/kent ayırt etmeksizin mekânı metalaştıran ve piyasalaştıran bir sonuç üretmiştir. Ev, sokak, okul, hastane, mahalle, kent birer yaşam alanı olmaktan çıkarak emlak/inşaat piyasası içinde yeni bir gayrimenkule dönüşürken, mekânla kurulan ilişkiler de artık piyasa terimleriyle açıklanmaktadır (Akgün, Çalışkan, Kaya ve Koca, 2014: 14).

Harvey'e göre çoğu mekânsal sınırların çöküşü, mekânın öneminin azaldığı anlamına gelmemekte, mekânsal engeller küçülürken bizler de dünyadaki farklı yerlerin içerdiği şeylere karşı daha duyarlı hale gelmekteyiz. Ayrıca potansiyel yatırımcılar, işverenler, turistler vb. açısından kendilerini çekici kılmak, kendi değerlerini arttırmak, kendilerini hizmet ya da vasıf bakımından zengin yerler olarak satmak üzere yerler arasında artan bir rekabet gerçekleşmektedir (Harvey, 2010: 255).

Zukin (1992), özellikle kentsel peyzajın ve yerli olanın birbirine karışmasını araştırmıştır. Ona göre, mekân ve zamanın görsel tüketimi, endüstriyel üretim mantığından hareketle hem hız kazanmış hem de ondan soyutlanmıştır. Bu durum kentin postmodern tüketim merkezi olarak yeniden yapılanmasına yol açmış, kent bir gösteriye, "görsel tüketiminin düşünsel bir peyzajı"na dönüşmüştür (Urry, 1999: 37). Zukin, müteahhitlerin, aynı zamanda içlerinde tüketimin gerçekleştiği sahneler, dekorlar olan iktidarın yeni peyzajlarını, görsel tüketimin düş peyzajlarını nasıl kurabildiklerinden söz eder. Bu tür yapılmış peyzajlar, insanların doğdukları ya da taşındıkları yer üzerinde tarihsel olarak kurulmuş toplumsal kimlikleri açısından önemli sorunlar taşımaktadır. Buralar tüketilen yerlerdir. İnsanların doğdukları, yaşadıkları ya da bir toplumsal kimlik duygusu sağlayan yerler değildir, aksine simüle edilmiş yerlerdir (Urry, 1999: 297).

Lefebvre'ye göre, kentler, kapitalist sistemin yüksek karlılık beklentisi çerçevesinde farklı işlevsellikler yükleyerek metâ haline getirdiği mekânların yaygınlaştığı alanlar haline gelmiştir (Lefebvre, 2014: 41). Kapitalist örgütlenme, kârlılığı maksimize edecek bir araç olarak gördüğü mekânı, kapitalist ekonominin ihtiyaçlarına, gerekliliklerine ve değişen koşullarına bağlı olarak her defasında yeniden tarif etmekte ve örgütlemektedir (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 51). Sennett (1991) de benzer biçimde çağdaş kentte farklı yapıların ve yeni mekânların tüketim ve turizm

çevresinde kurulduğunu ve artık ahlaki bir işlev taşımadığını belirtmektedir. Bu tür yerler özgül olarak farklı toplumsal gruplar arasında duvar oluşturmak ve insanların içsel yaşamını kamusal etkinliklerinden ayırmak üzere tasarlanmaktadır (Urry, 1999: 37).

Ritzer, tüketim kültürünün mekânsal düzlemde büyük ve farklı şekillerde tasarlanmış alışveriş merkezleri şeklinde örgütlendiğini söylemiştir. Ona göre kentler, bireysel zevklerin ve bedensel hazların tatmininin kültürel ve teknolojik odak noktalarıdır. Kentler, büyük alışveriş merkezleri ile dolarken, evler de kent merkezinden uzak alanlara taşınmış; farklı formlarda yeni yerleşim alanları inşa edilmiştir. Alışveriş merkezleri, eğlence mekânları, spor merkezleri, eğitim ortamları ve lüks yaşam alanları, günümüz kentlerinin ve kent yaşamının simgeleri ve tüketim katedralleridir (Ritzer, 2011: 29-49 ).

Batı'daki sanayi kentlerinin birçoğu “sanayisizleşme” olarak adlandırılan bir sürecin sonucunda “üretim mekânları” olmaktan “tüketim mekânları” olmaya doğru evrilmektedir (Türkün ve Kurtuluş, 2005: 13). Özellikle kentsel turizmi canlandırmak amacıyla üretilen kentsel politikalar, kent merkezlerini özellikle de tarihi şehir merkezini, yeni bir metâ, yeni bir yatırım ve tüketim alanına ticari amaçlarla dönüştürmektedir (Şen, 2005: 129; Perouse, 2012: 93; Kurtuluş, 2013: 191). Yenileme projeleri çerçevesinde merkezdeki çöküntü alanlarındaki konutlar, orta ve üst gelir gruplarını çekecek biçimde ‘soylulaştırılırken’, tarihi mekânlar da restore edilerek yeni işlevlerle yeniden kullanıma açılmakta, özellikle sanayi kentlerinde artık atıl hale gelen sanayi alanları dinlenme ve eğlenme alanları olarak tasarlanarak yabancı turist için de cazip kılınmış turistik bölgelere dönüştürülmektedir (Türkün ve Kurtuluş, 2005: 14). Bu süreçte kent, bizatihi bir tüketim nesnesi olarak kendini markalaştırmakta ve küresel piyasalarda talep edilirliliğini artırmaya çalışmaktadır (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 49).

Kent mekânı, gerek uluslararası sermaye açısından, gerek turistik açıdan cazip bir yer olarak pazarlanmaktadır. Bu amaçla kentler, uluslararası sermayeyi kendilerine çekebilmek amacıyla, kendilerini diğer kentlerden ayıran farklı yönleriyle uluslararası pazarlara çıkmaktadırlar. Bunun sonucunda ise, kente gelen sermayenin daha fazla olması için kentin kimliğinin, tarihinin, doğal değerlerinin ve özgünlüğünün nesneleştirilmesi ve tüketime sunulması ortaya çıkmaktadır (Karakurt Tosun, 2010b: 167-168).

Bireylerin dışı açık yaşam stratejilerinin bir yansıması olarak kentsel mekânlar, günümüzde kendine özgü iktidar ilişkilerinin var olduğu alanlar haline gelmiştir. Sassen'e göre bu değişim, toplumsal ve uzamsal olarak kutuplaşmanın artmasıdır. Ona göre, kentlerdeki finansörler, mekânı bir tüketim alanı olarak düzenleneyerek her yere restoran, kafe ve tiyatro gibi tüketime yönelik mekânlar inşa etmiş, adeta kent mekânını tüketilmiş bir alan haline getirmişlerdir (Meder ve Çiçek, 2012: 310).

Tüketim toplumunu oluşturan süreçte görülen tüketim araçlarının ve tüketici davranışlarının değişiminin bir sonucu olarak kent, orta ve üst sınıflarca bir distopya olarak konumlandırılmıştır. Bu distopyadan kaçma çabasıyla farklı yaşam alanlarını tercih edenlerin seçenekleri, banliyölerde soyutlanan güvenli siteler, insan kalabalığından yükselerek uzaklaşan kuleler ve büyük aile yaşantısının sağladığı sosyal desteği verme iddiasındaki rezidanslar olarak nitelendirilebilir. Tüketicinin sembolik ihtiyaçlarını karşılamak için kurgulanmış bir prestij nesnesi olan konut, kişilerin hayat tarzını oluşturmaktadır (Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012: 191-196; Sipahi, 2012: 116). Bu bağlamda markalı güvenli sitelerden birinde oturabilmenin anlamı sadece barınma ihtiyacını karşılamadan ötesine geçmektedir. Reklamlarla tüketiciye fiziksel konutun yanı sıra simgesel anlam da pazarlanmakta ve tüketiciye konut yerine yaşam stili satılmasıyla birlikte konut, tüketicinin toplumsal hiyerarşideki statüsünü belirleyen temel göstergelerden biri haline gelmektedir.

Seçkin ve ayrıcalıklı yeni yaşam tarzları, yeni dönem zenginlerinin statü sahibi olmaları veya statülerini artırmaları için birer araç haline dönüşmektedir. Üst ve orta sınıfların sembolik tüketim arayışlarına uyumlu olarak markalarını konumlandırmak isteyen firmaların seçkinlik, elit olma, ayrıcalık, prestij, farklılık kavramlarını konut projelerinin anahtar kelimeleri olarak kullanmaları doğal bir süreç olarak gelişmektedir. Kentler bireysel zevklerin, hazların, isteklerin karşılandığı tüketilen alanlar haline gelmektedir (Perouse ve Danış, 2005: 104-105).

Farklı özelliklerle tasarlanan yerleşim alanları, konutlar, eğlence merkezleri, spor alanları salt gereksinimleri karşılama amacına hizmet etmemekte; ekonomik ve kültürel etkinliklerden oluşan değere yönelik kodlar taşımaktadır. Belli bir değer sistemi zemininde inşa edilen mekânlar, belli bir süre sonra aynı değer sisteminde yer alan ya da yer almak isteyen bireylerin bir araya geldikleri izole alanlara dönüşmektedir. Kendisini, içinde bulunduğu ya da tükettiği mekânlarla özdeşleştiren birey, esasen o mekâna yüklenen ya da yüklediği anlam veya değer sisteminin bir parçası olarak

algılayarak yine kendisiyle bu değer sistemini paylaştığı diğerleriyle ortak bir sosyal alanda bir araya gelirken kendisiyle aynı değer sistemi içinde olmayanlardan uzaklaşmaktadır (Meder ve Çiçek, 2012: 310-311).

## 2.7. Tüketim ve Zenginlik

Geçmişten günümüze zenginliğin en önemli nişanesi olarak tüketim kabul edilmektedir. Zengin olmak ile tüketimin doğrusal bir ilişki içerisinde olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü zengin olmayan bir insanın tüketiminin de buna paralel olarak az olacağı herkesin üzerinde hem fikir olduğu bir gerçekliktir. Bütün toplumlarda zenginliğin en önemli alamet-i farikası olarak görülen tüketim, Amerikan aristokrasisinde de zenginliğin işaretiydi. Bu konuda Veblen, Amerikan aristokrasisinin üstünlüğüne kanıt olarak gösterilebilecek başlıca unsurların “maddi rekabet”, “dikkat çekici boş zaman” ve “dikkat çekici tüketim” olduğunu söyler. Bu tüketim ise aristokrat kadının giyimiyle ve aristokrasiye bağlı olanların evleriyle kendini direkt veya dolaylı olarak gösterir ve bu durum toplumun genelinin dikkatini çekmenin en etkili yollarından biridir (Veblen, 2005: 13).

Zenginliğin ve tüketimin birbirleriyle bağlantı olduğuna dair şu örnek çok anlamlıdır. 1930’larda dünya çapında yaşanan ekonomik krizden oldukça etkilenen ünlü ekonomist ve borsa spekülâtörü Lord Keynes, insanlara moral verebilmek için bütün düşüncesini gelecekte elde edilecek zenginlikler üzerine yoğunlaştırmıştı. Sıkıntının kısa sürede atlatılacağını ve herkesin zengin olacağını müjdelemişti. Bugüne kadar geçen sürede herkes zengin olamadı ama tüketilenin sayısıyla kıyaslanırsa herkesin zengin olabileceği umudunun canlı tutulmaya çalışıldığı rahatlıkla söylenebilir (Göka, 2001: 50). Görüldüğü gibi zengin olmak herkesin hayalidir ve tüketimle bu hayal bir nebze de olsa gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. İnsanlar neredeyse tüketerek zenginmiş gibi davranmakta ve zengin olma hayallerini tatmin etmeye çalışmaktadırlar.

Zenginlerin motivasyonları üzerine yaptığı klasik çalışmada Veblen, zenginlerin daha çok tüketebilmek için servet sahibi olmadıklarını, durumun aslında tam tersi olduğunu, tam da servetlerini göstermek için tükettiklerini iddia etmektedir (Balta Paker, 2008: 105). Zenginlerin kazancının ve birikimlerinin amacı biriktirilen malın tüketilmesidir. Bu tüketim ise ya doğrudan mal sahibi tarafından ya da ona bağlı ev halkı tarafından yapılır (Veblen, 2005: 33). Tüketim yapılırken dikkat edilmesi gereken en önemli husus ise pahalı olanların tercih edilmesidir. Ayrıca ucuz olan bir şeye asla

rağbet edilmemelidir. Üstün şeylerin tüketimi zenginlik kanıtı olduğundan şerefli de sayılır ve tersi belirli sayı ve nitelikte tüketilmesi de eksiklik, aşağılık ve değersizliğin işareti olmaktadır (Veblen, 2005: 61).

Görüldüğü gibi tüketim ve zenginlik birbirinden ayrılamaz iki kavram olmakla birlikte tüketim zenginlikle varlık bulmakta, zenginlik de tüketimle anlamını bularak kanıtlanmaktadır. Yani zengin olmak ve bu zenginliği teşhir etmenin yegâne yolunun tüketimden geçtiğini söylemek mümkündür.

### **2.7.1. Yeni Zenginliğin Tüketimsel Yönü**

Günümüz tüketim toplumunda da özellikle üst gelir düzeyindeki gruplar için, sahip olunan irfanın seviyesinden çok bunun nasıl harcandığı bir zenginlik belirtisi olarak kabul edilmektedir. Toplumun geri kalanıyla aralarındaki farklı vurgulanmaya ve sınırlar çizmeye çalışan köklü zenginler veya daha yüksek bir statü edinmek isteyen yeni zenginler, yeni beğeni, farklılık ve yaşam tarzları yaratmak zorunda kalmaktadırlar (Perouse ve Danış, 2005: 104).

Sosyal ve kültürel yaşamın odak noktasının tüketim olduğunu belirten Chaney'e göre, tüketimin yaygınlaşmasına yönelik stratejilerin başarısı, modanın pazarlanmasına yönelik olarak gelişen şehir kültürünün yerleşmesine bağlıdır. Tüketim mallarının yeni üreticileri başlangıçta elit sınıfı hedeflerken, popüler modanın yaratılması yönündeki amaçlarla daha büyük bir kitlenin desteği gerekli görülmüştür. Chaney'e göre, eskinin ayrıcalıklı elitlerinin en önemli lüksü, yeni orta sınıfın artık kendileri için de uygun olduğunu düşünmeye başladığı, boş zamanlar ve boş zamanları dolduran eğlencelerden alınan zevklerdi. On sekizinci yüzyılın başlarında, kültüre ve spora dayalı etkinlikler, elit sınıfa özgü etkinlikler olmaktan yavaş yavaş uzaklaşmış, giderek halka açık etkinlikler olmaya başlamış ve ondokuzuncu yüzyılda da "boş vakitlerin ticarileştirilmesi" süreciyle gelişmeye devam etmiştir (Chaney, 1999: 25-26).

Gelir seviyelerini artıran kesimlerin yeni konut arayışına girmesi sosyo-ekonomik hareketliliğe bağlı bir mekânsal hareketin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Yeni zenginlerin alt sınıflardan ve hatta köklü zenginlerden 'farklılaşma' çabası olarak fiziksel uzaklaşmayı tercih etmesi, zenginliğin temsilinde bir görme-gösterme ikilemi yaratmaktadır. Kapalı kapılar ve yüksek duvarlar arkasında, kısıtlı sayıda zengin insanların önünde yaşanan ve sergilenen bir zenginlik, dışarıya ancak yazılı ve görsel medya aracılığıyla yansıtılmaktadır (Perouse ve Danış, 2005: 121).



Sadece servet ve mülk bağlamında değil, belirgin tüketim kalıpları ve yaşam tarzı ile de diğer gruplardan ayırtebileilen yeni zenginlerin (Ayata, 2003: 43), güvenli siteleri talep ederek yaptıkları yeni mekânsal tercihlerle küresel tüketim kültürünün aktörleri oldukları söylenebilir (Alver, 2010a: 93). Böylece büyük ölçekli gayrimenkul yatırım projeleri geliştiren şirketler bu yeni sınıfın mevcudiyetinin farkında olup projelerini bu gerçeği dikkate alarak geliştirmişlerdir (Bali, 2011: 110-111).

Robert Frank, “Zenginistan” adlı eserinde zenginlerin harcama olanaklarını kat be kat aşan bir gelire sahip olduklarını belirtir. 1970’lerde gelişen demokratikleşme ve kitlesellenen marka modasının tersine, her şeyden sadece onlar için yapılmış, en büyük, en pahalı, en çılgın tüketim nesnesine sahip olmayı arzuladıklarını söyler (İnsel, 2008: 48).

Seksenli yılların ortasından itibaren belli bir kesimin gelir düzeyinin sürekli yükselmesi sayesinde lüks yaşam tarzı sadece çok varlıklı kişilerin ayrıcalığı olmaktan çıkıp yeni seçkinlerin de tarzı haline gelmiştir (Bali, 2011: 208). Batılı bir yaşam tarzına ayak uydurmak isteyen ve Özallı yıllarda servete kavuşan yeni bir kesim, bu yaşam tarzının daha çok simgesel yanıyla ilgilenmiş, lüks araba sahibi olmak, markalı kıyafetler giymek, sık sık yurtdışına seyahate çıkmak, pahalı ve markalı saat ve mücevhere sahip olmak gibi toplumsal statü simgelerini kullanarak zenginliklerini teşhir etmek istemişlerdir (Bali, 2011: 321).

Para kazanmanın yüceltilmesi ve aşırı tüketim sarhoşluğu, doksanlı yılların ikliminde yeşeren yeni zenginliğin önemli nitelikleri arasındadır. Paraya giden yol hiçbir zaman bu denli mübah görülmemiştir. Bu durumun, para kazanmayı ve tüketmeyi yücelttiği ölçüde, para kazanamayanları ve tüketemeyenleri aşağılayan, aşağılamakla da kalmayıp, bunu “Televole kültürü” ile dışladıklarını yüzüne vuran yeni bir yapılaşma olduğu söylenebilir. Örneğin, eskiden son derece önemli bir statü sembolü olan ‘okumuş, kültürlü olmak’ gibi değerler, bugün kolaylıkla paraya çevrilmekte ve kilit değerler arasında yer almadığı için küçümsemektedir (Türkdoğan, 2011: 192).

‘Yükselen yeni değerler’ kavramı lüks bir lokantada yemek yemek, kaliteli giyinmek, lüks araba sahibi olmak, yurtdışına seyahate gitmek gibi bir zamanlar sadece çok varlıklı bir kesimin tekelinde olan ama seksenli yıllarda orta sınıfın da erişmeye çalıştığı bir yaşam tarzını özetleyen bir kavramdı. Zafer Mutlu’ya göre “yükselen değerler”den en önemlisi “bir lokma, bir hırka yeter” felsefesinin geçerliliğini kaybetmesi, azla yetinmemenin bir toplumsal değer haline gelmesidir (Bali, 2011: 207).

Yaşanılan fiziki mekân, kendi yaşam şartlarını, kurallarını da beraberinde getirmektedir. Bu yaşam tarzına uygun ve bu yaşam tarzı tarafından belirlenen belli bir tüketim biçimi de oluşmaktadır (Mağgönül, 2006: 94). Yeni zenginlerin çağın şartlarına uygun olarak modern sitelere geçmesiyle tüketim pratiklerinde de değişikliğe gittiği söylenebilir.

Yeni kazanılmış para sayesinde köklü orta sınıf alışkanlıkları ve ortamı ile özdeşleştirilen eşyalar hemen satın alınabilmektedir. Giyimde, kişisel bakımda, arabalarda ve ev dekorasyonunda günlük yaşamın estetikleştirilmesi büyük önem kazanmaktadır (Ayata, 2003: 47). Artık evin kendisi gibi evin bölümleri ve ev eşyaları da birer tüketim nesnesi haline dönüşmüştür. Aynı süreç, otomobil ve kıyafet tercihlerinde de geçerlidir. Otomobil bağımlılığı tüketim odaklı hayatın olmazsa olmazlarından biridir (Alver, 2010a: 113)

Keyifli ve lüks yaşamın en önde gelen göstergelerinden bir diğeri de otomobillerdir. Yıllar boyu yerli arabalarla büyüyen bir kuşak seksenli yıllarda ithalatın serbestleşmesiyle birlikte ithal arabalarla tanışmıştır. ‘Lüks’ ve ‘statü’ kavramları, yıllar boyunca ‘zenginlik’ kavramıyla özdeşleşen Mercedes ve BMW tarafından temsil edilmeye başlanmıştır. Bu iki marka önceleri ‘sonradan görme’lerin yani yeni zenginlerin birer simgesiydi (Bali, 2011: 155-156).

Teknolojiye ayak uydurmak, ondan zevk almak ve onu hayatın ayrılmaz bir parçası haline getirmek çağdaşlığın ve seçkinliğin bir özelliği haline gelmiştir (Bali, 2011: 176). Bunun en iyi örneği olarak cep telefonları ve bilgisayarlar verilebilir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### 3. ZENGİNLİĞİN TOPLUMSAL TEZÂHÜRLERİ

#### 3.1. Zengin Kime Denir?

Zenginlik ve servet oluşumu ve bunun yanı sıra oluşan gelir dağılımı adaletsizliği, insanoğlunu binlerce yıldır meşgul eden meselelerden biridir (Göksu ve Demirel, 2008: 93). Ancak gelir dağılımı adaletsizliği ile oluşan zenginlik ve yoksulluk kavramlarının daha çok yoksulluk boyutuyla ilgilenilmiş, zenginlik konusu ikinci plana itilmiştir. Bu konuya daha ilk dönem sosyologlarından beri ilgi gösterilse de daha çok yoksulluğa veya başka bir tabirle söyleyecek olursak gelir dağılımı adaletsizliğini bizzat yaşayan ve olumsuz sonuçlarıyla yüzleşmek zorunda olan yoksullar ve yoksulluk kavramı sosyolojik çalışmanın ilgi odağı olmuştur. Zenginler hakkındaki araştırmaların azlığında zenginlerin, hem yaşam tarzları hakkında hem de elde ettikleri zenginlik hakkında ketum olmaları etki etmektedir. Ayrıca egemen pozisyonda olan zenginler ile ilgili yönetilen konumundaki araştırmacının araştırma yapmasında bazı güçlükler söz konusu olabilmektedir (Pinçon ve Pinçon Charlot, 2012: 10-11).

Zenginlik ve zenginler çok fazla çalışılan bir konu olmamıştır. Örneğin, *Toplum ve Bilim* dergisinin “Zenginlik” konulu 104. sayısı “Zengin Bir Konu Yoksul Bir Literatür” başlığıyla sunulmuştur. Buradaki “yoksul bir literatür” vurgusunun bu konuyla ilgili anlamlı bir gönderme olduğunu söyleyebiliriz.

Son yıllarda postmodernizmin getirdiği muğlaklıkla birlikte herşeyde olduğu gibi toplumsal sınıfların tanımlanmasında da belirsizlik oluşmuştur. Bu bağlamda bütün dünyada orta sınıf tanımıyla ilgili yeni yaklaşımlar ortaya atılmaktadır. Bu sınıfın hangi kriterlerle tanımlanacağı ve toplumun hangi kesimlerinin kendilerini orta sınıf olarak tanımladıkları ülkeden ülkeye değişmektedir. Short’un ifadesiyle ‘İngiltere’de orta sınıf, beyaz yakalı kişilerle eğitim, hukuk, tıp gibi alanlarda uzmanlaşmış meslek sahiplerini tanımlarken Amerika’da rutin fabrika işçileri kendilerini orta sınıf olarak kabul eder. Ne var ki İngiltere’de fabrika işçilerinin kendilerini orta sınıf olarak görmesi ancak bir ukalalık olarak kabul edilmektedir. Ortanın üstü ve üst sınıfları tanımlamak ise daha zordur. Bu zorluk bir yandan sınıflar arasındaki kültürel ve politik farklılıkların, küresel tüketim kültürüne bağlı olarak azalmasından, öte yandan, gelir düzeyi farklılıklarının sınıfsal konum üzerindeki rolünden kaynaklanmaktadır (Kurtuluş, 2005a: 112-113).

Sınıflar arasındaki bu belirsizliğe dikkat çeken Wallerstein da, 20. yüzyılda burjuva teriminin artık üst katmanı işaret ettiğini belirtmektedir. Bunun nedeni ise, 1960'larda 'yeni orta sınıf' olan 'yeni çalışan sınıf'ın ortaya çıkışı ve burjuvanın özelliklerinden biri olan 'hâli vakti yerinde' sıfatına sahip olmalarıdır. Wallerstein bu maaşlı burjuvaları, yaşam tarzları veya tüketimleri açısından ya da artı değeri ele geçirenler olarak görmekte ve açıkça burjuva olarak nitelemektedir (Wallerstein, 2007: 173).

Uygarlık dediğimiz büyük sosyal dönüşümle birlikte insanlar arasındaki farklı gelir düzeyleri oluşumu yani eşitsizlikler, zengin-fakir gibi kategoriler oluşturmuş, hatta bazen bu ayırım sınıf farklılıklarına kadar gitmiştir. Zenginlerin gerek yönetimlere yakın olmaları ve orada etki gücüne sahip olmaları toplumu idare eden kuralların oluşumunda onları söz sahibi yapmış ve kendi çıkarları doğrultusunda düzenleme ve değerlendirmeler sıklıkla rastlanan durumlar haline almıştır. Diyebiliriz ki toplumsal yelpazenin bir kutbunda ayrıcalıklar birikirken diğer kutupta da engeller çoğalmaktadır (Göksu ve Demirel, 2008: 93; Pinçon ve Pinçon Charlot, 2012: 16). Zenginlik ve yoksulluğun belirli bir toplumda ya da o toplumda var olan farklı toplumsal sınıflar tarafından nasıl temsil edildiğinin incelenmesi, ister istemez o toplumdaki eşitsizliklerin ve bunları yaratan yapı ve süreçlerin nasıl algılanıp anlamlandırıldığı ve o topluma özgü toplumsal adalet fikrinin temellerini de incelemeyi gerektirmektedir (Doğuç, 2005: 75).

Zengin ve zenginlik kavramları, çoğu zaman eşdeğer olmasa da birbirini çağrıştıran "burjuva" ve "elit" kavramlarıyla yer değiştirerek zikredilmektedir. Zenginin kim olduğu, zenginlik sınırının olup olmadığı, toplumun hangi kesimlere zengin olarak baktığı vb. sorular çerçevesinde düşünecek olursak öncelikle zenginliğin toplumsal sınıflara işaret eden bir kavram olduğunu görürüz. Nitekim Adam Smith, "*Ulusların Zenginliği*" adlı eserinde toplumsal olarak zenginliğin ne anlama geldiğini ve nasıl çoğaltabileceğini sorgularken toplumsal sınıflara işaret etmektedir (Smith, 2011). Aynı şekilde Simmel (1999) de zenginliği, bireyin sahip olduğu maddi kaynaklarla ait olduğu sınıf tarafından belirlenmiş amaçlar arasındaki ilişki olarak nitelemektedir (Doğuç, 2005: 74). Pinçon ve Pinçon Charlot (2012: 13), günümüzde kolektif çıkarlarının ve sınırlarının bilincinde olan bu sınıfın var olan tek sınıf olduğunu belirtmektedir. Çünkü hiçbir toplumsal grup, bu derece bir devingenlik, birlik ve kendilik bilinci gösterememiştir.

Darwinci tabii ayıklama (seleksiyon) teorisine bağılı kalarak zenginini tanımını yapan Amerikan sosyologu Sumner'a göre zengin, tabii ayıklanmanın bir ürünüdür. H. Spencer'e (1865) göre de zengin adam, kendi üstünlüğünün masum bir yararlanıcısıdır. Ona göre insanın daha iyi olduğu için zenginliğe sahip bulunduğunu bilmesi, servetinin zevkini sürmeye tat katmakta; böylece "hayata en iyi uyum sağlayanın hayatta kalması" prensibi gereğince tabiat, en düşük gelişim seviyesinde bulunanları kısmen ayıklayıp atmaktadır (Türkdoğan, 2011: 63). Başka bir ifadeyle zenginlik, birilerinin asla sahip olamayacaklarına sahip olmanın bilinci, yoksun ve yoksul olmamanın ve arada kalmamanın bilincidir (Kıvanç, 2008: 56).

Pareto'ya göre zengin kişi aynı zamanda gücü ve seçkinliği elinde bulunduran kişidir. Seçkin; güç, zenginlik ve bilgi gibi sosyal değer veya servet (fayda) bakımından en yüksek başarıya ulaşmış kişi anlamında, değer yargılarından bağımsız bir terim olarak ele alınmalıdır. Pareto'ya göre seçkinler arasında yaşanan olaylar ve alınan kararlar, toplumun tarihi bakımından, büyük halk kitlelerinde alınan kararlara ve yaşanan olaylara nazaran, daha fazla öneme sahiptir. Pareto, genellikle seçkinlerle ekonomi ve siyasi örgütlenme çerçevesinde ilgilenmektedir. Bu konuyla ilgili "Seçkinlerin Dolaşımı" teorisine göre insanlık tarihi seçkinlerin durmadan devam eden yer değiştirme tarihidir. Biri yükselirken diğeri alçalmaktadır (Pareto, 2013: 9-13).

İstatistikçiler ve sosyologlar, zenginliğin eşliğinden ziyade fakirliğin eşliğinin tanımıyla çok daha fazla ilgilenmişlerdir (Pinçon ve Piçon-Charlot, 2012: 32). Ama belirtmek gerekir ki toplumdan topluma da zenginlik eşikleri farklılık gösterebilmektedir. Amerikalı milyarder Jean Paul Getty'nin, "*Paranızı hala sayabiliyorsanız, gerçekten zengin değilsiniz demektir*" sözünde sayılamayacak kadar çok paranın olması zenginlik için şarttır (Zengin, 2015: 14). 2006'da Fransızların yarısı için zenginlik 482 bin avrodan fazlaya denk gelen bir varlıkla tasvir ediliyordu. Bu tarihlerde Paris'te 87 metrekarelik balkonlu, parkeli ve 3 odalı bir dairenin 550 bin avro olduğu göz önünde bulundurulursa bu rakam çok mütevazı kalmaktadır (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 19).

2007 yılından beri yayınlanan *World Wealth Report* (Dünya Zenginlik Raporu)'a göre zengin tanımı yapacak olursak, 1 milyon dolardan fazla mali varlığa sahip olanlar 'zengin', mali varlığı 30 milyon doları aşanlar ise 'aşırı zengin' olarak tanımlanabilir. İnsel'e göre, zengin demek, her şeyden önce "mülklü" demektir. Daha önceleri zenginlik göstergeleri olan gayrimenkul ve kıymetli madenler ve taşların sahipliği

günümüz zenginleri için biraz demode bir mülkiyet anlayışına tekabül etmekte, modern zengin her şeyden önce mülkünün büyük bölümü artık menkul kıymetlerde yatmaktadır. Dolayısıyla bu zenginlik tanımlanırken banka hesabı ve diğer menkul kıymetlerle sınırlı tutulmakta, gayrimenkul değerlerini kapsamayan bir zenginlik tanımı yapılmaktadır (İnsel, 2008: 49). Zengin (2015: 14)'in Sabah gazetesindeki "85 Zengin= Dünyanın Yarıısı" başlıklı haberinde "Bir yanda dünyanın en zengin 85 kişisi, diğer yanda bu 85 kişinin servetinin karşılık geldiği 3,5 milyar insan, yani dünyanın yarıısı. Bir yanda saniyede 230 dolar kazananlar, diğer yanda günlük 1 dolarla yaşayan 1 milyar insan. Bu durumda sormak lazım: 85 mi büyük? Dünya mı?" diye sorarak her geçen gün artan gelir eşitsizliğine dikkat çekmiştir.

Creditt Suisse tarafından yayınlanan 2014 yılı Küresel Refah Raporu'na göre, "en yüksek servet adaletsizliği" olan ülkeler arasındaki listede yüzde 10'luk kesimin servetinin son 14 yılda "çok hızlı" yükseldiği belirtilen 8 ülke arasında Mısır yüzde 22,3 ile birinci, Hong Kong yüzde 21,9 artış ile ikinci ve Türkiye yüzde 21 artışla üçüncü sırada yer almıştır. Bununla beraber rapora göre dünyanın en zengin yüzde 10'luk kesimi toplam servetin yüzde 87'sini elinde bulundururken, en zengin yüzde 1'lik kesim ise toplam refahın yüzde 48,2'sini elinde bulundurmaktadır.<sup>6</sup>

Pinçon ve Pinçon Charlot'a göre zenginlik denince akla öncelikle gelen şey paradır. Zenginlik, hep değerli bir şey, bir yat, büyük bir daire, uzaklara seyahat, boş vakit ve hizmetçilerle dolu bir evde boş zaman imkânı olarak belirginleşmektedir. Görüldüğü gibi zenginlik çoğu zaman sadece maddi boyuta yani mal ve hizmet satın almaya indirgenmektedir (Pinçon ve Pinçon Charlot, 2012: 15). Smith, paranın hem bir ticaret aracı, hem de bir değer ölçüsü olmasının yanı sıra zenginliğin bir işareti olduğunu belirtmektedir. Tıpkı insanlar gibi ülkelerin de zengin olmasının ilk kriteri paraya sahip olmaktır (Smith, 2011: 3).

Frank, genel olarak bir kişiye zengin diyebilmemiz için 10 milyon dolar servetinin olması gerektiğini belirtmektedir. Ancak Frank, zenginliğin subjektif bir terim olduğunu iddia etmekte, insanların kendilerini zengin olarak tanımlamaları için ne kadar paraya sahip olurlarsa olsunlar servetlerinin en az iki katı paraya ihtiyaçları olduğunu söylemektedir. Zenginlik araştırması firması PNC Advisors tarafından yapılan

<sup>6</sup> (<http://www.ensonhaber.com/turkiyede-servetin-yuzde-78i-en-zengin-yuzde-10da-2014-10-14.html> /14 Ekim 2014).

bir çalışmaya değinen Frank, 1 milyon dolara sahip olanların 2,5 milyon dolara, 10 milyon dolara sahip olanların da 20 milyon dolara ihtiyaçları olduğunu belirttiklerini, böylece zenginliğin kişiye göre değişen subjektif bir terim olduğunu ifade etmektedir (Frank, 2009: 46-47).

Aynı şekilde Marx da kapitalizmde zenginlikle sermaye arasında ilişki kurmaktadır. Ona göre zenginlik, sermaye olarak özünde insanın, emeğin, yarattığı bir değer birikimidir (Köse ve Karahanoğulları, 2005: 26). Kapitalizmde zenginlik, özel mülkiyet nesnesi olunca anlamlı olmakta, bunun en açık göstergesi de ölçülebilir olması yani paraya sahip olmaktır (İnsel, 2008: 53).

George Simmel, kapitalizmin “doğal ekonomi”yi geriletmesinden beri paranın, zenginliğin yegâne hedefi haline geldiğini belirtmektedir. Esasen zenginlerin diğer insanlardan en önemli farkı paralarının olmasında düğümlenmektedir (Simmel, 2014). Bir başka deyişle bir insanın varlığı yalnızca sahip olduğuyla vardır, "sahip olma"nın güncel biçiminin de mal edinme ve para olduğu söylenebilir (Lefebvre, 2010: 164). Günümüzde en çok ilgi çeken ve en büyük hayranlığa yol açan şey, ölçülebilen ve tartılabilen büyüklüktür. En çok hoş giden şeyin paranın miktarı olduğu da söylenebilir (Sombart, 2011: 181).

Sørensen'e göre zenginliğin iki temel bileşeni vardır. Bunlardan ilki kişisel, insani ve fiziksel zenginliktir ki büyük ölçüde emek piyasasının dışında okulda ve ailede elde edilir. İkincisi ise istihdam ilişkilerinden elde edilen zenginliktir (Sørensen, 2014: 177). Yani Bordieu'nün tabiriyle ifade edecek olursak birincisi kültürel sermaye, ikincisi ise ekonomik sermayedir.

Zengin kavramıyla eş değer olarak kullanılan bir kavram da burjuvadır. Wallerstein'a göre burjuva kavramı, hem üretim hem de tüketim olanaklarıyla belirlenen ‘hali vakti yerindelik’ ve ‘paraya sahip olmak’la özdeşleştirilmektedir. Ayrıca ekonomik bakımdan gelir düzeyi yüksek burjuvanın, toplumsal sahnede statü açısından en iyi yerde durduğunu belirtmektedir (Wallerstein, 2007: 169-173).

Kapitalist rejimde üretim araçlarını elinde bulunduran egemen sınıf olarak burjuvazi, zenginliğin, modanın, mesleğin, ahlaki, entelektüel ve estetik eğitimin, kendi çevresine sınırlar çizmenin ve layık olduğunu düşündüğü seviyede kalmanın araçlarını sağlayan toplumsal bir sınıf olarak betimlenmektedir (Borlandi, Boudon, Cherkaoui ve Valande, 2005'ten akt., Fidan, 2013: 343).

Burjuva terimi ilk olarak akla zenginlik ve parayı çağrıştırırsa da aslında bundan öte anlamlar ifade eden bir kavramdır. Burjuva zenginliğinin çok biçimli olduğunu ifade eden Pinçon ve Pinçon Charlot (2012: 12), bu durumu şöyle belirtmektedir:

*“Burjuva zengindir, ancak bu zenginlik çok biçimlidir, paradan, çok paradan olduğu kadar, kültür, toplumsal ilişkiler ve prestijden oluşan bir karışımdır. Burjuvazinin kültüre dayalı ayrıcalıkları da üst üste yığılmıştır.”*

Burjuvazinin özü her şeyden önce maddi zenginliğe dayalı olmakla birlikte, bu yeterli bir koşul olarak görülmemektedir. Ekonomik sermaye, başka sermaye biçimleriyle, yani kültürel ve toplumsal sermaye biçimleriyle de meşrulaştırılmalıdır. Zenginlik, kişinin elinde bulundurduğu maddiyatı, sürdürdüğü toplumsal ilişkileri ve edindiği bilgileri meşrulaştıran ve ispatlayan simgesel güçle de ölçülmektedir. Yani simgesel sermaye de bir başka deyişle ailenin soyadı da zenginliğin ifade biçimlerinden en önemlisidir. Bu şekilde sermayeye sahip olan zenginlerin kendine duyduğu güven ve saygının bedeli yoktur (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 18-28). Kısaca zenginliğin maddiyatla yani parayla çok yakın organik bağlara sahip olmakla birlikte aynı zamanda da kültürel bir formasyona sahip (Bora ve Erdoğan, 2005: 56) olduğunu söyleyebiliriz.

Burjuvanın yanında sıklıkla kullanılan bir diğer kavram olan elit, toplumsal yapı içerisinde en üst tabakaya sahip olan bireyleri tanımlamada kullanılmaktadır. Arslan (2007)’a göre elit, üst tabakaya mensup olabileceği gibi alt toplumsal tabaka içinden de yükselebilen kimseler olabilmektedir. Elitler, maddi varlıklarıyla toplumsal kararları şekillendirme ayrıcalıklarına sahip olmakla birlikte siyaset, ekonomi, askeriye, yargı, eğitim ve medya gibi karar verme mekanizmalarında da söz sahibidirler (Fidan, 2013: 345).

Zenginler için paranın önemi yadsınamaz bir gerçek olmakla birlikte onur ve prestij de çok önemlidir. Bazı zamanlarda ekonomik sermayesinin gücünü kaybetmiş zenginlerde herhangi bir prestij kaybının olmaması kültürel sermayenin önemini bizlere göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Ekonomik sermayesini azaltsa veya yitirse de geçmişinden taşıdığı kültürel değerler önemini kaybetmemektedir. Önemli olan onur ve prestijdir (Mağgönül, 2006: 163).

Görüldüğü gibi ister zengin ister burjuva istersek de elit diye ifade edebileceğimiz toplumsal yelpazenin ayrıcalıklı kutbunda yer alan kesimin en önemli özelliği parayı, gücü, serveti, prestiji, saygınlığı ve onuru kendinde barındırmasıdır.



İçinde yaşadığımız tüketim toplumunda ise paraya sahip olmanın diğer bütün unsurlara sahip olmak anlamına geldiğini ifade edebiliriz.

### **3.2. Zenginliğin Ortaya Çıkışı Ve Tarihten Günümüze Değişen Zenginlik Tasavvuru**

Hakkında bilgi sahibi olduğumuz en eski toplumlardan bugünkü toplumlara kadar hemen hemen her toplumda seçkinlerin var olduğu bilinmektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında değişik nedenler söz konusu olabilir. Kimi zaman mevcut düzen kendi seçkinini oluşturacak şekilde yapılanmış, kimi zaman da seçkinler kendi düzenlerini oluşturmuşlardır (Sala, 2009: 3).

Tarih boyunca zenginliğin temel iki göstergesinin “ihtişam ve kudret” olduğunu söyleyebiliriz (Göksu ve Demirel, 2008: 92). Zenginliğin değişmez iki göstergesi olan ihtişam ve kudretin var olabilmesi için gereken koşullardan biri eşitsizliktir. Mülkiyet eşitsizliği ve mülkiyet hakkına ulaşabilme eşitsizliğinin zenginliğin ortaya çıkmasındaki başlıca etmen olduğu söylenebilir (İnsel, 2008: 53).

Toplumdaki eşitsizlikler üzerine en güçlü teorik eleştiriyi getiren Marx, ilk toplumun sınıfsız bir toplum olduğu temelinden hareket ederek mülkiyetin ortaya çıkmasıyla birlikte eşitsizliklerin ve dolayısıyla sınıfların ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu eşitsizlikleri ve sınıfları ortadan kaldırmanın yolu da özel mülkiyetin ortadan kaldırılmasıyla mümkündür. Ancak insanın özel mülkiyeti ortadan kaldırmaya yönelik bir gücü üretmesi zor görünmektedir. Örneğin sınıfsız bir toplum ütopyasıyla kurulmaya çalışılan sosyalizm bile hâkim olduğu ülkelerde yeni sınıfların ortaya çıkmasına engel olamadığı gibi bizzat yeni sınıfları ortaya çıkartmıştır. Bu bağlamda Milovan Djilas'ın “Yeni Sınıf” adlı eseri Sovyet devriminden sonra nasıl yeni bir sınıfın ortaya çıktığını eleştirel bir şekilde analiz etmektedir (Sala, 2009: 4).

Thorstein Veblen'in zenginliğin ve elit sınıfın ortaya çıkması ve onların özellikleri üzerine inşa ettiği eseri “*Aylak Sınıfın Teorisi*”nde kültürel evrimin bir sonucu olarak aylak sınıfın ortaya çıkışının mülkiyetin ortaya çıkışı ile çakıştığını belirtmektedir. Eşyaların giderek mülk haline gelmesi, tutarlı bir mülkiyet sisteminin yerleşmesine neden olmuştur. İlerleyen zamanlarda, mülkün değerini belirleyen en önemli unsur ise o mülkün yararlı olup olmadığı olmuştur. Bu her ne kadar doğru olsa da, maddi varlığın bugün de en büyük yararı, sahibinin gücünü sergilemesinden kaynaklanmaktadır (Veblen, 2005: 31-32).

Genellikle ticaretle özdeşleştirilen, onun doğurduğu bir statü olarak zenginler (tüccarlar), gücünü bilgi ve toplumsal-etik değerlerden alan âlim-ruhban kesimin ve idari-askeri güç/statü sahiplerinin himayeleri altında varlıklarını sürdürebildiler. Çünkü mal varlığı ve paranın var ettiği bir güçlülük statüsü olarak zengin, modern çağa kadar kıyaslanabileceği diğer güçlülük statüleri içinde en itibarsızı, en kırılmanı ve en az meşruiyet tanınanı olmuştur. Mal mülkiyet hakkının temel ve dokunulmaz insan hakkı olarak tanımlanmasıyla oluşan modern –burjuva- toplumunda ise zenginlerin statüsü, saygınlık derecesi ve nüfusu yükselmiş hatta geçmişte himayelerine muhtaç olduğu âlim-ruhban ve yönetici-asker zümrelerini yönlendirebilme gücünü kazanmışlardır. Ambarlar, kervan ve gemiler, para ve altın kasaları ile çizilen modern öncesi zengin tasavvurunun yerini modern kapitalist toplumda tüten fabrika bacaları almıştır (Birikim, 2008: 46).

Bumin (1990) de benzer şekilde, kentte var olan elit tabakanın ticaretin gelişimine koşut olarak geliştiğini belirtmiştir. Ticaretin gelişmesiyle, üretim ve ticaretin birbirinden ayrışmasıyla birlikte kentler, uzmanlaşmış bir tüccar sınıfının (burjuvazi) doğuşunu sağlamıştır. Burjuvazi, bu dönem içinde giderek kentin yönetiminde söz sahibi olmaya başlamıştır. Zamanla ekonomik anlamda gücünü artıran burjuvazi, feodal beyler ve piskopos gibi kentin ilk sahipleriyle, kimi zaman savaşarak kimi zaman anlaşarak sonradan modern devletin üzerinden yükseleceği farklı bir uygarlığın gelişmesinin yolunu açmıştır (Kaygalak, 2009: 34).

Kentlerde var olan sınıf oluşumu ve tabakalaşmayla ilgili olarak Aslanoğlu (2000: 34-44), kentte var olan tabakalaşmaya kentin ekonomisi açısından yaklaşmıştır. Ona göre, sanayi öncesi kentte elit tabaka, büyük arazi sahipleri, devlet, din ve eğitim alanlarında önemli yerleri tutan kişilerden oluşmaktadır. Bunun dışında zanaatkâr ve toprağı işleyen köylülerden oluşan kitleler bulunmaktadır. Sanayi öncesi kent, imtiyazlı dar bir üst tabaka tarafından yönetilmektedir. Sanayi öncesi toplumsal yapıda, fiilen üretimle uğraşmayan orta tabakayı geçindirebilecek ürün ve hizmetler yoktur. Sadece küçük bir elit grubunun geçimi sağlanmaktadır. Bu nedenle kentin tabakalaşmasında dikey hareketlilik yoktur.

Sanayi toplumu ise toprağı işleyen köylüler, onlardan sayıca fazla olan sanayi ya da hizmetlerde çalışan kitleler ve bunlar üzerinde kontrol gücü olan üst tabakalardan oluşur. Bu sosyal tabakalaşma sistemi dikey hareketliliğe uygundur. Modern kentte insan ilişkilerinin kurulmasında kişinin gördüğü iş ve meslek çevresi etkindir.

Görüldüğü gibi sanayi öncesi toplumda dikey hareketliliğe imkân olmazken sanayi toplumunda kişinin eğitim ve meslek faktörleriyle dikey hareketlilik mümkün görünmektedir.

Begel, ortaçağ kentlerinde, bugünkü sosyal yapılardan büyük ölçüde farklı bir katmanlaşma sisteminin varlığını ortaya koymaktadır. Ona göre bütün kentlerde değilse de pek çoğunda üst kesimi kentleşmiş bir aristokrasi vardı; bunların çoğunlukla unvanı da vardı. Bu soylular arazilerini kâhyalarının denetimine bırakıp hiç değilse yılın bir bölümünü kentte geçirirlerdi. İkinci katman, tüccarlardan oluşuyordu. Onların arkasından lonca üyesi zanaatkârlar gelirdi. Sonra statü itibariyle daha düşük olan zanaat ustaları; sabit bir işi olmayan hizmetkârlar ve son olarak sınıf sisteminin en altında yer alan gezici esnaf ve dilenciler geliyordu. Son iki grubun hiçbir zaman siyasi hakları olmadı. En üstteki üç grup arasında ise neredeyse kesintisiz bir iktidar mücadelesi yaşandı (Begel, 2012: 13).

Burjuva sınıfının geçirdiği evrimi inceleyen Sombart, 15. ve 16. yüzyılların paraya sahip olmak amacıyla giderek çılgınlaşan bir yarışın semptomlarının görüldüğü, her şeyi en kısa sürede paraya tahvil etme düşüncesinin giderek yaygınlaştığı bir dönem olduğunu belirtir. Bu dönemde resmi ödemeler parayla yaptırılmaya, soylular zengin tefecilere benzemeye başlamış; devletler kasalarına olabildiğince çok para sokacak politikalara doğru yönelmiş; para sahibi olmanın yolları giderek çoğalmış ve daha ince zekâ gerektiren bir hale gelmiştir. 18. yüzyılın ilk yarısında İngiltere ve Fransa ilk kez Hollanda'nın 1634 yılına doğru geçirmiş olduğu hastalıklı bir para tutkusu döneminden geçmişlerdir. Bu toplumlarda, bu dönemin sonunda bütün ulus baştan aşağı bu duygu tarafından etkilenmiş ve para tutkusu modern insanın ruhunun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir.

Zenginleşmek amacıyla sihirli yöntemlere de başvurulduğu bu dönemde herkesin peşinde koştuğu altını ele geçirmenin mucizevî bir yolu aranamakta ve bu iş ya altını bularak ya da üreterek bir çözüme kavuşturulmaktadır. Hazine arayıcılığı ve simya tutkusunun kökeninde bu vardır. Gerçekte, o dönemlerde saklı hazineleri ortaya çıkarma düşüncesi sanılabileceği kadar saçma bir düşünce değildi, zira özellikle savaş dönemlerinde, paraya dönüştürülmüş olsun ya da olmasın büyük miktarda soylu maden toprağa gömülmekteydi. Uygulanan sihirli yöntemler ise bu hazineleri bulup onları hapsedilmiş oldukları yerden kurtarmayı amaçlamaktaydı. Bu dönemde prensten köylüye herkes simyanın gücüne inanıyordu. Kısa bir sürede zengin olma arzusu, bütün

halkı boydan boya sarmış, hatta simya, manastır duvarlarının bile içine yerleşmişti. Altın imalatına yarayan bir fırının bulunmadığı tek bir manastır bile yoktu (Sombart, 2011: 42-51).

Kapitalizmin başlangıç döneminde özellikle Rönesans'ın her türlü teknik fikir konusunda ne kadar çok yaratıcı beyin, bereketli ve durmak bilmeyen bir iş gücüne sahip insanlarla dolu olduğu söylenebilir. Toplumun her kesimine yayılmış olan bu müthiş yaratıcılık yeteneğinden yalnızca teknik sorunların çözümü konusunda yararlanılmıyordu. Ekonomi ve yaşamın diğer alanlarında da sayısız miktarda reform ve dönüştürme düşüncesi içeren yaratıcı fikirler sunuluyordu. Böylece binlerce insan yaratıcı güçlerini bir mesleğe dönüştürmüş ve gerçekleştirilmesi mümkün olan/olmayan fikir ve projelerini para karşılığında satmışlardır. 17. yüzyıl, proje üreticilerinin altın yüzyılı olarak nitelendirilebilir. Bu dönem, “projeler dönemi” olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde insanlar her gün daha önce hiç kimsenin düşünmemiş olduğu kendilerine para getirecek yeni numaralar, yöntemler ve planlar peşinde koşmaktaydılar (Sombart, 2011: 52- 55). Böylece 17. yüzyılda “keşif yaparak kısa sürede zengin olma tutkusu”nun müthiş bir hızla yaygınlaştığını söyleyebiliriz.

Sombart, burjuva sınıfını eski moda ve yeni moda olarak ayırarak onların sahip oldukları özelliklerden bahsetmiştir. Eski moda burjuva hiç kuşkusuz kapitalist bir girişimci olup para kazanmak amacıyla şirket kuran biridir. Onun etkinliklerini belirleyen ve yönlendiren ölçüt, kendisinin ve diğer insanların çıkarlarına hayati bir önem atfediyor olmalarıdır. Onun için zenginlik, hoşlanılan ve peşinde koşulan bir şeydir ancak yaşamın tek amacı değildir. Zenginlik yaşamla doğrudan ilişkili değerlerin yaratılmasına ve korunmasına hizmet ettiği ölçüde bir anlama sahiptir. Eski moda burjuvada, başkalarının müşterilerinin peşinden koşmak kesinlikle yasaklanmıştı. Böyle bir davranış Hristiyanlık karşıtı, ahlaksızca bir yöntem olarak kabul ediliyordu. Kapitalizmin ilk evrelerinde iyi mallar üretilmeye çalışılmakta, malların görüldükleri kadar nitelikli, gerçek, hiçbir hile hurda karıştırılmamış olmasına çalışılmaktadır. Günümüzde ise yeni moda burjuvanın tüccardan çok bürokrata benzediği söylenebilir. Bunlar çalışırken en ufak bir hata yapmayan, ukalalık derecesinde düzen takıntısı olan, çok uzun bir süre düşündükten sonra karar verebilen, örgütleme yeteneğine sahip ve kusursuz bir memur ve idarecidir (Sombart, 2011: 160-174).

Sombart'ın tanımladığı burjuva sınıfının özellikleri Veblen'in aylak sınıfında belirtilen ilkelere benzemektedir. Ona göre, bir senyör gibi yaşamak demek, dolu dolu

ve bolluk içinde yaşayıp çevresinde pek çok insanı beslemek, günlerini savaşıarak ya da avlanarak, gecelerini ise arkadaş ve dost çevresi ile birlikte zar atıp, güzel kadınların kolları arasında eğlenerek geçirmek, şatolar ve kiliseler inşa ettirmek, turnuvalar ve benzeri etkinlikler sırasında şatafatlı gösterişe önem vermek, çoğu kez sahip olunan olanakların üstünde lüks bir yaşantı sürdürmek demektir (Sombart, 2011: 23).

Son otuz-kırk yıldan beri mülkiyet haklarının geçerlilik alanının genişletilmesiyle ve neredeyse sınırsızlaştırılmasıyla gündeme gelen neoliberal ideolojiyle yani yeni kapitalizm dönemiyle birlikte zenginliğin de kaynaklarının ve biçiminin değişmesi gündeme gelmiştir. Bu dönemde toplu mülkiyet haklarının parçalanarak, bunlardan tekelci özel mülkiyet hakları yaratmaya dayanan kamu hizmetleri özelleştirmelerine; mülkiyet haklarının insanlığın ortak varlığı olması gereken bilgi alanında hızla ilerlemesine ve bilginin metalaşıp özel mülkiyet nesnesi haline dönüşerek yeni zenginliğin önemli kaynaklarından biri haline gelmesine şahit olmaktayız (İnsel, 2008: 52). Eskinin itibarsız ve meşruiyetsiz zenginleri neoliberalizmle birlikte artık toplum tarafından kabullenilmiş görünmektedir. Bu hususun da neoliberalizmin zaferi olduğu söylenebilir. Çünkü artık toplumda zenginliğin teşhiri alışılmış ve sıradan görünmektedir (Duman, 2008a: 60).

Günümüzde lüks tüketimin ve lüks eşyaların kapitalizmin temel katalizörü olduğu söylenebilir (Duman, 2008b: 109-111). Bu bağlamda zenginleri ve zenginliği toplum nezdinde sempatikleştiren aktörün ise kapitalizmin kendisi olduğunu rahatlıkla belirtebiliriz. Ayrıca son yıllarda yeni ortaya çıkan zenginleri, köklü ve soylu sınıflar, aşağılayan bir tavır takınsa da toplumun geri kalan kısmının zenginlere ve zenginliğe olan özentisi ve sempatisinin giderek arttığı görülmektedir.

### **3.3. Türk Toplumunda Zengin Sınıf ve Zenginlik Görünümleri**

Türkiye’de burjuva sınıftan tam anlamıyla söz etmek mümkün olmamakla birlikte bu sürecin başında olduğu için bu duruma “burjuvalaşma süreci” diyebiliriz. Avrupa’daki örneklerinde olduğu gibi yeni bir toplumsal sınıf olarak, gerek fiziki gerekse de içerik olarak yüzyıllar önce ortaya çıkıp gelişim ve değişim sürecini yaşayıp bugüne çeşitli değişikliklerle gelip form ve içerik değiştirmemiştir (Mağgönül, 2006: 154). Türkdoğan’a göre (2011: 14), geleneksel Türk toplumunda, Cumhuriyet dönemine kadar “sınıf” kavramına dayalı bir sosyal yapıdan ziyade, dengeli, zenginlik normlarını

törpüleyen ve dayanışmacı bir model mevcuttur. Ona göre bu oluşumda devletin İslami normlara yönelik toplum felsefesi ve iktisadi zihniyeti önemli rol oynamıştır.

Nitekim Kuran-ı Kerim’de servetin belli ellerde toplanmasından ziyade dengeli dağılımına yönelik tavsiyelerin ve zenginlerin mallarında yoksullar için hakkın olduğunu bildiren ayetlerin toplum yapısına bu şekilde etki ettiği söylenebilir. Örneğin Zâriyat Suresi 19. ayette “*Onların mallarında, muhtaç ve yoksullar için bir hak vardır*”, Rum Suresi 38. ayette “*Akrabaya, yoksula, yolda kalmışa hakkını ver. Allah’ın hoşnutluğunu dileyenler için bu daha hayırlıdır.*”, İsrâ Suresi 30. ayette “*Allah kiminize kiminizden daha çok rızık verdi. Bol rızık verilenler, çalıştırdıklarına yeterince vermediklerinden eşitliği sağlayamamaktadırlar. Allah’ın nimetlerini inkâr mı ediyorlar?*” tebliğ edilen hükümler, İslam dini çerçevesinde şekillenen Türk toplum yapısında aşırı uçlarda yaşanan bir zenginliğin oluşumunu engellemiştir.

Türk toplumunu oluşturan kültürel doku, hem İslam dininin öğretilerini hem de Türk kültürünün binlerce yıllık dünya görüşü, hayat tarzı ve değerler sisteminin kalıcı izlerini taşımaktadır. Orhun yazıtlarında “*Aç, yoksul milleti hep topladım. Yoksul milleti zengin kıldım*” gibi ibareler, Eski Türklerde Kağan’ın nasıl toplumun ihtiyaçlarını ön planda düşündüğünün tipik bir örneğidir. Yine aynı kültür kalıplarını paylaşan İslam dini de servetin belli ellerde birikmesine karşı çıkmaktadır (Türkdoğan, 2011: 34).

Eski Türklerde yeni bir “statü” kazanmanın servetlerini tüketmekle mümkün olduğu bir gerçektir. Bir insan “*beğ*” olmak istiyorsa bunun yolu, servetini, malını, yoksullara yedirmekten, talan ettirmekten geçer. Bugün halk arasında yaşayan “*Ağalık, beylik vermekle olur*” sözü de bu eski kültür geleneğimizin atasözlerimizdeki yansıması olduğu söylenebilir. Aynı şekilde İslami inanç içerisinde “*Eğer bir mahallede yoksul varsa orada zengin yoktur*” anlayışıyla toplum içinde kutuplaşma ve zıtlışmalara karşı konulmaya çalışılmıştır (Türkdoğan, 2011: 56).

Ne var ki her toplumda var olan eşitsizlikler ve buna bağlı olarak oluşan sınıflar, yapısında engelleyici unsurlar bulunmasına rağmen Türk-İslam toplumunda da var olmuştur. Türk toplumuna baktığımızda yüzyıllarca üst sınıfı oluşturan aydın tabaka veya elitist kadroların yanında halk tabakaları da alt sınıfı oluşturduğu görülmektedir. Bu ikili yapılaşma birimleri Osmanlı’dan günümüze kimliğini sürdürmektedir. Türkdoğan, “*Aydınlıktakiler ve Karanlıktakiler*” adlı eserinde aydınlıktakiler olarak tasvir ettiği üst tabakanın milli değerlerden tamamen soyutlandığını, karanlıktakiler

olarak tanımladığı tabakanın ise güçlü bir biçimde dini norm ve değerler yanında töre ve gelenekleriyle milli özelliklerine bağlı olduğunu belirtmektedir (Türkdoğan, 2011: 157).

Makro düzeyde Osmanlı toplumunu iki sınıfa ayırmak mümkündür. İlki vergi vermeyen yönetenler/seçkinler sınıfı, diğeri ise vergi mükellefi olan yönetilenler sınıfı. Ancak bu kategorize Osmanlı'daki sınıf düzenini açıklamada yetersiz kalmaktadır. Osmanlı'da yönetilenler sınıfı olarak nitelendirilebilecek ve geniş halk kesimlerinden ayrılan, artı-ürünü kontrol eden ve tüketen aristokrat/seçkin bir sınıf vardı. Ancak bunun yanı sıra da kentlerde yaşayan ve zanaat veya küçük sanayi üreticiliği yapan geniş bir halk kesimi vardı. Bu geniş halk kesimi içerisinde değerlendirilen fakat iktisadi ve politik gücü itibariyle de bu halktan oldukça farklı olan, merkezden uzak, bazen merkezle çatışma yaşayan/anlaşan bir taşra seçkinleri de mevcuttu (Sala, 2009: 21). Dolayısıyla klasik Osmanlı döneminin temel sınıf mücadelesini bu şekilde okumanın mümkün olduğunu söyleyebiliriz.

Tanzimat'tan başlayarak Osmanlı'da parçalanmış bir burjuvazi oluşmuştu. Türk unsuru ağırlıklı bir "bürokratik burjuvazi" ve gayrimüslim etnik unsurlardan oluşan, uluslararası kapitalizmle bağlantısı olan bir "ticari burjuvazi" bulunmaktaydı. Osmanlı'nın son döneminde ve Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan sonra, Türk Milliyetçiliği ve Kemalizm tarafından zihniyet haritası çizilen "bürokratik burjuvazi" egemen olmuş; gayrimüslim ticari burjuvazinin tasfiyesi ile burjuvazinin bürokratik kanadı "kamusal alan"a tamamıyla hâkim olmuştur (Durakbaşı, 2010: 17-18). Ancak şu husus da belirtmelidir ki Türk toplumunda burjuvazi Cumhuriyet dönemi ve modernleşme süreciyle birlikte kentsel doku ve toplumsal yapı içinde biraz teşvikle, biraz özenmeyle oluşmuş ya da kimi zaman oluşturulmuştur (Mağgönül, 2006: 155).

Türkiye'nin 1950'li yıllarda tarım yapısında meydana gelen değişikliklerle modern tarım işletmelerinin gelişmesiyle birlikte tarım alanında sermaye birikimi olanakları artmıştır. Bu dönemde Demokrat Parti'nin sınıf temeli de genellikle topraktan sağlanan servetle zenginleşen çiftçi ve köylü olarak nitelenir. Yine bu dönemde 1950'den itibaren Türk işadamları üzerine yapılan çalışmalarda, Türkiye'de yaygın şirketleşme tipinin aile işletmesi biçiminde olduğu ve sosyal kökenlerinin üst düzey bürokratlar ya da ticarete dayandığı vurgulanmıştır (Durakbaşı, 2010: 19-20).

Başbakan Adnan Menderes'in 1957 seçim konuşmasında "*Her mahallede 15-17 milyoner yetiştireceğiz*" sloganı ise bu liberal ekonomik zihniyetin amaç ve yönünü göstermesi bakımından dikkat çekicidir. "Salt ekonomi için ekonomik faaliyetlerde

bulunma' düşüncesi çerçevesinde ekonominin ahlaki değerlerden arındırılması sonucunda kısa süre içinde 'zengin olma' bilinci desteklenmiş ve adeta 'para kazanmak için para kazanmanın yolları' açılmıştır (Türkdoğan, 2011: 207).

DP'nin uyguladığı liberal iktisat politikası sonucunda 'yeni zenginler' türemiş, bu 'yeni zengin' tüccar ve esnaf sınıfının Anadolu kökenli ve de kentli elitlere göre daha düşük bir eğitim düzeyine sahip olması kentli elitlerin onları küçümseyici bir ifadeyle "Hacı Ağa" olarak anmalarına yol açmıştır (Bali, 2011: 24). Kendilerini köklü zenginler olarak gören "Beyaz Türkler", bu dönemde ortaya çıkan yeni türedi zenginleri "Siyah Türkler", "Siyah Zenginler", "Doğulu Kırolar" şeklinde kategorileştirerek üst tabaka içerisindeki ayrımı ortaya koymaya çalışmışlardır (Türkdoğan, 2011: 204). Bu durum aslında seçkinlerin kendi içinde sınıflaştıklarının da bir göstergesidir. Bali, bunu "köklü aileler ve eski servetler", "yeni zenginler ve yeni servetler" şeklinde belirtmektedir (Bali, 2011: 39).

Türkiye'de 1980 sonrasında izlenen ekonomi politikaları, büyük burjuvazinin gelişmesini desteklemiştir. Büyük burjuvazinin gelişim sürecinde, holdinglerin hemen hepsinin birer bankasının bulunması, finans-ticaret ve sanayi sermayesinin iç içe geçmiş olduğunun bir göstergesidir. Taşra burjuvazisi henüz finans alanında böyle bir yapılanmaya gitmemiş olsa da, farklı sektörlerden şirketler grubu şeklinde faaliyet göstererek, örneğin, enerji sektörüne de yatırım yaparak sermaye birikimini artırmaya yönelmiştir (Durakbaşı, 2010: 21).

24 Ocak kararlarıyla (serbest piyasa ekonomisine geçiş) birlikte Cüneyt Ülsever'in deyimiyle o güne kadar "İstanbul sermayesi karşısında boynu bükük gezen" Anadolu girişimcilerinin birdenbire dünya pazarlarına açılmalarına, İstanbullu sanayicilere rakip olmalarına ve merkezlerini İstanbul'a taşımalarına yol açmıştır. Bu yeni dönemde zengin olmak bir erdem olarak topluma sunulmuştur. Bunu da bizzat dönemin Başbakanı Turgut Özal yapmıştır. Özal'ın Tunus ziyaretinde Kuran-ı Kerim'i temel alarak Tunus Başbakanı'na söylediği "*Zengin bir Müslüman fakir bir Müslümandan daha iyidir*" sözleri bu dönemin felsefesini özetlemektedir (Bali, 2011: 33-39).

Durakbaşı, 1980'li yılları yani Özal'lı yılları taşra burjuvazisinin atağa geçtiği dönem olarak nitelendirir. Bu dönemde "Anadolu Kaplanları" diye tanımlanan taşra kökenli girişimciler, tarım kökenli küçük sanayiden ihracata yönelik sanayilere yönelerek küresel/uluslararası ticarete etkin hale geldiler. Sanayileşme yönünde atılım



yapan bu işletmeler “yeni sanayi odağı” olarak nitelenen illerde yer almakta ve kentin “markalaşması”nda etkin rol oynamaktadırlar. Sonuçta Osmanlı Devleti dönemindeki taşra burjuvazisi olarak da niteleyebileceğimiz eşraf aileleri, bu dönemde ekonomik olarak güçlenen ve küresel ekonomiye eklenilen yeni sermaye grupları ve yatırımcılar olarak kentsel aktörler arasına girmişlerdir (Durakbaşı, 2010: 6-22). Bu politikalarla birlikte taşra, edilgen bir ekonomik birim olmaktan uzaklaşarak etkin bir ekonomik unsur haline gelmiştir (Alpman, 2012: 40). Diyebiliriz ki bu gelişmeler ekonominin büyümesi ve küreselleşmenin sonuçları olarak da okunabilir (Ayata, 2003: 53).

Özal hükümeti, “şimdiki zaman burjuvazisi” olarak değerlendirilen Anadolu burjuvazisinin ortaya çıkmasını sağlayan neoliberal politikalar aracılığıyla yeni birikim biçimine uygun düzenlemeleri gerçekleştirmiştir. Özal döneminin bir başka önemli özelliği ise Osmanlı'nın son dönemlerinde başlayıp Cumhuriyet dönemi boyunca devam eden Batılılaşma projesini, siyasal bir proje olmaktan çıkartıp toplumsallaştırmayı başarmış olmasıdır. Liberal değerler, muhafazakârlığın bir biçimi ve belki de türevi olarak Anadolu'luluk değerleriyle güçlü bir sentez kurmayı başarmıştır (Alpman, 2012: 39). Böylece 1980 sonrası Türkiye’inde burjuvazi, ulusal, etnik, dini kimliklerin tartışılmasının ağırlık kazanmasıyla ve tarihin yeniden keşfedilmesiyle yeni bir boyut kazanmıştır (Karadağ, 2012: 56). Sonuç olarak ister “Yeşil Sermaye”, “İslami Burjuvazi” gibi dini temalar, isterse “Anadolu Sermayesi”, “Otantik Burjuvazi” gibi yerelliğe/yerliliğe atıf yapan önadlar kullanılsın Türkiye’nin sınıf yapısında, güçlü bir burjuva fraksiyonu olarak “Anadolu Burjuvazisi” en üst katmanda yer almaktadır (Alpman, 2012: 38).

Son dönemlerde ortaya çıkan “İslami Sosyete”, “İslami Burjuvazi” gibi kavramlarla tanımlanan dindar zenginlerin, İslam inanç sisteminde istisna ve sorumluluk duygusuyla iç içe tanımlanan zenginliğin getirdiği sorumlulukları unutarak genel zenginlik kültürünü benimseyip içselleştirdiği ve kayıtsızlaştıkları söylenebilir. Dolayısıyla “İslami Sosyete” veya “İslami Burjuvazi” kavramları “Laik Sosyete” ya da Laik Burjuvazi” olgusundan ayrı düşünülemez. Ayrıca yukarıda da belirttiğimiz gibi üst tabaka içerisindeki ayrımlaştırmalar İslami burjuvazide de söz konusu olmaktadır. Dolayısıyla İslami zenginler, tüketim kültürü açısından “kökten görme” değil, daha çok “sonradan görme” olarak nitelendirilmektedirler (Göksu ve Demirel, 2008: 92).

Ülkemizin %1’ini oluşturan en zengin 143.000 aile, toplam gelirden yaklaşık 6,5 milyon ailenin aldığı payı almaktadır. Dolayısıyla Türkiye’nin en zengini ile en yoksulu

arasındaki farkın 236 kat olduğu söylenebilir (Türkdoğan, 2011: 205-206). DİE'nin 2013 yılında yaptığı bir araştırma, kentlerdeki en üst gelir grubunun oluşturduğu %20'lik kesimin gelirden aldığı payın %46,6 düzeyinde olmasına karşılık en düşük gelire sahip ilk gruptakilerin toplam gelirden aldığı payın %6,1 olması gelir dağılımının yapısının ne denli bozuk olduğunu ortaya koymaktadır.<sup>7</sup>

Son dönemlerde Türkiye'de zenginliğin yaşanma tarzının, onu meşrulaştırma kaygısından kurtulmanın serbestliğiyle teşhirci görünüm arz ettiğini söyleyebiliriz. Özellikle büyük burjuvazinin “hayırseverlik” ve sosyal sorumluluk ile olan meşguliyeti de bu imgeye karşı bir meşrulaştırma arayışı olduğu söylenebilir (Bora ve Erdoğan, 2005: 4-10).

### **3.4. Zenginliğin Tezahürleri**

Hayatımızda karşılaştığımız her olay ya da durumun neden sonuç zincirindeki bir halka olduğunu düşünürsek maddi zenginliğin de hem bir neden hem de bir sonuç olduğunu söyleyebiliriz. Gelir ve mülkiyet eşitsizliğinin bir sonucu olarak ortaya çıkan zenginliğin bir takım tezahürleri vardır. Zenginliğin kaynağına, yani elde edilme biçimine, zenginliğin yaşama biçimine (bir diğer deyişle gösterilme, teşhir edilme biçimine) ve zenginliğin mekânsal olarak gösterilme biçimine göre farklı tezahürleri olduğunu söylemek mümkündür. Bu nedenle bu bölümde zenginliğin tezahürlerine ayrıca yer vermek zenginliğin anlaşılması açısından yararlı olacaktır. Bu bağlamda zenginliğin çok çeşitli tezahürleri olmasına rağmen genel olarak zenginliğin tezahürleri, sınıfsal, kültürel ve mekânsal olarak üç başlık altında incelenmiştir.

Ancak şu hususu belirtmeliyiz ki zenginliğin farklı kültürlere göre yani toplumdan topluma farklı tezahürleri vardır. Hatta aynı toplum içinde zamandan zamana da farklılıklar gösterebilir. Bir bakıma zenginliğin yaşama biçimlerinden tutun da zenginlerin mekânsal olarak örgütlenişine kadar toplumdan topluma farklılaştığını söyleyebiliriz. Örneğin İngiliz burjuvazisiyle Amerikan burjuvazisinden birbirinin aynısıymış gibi bahsedemeyiz. Şüphesiz her toplum birbirinden farklı olduğu gibi zengin sınıflar ve bu sınıfların yapısı ve zenginliği yaşama biçimleri de farklılık gösterecektir. Bu nedenle bu bölümde zenginliğin tezahürleri herhangi bir topluma indirgenmeyerek genel olarak ele alınacaktır.

<sup>7</sup> <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16083> adresinden 14.02.2014 tarihinde erişildi.

### 3.4.1. Zenginliğin Sınıfsal Tezahürü Olarak Ayrışma

Toplumda sınıflar arasındaki sosyal sınırların varlığı insanların bir hiyerarşi içerisinde olduklarını göstermektedir. Aile, eğitim, meslek, ekonomik statü, görünüm, zevk, görgü ve yaşam tarzının toplumsal hiyerarşinin parçaları olduğunu söyleyebiliriz. Farklı toplumlarda bu faktörlerin etkililik derecesine göre sınıflar arasındaki çizgiler belirsizleşse de genellikle “üst sınıf”, “orta sınıf” ve işçi sınıfı” gibi yaygın tanımlamalar kullanılmaktadır (Wattanasuwan, 2003: 61).

Sınıf kavramının analizinin 1980 sonrasında ciddi bir itibar kaybına uğradığını belirten Öğüt (2014: 7), yapılan indirgemelerle bu kavramın ya ekonomizmle eşdeğer tutulmasını ya “yoksulluk” gibi yeni ölçeklerle üstünün örtülmesini ya da Pierre Bourdieu’nün deyişiyle “salt folklorik bir kategoriye” indirgenmesini eleştirmektedir.

Sınıflar, genel anlamda bireyüstü kişilerden ziyade, üretim ilişkileri içerisinde paylaşılan bir konumları olan ve kendilerini sınıfsal bilinçleri üzerinden kolektivitelere dönüştürebilen fail gruplardır (Sam ve Sam, 2012: 19). Sosyal sınıflar, biçimsel olmayan ve sürekli büyük gruplardır. Bu anlamda, sosyolojik, toplumsal tabakalar bireylerin statülerine göre sıralanmalarını gösteren ve ayrışmalarını sağlayan bir takım soyut kategorilerdir. Bir varlık alanı olarak sınıf, aynı gelir düzeyi, aynı yaşam biçimi ve sınıf bilincinin olmasıyla toplumsal tabakada diğerlerinden ayrışır (Türkdoğan, 2011: 29-30). Başka bir deyişle toplumsal olarak ‘biz’, ‘diğerleri’nden kendi kurallarımıza göre ayrışırız ya da tersten okunduğu zaman ‘diğerleri’, ‘biz’den onların kalıpları çerçevesinde ayrışır.

Toplumsal tabaklaşmada en üstte yer alan zenginler kendilerini diğer alt sınıflardan ayırtırmayı yeğlemektedirler. Sınıfsal olarak ayrışmanın zenginliğin en önemli tezahürü olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü Bourdieu’nün deyimiyle seçkinlik, seçiciliği yani “ayırma”yı beraberinde getiren toplumsal bir konumdur (Mağgönül, 2005: 129). Dolayısıyla ekonomik sermaye bakımından toplumun geri kalanından güçlü olan zengin sınıf, belki de zenginliğin en önemli sonucunu sınıfsal olarak yaşamaktadır.

Sosyolojide yaşam tarzları, kültürel pratikler ve tüketimin toplumsal boyutu üzerine olan çalışmalar sıklıkla sınıf konumu ve yaşam tarzları ilişkisi ile ilgilenmişlerdir. Bu anlamda klasik yazında en önemli isim Weber’dir. Weber’in sınıf konumu ve yaşam tarzları arasındaki paralellikler üzerine olan düşünceleri statüye dayalı ayrışmaların sıklıkla sınıf ilişkileri ile örtüşebileceğine vurgu yapmaktadır.

Weber'e göre sınıfın üyeleri ortak yaşam fırsatlarını paylaşır. Piyasa yaşam fırsatlarını bireylerin getirdiği kaynaklara göre dağıtarak belirli vasıflar ve diğer varlıklara göre ayırım yapar. Önemli olan tüm bu varlıkların piyasa bağlamında bir değere sahip olmasıdır. Sonuçta, sınıfsal durum piyasa durumu tarafından belirlenir (Breen, 2014: 50).

Bourdieu ise, *Distinction*'da sosyal sınıflar ile yaşam tarzları ve pratikleri arasındaki ilişki üzerinde durur. Ona göre toplumsal uzamdaki her konum belli bir "sınıf durumuna" tekabül ederken, aynı sınıf konumunda yer alan bireyler homojen tavır ve eylemler sergilerler. Sosyal sınıf, sınıf konumlarının içselleştirilmiş biçimi olan *sınıf habitusu* ile ilişkilendirilmelidir. Habitus, düşünceleri, algıları, ifadeleri ve eylemleri yönlendiren toplumsal olarak kurulmuş yatkınlıklar sistemidir. Yaşam tarzlarını ve statü farklarını toplumsal sınıf farklılıklarının tezahürü olarak gören Bourdieu, habitus ile sınıf arasında bağlantı kurmaktadır. Tüketim pratiklerinin sınıf yapısında farklı mevkiler işgal eden bireyler arasında sembolik sınırlar kurduğunu belirtir (Weininger, 2014: 112-116). Bu yaklaşımı ile Bourdieu, sınıf konumları ve statüyü analitik olarak ayrı düşünen Weber'den ayırır. Dolayısıyla Bourdieu, Weber'in aksine sınıf ve kültür arasında zorunlu bir ilişki kurar (Karadağ, 2010: 40-41).

Bourdieu'ye göre sınıf, farklı güç ve sermaye donanımlarıyla ve buna karşılık gelen alışkanlık, inanç, değer, zevk, duygu ve düşüncelerle belirlenmiş varoluş koşullarıyla birbirinden ayrışan sosyal grupları anlatan bir isimdir. Sosyal yapı tarafından şekillendirilen ve sınıfsal pratikleri düzenleyen ise içselleştirilmiş yönelimler habitusudur. Bourdieu, insanların toplum içindeki sosyal konumlarını, kültürel göstergeleri kendilerine göre düzenleyerek nasıl geliştirdiklerinden, tekrar ürettiklerinden ve sağlamlaştırdıklarından bahsederek üretim araçlarıyla ilişkiden çok, varoluş biçimlerinin ve eğilimlerinin sınıfsal farklılaşmaları tanımladığını vurgular. Buna göre, orta sınıf kendini diğer gruplardan tüketim alışkanlıkları, yaşam tarzları, yeme içme ve sanat gibi alanlardaki zevkleriyle ayırıştırır (Mağgönül, 2005: 130, Aydın, 2012: 109).

Kültürel pratiklerimiz ve zevklerimiz hiçbir zaman yalnızca beğenilerimize işaret etmezler. Bourdieu'nün da belirttiği gibi yaşam tarzlarımız sosyal yapılar tarafından belirlenir ve bu tarzları içeren sosyal düzlem sosyal eşitsizliği yansıtabilir. Bu düzlem içerisinde hâkim gruplar, zevkleri ve tarzları belirlerken, "alt" gruplarla kendisi

arasındaki sınırları da çizer (Veenstra, 2005'den akt., Karadağ, 2010: 39-40). Bir başka deyişle yaşam biçimlerinin sınıfsal belirleyiciliği söz konusudur.

Bourdieu, insanların kendi yüksek statü göstergelerini meşrulaştırmak için mücadele ve rekabet içinde olduklarını belirtir. Bourdieu'ye göre, aynı zevk, ilgi ve önceliklere sahip insanlar, kendiliğinden ve otomatik olarak birbirlerine benzemeye, farklı zevk ve ilgilere sahip diğer insanları ise hariç tutmaya başlamaktadırlar (Doğuç, 2005: 76; Mağgönül, 2006: 119; Alver, 2010a: 110). Ayrıca kültürel ayrımlar hem kişinin kendini ve dünyayı algılama biçimlerini, diğer insanlarla ve kurumlarla ilişkilerini biçimlendiren temel değer ve kalıplarını tanımlamakta, içselleştirilmiş ahlak ve zihniyet alanlarına açılmakta; hem de bunların belirlediği gündelik pratikleri ve yaşam biçimlerini kapsamaktadır (Doğuç, 2005: 83).

Bourdieu, toplumsal grupları birbirlerinden ayırıştıran habitusları, farklı nitelikte sermaye kaynaklarının toplam sermaye içindeki niceliksel ve niteliksel katkısına dayanarak betimlemekte; toplumsal grupları, toplumsal uzamda yer alma biçimlerine göre sınıflandırmakta, toplumsal sınıfları, birbirlerine göre yararlanabildikleri ya da yoksun oldukları ayrıcalıklar, avantajlar veya elverişlilikler olarak kavramsallaştırmaktadır. Bourdieu, farklı formlardaki sermayenin (ekonomik, kültürel, sosyal ve sembolik) dağılımına bakarak sosyal sınıfları tanımlamaktadır (Öğüt, 2014: 14). Toplumsal uzamdaki her bir mevki, yani sermaye hacminin ve kompozisyonunun her bir kombinasyonu "sınıf durumu" olarak adlandırdığı özgül yaşam koşulları setine tekabül etmektedir (Weininger, 2014: 123). Ekonomik sermaye, örneğin, gelir, servet ve parasal varlıktan oluşur. Kültürel sermaye ise üç biçimde görülür; -kurumsallaşmış biçimi (formel eğitim), -cisimleşmiş biçimi (zihinsel ve bedensel tavırlarımız), -nesneleştirilmiş biçimi (kültürel nesnelere) içerir. Sosyal sermaye ilişkilerle oluşur, bağlar ve grup üyeliğinin getirdiği sosyal ağlara dayanır (Bourdieu, 1984: 114-122; Doğuç, 2005: 76; Mağgönül, 2005: 124).

Bourdieu, toplumsal uzam içerisinde yer alan farklı ve çok boyutlu tercihler ve eylemlerin altında yatan homojen yapıyı gözler önüne serer. Örneğin, egemen sınıf ve işçi sınıfının üyelerinin birbirinden ayrı yaşam tarzları ve sınıf habitusları bulunduğu vurgu yapar. Bourdieu'ye göre, bu farklılıkları, yeme-içme alışkanlıklarında, giyim, ev dekoru, sosyalleşme gibi "gündelik yaşamımızdaki tüm tercihlerimiz" düzleminde düşünebiliriz. Ayrıca kültürel pratiklerimiz ve yaşam tarzlarımız kadar, bunlar üzerine nasıl konuştuğumuz da yaşam tarzları alanında yaşanan ayrımlara ve mücadelelere

işaret eder. Bourdieu, insanların kendilerini yalnızca pratiklerine göre tanımlamadıklarını; bu pratikleri üzerine nasıl konuştuklarıyla da tanımladıklarını belirtir. Böylece yaşam tarzlarımız ve kültürel pratiklerimiz üzerine olan söylemlerimizin de önemli olduğunu vurgular (Karadağ, 2010: 41, Weininger, 2014: 137).

Bourdieu bir yandan Marx'ın düşüncesinden etkilenmiş ve sınıfı modern toplum üzerine yapılan çalışmaların merkezine oturtmuş fakat bir yandan da sembolik ve kültürel sermaye gibi maddi olmayan formları da çalışmalarına dahil etmiştir (Postone, vd., 1995'den akt., Karadağ, 2010: 45). Bourdieu'nün sınıf oluşumu ve analizine getirdiği temel katkı ise sınıf oluşumunda ekonomik ve nesnel süreç ve konumların belirleyiciliğine öncelik veren anlayışı reddederek, sınıflar arası simgesel mücadele alanı olarak tanımladığı toplumsal sınıflandırma süreçlerini de sınıf oluşumunun bir parçası olarak kabul etmesidir (Doğuç, 2005: 75).

Castells, toplumsal gruplar arasındaki eşitsizlikleri sınıf sistemiyle ilişkilendirmekte ve tüketimin örgütlenmesini belirlediğini ifade etmektedir (Castells, 1997: 52). Her farklı sosyal sınıf, kendini tanımlamak, diğerlerinden kesin çizgilerle ayrılabilmek ve kolektivite inşasının gerektirdiği yapısal kapasiteden mahrum kalmamak için bilinç ve örgütlenmesini asimetrik ilişkiler çerçevesinde inşa etmek durumundadır (Mann, 1986'dan akt., Sam ve Sam; 2012: 21).

Michéle Lamont'a göre bir sınıftan diğerine farklılık gösteren beğeniler ve tercihler, ekonomik ve kültürel imkânlarla belirlenirler. Dolayısıyla kişi kendisine benzeyen kimseleri arkadaş olarak seçtiğinde, sınıf yapısının yeniden üretimine dolaylı yoldan katkı sağlamış olur (Lamont, 1992: 182; Mağgönül, 2006: 120). Mübeccel Kıray ise, sosyal tabakalaşmada en üst kesimlere doğru çıktıkça birçok farklılığın yani din, dil, etnisite gibi farklılıkların etkisini azalttığını belirtmektedir (Mağgönül, 2006: 48). Bu bağlamda zengin ve seçkin kişi din, dil, etnisite gibi faktörlere bağlı kalmaksızın kendi gibi yani ekonomik sermayesi olan insanlarla iletişime geçtikçe diğerlerinden ayrılmakta ve bu durum devam ederek sınıf yapısını güçlendirmektedir.

Lamont, kendisinin kullandığı 'sembolik sınırlar' (symbolic boundaries) kavramını Bourdieu'nün kullanmadığını belirterek, 'kültürel seçme/ayıklama'nın doğrudan eşitsizliğin tekrar üretimine dönüştüğünü belirtmektedir (Lamont, 1992: 275; Mağgönül, 2006: 120). Aslında Lamont'un sembolik sınırlar teorisi ekonomik, kültürel ve ahlaki sınırlar için, farklı kültürlere de uyarlanabilen esnek bir kavramdır. Lamont,

sadece Fransa'nın üst sınıf hayatını analiz eden Bourdieu'nün kültürel kapitalizme alternatif, farklı kültürleri de kapsayan daha esnek bir kavram önerebilmek amacıyla (Tanülkü, 2012: 146-147).

Lamont'a göre, konulan 'sınırlar' sayesinde 'ayırma' aslında daha güvenli bir ortam yaratmak için kullanılan bir yöntemdir (Lamont, 1992: 11; Mağgönül, 2006: 141). Yaşadığımız çevrenin genel normlarını daha da belirginleştirmek için kullanılan bir stratejidir. Arkadaşlık ilişkilerinde etkili olan ayırma komşuluk ilişkilerini de kapsamaktadır. Araştırmalarda sosyal tabakaya ait olma durumuna göre komşuluk ilişkilerinin farklı görünümüne sunduğu belirtilmektedir. Vierecke, araştırma sonuçlarına dayanarak komşuluk ilişkilerinde ait olunan tabakanın etkisinin belirgin olduğunu belirtmiştir (Helle, 2012: 75). Öyle ki bu ayrışma, farklı yaşam tarzlarına karşı duyulan tiksintiye de dönüşebilmektedir. Sınıf içi evlilikler, sınıflar arasındaki ayrışmanın belki de en güçlü örneğidir (Bourdieu, 1984: 56).

Burada belirtilmesi gereken bir husus da ayrışmanın ve dışlamanın çok yönlü olabileceğidir. Sanki sadece zengin ve üst sınıflar diğerlerinden kendini ayırıştırıyormuş ve kendi aralarında bir bütünmüş gibi düşünmek eksik bir değerlendirme olabilir. Çünkü çoğu zaman üst sınıf içerisinde zenginliğin sonradan elde edilip edilmemesine göre yani soyluluk kriterine göre ayrışmalar olabildiği gibi diğer alt katmanlar tarafından fazla seçkin davrandıkları için dışlamalara da rastlanılmaktadır. Örneğin, ülkemizde son yıllarda üst sınıflar kendi kabuğuna çekilerek kültürel bir kast oluşturmakta ve diğer sınıflarla diyaloglarını kesmiş görünmektedirler. Yine bu üst tabaka içerisinde bulunan ve kendini "Beyaz Türk" veya "Euro Türk" gibi sıfatlarla tanımlayan kesimler de kırsal alanlardan gelerek, büyük kentlerde sanayi ve ticaret sektörlerinde atılım yapan Anadolu insanlarını "Eğreti Burjuvalar" veya "Siyah Türkler" olarak takdim etmektedirler (Türkdoğan, 2011: 233). Bir diğer deyişle yeni orta sınıfları toplumdaki diğer kesimlerden ve kendi aralarında ayırıştıran özellikler, sahip oldukları gelir seviyesi değil, bu gelirin kaynağı ve bu gelirele sürdürdükleri yaşam biçimleri ve kültürel pratiklerdir (Doğuç, 2005: 89-90).

Veblen'e göre bir kişinin toplumda sınıfsal olarak kendini diğer kesimden ayırabilmesi ve belli bir statüye erişebilmesinin tek yolu mal/mülk sahibi olabilmesi yani zengin olmasıdır. Ona göre, mal/mülk artık sahibine kahramanca veya kayda değer bir başarıdan daha fazla ün getirmekte ve daha kolay bir tanınma yolu olabilmektedir. Bundan dolayı mal/mülk itibarın temeli olarak görülebilir (Veblen, 2005: 35).

Eski Yunan'da ise hiçbir şekilde iş yapmamak, her türlü işten kaçınmak demek olan aylaklık, güzel ve kusursuz bir hayatın olmazsa olmaz bir koşulu gibi görülmüştür. Onlara göre aylaklıkla geçen bir hayat hem kendisi hem de sonuçları açısından güzel ve asilleştiricidir (Veblen, 2005: 40). Aynı şekilde Antik Çağ'da ve Orta Çağ'da çalışmayan insanın gelişebileceğine inanılmakta, kişiliğin ancak üretken çalışmanın dışında gelişebileceği düşünülmekteydi (Lefebvre, 2010: 35).

Zenginliğin ve seçkinliğin getirdiği sınıfsal bir tezahür olarak ayırma, kişinin çevresinde iletişime geçeceği kişileri ayırarak seçme şeklinde olabileceği gibi kişisel bir tercih olan meslek seçiminde de etkili olmaktadır. Örneğin sınıf ayrımında çok katı kurallar benimseyen feodal Avrupa ve feodal Japonya'da belli işlerin belli bir sınıfa özgü olması, sınıf ayrımında en çok göze çarpan bir özelliktir. Bu bağlamda üst sınıflar geleneksel olarak endüstriyel işlerden muaf tutulup dâhil edilmemiş, onlara bir şekilde içinde "onur" barındıran işler ayrılmıştır. Brahman Hindistan'da da buna benzer özellikler görülmektedir. Üst sınıflar daha çok idari ve dini görevler almakta, savaşçılık veya atletik sporlarla ilgilenmektedirler. Burada dikkat edilmesi gereken husus sınıflara göre mesleklerin de sınıflandırılmış olmasıdır. Bazı meslekler değerli, geri kalanları ise değersizdir (Veblen, 2005: 19- 23). Yüzyıllar öncesine dayanan bu ayrıma göre değerli işler, içinde kahramanlık ve başarı barındırırken, değersiz sayılan işlerde ise bu unsurlardan bahsetmek mümkün değildir.

#### **3.4.2. Zenginliğin Kültürel Tezahürü: Zenginlik Kültürü**

Zenginlik ve zenginleşme, mülkiyetin ve kaynakların paylaşımında çelişkili görünüm ve hatta toplumda sınıfsal bir tabakalaşma yaratmanın ötesinde toplumsal, siyasal ve kültürel yaşama olan etkisiyle aslında tüm toplumu biçimlendirip yönlendirmektedir. Özellikle zenginliğin kültürel pratikleri, zenginlik anlatılarında gizil olarak sunulan mesajlar, zengin olmanın şartı olarak sunulan tüketim tarzları, kullandıkları referanslar, ön plana çıkan değerler hepimizin gündelik yaşamını bir ölçüde etkilemekte ve belirlemektedir. Son yıllarda küreselleşmeyle birlikte sermaye sahiplerinin ve bu servetleri yönetenlerin imajlarında, değerlerinde ve yaşamsal tercihlerinde bir dönüşüm yaşandığı, üretim tarzlarındaki değişime paralel olarak varsıllığın temsil edilme biçimlerinin de değiştiği söylenebilir (Kaya, 2012: 90).

Herkesi şu ya da bu şekilde etkileyen zenginlik, zenginlik görüntüleri ve teşhir edilme biçimleri toplumdan topluma değişebilmekle beraber toplumların ekonomik



veya kültürel yapısındaki değişmelere koştut olarak aynı toplum içerisinde farklı temayüller de ortaya çıkarabilmektedir. Örneğin zenginlerin bugünkü ‘ayırma’ araçlarının, ‘eskinin görgüsü’nün olduğu yıllardaki ‘ayırma’ stratejilerinden farklı olduğunu belirten Mağgönül, eskiden zenginler tarafından kullanılan görgü/kültür, aile/soy-sop gibi öğelerin yerini bugün daha çok alım gücünün belirlediği farklılıklara bıraktığını belirtmektedir. Görgü, bilen ile bilmeyen arasındaki farkı açarak, üst sınıfın hayat tarzına işaret ederken şimdilerde ise para harcayabilen ve harcayamayan arasındaki farkı açarak üst sınıfa münhasır bir yaşamı göstermektedir. Bu açıdan eskinin ‘kültürel sermaye’sine nazaran bugün ‘ekonomik sermaye’nin daha önemli olduğu da söylenebilir. Çünkü kültürel sermayenin sunduğu ‘rafine’ zevk, beğeni ve tercihler ancak maddi güçle gerçekleştirilebilir. Dolayısıyla ekonomik sermaye ‘yaşam tarzı’nın belirlenmesinde daha etkin bir rol oynamaktadır (Mağgönül, 2006: 205-206). Dolayısıyla zenginlerin “rafine” zevklere sahip olabilmesi, kültürel statülerini daha görünür hale getirebilmeleri ve daha kaliteli bir yaşam tarzına kavuşabilmeleri için ekonomik güç ve imkânların olmazsa olmaz kuralı olduğunu söyleyebiliriz.

Türkdoğan, zenginlerin de tıpkı yoksullar gibi kendilerine has bir kültür yarattıklarından bahsetmektedir. Toplumumuzda var olan ikili yapıya değinerek bir tarafta kenar mahallelerde yaşayan yoksulların, bir tarafta da en iyi semtlerde hayat süren zenginlerin olduğunu söylemekte; bu iki tarafın da toplumdaki hâkim yapıyla ve kültürle kaynaşmadığını ve bunun sonucunda bir yan kültür oluştuğunu belirtmektedir. O. Lewis’in ileri sürdüğü yoksulluk yan-kültürüne benzer bir şekilde, toplumdaki hâkim kültürden bir sapma olarak gördüğü zenginliğin de bir yan kültür oluşturduğunu söylemektedir. Zenginler ile yoksullar arasında beliren bu kutuplaşma, basit bir farklılık olmayıp daha ziyade hayat felsefesi, dünya görüşleri ve değerler sistemindeki ayrılmaları da ifade etmektedir (Türkdoğan, 2011: 55-60).

Zenginlik kültürünün temel özelliklerini John Kenneth Galbraith’in “*Kuşku Çağı*” eserine atıfta bulunarak tanımlayan Türkdoğan, bu yeni ‘para kıvıran sınıfın davranış biçimi ve ahlak anlayışının’ gelişen ekonomik sisteme göre şekil aldığını belirtmektedir. Bu bağlamda dünya nimetlerine daha çok değer veren, kibirli, teşhire meraklı ve barbarca gösteriş tüketimi içine giren yeni bir insan tipi ortaya çıkmıştır. Bu yeni tipi ise Rhode Island’daki Newport evlerinde yaşayan insanlara benzetmektedir. Newport evlerinin amacının, içlerinde yaşanması, dinlenilmesi veya soy üretilmesi değil, sakinlerinin para değerinin ilan edilmesiyle ün saldığını belirten Türkdoğan,

zenginlerin temel uğraşlarının, servetlerinin itinalı bir biçimde teşhir edilmesi, kişinin boş vakitlerinin çokluğu ve gösteriş için yaptığı gereksiz aşırı tüketim olduğunu belirtmektedir (Türkdoğan, 2011: 60-61).

Zenginlik kültürünün sadece maddi imkânlarla, hanlara, apartmanlara, lüks arabalara, köşklere sahiplik şeklinde algılamak yanlış olacaktır. Çünkü maddi imkânlardan öte geniş toplumdan farklı yeni bir dünya görüşü, hayat tarzı kazanması olarak görülebilir. Wright Mills'in "*İktidar Seçkinleri*" adlı eserinde belirttiği gibi para, artık toplum hayatındaki her türlü başarının göstergesi ve temel ölçüğü olmuştur. Toplum hayatında para, bu kadar önemli olunca, para sahipleri bu parayı ne yolla kazanmış olurlarsa olsunlar, toplum kendilerine saygı göstermektedir. Halk arasında söylenen '*Para, milyonu bulunca, günah kalmaz*' sözü bu duruma çarpıcı bir örnektir (Türkdoğan, 2011: 62-68). John Urry de insanların değişimindeki temel etkenin para olduğunu belirtmektedir. Özellikle modern yaşamda yansıtıldığı gibi para ekonomisi, kesinlik ve dakiklik yaratır. Genel anlamda para ekonomisi insanları kendi etkinlik ve ilişkileriyle ilgili olarak daha hesapçı yapar ve özgül anlamda insanlar etkinliklerini kesin şekilde programlamak zorundadır (Urry, 1999: 21).

Zenginlerin de kendi aralarında ayrıma tabi olduğunu belirten Türkdoğan, toplumsal piramidin tepesini teşkil eden 'türedi zenginler' veya yeni zengin sınıf ile eski zenginlerin, sosyal statü bakımından aynı seviyede bulunmalarına karşılık, kültür yaratıcılığı ve kültür dağıtıcılığı bakımından birbirinden ayrıldığını belirtmektedir. Ona göre yeni zenginler eski zenginlerin aksine, zevklere getirdikleri bayağılıklarla köksüz bir kültür geliştirirler (Türkdoğan, 2011: 65). 'Enderun Zenginleri' veya 'türedi tabaka'nın zevk ve eğlence motiflerinin ise bir hedonizm felsefesi ve estetik duygudan yoksun olduğu da söylenebilir (Türkdoğan, 2011: 542).

Bu yeni zenginlik kültürü kendine has insan tipini ortaya çıkarmaktadır. Doyumsuz, sömürücü, yayılımcı, toplum değerlerinden soyutlanmış ve toplumcu kimliği olmayan bireylerin bu yeni kültürün insan tipleri olduğu söylenebilir. Kapitalist yaşantının bir ürünü olarak ortaya çıkan zenginlik kültürü, sürekli harcayan, başıboş tüketim normları ve gösteriş ekonomisinde sivrilmelere yönelik bir yarışma biçimi içinde yaşayan fertlerin yaşam biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Türkdoğan, 2011: 164). Aynı şekilde Veblen de bu zenginleri aylak sınıf olarak niteleyerek, onların tüketimle zamanı satın aldıklarını, boş zaman ve çalışmama aracılığıyla toplumda saygınlık kazandıklarını belirtmektedir (Urry, 1999: 179).

Veblen'e (2005: 46) göre, iyi yetişme zaman, masraf ve uygulama gerektirdiği için artırılmış zevk, davranış ve hayat alışkanlıkları kibarlığın kanıtıdır. Dolayısıyla enerjisini ve zamanını çalışarak tüketmiş olanlar, bunlara erişemezler. Kârlı bir etkisi olmayan başarılar kazanmış iyi yetişen bir kişinin hayatı, iyi şekil bilgisinin kanıtıdır. Son çözümler, davranışların değerinin aylak hayatın bir belgesi olduğunu göstermektedir.

Zenginlik normunu temsil eden kişiler, sürekli para peşinde koşan, serveti üzerine servet yığan bitip tükenmeyen bir sürecin içindedirler. Üst zenginlerin önemli bir grubunda gözlemlenen merhamet duygusundan arındırılmış egoizm veya 'ben merkezli yaşam biçimi' çevreye karşı duyarsız kalmasına neden olmaktadır (Türkdoğan, 2011: 181). Bu yeni kültür kişinin farkında olmaksızın bu kültüre dair pek çok şeyi içselleştirmesine neden olmuştur. Baskın kültür, bireyi kendi alanı içerisinde kendi kodlarıyla hareket etmeye zorlamakla kalmaz, aynı zamanda bireyin kendi kültür dairesini de yeniden biçimlendirir (Yılıgür, 2012: 157). Sosyetenin ve üst sınıf yaşantısının giderek dejenerasyona yönelik davranış biçimlerinin alt yapısında ise kapitalist sistemin kısa yoldan kâr ve kazanç sağlama, maddeyi bir fetiş haline dönüştüren norm ve değerlerinin etkisini unutmamak gerekir (Türkdoğan, 2011: 189).

Lefebvre ise paranın aldatıcı bir efendi olduğunu söyleyerek bu durumu şu örnekle açıklamaktadır:

*"İmkân sahibi birini hayal edelim; deyim yerindeyse, faaliyetini ve yeteneklerini zenginleşmeye adayan ve başarılı olan bir "şahsiyet". Picasso'nun ya da Matisse'nin tablolarını, Valery'nin lüks baskılarını ve Gide'in bütün eserlerini satın alır. Bilindiği gibi, her şeyin satılık olduğu ve bilinçlerin diğer metalden daha değersiz bir meta olduğu toplumda para her şeyi satın almayı sağlar. Dolayısıyla, her şey bizim türedinin elinin altındadır: güzellik, sanat, bilgi... Ama o da bir şair, ressam, bilgin, güzellik ya da bilgi yaratıcısı olabilirdi. "Senin yapamadığın her şeyi paran yapabilir" (Marx). Para, burjuva toplumunun gayri insani yaşamında, insanın kendisinden kopartılmasını simgeler; para yabancılaşmanın simgesi olmanın ötesindedir. Bizzat insanın yabancılaşmasıdır."* (Lefebvre, 2010: 164).

Zenginler için paranın, yaşamaları için gerekli olan temel ihtiyaçlardan bile daha önemli olduğunu söyleyebiliriz. Ruhsal olarak rahatlık veren itibar kazanmak için yaptıkları gösterişsel israf dolu harcamalar, fiziksel iyilik ya da hayatta kalmanın 'aşağı' gereklerine hizmet eden harcamaların çoğundan daha vazgeçilmezdir. Kişiler ait olmak

istedikleri sınıfların harcama standartlarını benimsemekte ve ona uygun davranmaktadır. Zenginler adeta kendilerini karşı ikaz ve yorumlardan kaçınmak için tüketilen şeylerin çeşit, miktar ve kalitesi ile ilgili kabul görmüş itibar kanunlarına göre yaşamaya zorunlu kılmaktadırlar. Örneğin, iç çamaşır, bazı yiyecekler, mutfak takımları ve diğer ev cihazları gibi kanıtama değil hizmet amacıyla tasarlanmış, hemen hiçbir şekilde başkalarınca bilinmeyecek ve görülmeyecek olan şeylerin tüketiminde de önemli bir adetsel pahalılık unsuru gözlemlenebilir (Veblen, 2005: 77-85). Dolayısıyla pahalı ve ince zevklere, alışkanlıklara sahip olmak yeni zenginler için biraz da zorunludur. Çünkü kendilerini yeni sınıflarına kabul ettirebilmeleri için ne kadar zevkli ve eli açık olduklarını sergilemeleri gerekmektedir (Duman, 2008b: 112).

Zenginlerdeki bu gösterişsel para harcama ve israf tutkusu, hayatlarının şeklini belirlediği gibi onların en mahrem konuları olan çocuk sahibi olma veya çocuk sayısında da etkili olduğu belirtilebilir. Çünkü bu sınıflardaki düşük doğum oranlarının nedenini gösterişsel israfa dayalı yaşam standardının zaruretlerine kadar götürebiliriz. Bu bakımdan bir çocuğun itibarlı bir şekilde bakımı için gereken gösterişsel tüketim ve sonuçta artan masrafın doğum kontrolünde güçlü bir engelleyici rol oynadığını söylemek mümkündür (Veblen, 2005: 83).

Her üretim tarzına ait ekonomik ilişkiler ve onun belirleyiciliği altındaki üstyapı, beraberinde farklı yaşam pratikleri getirmektedir (Kaygalak, 2009: 29). Hatta yaşanan mekândan tutun da giyim kuşama kadar her alanda etkili olduğu söylenebilir. Tarihte de bunun örneklerine rastlamak mümkündür. Sanayi öncesi kentte, yapı ustaları, tabakhane ve mezbaha işçileri ile fahişeler alt tabaka içinde yer almaktaydı. Bu nedenle sanayi öncesi kentte üst tabakanın ilişkilerini sınırladığı sosyal statü açısından düşük gruplar kent sınırlarında yerleşmiştir. Bu kişiler eğitimsizdirler, davranışları, giysileri, konuşmaları orta ve üst tabakadan farklıdır. Örneğin Sjoberg (1965), Londra'da fahişelerin ipekli ve yünlü giysiler giymediklerini belirterek giysi farklılaşmasına dikkat çekmektedir. Aynı durum tüccarlar arasındaki müşteri seçimine kadar gitmektedir. Tüccarlar arasında alt tabaka ile alışverişi olanlar alt tabaka mensubu sayıldığı için, sadece üst tabakaya yönelik mal satanlar itibarlı olarak görülmektedir (Aslanoğlu, 2000: 37).

Seyahat etmenin 19. yüzyıla kadar sadece dar bir seçkinler grubu için olanaklı ve bir statü işareti olduğunu belirten Urry (1999: 178), bu yüzyılın ortalarından itibaren demir yolunun gelişimine paralel olarak kitle seyahatlerinin de artmasıyla birlikte statü

ayrımının seyahat edebilenlerle edemeyenler arasında azaldığını, ancak buna karşılık farklı yolcu sınıfları arasında varlığını sürdürdüğünü söylemektedir. 20. yüzyılda ise farklı ulaşım yolları (deniz, hava, demiryolu) ve bunların aldığı farklı biçimler (programlı/paket uçuşlar) arasında başka statü ayrımları gelişmiştir.

Zenginlerin giyim-kuşam, seyahat etme gibi farklılaşmalarına ek olarak yeme-içme gibi doğal gereksinimleri de onların şanına ve şöhretine yakışır şekilde olmalıdır. Çünkü tabiattaki bütün güzel ve özel olan her şey onlara aittir. Belli yemekler ve bilhassa belli içecekler kesinlikle üst sınıfın kullanımına ayrılmıştır. Bu durum en iyi ifadesini alkollü içki ve uyuşturucuların kullanımında bulur. Eğer bu tüketim maddeleri pahalı ise asil ve şerefli sayılır. Burada belirtilmesi gereken bir husus da asil sınıftan olsa bile üst sınıf içerisinde toplumsal cinsiyet ayrımı yapıldığıdır. Nitekim kadınlar, bu uyarıcıların çok düşük maliyetle elde edilebildiği ülkelerin dışında bunlardan kendilerini uzak tutmak zorundadırlar. Çok eski zamanlardan başlayarak ataerkil düzen boyunca bu lüksleri hazırlayıp idare etmek kadınların işi, bunları tüketmek de asil doğup büyümüş erkeklerin işi olmuştur. Ancak kadınların kişisel varlıklarının en itibarla sunulan kısmı gösterişli tüketim unsurları ve bunun yanı sıra ev kadınının, evin reisi namına yaptığı aylıklığı kanıtlayan makineler olduğu da belirtilmelidir (Veblen, 2005: 58-65).

Bourdieu, kültürel sermayenin aktarımında kadınların önemli rol oynadıklarını belirtmektedir. Ona göre, kadınlar zevklerin baskın belirleyicileridir. Kadınların görevi zevklerini sergileyerek ailelerinin ekonomik sermayesini simgesel sermayeye çevirmektir (Karadağ, 2010: 48; Özsan, 2010: 64). Ayata ise orta sınıf statüsünün işaretlerinin üretilmesinde kadınların "evin dekorasyonu ve evdeki eşyaların sergilenmesi aracılığıyla" üstlendikleri özel role dikkat çekmektedir. Ona göre, gelir ve servetin zevk ve statüye dönüştürülmesi, orta sınıflar arasında kadınların görevidir ve bu da kadınların hane içinde güçlenmelerini sağlayan yeni bir rol olarak düşünülebilir (Ayata, 2003: 38).

Zenginler için "eğitim", özellikle de "yüksek eğitim" seçkin olmanın en önemli kurallarından biridir. Hatta geçmişte bazı uygarlıklarda eğitim hakkına sahip olabilmenin birinci kuralı zengin olmaktır. Örneğin Antik Yunan'da herkes eğitim alma hakkına sahip değildi (Goldsmith, 2010: 13). Toplumsal cinsiyet eşitsizliklerinin bir tezahürü olarak sadece erkeklerin eğitim alma hakkına sahip oldukları ancak bu sefer de sınıfsal eşitsizliklerin devreye girmesiyle sadece zengin erkeklerin eğitim alma hakkına sahip oldukları görülmektedir.

Geçmişte bu ve benzeri örneklere sıkça rastlayabildiğimiz herkesin ulaşamadığı ve seçkin bir kurum olan eğitime günümüzde “fırsat eşitliği” ilkesi çerçevesinde bir nebze de olsa herkesin ulaşabildiğini söylemek mümkündür. Lakin çatışmacı yaklaşıma göre kapitalist toplumda endüstride kullanılacak işgücünü oluşturmak üzere eğitilen bireyler, farklı sınıf ve tabakalara mensup oldukları için, hiçbir zaman gerçek anlamda eğitimde fırsat eşitliğine sahip olamazlar. Başka bir deyişle, kapitalist toplumlarda var olan ekonomik eşitsizlikler fırsat eşitliği ilkesinin ihlal edilmesine ve uygulanamaz hale gelmesine yol açar. Bu nedenle de fırsat eşitliği ilkesine dayalı eğitim sistemi aracılığı ile sınıf sistemindeki eşitsizliklerin ve olumsuzlukların giderilebilmesi mümkün değildir. Ayrıca, belirli bir aşamadan sonra eğitimin kendisi de, kaçınılmaz olarak, sistemde var olan sömürü ve eşitsizlikleri meşrulaştırmaya yarayan bir araca dönüşmektedir. Zira eğitim, özellikle toplumdaki başarıları bireysel beceri ve yeteneklere bağlamış gibi göstererek sistemdeki sömürüyü ve eşitsizlikleri gizler ve böylece bu eşitsizlikleri meşru gibi gösterir. Sonuç olarak, bu yaklaşımlara göre, kitleleri okur-yazar yapma gibi önemli toplumsal faydaları olmakla birlikte, sınıf sistemine dayalı kapitalist toplumlarda, eğitimin eşitlik sağlama yönünde güçlü bir etkisinden ziyade mevcut eşitsizlikleri meşrulaştırmada güçlü bir etkisi olduğu söylenebilir (Suğur, 2008: 10).

Eskiden görgü ve terbiye bilgilerinin kullanılıyor olması eğitim için gerekliken şimdilerde tercihen kolej tarzı okullara gitmek ve daha sonrasında yurtdışında iyi bir üniversite mezunu olmak, hatta lisansüstü programları bitirmek gerekmektedir. Veblen, üst sınıfın hemen her şeyde olduğu gibi eğitim konusunda da seçici olduğunu belirtmektedir. Ona göre, üst sınıf toplumun endüstriyel yaşamıyla bir şekilde ilişkili olan bilimlerle ilgilenmekten çok klasik ve resmi olan bilgiye ilgi duyar. Bunun dışında en çok ilgilendikleri alanlar ise, idari bilimler başta olmak üzere, hukuk ve politikadır. Bu bilimler, resmi hizmet alanında kural belirleyicisi olarak baş gösterir. Bu görevlerin sürekliliğini sağlayan toplum üzerinde kontrol ve baskı kurmaktır (Veblen, 2005: 237-240).

Ülkemizde de yurt dışında özellikle de Amerika’da eğitim görmenin elitler arasındaki yeri sağlamlaştıran bir imtiyaz olduğunu söyleyebiliriz. Rıfat Bali’nin aktardığı Tevfik Güngör’ün 9 Ağustos 1990 tarihinde “*Amerika’da Üniversiteler*” başlıklı yazısı, dönemin üst sınıfının bu konuya bakışını anlamamıza yardımcı olacaktır:

*“Türkiye’nin yarınları zengin çocuklarınınındır. Çünkü bugün Amerika’da çocuk okutabilmenin faturası en az 25-30 bin dolardır. Bu parayı ancak sınırlı aileler verebilir. Bu parayı verecek ailelerin Amerikan üniversitelerinde okuma şansına sahip olacak çocukları, yarın Türkiye’nin ‘elit’ini oluşturacaktır. Çünkü bu şansa kavuşmamış ve Türkiye’nin kısır imkânlarıyla eğitim görmüş olanlarla aralarında ‘dağlar kadar bilgi farkı’ bulunacağından, ‘elitler’ önde koşacak, ülkenin dümenine onlar geçecektir. Bu böyle biline ve bu gerçek yüreklere sindirile...”* (Bali, 2011: 265).

Bali ayrıca üst sınıfın Amerika’da eğitime yönelmesindeki başkahramanların o dönemin köşe yazarları ve gazetecileri olduğunu da belirtmektedir. *“Yeni Aristokratlar: Köşe Yazarları”* adlı makalesinde 1990’lı yıllarda köşe yazarlarının konu kataloglarında Amerikan üniversiteleri en başta bir yer işgal ettiğini söylemektedir. Güngör Uras ve Mehmet Barlas Amerikan üniversitelerinin methiyelerini yapmanın yanı sıra Amerikan üniversitelerinin açılış veya mezuniyet günlerinde rektörlerin yaptıkları konuşmalarını da okurlarına nakletmekte, Amerika’da okumakta veya yeni mezun olup orada çalışmakta, çoğu zaman Türkiye’nin önde gelen işadamlarının çocukları olan ve “Çağdaş Türkiye’nin Geleceği”ni temsil eden gençlerin adlarını da köşelerine yazmayı ihmal etmemektedirler (Bali, 1999).

Bu noktada Bourdieu’nün üst sınıfların kendilerini alt sınıflardan ayırt etmek için kullandıkları sermaye çeşitlerinden kültürel sermayesini hatırlatmakta yarar vardır. Bourdieu’ye (1997) göre, kültürel sermaye belli bir toplumsal düzlemde eşit olarak dağıtılmayan kültürel kaynak ve gücü içerir. Bu ise formel eğitimin yanı sıra, cisimleşmiş ve nesnelleştirilmiş biçimlerde olabilir. Cisimleşmiş hali, kalıcı düşünsel ve bedensel tavırlar olarak görülmekte, nesnelleştirilmiş biçimi resimler, kitaplar, müzik aletleri, makineler gibi kültürel nesnelere içerirken, kurumsallaşmış hali formel eğitime dayalı niteliklere işaret etmektedir (Karadağ, 2010: 47). Görüldüğü gibi Bourdieu, eğitimi kültürel olarak bir ayırma stratejisi olarak görmektedir.

Esra Kaya, *“Zenginliğin Gayri Resmi Gündemi”* adlı makalesinde CEO-life, CNBC-e Business ve Rob Report adlı üç dergiyi taramış, ayrıca çeşitli internet siteleri, gazete ve haberlerden de faydalanarak varsılların ve yeni seçkinlerin “sivrilen” yanlarını ortaya çıkarmaya çalışmıştır. Kaya (2012: 91-97), bu yeni seçkinlerin özelliklerini şöyle sıralamaktadır:

- *“21. yüzyılın varsılı olarak adlandırabileceğimiz imajın daha önceki dönemle karşılaştırıldığında öncelikle beden algısının değiştiği görülmektedir.*

Zenginliğin “kilo” ve “yeme” ile özdeşleştiği dönemden, sağlıklı beden, sağlıklı zihin ve başarı formülüne doğru geçilmiştir. Varsıllar yaptıkları röportajlarda her sabah ya da her akşam en az bir saat düzenli olarak spor yaptıklarını belirtmektedirler. Gün içinde bitki çayı içen bu insanlar, yemeklerle birlikte bir kadeh şarap içmeyi ya da bazen hiç almamayı, beyaz et yemeyi ve organik ürünlerle beslenmeyi önemsediklerini vurgulamaktadırlar.

- Varsıllar için tatil yapmak, özellikle çocuk sahibi olduktan sonra aileye zaman ayırmak önemli gösterilmektedir. Çok çalışmaktan ziyade verimli işler üretmenin, işe ayrılan zaman ile aileye ayrılan zamanın dengelenmesi gerektiği öğütlenmektedir. Ayrıca kendine ve zihnine zaman ayırmanın önemi de vurgulanmaktadır.
- Beden algıları değişen patronların giyim tarzları da değişmektedir. “Smart Casual” (şık/spor/rahat) denen giyim tarzı daha çok benimsenmektedir. Kapitalizm esnekleştikçe ve kar etmenin araçları farklılaştıkça oyuncuların silueti de ona uyum sağlamaktadır.
- Yeni zenginler profesyonellik takıntısına dönüşmüş bir bakışla en basit gereksinimleri karşılamak için bile eğitilmiş işgücüyle çalışmak istemektedir.
- Zenginler için yeme içme alışkanlığı inceltilmiş bir zevk olarak görülmektedir. Zenginlerin yediğinin ve içtiğinin menşesini bilmeyi isteği ayrıcalıklı beslenme kültürünü şekillendiren temel eğilimdir. Yemeklerde kullanılan malzemenin ne olduğu, yemeklerin tarihi, kullanılan baharatların bilgisi bir nevi görgü emaresi olarak sunulmaktadır. Ayrıca yemek için tercih edilen mekânın bir tarihe sahip olması ve mekânın çeşitli ödüllere sahip olması da zenginlerin ayrıcalıklı beslenme alışkanlıklarını tamamlayan ayrıntılar olarak görülmektedir.
- Varsılların hayatlarında tutku önemli bir yere sahip görünmektedir. Zenginler için lüks tüketim maddelerinin ve objelerinin “anlama” dönüşmesi tutku ile açıklanmaktadır. Zenginler için sanat en çok para eden ve en çok kar getiren tutku olarak karşımıza çıkmaktadır. Objelere olan tutkular kadınlar için “mücevher ve çanta” erkekler için ise “saat” ile konumlandırılmaktadır.
- Zenginler açısından ayrıcalıklı olmanın ölçülebilir kıstası 7/24 gerçekleştirilebilir tüketime sahip olabilmektir. Hizmet satın alırken, dünyanın



*sizin için çok küçük bir yer olması, isteklerini zaman ve mekân gibi sınırlara takılmadan gerçekleşmesi lüks tüketimin temel özellikleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ölçütlerin niceliksel ve niteliksel boyutları lüksün içindeki hiyerarşiyi de yapılandırmaktadır.”*

İş adamı İshak Alaton da bir açıklamasında Türkiye’deki varlıklı grupları üçe ayırmakta ve bu durumu şöyle ifade etmektedir:

*“Birinci gruptakiler: Birkaç lisan bilir. Kültürlüdür, güzel sanatlara, klasik müziğe yatkındır. Türkiye’nin gelişmiş ülke imajına katkıda bulunur. İnsancıldır, hoşgörülüdür. İkinci gruptakiler: Giyim ve görünüme çok önem verir. Kokteyllerde sık sık rastlaşırsınız. İlkbahar ve sonbaharda hafta sonlarını Bodrum’da geçirir. Diğer ülkelerin sosyete kulüpleriyle yakın ilişkilidir. Hoşsohbettir, nüktedandır, fazla derin değildir. Üçüncü gruptakiler: Yeni zengin olmuştur. Parasal kudret önde gelir. Kültür eksikliğini cömert jestlerle, bol para harcamayla dengelemeye çalışır. Çocuğunun sünnet düğününde kuş sütü hariç her şey bol miktarda bulunur. Siyah havyar çorba kaşığıyla verilir. Garsonlara haşin davranır, servis personeline sık sık hakaret eder. Saati kalın bilezikli ve parlak taşlıdır. Sık sık açık gömlekle gezer, kalın altın zinciri görülür” (akt., Bali, 2011: 39-40).*

19. yüzyıl sonrası kültür ve zevke olan yakın ilgi neticesinde Bourdieu’nün terimi ile sınıflandıran bir kültür Osmanlı üst ve orta sınıflarının gündelik yaşam alanlarının bir parçasını oluşturmuştur. Her ne kadar 18. yüzyılda Batı’ya ait ithal malların kullanılmasına sınır konulmuşsa da, 19. yüzyılda, Avrupa ile bütünleşmenin artmasına paralel olarak bu tür ürünlerin gündelik hayatta kullanımı yaygınlaşmıştır. Böylece, 19. yüzyılın ikinci yarısında, Avrupa tarzı giyim, piyano ve Fransızca dil dersi almak, evcil köpek sahipliği, balo, dans, opera gibi aktivitelere katılmak günlük yaşamın bir parçası olmuştur (Karadağ, 2010: 46-47). Bu bağlamda klasik Osmanlı mahallesinde zengin ile yoksul benzer tüketim alışkanlıklarına sahip iken bu değişime paralel olarak sınıflara göre zevklerde ve tüketim kalıplarında farklılaşmalar belirmeye başlamıştır.

Bu bağlamda Woodward ve Emmison, Avustralya’da zevkler üzerine yaptıkları çalışmalarında “zevкли” ve “zevksiz” gibi tanımlamaların, yalnızca estetik değerlere değil etik ve toplumsal eğilimlere de işaret ettiğini gösterirler (Karadağ, 2010: 47-56). Bu konuda Sovyetler Birliği’nde dönemin kültür bakanı olan filozof Alexandrov’un şu sözleri zevkin toplumsal olarak oluşturulduğuna işaret etmektedir: *“Gündelik*

*yaşamında insanı çevreleyen herşey -evler, mimari, konut örgütlenmesi, mobilyalar ve ev eşyaları-aynı zamanda kültürün de parçasıdır ve zevki etkilerler” (Lefebvre, 2010: 51).*

### **3.4.3. Zenginliğin Mekânsal Tezahürleri**

İnsanların mekânları şekillendirdiğinden yola çıkarsak mekânlar neye göre değişime uğramaktadır? Ayrıca mekânın tarihten günümüze farklı şekiller aldığı ve insanlar için farklı manalar ifade ettiğibgöz önüne alırsak bu değişimi yaratan sebepler nelerdir? En başta kentin tarihsel süreç içinde üretim biçimindeki yapısal dönüşümlerin etkisi altında değişik görünümler sunduğunu söyleyebiliriz (Kaygalak, 2009: 29). Richard Sennett’in de belirttiği gibi insani ilişkilerden tutun da insanların beden algısı, herhangi bir tıbbî keşfin ilanı, bir devrimin patlak vermesi, bir savaşın çıkması, bir fabrikanın açılması veya bir kitabın yayınlanması bile mekânların değişiminde önemli dönüm noktaları olabilmektedir (Sennett, 2008: 17). Günümüzde ise kentsel mekânı değiştiren en önemli etkenin kapitalizmin kent mekânında yeniden şekil almasını sağlayan neoliberalizm olduğunu söyleyebiliriz.

Aslına bakılırsa tarihin ilk dönemlerinden beri zenginlerle yoksulların aynı alanda yaşadığını söylemek güçtür. Saraylar, şatolar, köşkler şeklinde zenginlerin ikamet ettiği ve büyük bir ihtişamla zenginliğin gösterildiği bu alanlar insanlık tarihinde insanın var olduğu her yerleşim yerinde istisnasız görülen bir durumdur. Hatta günümüzde zenginlerin ikamet ettiği güvenli sitelerin kapıları ve duvarlarının eskinin saraylarının ve şatolarının surları, büyük kapıları ve hatta su dolu hendeklerinden ilham alınarak yoksullarla aradaki sınırı koymak için yapıldığını da söyleyebiliriz. Hatta zenginlerin bu mekânsal ayırım isteği öldükten sonra bile devam etmekte, zenginlerin öldükten sonraki ebedi ikametgâhı olan mezarları bile azamet ve ihtişamıyla sıradan insanlardan ayrılmaktadır (Atlı, 2014b: 141).

Zenginliğin mekâna yansımaları derken burada mekândan kasıt kentsel mekânın olduğunu belirtmek gerekmektedir. Çünkü kent, bütünüyle olmasa da belli bir sınıfın ya da grubun diğerlerine göre daha zengin ve refah içinde yaşayabildiği yerdir. Buna bağlı olarak da kırsal bölgelere göre daha çok lükse, israfa ve gayri ahlaki aşırılıklara sapsmaya imkân tanıyan bir yapıya sahiptir. Bu görüşe paralel olarak kutsal kitaplarda din-dışı kabul edilen pek çok sapma, kent halklarına ait özellikler olarak zikredilmiştir (Akın, 2012a: 61).

Üst sınıftan olmanın bir diğer kuralının şehirli yani kent sakini olmak olduğu söylenebilir. “Kırsal kesimden olan” anlamına gelen Fransız “vilain” kelimesinin bugün “zavallı” anlamını taşıması, Macarca’da Slav kökenli bir kelime olan ve “köylü” anlamına gelen “paraszt”ın aslında “saf, aptal” anlamına gelmesi kent sakininin “özgür adanın” dışında kalanlara bakışını ifade eder. Esasen köylülerin durgun yaşamı, düşünce, sanat ve kültüre yer tanımayan hayatları, özgürlüğün, farklılaşmanın ve yetkinleşmenin tadına varan kent sakinleri tarafından küçümsenmektedir (Demirkan, 2012: 19).

Rothbart’a (2009) göre insanların yaşadıkları alanlarda hayatlarını sürdürmeleri ve gelişebilmeleri için sadece üretim yeterli olmamakta, mübadele de gerekmektedir. O, aynı zamanda, mal sahibi olmanın tek yolunun da üretim yapmaktan ve mübadelede bulunmaktan geçtiğini söylemektedir. Daha açık bir ifadeyle zenginliği elde etmek isteyenler, bundan sonra ya onu bizzat üretmek ya da onun üreticisinden başka ürünlerle takas yapmak durumundadırlar. İşte bu noktada kentler en önemli mübadele merkezleri olarak karşımızda durmaktadır (Sam ve Sam, 2012: 7). Bu nedenle zenginliğin üretilmesinde ve sürdürülmesinde kentlerin önemli rol oynadığını söylemek mümkündür.

Kent, farklılıkların ve çeşitliliklerin mekânı olarak görülmektedir. Ritzer’e göre lüks konut alanları, golf ve tenis kulüpleri, fitness merkezleri, restoranlar, eğlence merkezleri gibi mekânların yanı sıra müzeler, galeriler, konser ve tiyatro salonları gibi sanatsal aktivitelerin gerçekleştirildiği daha pek çok mekân aslında zenginliğin, statüsel farklılığın ve lüks yaşamın dışa vurumu, başka bir deyişle tüketim katedralleridir (Ritzer, 2011: 29-48).

Kaygalak, 13. ve 18. yüzyıllar arasında feodal ekonominin tıkanmasının ve ticaret burjuvazisinin güçlenmesinin "klasik burjuva kenti" olarak adlandırılan yeni bir kent yapısının ortaya çıkmasına neden olduğunu belirtmektedir (Kaygalak, 2009: 34). Aslanoğlu (2000: 36) da kentsel mekânın üretim ilişkilerine bağlı olarak değiştiğine vurgu yapmaktadır. Kentsel mekânlardaki değişimi bu bağlamda açıklamaya çalışmıştır. Sanayi öncesi kentin mekânsal yapısına baktığımızda mekânın kentin ekonomik ve sosyal yapısı ile uyumlu olduğu görülmektedir. Sokaklar yalnız insanların ve taşıt aracı olarak kullanılan hayvanların geçeceği genişliktedir. Yapılar alçak ve sıkışıktır. Sosyal kontrol etkisi, etnik grup mahallelerinin, çeşitli meslek gruplarının ayrı ayrı

yerleşmesinde kendini göstermektedir. Elit tabaka kent merkezinde oturmaktadır. Alt tabakalar özellikle "istenmeyen unsurlar" kentin dış mahallelerine itilmiştir.

Sanayi öncesi kentte kent merkezi, kentsel ekolojistlerin yorumladığı gibi, kompleks sanayi sistemini desteklemez. Tersine sanayi öncesi kent merkezinde kentsel elitin konutları yer almaktadır. Merkez, itibarlı bir alandır, burada düşük gelirli ve işsizlerin barındığı, yıpranmış, terk edilmiş konutlardan oluşan çöküntü bölgesinin yer almasının ekonomik ya da sosyal altyapısı yoktur. Bu nedenle merkez yakınında yer almanın bir değer taşıdığını, burada yer alan konutların prestij değerine sahip olduğunu öne sürmek mümkündür. Ayrıcalıklarını yitirmek istemeyen üst tabaka, stratejik ve korunaklı bir alan olarak kent merkezinde yer seçmektedir.

Modern kentlerin iç düzenine baktığımızda ise gelişen teknolojik imkânların yansımalarını görebiliriz. Kentsel mekân, sanayi öncesi kente göre çok geniştir. Yollar genişlemiş, yapılar yükselmiştir. Kentsel arazi kullanımında artan yoğunlukta ihtisaslaşma söz konusudur. Konut ve işyerleri arasında kesin bir ayırım vardır. Sanayi öncesi kentin mekânsal deseninden farklı olarak üst ve orta gelir grubu kent çevresinde yerleşmiş, merkez ve konut alanları arasında kalan alanda geçiş bölgesi ortaya çıkarak belirginleşmiş, alt tabaka ve istenmeyen unsurlar burada yer almıştır (Sjoberg, 1965'den akt., Aslanoğlu, 2000: 43).

Bourdieu, farklı sınıflara mensup bireylerin kendi benimsediklerinden ayrı bir yaşam tarzını sürdürmekte olanlara, bir başka deyişle 'ötekilere' karşı besledikleri hoşnutsuzluktan bahseder ve bunun 'sınıflar arasındaki en güçlü bariyer' olduğunu belirtir (Bourdieu, 1984: 56). Bu sınıfsal ayrışma isteği elbette ki şehrin mekânsal düzenlemesine de yansımakta, farklı yaşam tarzlarını benimsemiş kesimler şehrin farklı bölgelerinde birbirine en az seviyede temas etmeye gayret ederek hayatlarını sürdürmektedirler. Görüldüğü gibi sınıfsal tabakalaşma şehrin mekânsal yapısını önemli ölçüde etkilemekte ve buna bağlı olarak zenginlerin belli alanlarda yoğunlaşarak zenginliğin mekânda billurlaşmasına neden olmaktadır. Zevkleri, dünya görüşleri, eğlence stilleri kadar yaşam alanları da birbirine benzeşen zenginler kentsel mekânları da bu doğrultuda değiştirmektedirler (Türkdoğan, 2011: 194).

Mekânsal farklılaşmalar, kent içindeki toplumsal grupları hızla birbirinden koparmaktadır. Böylece, sadece ekonomik ve toplumsal konumları itibariyle değil, yaşam tarzları, tüketim normları ve davranış kalıpları açısından da birbirinden çok uzak kentli gruplar oluşmaktadır. Özellikle büyük kentlerde, farklı sınıf ve gruplar için farklı

oturma, çalışma ve tüketim mekânlarının ortaya çıkmasıyla birlikte “gündelik yaşamın her aşaması birbirine dokunmayan ağlar” içinde örgütlenmektedir (Kaygalak, 2009: 103).

Wirth, eşit statü ve ihtiyaç sahibi kesimlerin yaşamak için aynı bölgeleri seçtiklerini söylemektedir. Bu yüzden de gelir düzeyi, ırksal ve etnik özellikler, toplumsal statü, gelenek ve alışkanlıklar temelinde birbirinden ayrılmış kentsel yerleşimler ortaya çıkmaktadır (Wirth, 1981: 73-75; Kaygalak, 2009: 42). Bu nedenle temeli kapitalist ilişkilerde yatan sınıfsal ayrışmanın en yoğun görüldüğü yaşam alanlarının kentsel mekânlar olduğunu söyleyebiliriz (Tümtaş, 2012: 84). Bu sınıfsal ve mekânsal ayrışma toplumsal ve kültürel bir farklılaşmayı da beraberinde getirmektedir. Kent üzerine yapılan araştırmalar, uydu yerleşim tarzı konut alanlarındaki sakinlerin kentin geri kalan nüfusundan ayrı kültürel özelliklere sahip olduklarını ve farklı bir toplumsal kimlik geliştirdiklerini ortaya koymaktadır (Danış, 2001: 151).

Gelir dilimleri ve meslekler gibi değişkenlere dayanan yeni kentsel çevreler, toplumsal sınıfların ve kategorilerin hem oluşturulmasını, hem de kendilerini algılayışlarını açıkça etkilemektedir (King, 2012: 203). Bunun en güzel tezahürü kişinin yaşadığı çevreyle kendini özdeşleştirdiği bir semt kimliğine bürünmesidir. Bu bağlamda semt sakinlerinin, semtin özelliklerine ‘uygun’ olarak davrandığını ya da mekânın gereklerine uygun hareket ettiğini söylemek mümkündür (Mağgönül, 2006: 179). Bourdieu’nün bu konuda kişilerin hayatı boyunca edindikleri davranış kalıpları ve entelektüel birikimi ifade etmek için kullandığı “*kültürel sermaye*” kavramını mahallelere ya da semtlere uyarlayabiliriz. Bu açıdan tarihsel geçmiş, mimari yapı ve kültürel karakteristikler mahallenin sahip olduğu kültürel sermayenin önemli öğeleri arasında sayılabilir (Bridge, 2006’dan akt., Uysal, 2012: 146). Örneğin İstanbul özelinde konuşacak olursak Nişantaşı ile Sultanbeyli semtlerinin kültürel sermayelerinin farklı olduğunu bir çırpıda söyleyebiliriz. Dolayısıyla burada ikamet eden bireylerin de kültürel sermayeleri farklı olacaktır. Ya da mekânın gereklerine uygun olarak öyleymiş gibi davranmak zorunda kalacaklardır.

Mingione, metropoliten alanların toplumsal dokusunun, sosyal sınıflar arası hiyerarşik farklılıkları yansıttığını ve kentsel yaşam koşullarında ortaya çıkan bu yeni durumun özellikle, orta ve üst sınıflar arasındaki uzlaşmayı tehlikeye düşürdüğünü belirtmektedir. Mingione'ye (1981) göre, kentteki farklı toplumsal grupların yaşamlarını

sürdürdükleri yaşam alanlarının değişen niteliği, aynı zamanda kentsel toplumsal hareketleri doğuran sosyo-mekânsal eşitsizliklerin de kaynağıdır (Kaygalak, 2009: 68).

Günümüzde sık sık karşılaştığımız üst ve üst-orta sınıfa yönelik olarak inşa edilen güvenli siter, kentlerdeki temel mekânsal örgütlenmelerden biri olarak değerlendirilmektedir. Dünya kentleri bir yandan zenginliğin belirli kesimlerde yoğunlaştığı, diğer yandan da yoksulluğun ve sefaletin etki alanını genişlettiği mekânlar olarak adeta Antik Yunan’da bir yüzü gülen, diğer yüzü ağlayan heykeli temsil eden “janus” görünümündedir. Yeni-liberalizmin kentinde yalnızca görkemli gökdelenlerin, lüks rezidansların, plazaların yer almadığı “janus”un diğer yüzünde ayrışma, kutuplaşma, yoksulluk, yoksunluk ve sefaletin tüm çıplaklığıyla görünür hale geldiği yadsınamaz bir gerçekliktir (Sipahi, 2012: 112-113).

Kapitalizmin gücünü ve zenginliğini simgeleyen yüksek, anıtsal yapılarla donatılmış gösterişli dünya kentleri, dünyadaki zenginliklerin önemli bir kısmının toplandığı merkezler olarak, bir yandan zenginliğin mekânsal olarak yoğunlaştığı yerler iken, diğer yandan mekânsal adaletsizliğin ve sosyo-mekânsal kutuplaşmaların arttığı yerlerdir. Yarattığı mekânsal ayrışmayla birlikte toplumsal kesimleri birbirinden daha da yalıtıldığı için eşitsizlikler olağanlaşmaktadır (Doğan, 2002: 29). Artık gözden çıkarılmış kent yoksulları ile kentin ‘ayrıcalıklar dünyası’nı tüketenler arasındaki sınıfsal ve mekânsal kutuplaşmanın yansımalarını belirgin bir şekilde görmek mümkündür (Şahin ve Açıkalin, 2012: 243).

Zenginliğin mekândaki yansımalarından en görüneni olarak güvenli yerleşimler, genellikle küreselleşmenin yarattığı yeni yaşam tarzı arayışlarına cevap verecek şekilde, etnik ya da aynı gelir grubundaki ailelerin oluşturduğu homojen gruplar için, güvenlik ya da aidiyet-kimlik arama, ayrıcalıklı ve prestijli yaşam talebi amaçlı olarak kurulmaktadır. Statü, farklı yaşam biçimi ve güvenlik bu kentsel parçalanmanın en önemli nedenleri olarak gösterilmektedir (Berköz, 2012: 175). Bu yerleşimlerin toplumsal kutuplaşmanın mekândaki ifadesi olduğunu da söyleyebiliriz (Keyder, 2000: 186).

Bilindiği gibi getto kavramı çoğunlukla toplumun alt gelir gruplarının, alt sınıflarının hatta işsizlerin ikamet ettiği mekân olarak vasıflandırılmaktadır. Ancak getto ve gettolaşma kavramları toplumun diğer bazı kesimleri için de kullanılabilir. Örneğin seçkinlerin ve yeni zenginlerin mekânı olan güvenli siter de katı bir şekilde dışa

kapanmakta ve kendi içinde homojen bir yapıyı önelemektedir. Bu yapılar için “zengin gettoları” da denilmektedir (Alver, 2010a: 60).

Günümüzde kentsel mekânlar, farklılık ve yenilik yaratma söylemi üzerinden hedef kitle için çekici hale getirilmiştir. Bu süreç iki farklı şekilde gerçekleşmiştir. İlki, kentsel mekânların yeniden yapılandırılmasında kişisel zevklere, tercihlere, beğeniye hitap eden bir mimarının ve kentsel tasarım anlayışının ön plana çıkması, reklamcılık ve pazarlama stratejileriyle mekânın ticarileştirilmesi, farklı gelir gruplarına hitap eden yaşam alanları, konutlar, eğlence ve iş mekânları inşa edilmesidir. İkincisi ise farklı sınıflara hitap eden konut ve yaşam alanlarının inşa edilmesiyle mekânsal düzlemdeki ayrışmaların sınıfsal ayrışmalara yol açmasıdır (Meder ve Çiçek, 2012: 290).

Kent mekânındaki bu farklılaşma, varsıl kentli bireyler ve aileleri için herhangi bir sorun teşkil etmese de piyasanın yıkıcı etkilerini yaşayanlar için telafisi mümkün olmayan sonuçlar doğurmaktadır. Bunun nedeni, her ikisinin yürüdükleri, koştukları zemin ve kulvarların farklılığından kaynaklanmaktadır. Öyle ki birisi için ulaştıkları, yaşadıkları, elde ettikleri başlı başına sahip olunan bir konfor ve lüks iken diğeri için bunlar ancak hayal edilebilir. Böylece kentlerin bazı mekânları güç tekellerinin gökdelenleri haline gelirken, bazı mekânları da bu gökdelenlerin gölgesinde yaşamak durumunda kalmaktadır (Sam ve Sam, 2012: 11-14).

Geçmişte fabrikalarda üretilen arabadan, uçaktan, kamyonundan ve vagondan sonra günümüzde artık bu yerlerde kendi kendimize seri halde fabrikasyon konutlar üretmemiz gerektiği üzerinde durulmaktadır. Başka bir ifadeyle kentlerde üretilen konutlar, tıpkı fabrikalarda üretilen arabalar gibi bir tüketim nesnesine dönüştürülmek istenmektedir (Corbusier, 2010’dan akt., Sam ve Sam, 2012: 9). Bu bağlamda 2000’li yıllardan sonra kapalı yerleşim alanları üzerine yapılan çalışmalarda da üst-orta sınıfların mekânsal tercihlerinin tüketim kalıpları üzerinden nasıl örüldüğüne rastlamak mümkündür. Bu çalışmalarda yeni seçkinler küresel tüketim kültürünün taşıyıcıları ve tüketicileri olarak aktarılırken, beklentileri ve ortak özellikleri kapalı yerleşmeler bağlamında açıklanmaktadır (Öncü, 1999).

İster uydu kentte ister kentte olsun, orta sınıf evlerinde eskiden olduğu gibi sadece salon değil evin bütünü, hem güzellik hem de fiziksel refah açısından bir tüketim nesnesi haline gelmiş ve vitrinde sergilenmeye çıkmış durumdadır. Artık ev sadece insanın dış dünyadan kaçtığı değil, aynı zamanda o dünyaya açıldığı bir yerdir. Evde

gerçekleştirilen çeşitli etkinliklerle ev sürekli izlenen bir vitrin gibidir (Ayata, 2003: 48).

Urry, insanların ilgi çekici bir kenti örneğin romantik Paris'i ya da çekici bir kırsal alanı ziyaret etme isteklerinin hiçbir anlamda doğal olmadığını ve toplumsal olarak kurulduğunu ve özellikle “kültürel arzu” diyebileceğimiz belirli türden peyzaj ve kentsel peyzaja yönelik isteğin gelişimine bağlı olduğunu belirtmektedir (Urry, 1999: 289). Bu açıdan bakacak olursak seri imalat gibi yapılan lüks konutların da toplumsal olarak kurulan kültürel arzuya ihtiyaçmış gibi kitlelere sunulurken tüketim nesnesine dönüştüğünü görebiliriz.

Günümüzde zenginliğin mekândaki tezahürlerini sadece seçkinler için inşa edilen lüks evlere, güvenli sitelere, rezidanslara bakarak değil aynı zamanda bu insanların hayatlarının özel alan dışındaki kamusal alanına bakarak da görebiliriz. Bu bağlamda büyük kentlerin seçkin semtlerindeki lüks restoranlar, kafeler ve son zamanlarda büyük bir trend yakalayan kahve evleri zenginliğin ve ihtişamın izlerini taşımaktadır. Hatta küresel olarak tanınan markalar yanında yerel özellikler taşıyan ve halkın damak tadına hitap eden kuruluşlar da tıpkı diğerleri gibi zenginliğin gösterildiği alanlar olmuşlardır.



## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### 4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

#### 4.1. Araştırmanın Konusu

Araştırmanın temel konusu, Diyarbakır'ın son yıllardaki ekonomik gelişimine paralel olarak yükselen yeni zengin sınıfın beraberinde getirdiği mekânsal ve kültürel farklılaşmadır. Lüks konut alanları, rezidansları, güvenli siteleri, lüks restoranları ve kafeleriyle belirli düzeyde bir ekonomik sermayeye sahip zenginlere hitap eden mekânları bünyesinde barındıran, 1990'lı yılların sonu 2000'li yılların başında neşet eden ve son yıllardaki muazzam gelişmesiyle bütün dikkatleri üzerine çeken Diclekent ve Metropol semtlerinde yaşayan kesimin Diyarbakır'ın yeni zenginleri ya da üst/burjuva sınıfını oluşturduğuna dair yaygın bir kanaat vardır.

Araştırmamızda son yıllarda dikkat çekici bir şekilde görünürlüğü artan Diyarbakırlı yeni zenginlerin mekânla kurdukları ilişkinin boyutları, ortaya çıkan zenginliğin mekânı yeniden yapılandırması ve buna bağlı olarak da mekânın insanları nasıl biçimlendirdiği gösterilmeye çalışılmıştır. Diyarbakır'da yükselen yeni zenginliğin mekânsal tezahürleri ya da mekânı nasıl dönüştürdüğü incelenerek, mekânsal ayrışmanın oluşumunda etkili bir unsur olarak zenginliğin mekânın dönüşümünde nasıl bir etken olduğu gözler önüne serilmiştir. Araştırmamızda orta, orta-üst ve üst sınıflara hitap eden yapılar olarak da değerlendirebileceğimiz ve zenginliğin mekânsal yansımalarında ön plana çıkan güvenli lüks siteler üzerinde özellikle durulmuştur. Bu çerçevede Diclekent ve Metropol semtleri sakinlerinin mekânla kurdukları ilişki, bu ilişkinin niteliği ve mekânsal ayrışmaya yönelmede etkili olan saikler de araştırılmıştır.

Her araştırmada olduğu gibi araştırmanın temel sorusu etrafında şekillenen, araştırmanın kapsamını genişleten, toplumsal dokuyu anlamamızda ve betimlememizde destekleyici nitelikte başka sorulara da yer verilmiştir. Bu bağlamda araştırmamızda bu soruların da cevapları aranmıştır. Diyarbakır'daki yeni zenginliğin mekânsal yansımalarının temel olduğu araştırmanın daha kapsamlı bir portresini çizebilmek için yeni zenginlerin tüketim etrafında şekillenen pratiklerine ve zenginliğin tüketimle olan ilişkisine de yer verilmiştir. Çünkü servetin gösterilmesinde başrolü oynayan tüketim, daha çok kendini mekânda ortaya koymaktadır. Söz konusu mekânların birer tüketim nesnesi haline geldiğini düşünürsek bu lüks konutlarda yaşayan yeni zenginlerin

hayatının tüketimle anlam bulduğunu söylemek mümkündür. Bu açıdan araştırma, zenginlerin zenginliğini ortaya koyma biçimi, statü arayışı, ayrıcalık ve prestij sembolü olarak bu mekânları kullanması bağlamında tüketim, tüketim kültürüyle ve gösterişçi tüketimle ilişkilendirilmiştir.

Araştırmamızda Pierre Bourdieu'nün sermaye türleri bağlamında Diyarbakır'ın Diclekent ve Metropol semtlerinde ikamet eden büyük ölçüde ekonomik sermayesi yüksek kesimin yani yeni zenginlerin hayatlarına da odaklanılmıştır. Ekonomik sermayesi yüksek zenginlerin diğer sermaye türlerine (kültürel, sosyal, sembolik) ne ölçüde sahip oldukları anlaşılmaya çalışılmış, Diyarbakır'da yeni yükselen bu iktisadi sınıfın sosyo-kültürel dünyası incelenmeye çalışılmıştır.

Toplumsal dokunun en üst katmanında yer alan bu sınıfın temel özellikleri, zenginliğin hem mekânsal hem kültürel hem de sınıfsal tezahürlerinin neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Diyarbakır'daki yeni zenginliğin farklı görünüşleri, yeni zenginliğin kaynakları, zenginlerin zenginliğini teşhir etme biçimleriyle nasıl bir zenginlik formu sergiledikleri, zenginliğin kendine has normlarının var olup olmadığını anlamak açısından zenginlerin başka şehirlerdeki zenginlerle farklılık ve benzerlikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Ayrıca araştırmada zenginliğin tarihselliği bakımından da irdelenen zenginlerin yeni ortaya çıkan bir zengin tiplemesi olarak türedi zenginlerin özelliklerine de yer verilmiştir.

#### **4.2. Araştırmanın Amacı**

Araştırmanın amacı, Diyarbakır'ın Diclekent ve Metropol semtlerinde ortaya çıkan yeni zenginliğin mekânsal ve toplumsal tezahürlerine dönük bütünleyici bir fotoğraf ortaya koymak ve zenginlerin mekânla kurdukları ilişkiyi ve zenginliğin mekânı ve gündelik yaşamı nasıl biçimlendirdiğini anlamaya çalışmaktır.

Araştırmada, ayrıca zenginliğin tüketim etrafında şekillenen ve inşa edilen tüketimci yönünü açığa çıkartmak ve yeni zenginlerin tüketimle ilişkilerini ortaya koymak da amaçlanmıştır. Ayrıca yeni zenginlerin tüketim pratiklerinde statü artırma ve prestij anlamı taşıyan gösterişçi tüketimin varlığı açığa çıkarılması da amaçlanmıştır.

Araştırmada Diyarbakır'da yükselen yeni iktisadi sınıfın sosyal ve kültürel dünyasına ışık tutularak, ortaya çıkan yeni zenginliğin farklı yönleriyle anlaşılması ve sosyolojik bir perspektiften açıklanması amaçlanmıştır. Toplumsal dokunun en üst

katmanında yer alan bu sınıfın temel özelliklerinin yanı sıra zenginliğin mekânsal, kültürel ve sınıfsal tezahürlerinin neler olduğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Zenginliğin neye tekabül ettiği, zenginliğin kaynakları yani elde edilmiş biçimleri, hangi göstergelere sahip olduğu, beraberinde getirdiği değer ve ahlaki formların neler olduğu, zenginlerin zenginliğini teşhir etme biçimleriyle nasıl bir zenginlik formu sergiledikleri, zenginlerin başka şehirlerdeki zenginlerle farklılık ve benzerliklerine dair saptamalarda bulunmak da araştırmanın diğer amaçlarından. Ayrıca yeni zenginliğin ortaya çıkardığı yeni zengin tiplmesi olarak türedi zenginlerin de özelliklerinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Burada belirtilmesi gereken bir diğer husus da toplumsal dokuyu anlamaya yönelik olarak yapılan çalışmaların üst sınıflar ve zenginlerle olan kısmının neredeyse çok sınırlı oluşudur. Yaptığımız çalışma, bu alandaki sınırlı bilgiye küçük bir katkı da olsa yarar sağlamayı ve toplumun üst kesimlerinin hayatlarına ışık tutmayı amaçlamaktadır. Ayrıca daha çok yoksullukla anılan ve yoksulları araştırma konusu olan Diyarbakır kentinin öteki yüzü yani zenginler hakkında da araştırmalar yapmak bütüncül bir bakış açısı sağlaması açısından da önemlidir.

### **4.3. Araştırmanın Yöntemi**

Diyarbakır'daki yeni zenginliğin toplumsal ve mekânsal yansımalarını odak noktası olarak belirleyen bu araştırmada sosyal gerçekliği anlamada daha uygun olduğu düşünülen nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Nitel araştırmalar, toplumsal olguları parçalara ayırmadan, bütüncül olarak kavramaya ve bu olgu ve olayları gerçekleştikleri toplumsal ve kültürel bağlam içerisinde anlamaya çalışmaktadır. Toplumsal olgulara ilişkin derin bir anlayışa ulaşmaya çalışan, insanların dünyayı nasıl anladığını, deneyimlediğini ve yorumladığını anlamayı amaçlayan yöntemlerdir (Gönç Şavran, 2012a: 69).

Niteliksel araştırmada sosyal gerçekliği derinlemesine kavramak isteyen, sosyal dünyayı oluşturan bireylerin profilini vermeye çalışan, bu oluşturma sürecinin hem bireyler hem de araştırmacının kendisince bir yorumlama ve anlamlandırma faaliyeti olduğunu kabul eden araştırmacı, katıldığı mikro birimlerin, sosyal hayatlarına dair sorular sorar ve buradan hareketle araştırma planını oluşturur (Kümbetoğlu, 2005: 34).

Örnek olay ve bağlamların dili kullanılan nitel araştırmalarda, toplumsal süreçlerin kendi sosyal bağlamında kullanılması son derece önemlidir. Toplumsal

olayların anlam yaratımı ve yorumu araştırmacının temel veri kaynağıdır (Neuman, 2009: 232). Nitel araştırmalarda araştırmacının aktif ve katılımcı bir rolü vardır. Araştırmacı görüşmecilerle doğal ortamlarında vakit geçirmekte ve yüz yüze ilişkiler kurmaktadır. Böylece ortamda gerçekleşen olaylara da şahitlik etmekte, kendi görüş ve gözlemlerinden de yararlanmaktadır.

Nitel yöntemin iki önemli veri oluşturma tekniği olan, doğrudan katılımlı gözlem ve derinlemesine görüşmeler kullanarak araştırmacı, alanda olduğu sürece araştırmasının yapısını yeniden oluşturabilir. Sürecin kendisi bir karşılıklı öğrenim ve etkileşimi içerdiğinden bu yapılandırmanın ortaya çıkışı beklenen ve istenen bir gelişmedir (Kümbetoğlu, 2005: 37)

Nitel veriler bireylerin gündelik yaşam pratiklerini, bunlar hakkındaki kanaatlerini, duygularını, hissedişlerini, deneyimlerini içerdiğinden ve bunların standart bir formda alınabilmesi mümkün olmadığından sayılabilir veriler değildir. Burada daha çok sayılamayan, hesap edilemeyen, tekil ve öznel deneyimler söz konusudur. Bu nedenle nitel veri oluştururken belirli kavram ve eğilimlerin daha öne çıktığı, anlatıların, ifadelerin belirli yönlerde, belirli bir bilgiyi yansıtıcı olduğu söylenebilir (Kümbetoğlu, 2005: 44).

Nitel araştırmalarda araştırmacı, araştırdıkları sosyal çevrelerin ayrıntılı bir betimlemesini yapmayı amaçlar. Ancak bu betimleme, sıradan detayları da içerisine almalı ve sosyal çevredeki katılımcıların perspektifiyle uyumlu olmalıdır. Ayrıca olaylar ve davranışlar bağlamalarında anlaşılmaya çalışılmalıdır (Kuş, 2009: 82-83).

Araştırmanın nicel tekniklerle yapılmasının yeterli bir anlama imkânı sunmayacağı düşünülerek Diyarbakır'daki yeni zenginliğin toplumsal ve mekânsal yansımalarını anlayabilmek için anket tekniği yerine derinlemesine mülakat tekniğine dayalı nitel araştırma yöntemlerinin kullanılmasının daha yerinde olacağı düşünölmüştür. Bu nedenle sosyal olguları açıklamada nesnellik kadar öznelliğe, bireye özgülüğe, bireysel algı farklılıklarına, gözlenemeyen süreçlerin önemine vurgu yapan nitel yöntemlerle araştırmamızda yüz yüze görüşmeye dayalı derinlemesine görüşme, odak grup görüşmeleri ve katılımlı gözlem yapılmıştır. Çünkü nitel araştırmalarda araştırmacı temellendirilmiş kuram kullanır. Bu nitel araştırmayı daha esnek hale getirirken aynı zamanda verilerle kuramın etkileşimde bulunmasına izin verir. Bu anlamda nitel araştırmada araştırmacı beklenmedik sonuçlara açıktır. Buna bağlı olarak da araştırma süresince araştırmanın yönünü ve odağını değiştirebilir. Araştırma

sırasında elde edilecek verilere bağılı olarak da araştırmanın daha geniş boyutları ortaya çıkabilir (Neuman, 2009: 234).

Seidman'a (1991) göre derinlemesine görüşme, insanların davranışlarının bağlamına giriş sağlamakta ve böylelikle araştırmacılara o davranışın anlamını anlamak için bir yol sunmaktadır. Derinlemesine görüşmelerdeki temel varsayım, insanların deneyimlerini oluşturan anlamın, o deneyimin insanların taşıma tarzlarını etkilediğidir. Ona göre nitel veri tekniklerine dayalı olarak yapılan görüşmeler, insanların deneyimlerinde içerilen anlamları anlamının en yararlı yoludur (Kuş, 2009: 95).

Araştırmada nitel araştırma tekniklerinden katılımcı gözlem de kullanılmıştır. Alan araştırmalarında kullanılan standart bir yöntem olarak katılımcı gözlemde gözlemci, görüşme ortamında konuya uzak veya pasif bir konumda kalmaz. Aksine doğrudan aynı sosyal ortamda ve konuyla ilgili görüşmelerde yer alır. Gzlenenle sosyal bir ilişki içerisinde bulunan katılımcı gözlem tekniğinde amaç, içeriden bir bakışla konuya daha yakın olmaktır (Mayring, 2011: 85).

Konuya olan ilginin örneklem seçiminde ön planda olduğu nitel araştırmalarda, örneklem sayısal büyüklüğü önemli olmamaktadır. Ayrıca nitel araştırmaların örneklem seçiminde çok sayıda bireyin araştırmaya dâhil edilmesi de mümkün görünmemektedir (Yıldırım ve şimşek, 2005: 87). Nitel araştırmalarda, araştırma evreni, toplumsal gerçekliğe dair genellemeler yapılması amacıyla incelenmediği için araştırma sorularının yanıtları için veri üretebilecek örneklerle çalışır (Kümbetoğlu, 2005: 96).

Araştırmamızda rneklem seçiminde kartopu model örneklem seçimi kullanılmıştır. Kartopu modeli örneklem seçiminde bir ya da bira örnek olaydan gelen göndermeleri kullanarak örnek olaylar seçme ve sonra bu örnek olaylardan gelen göndermeleri kullanma, vb. yolu izlenir (Neuman, 2009: 321). Kartopu rneklem seçim tekniği, evren hakkındaki bilgilerin eksik olduğu ve evreni oluşturan bireylere ulaşmanın zor olduğu durumlarda kullanılan bir tekniktir (Gn şavran, 2012b: 156).

Araştırmamızda rneklem seçiminde kartopu örneklem seçim tekniğini kullanmamızın nedeni de katılımcılara ulaşmada yaşanılan zorluktur. Bilindiği gibi toplumun st sınıfları hakkında araştırmalar yapmak zordur. Bu durum daha çok sosyal bilimcilerin zenginlerden ziyade yoksul kesimin sorunlarıyla ilgilenmek için daha çok araştırmalarını o yöne kaydırmalarıyla da alakalı bir durumdur. Yine zenginlerin kendi sınıfları hakkında pek de konuşkan olmadıkları bilinen bir gerçektir (Pinçon ve Pinçon

Charlot, 2012: 11). Üst sınıflarla ilgili yapılan çalışmalarda zengin sınıfların kendileri hakkında bilgi vermektten kaçındıkları, zengin kesime ulaşmakta ve onlar hakkında araştırma yapmakta zorlandıkları belirtilmektedir.

Benzer sıkıntılarla karşılaştığımız bu çalışmada da bahsedilen nedenlerden dolayı kartopu örneklem seçim tekniği kullanılarak 51 kişiyle derinlemesine mülakat yapılmıştır. Bazı katılımcıların ses kayıt cihazı kullanılmasından duydukları rahatsızlık nedeniyle görüşmeler kayda alınamamıştır. Bu nedenle not tutarak araştırmaya devam edilmiştir. Özellikle zenginliğin kaynağı konusunda bu katılımcılar daha cesur bir şekilde görüşlerini ifade etmişlerdir.

Toplamda 51 kişiye ulaştığımız bu çalışmada elde edilen bulguların amacı, yeni zenginler üzerinde bir genelleme yapmak değil, onların bakış açılarını ve anlamlarını keşfetmektir. Ayrıca görüşmeye katılan katılımcıların çoğunluğunun belli bir ekonomik gelire sahip kişiler olduğunu söyleyebiliriz. Katılımcıların çoğunluğu doktor, avukat, mimar, mühendis, öğretmen, gelir uzmanı vs. gibi beyaz yakalı işlere sahip, profesyonel çalışan meslek gruplarından oluşurken esnaf, müteahhit, ev hanımı, kapıcı gibi farklı meslek gruplarından temsilciler de bulunmaktadır.

Heterojen bir yapıya sahip olan bu mahallede yeni zenginler diyebileceğimiz kesimin varlığı yanında önemli bir yoğunlukta da orta sınıf kesimi yaşamaktadır. Dolayısıyla örnekleme arsa sahibi, esnaf gibi katılımcılar yanında öğretmen, memur gibi mesleklere sahip olan katılımcılar da yer almaktadır. Bu nedenle bu çalışmada katılımcıların tamamının yeni zenginlerden teşkil ettiğini söylemek mümkün değildir. Fakat bu sınıfın, yeni zenginlerin en yakın tanıkları olarak onlar hakkında en çok bilgiye sahip olan kişiler olduğunu söyleyebiliriz. Ancak şu hususu da belirtmeliyiz ki öğretmen, memur, avukat gibi katılımcıların sadece aylık gelirleriyle bu semtlerde yaşamaları mümkün görünmemektedir. Bu kişilerin çoğunluğunun ya aileden kalan bir mirasa ya da başka bir gelir kaynağına sahip olduklarını da söylemek gerekmektedir.

Belirtilmesi gereken bir husus da nasıl ki nicel araştırma yöntemi kullanılarak elde edilen bulgular örneklem grubuyla sınırlıysa, nitel araştırma yöntemiyle elde edilen bulgular da araştırmaya dâhil edilen örneklem grubunun verdiği bilgilerle sınırlıdır. Yapılan mülakatların her katılımcının sosyal gerçeklik algısı, yaşam tecrübesi ve yaşadıklarını ifade etme becerisiyle sınırlı olduğunu söyleyebiliriz.

Ayrıca konunun daha geniş perspektiften ele alınması için semtin eski ve yeni sakinleri, kapıcı, esnaf, mimar ve müteahhitlerle de görüşmeler yapılmıştır. Ayrıca

geliştirici firmaların lüks konutların pazarlanması ve müşteriye sunulması için hazırladıkları broşürler elde edilmiş ve konu bağlamında analiz edilmiştir.

#### 4.4. Araştırma Yerinin (Diclekent ve Metropol) Özellikleri

Diyarbakır Dicle ile Fırat nehirlerinin belirlediği alanın kuzeyindeki en büyük yerleşimdir. Mezopotamya, Kafkasya, İran, Anadolu ve Doğu Akdeniz'deki değişimlerden etkilenen ve bütün buraları farklı zamanlarda değişen ölçülerde etkileyen bir konumdadır. Kurulduğu günden beri stratejik bir konumda olan Diyarbakır, Roma ve Bizans döneminde surlarla sıkıca korunmuş olmasının yanı sıra İslam'ın en erken ulaştığı en eski Müslüman yerleşimlerinden biridir. Osmanlı İmparatorluğu Dönemi'nde de bir eyalet merkezi olan Diyarbakır, ticaret, eğitim ve kültür merkezi olarak önemini korumuştur. Her ne kadar Cumhuriyet döneminde taşralaştırılsa da dinamizmini kaybetmemiştir (Atlı, 2014b: 25-28).

Araştırmamıza konu olan alan, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi, Diyarbakır ili, Kayapınar ilçesindeki Diclekent ve Metropol semtleridir. Kentin batısında bulunan bu alan, 2012 yılı itibariyle on altı büyükşehir belediyesinden biri olan Diyarbakır'ın dört merkez ilçesinden biri olan Kayapınar İlçesi sınırları içerisinde bulunmaktadır. İlçe, Yenişehir ve Bağlar ilçe sınırlarıyla komşudur.

Orta ve üst gelir grubuna hitap eden yüksek kaliteli konutların kentsel mekândaki konumlanması ana ulaşım kanalları boyunca ve yüksek standartlı oturma bölgeleri yönünde gelişmektedir (Es, 2010: 102). Diclekent, Metropol ve 75 Metre dediğimiz bölge de Diyarbakır'ın Urfa ve Elazığ illerinden gelen yolların kesiştiği üçgende bulunmakta; yeni kurulması, nüfusu ve sınırları dikkate alındığında yerleşimci ve yatırımcıların dikkatini çekmektedir (Coşgun, 2013: 86).

İlçenin ilk yerleşim bölgesi olan Peyas köyü, 1991 yılında 3000 nüfusu barındırmaktaydı. 2013 yılında ilçeye bağlı olan Peyas Mahallesi 142,228 kişilik nüfusuyla Türkiye'nin en kalabalık mahallesi olarak kayıtlara geçmiştir. Son beş yılda ise yoğun göç alan ilçe nüfusu 300.000 civarındadır. Diyarbakır'da adeta bir inşaat şantiyesini andıran bu bölgeye önümüzdeki iki yıl içerisinde 40.000 kişilik nüfusun daha katılacağı öngörülmektedir. İnşaat sektöründeki en büyük gelişmenin Diclekent Bulvarı ve Fırat Bulvarı'nda olduğu görülmektedir (Wikipedia, 2015). Ayrıca bu bölge içerisinde yer alan 75 Metrelik Yol'un lüks konut, restoran ve kafeleriyle dikkat çekici bir şekilde gelişme kaydettiğini söylemek mümkündür.



**Resim1.** Diclekent'ten manzaralar<sup>8</sup>



**Resim 2.** Diclekent'ten Manzaralar

---

<sup>8</sup><http://www.diyarbakirkayapinar.bel.tr/ky/wp-content/uploads/gorunum-2.jpg> adresinden 28 Nisan 2014 tarihinde erişildi.





**Resim 3.** Diclekent'ten Manzaralar

## BEŞİNCİ BÖLÜM

### 5. ARAŞTIRMA BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

#### 5.1. Katılımcıların Sosyo- Demografik Özellikleri

Bu bölümde saha araştırmamızı yürüttüğümüz Diyarbakır'ın Diclekent ve Metropol semtlerinde ikamet eden katılımcıların demografik ve sosyo-ekonomik özelliklerinden bahsedeceğiz. Diyarbakır'ın yeni ve modern yüzü olarak görülen Diclekent ve Metropol semtlerinde son yıllarda yaşanan ve gözle görülür bir şekilde farkedilen zenginleşme ve bu zenginleşmenin mekâna yansımalarını iyi tahlil edebilmek için katılımcıların demografik özelliklerini bilmek bizim için önem arz etmektedir. Ayrıca diğer şehirlerdeki üst veya orta sınıflar ve onların yaşam alanlarıyla olan kıyaslamada katılımcılar hakkındaki bu bilgiler yararlı olacaktır.

Bu çerçevede katılımcıların cinsiyeti, yaş grupları, doğum yerleri, aile içinde konuştukları dilleri, öğrenim durumları, meslekleri, eşlerinin meslekleri, Diyarbakır'da yaşama süreleri ve Diyarbakır'da yaşama sebepleri bu bölüm içinde ele alınan alt başlıklardır.

#### 5.1.1. Yaş

**Tablo 1.** Katılımcıların Yaş Grupları

Yaş Grupları	Sayı	%
18-24 Yaş	1	1.9
25-34 Yaş	12	23.5
35-44 Yaş	25	49
45-54 Yaş	10	19.6
55-64 Yaş	3	5.8
65 Yaş ve Üstü	-	-
Toplam	51	100.0

Araştırmaya katılan katılımcıların yaş ortalamalarına genel olarak bakıldığında 35-44 yaş aralığının %49, 25-34 yaş aralığının %23.5, 45-54 yaş aralığının ise %19.6 oranla çoğunlukta olduğu görülmektedir. Böylelikle 25 yaş ile 54 yaş arasındaki oranın araştırmaya katılan katılımcıların %92.1'i olduğunu düşünürsek hemen hepsinin orta yaş diyebileceğimiz bir yaş aralığında oldukları görülmektedir. Dolayısıyla bu

semterde oturanların genellikle çalışan ve orta yaş gruplarına dâhil oldukları rahatlıkla söylenebilir.

Yapılan görüşmelerde sitelerde site sakinlerinin çocuklarının çok olmasından yakınılmıştır. Bu durum, yani ocuk sayısının fazla olması burada yaşayanların doğurganlık yaşında yani genç ve orta yaş kuşağında olduklarının bir göstergesi olarak okunabilir.

### 5.1.2. Cinsiyet

**Tablo 2.** Katılımcıların Cinsiyetleri

Cinsiyet	Sayı	%
Erkek	23	45.1
Kadın	28	54.9
Toplam	51	100.0

Araştırmamızda erkek ile kadın katılımcıların sayılarının birbirine yakın olmasına dikkat edilmiştir. Yapılan derinlemesine görüşmelerde 23 erkek, 28 kadın ile görüşülmüştür. Erkeklerin görüşmeleri iş yoğunluğu nedeniyle kabul etmemesi ve eşlerine yönlendirmesi derinlemesine görüşmelerde kadın sayısının erkeklerden biraz fazla olmasına etki etmiştir.

### 5.1.3. Doğum Yeri

**Tablo 3.** Katılımcıların Doğum Yeri

Doğum Yeri	Sayı	Oran
Diyarbakır	34	66.6
Mersin	1	1.9
Erzurum	1	1.9
Mardin	5	9.8
İsparta	1	1.9
Muş	1	1.9
Adıyaman	1	1.9
Siirt	1	1.9
şanlıurfa	2	3.9
Elazığ	1	1.9
Cizre	1	1.9
Hakkari	1	1.9
Azerbaycan	1	1.9
Toplam	51	100.0

Araştırmamızda katılımcıların %66.6'sının doğum yerinin Diyarbakır olduğu görülmektedir. Bu bakımdan araştırma alanımız olan Diclekent ve Metropol'de ikamet edenlerin daha çok Diyarbakır halkının yerlileri olduğu anlaşılmaktadır. Diğerlerinin doğum yerlerine bakıldığında ise çevre illerin yoğunlukta olduğu görülmektedir. Bu çerçevede burada ikamet edenlerin doğum yerlerine bakarak bu insanların daha çok Güneydoğu Anadolu ve Doğu Anadolu kökenli olduklarını söyleyebiliriz.

#### 5.1.4. Öğrenim Durumları

**Tablo 4.** Katılımcıların Öğrenim Durumları

Öğrenim durumu	Sayı	%
İlkokul	4	7.8
Ortaokul	1	1.9
Lise	8	15.6
Üniversite(Ön lisans/Lisans)	36	70.5
Lisansüstü (Yüksek Lisans/ Doktora)	2	3.9
Toplam	51	100.0

Araştırmaya katılan katılımcıların öğrenim durumlarına bakıldığında %70.5'inin üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Bu durumda Diclekent ve Metropol'de ikamet eden sakinlerin genellikle eğitilmiş ve üst düzey memur olmalarının etkili olduğu söylenebilir.

#### 5.1.5. Mesleki Durum

Araştırmamızda katılımcıların çeşitli mesleklere sahip oldukları görülmektedir. Genel olarak üniversite mezunu oldukları göz önüne alındığında resmi kurumlarda çalıştıkları gözlenmektedir. Ayrıca bazı emlakçı, kuyumcu gibi esnafların da aynı zamanda bilgisayar mühendisliği, öğretmenlik gibi başka mesleklere sahip oldukları görülmüştür.

**Tablo 5.** Katılımcıların Meslekleri

Meslekler	Sayı	%
Öğretmen	8	15.6
Ev Hanımı	6	11.7
Arkeolog	1	1.9
Öğrenci	1	1.9
Doktor	1	1.9
Müşteri Temsilcisi	1	1.9
Sosyolog	2	3.9
Mimar	1	1.9
Emlakçı	3	5.8
Müteahhit	3	5.8
Memur	13	25.4
Kuyumcu	1	1.9
Kapıcı	1	1.9
İnşaat Mühendisi	2	3.9
Gelir Uzmanı	3	5.8
Gelir Uzman Yardımcısı	1	1.9
Maliyeci	1	1.9
Kuran Kursu Hocası	2	3.9
Toplam	51	100.0

**5.1.6. Eşlerinin Meslekleri****Tablo 6.** Katılımcıların Eşlerinin Meslekleri

Meslekler	Sayı	Oran
Avukat	1	1.9
Elektrik/Elektronik Mühendisi	2	3.9
Müteahhit	2	3.9
Memur	7	13.7
Aile ve sosyal Politikalar İl Müdürü	1	1.9
Veteriner	1	1.9
Öğretmen	6	11.7
Sosyolog	1	1.9
Doktor	2	3.9
Özel Sektör	1	1.9
Bilgisayar Mühendisi	1	1.9
Ev Hanımı	12	23.5
Şirket Sahibi	1	1.9
Mimar	2	3.9
Bankacı	1	1.9
Belirtilmemiş	10	19.6
Toplam	51	100.0

Katılımcıların eşlerinin mesleklerinde de katılımcıların mesleklerine benzer şekilde bir çeşitlilik söz konusudur. Genel olarak bakıldığında bu semtte ikamet edenlerin karı-koca çalıştıkları gözlenmektedir. Eşleri ev hanımı olanların mesleklerinin daha üst düzey ve gelirlerinin daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Hem lüks bir semtte oturmanın verdiği maddi yükü hem de bina masraflarını kaldırabilecek bir gelire sahip olabilmek için ya karı-koca çalışılması ya da tek bir gelir kaynağı söz konusuysa bu standardı yakalayabilecek düzeyde olması gerekmektedir. Katılımcılar bu durumu şöyle ifade etmektedir:

*Burada çok zengin, çok okumuş insanlar var. Bir kere herkesin parası var. Burada oturuyorum deyip de benim param yok, sıkıntı çekiyorum diyen kimse olamaz bence. Yalan söylüyor. Çünkü burada oturan herkesin maddi durumu birbirine yakındır aşağı yukarı. Kiracı bile olsa öyle. Demek ki maddi durumu iyi ki burada oturuyor. Parası olduğu için burada yaşıyor. (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası)*

*Bizim sitelerde daha çok çalışan kesim var. Benim binamın çoğu çalışan. Karı-koca çalışıyor. Ev hanımı çok az. (G.14, Kadın, 31, Öğretmen)*

Kişilerin meslekleri, gelir durumları ve dolayısıyla sahip oldukları maddiyat, yaşam düzeylerini etkilemektedir. Bu çerçevede gelir ve yaşam düzeyi arasındaki doğru orantılı ilişki açıkça kişilerin yaşadıkları mekânlarda yansımalarını göstermektedir.

### 5.1.7. Etnisite ve Dil

**Tablo 7.** Aile İçinde Konuşulan Dil

Aile İçinde Konuşulan Dil	Sayı	Oran
Türkçe	14	27.4
Kürtçe	-	-
Türkçe/Kürtçe	30	58.8
Türkçe/Zazaca	5	9.8
Türkçe/Kürtçe/Zazaca	1	1.9
Belirtilmemiş	1	1.9
Toplam	51	100.0

Araştırmamızda etnik kimliğin belirlenmesine yönelik olarak sorduğumuz anadil sorusunda genel olarak katılımcıların Kürt etnik kimliğe sahip oldukları görülmüştür. Tabloda evde sadece Türkçe konuşuluyor olması o hanedeki insanların Türk oldukları anlamına gelmemektedir. Türkçe'nin yaygın, hâkim ve resmi dil olması, doğal olarak

Türkçe'nin konuşulma sığasını artırmaktadır. Görüşmecilerin büyük ölçüde kendilerini Kürt olarak ifade etmeleri de onların Kürtçe'yi kullanma durumlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Görüşme yaptığımız kişilerin bir önceki tabloda da görüldüğü gibi doğum yerlerinin Doğu ve Güneydoğu Anadolu olması onların büyük ölçüde Kürt etnik kimliğine sahip olduğunu göstermektedir. Ancak Kürtçe'nin bir dönem yasak olması ve pek çok ailenin bu durumdan çekinerek çocuklarına sadece Türkçe öğretmesi bunun sebebi olabilir. Nitekim katılımcılar görüşmelerde bu durumu sık sık dile getirmiştir:

*Yalnız Türkçe konuşuyoruz. Eşim Diyarbakırlı. Aslen Muşlu. Ama o da Kürtçe bilmiyor ben de Kürtçe bilmiyorum. Yalnızca Türkçe konuşuyoruz. (G.9- Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi)*

*Ya bizde sadece Türkçe konuşuluyor. Ama anneler hani kendi aralarında Kürtçe konuşuyorlar. Kayınvalidemler Zazaca. Bizde de büyükler bizimle hiç Kürtçe konuşmayınca dilimiz dönmüyor artık. Konuşmaya konuşmaya dilde bir yatkınlık yok. O yüzden sadece Türkçe. (G.14, Kadın, 31, Öğretmen)*

Kimi zaman da aile büyükleri kendi anadillerinde konuşmakta, çocuklarla da Türkçe konuşmaktadırlar. Bu bağlamda aile içinde Türkçenin buluşma noktası olduğunu söylemek mümkündür:

*Ağırlıklı Türkçe, biri gelince Kürtçe. Ancak o kadar. Çocuğum maalesef çok az biliyor. Yok yok denecek kadar az. Aslında ben Siverek'liyim. Annem babam da Kürt. Ben de Kürtçe'yi bilmiyorum. Bizim evde de Kürtçe konuşulmazdı. Annemle babam böyle gizli bir şey konuştukları zaman Kürtçe konuşurlardı. Biz de böyle yorum getirirdik. Ablam anlardı o zamanlar. Hani konuşma dilimiz değildi aslında. (G.18, Kadın, 38, Mimar)*

*Evimizde Türkçe ve Kürtçe konuşuluyor. Türkçe ağırlıklı. Çocuklarla Türkçe ağırlıklı. (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi)*

Görüldüğü gibi Türkçe, hangi etnik kökene sahip olursa olsun ailenin ortak dilidir. Buradan hareketle katılımcıların kendilerinin de çok fazla bilmediği Kürtçe veya Zazaca'yı kendi çocuklarına da öğretmediklerini ve yeni kuşağın sadece Türkçe konuştuğunu söyleyebiliriz.

### 5.1.8. Diyarbakır'da Yaşama Süreleri

**Tablo 8.** Katılımcıların Diyarbakır'da Yaşama Süreleri

Yaşama Süresi	Sayı	Oran
Doğduğundan beri	20	39.2
1-5 yıl	4	7.8
6-10 yıl	8	15.6
11-15 yıl	5	9.8
16-20 yıl	6	11.7
21-25 yıl	1	1.9
25 yıl ve üzeri	7	13.7
Toplam	51	100.0

Tabloya bakıldığında katılımcıların çoğunluğu yani %39.2'si doğduğundan beri Diyarbakır'da yaşamaktadırlar. 25 yıl ve üzeri olanlar da %13.7'lik kısmı oluşturmaktadır. Buradan hareketle Diclekent ve Metropol semtlerinde ikamet eden katılımcıların uzun süredir Diyarbakır'da yaşadıklarını söylemek mümkündür.

### 5.1.9. Diyarbakır'da Yaşama Sebepleri

**Tablo 9.** Katılımcıların Diyarbakır'da Yaşama Sebepleri

Yaşama Sebebi	Sayı	Oran
Memleketi olması nedeniyle	28	54.9
İş ve evlilik dolayısıyla	3	5.8
Eğitim nedeniyle	1	1.9
İş dolayısıyla (Tayin)	15	29.4
Eşinin memleketi olması nedeniyle	4	7.8
Toplam	51	100.0

Katılımcıların Diyarbakır'da yaşama sebeplerine bakıldığında %52.9'unun memleketi olduğu için, %7.8'inin de eşinin memleketi olduğu için burayı tercih ettikleri görülmektedir. Sadece 1 katılımcı çocuklarının eğitimi için Diyarbakır'ın bir ilçesinde yaşarken merkeze gelmiştir. İş dolayısıyla gelenlerin çoğu ise çevre iller ve batı illerinden gelenlerdir ve daha çok memur kesimi oluşturmaktadır.



## 5.2. Zenginlik, Yer Ve Mekân Algısı

Diyarbakır'daki yeni zenginliğin yansımalarını irdeleyen araştırmamızda mekân, araştırmanın kilit noktalarından biridir. Bu nedenle zenginliğin en çok billurlaştığı bir alan olarak yere/mekâna dair katılımcıların görüşleri bu bölümde ele alınıp değerlendirilecektir. Katılımcıların kent içi hareketlilikleri ve bu hareketliliğin nedenleri, mekânla kurdukları ilişki, mekânın onların hayatları üzerindeki etkisi, mekânın biçimlenişi üzerindeki insanların etkisi, mekânda yaşanan ilişki biçimleri ve bu semtlerde var olan mekânsal farklılaşmanın beraberinde getirdiği değişimler bu bölümün inceleme konusunu oluşturmaktadır.

### 5.2.1. Kent İçi Hareketlilik ve Sosyo- Mekânsal Değişme

Kent içi hareketlilik kavramı, konut sakinlerinin yaşam tarzlarındaki değişikliğe paralel olarak değişen ihtiyaç ve istekleri doğrultusunda oturdukları konuta dair memnuniyetsizliklerin artması neticesinde beklentilerini karşılayan başka bir konut arama süreciyle başlamaktadır (Kamacı, 2014: 2). Sosyo-ekonomik yapıda, demografik yapıda ve mekânsal yapıdaki meydana gelen değişimler, kent içi hareketliliği tetikleyen unsurlardır.

Diyarbakır çok eski tarihe sahip bir şehir olmakla birlikte son yıllarda hem mekânsal yapısında, hem de şehrin sosyo-ekonomisinde gözle görülür hızlı bir değişim gözlenmektedir. Bu değişimde küresel ve yerel dinamiklerin etkisi söz konusudur. Gerek 1980 sonrası tüm dünyada etkisini hissettiren küreselleşmenin kent mekânına etkilerinin, gerek 1970 sonrası kapitalizmin girdiği kriz neticesinde neoliberal politikalarla sermayenin kentsel mekâna kaymasının ve gerekse 1990'larda bölgede hâkim olan terör nedeniyle köylerin boşaltılarak bölge kentlerinin yoğun bir zorunlu göç dalgasına maruz kalmasının, Diyarbakır'daki mekânsal değişimin ve dolayısıyla kent içi hareketliliğin başlıca dinamikleri olduğunu söyleyebiliriz.

Kapitalizmin yeni bir biçimi olarak görülen “yeni liberalizm” ya da “neoliberalizm” (Sipahi, 2012: 111), kapitalizmin yaşadığı krizden çıkmak için sermaye odaklı mekânda yapılanışı ifade etmektedir (Tümtaş, 2012: 2; Bozkulak, 2005: 241). Bu süreçte kentsel mekân diğer tüm alınıp satılabilen mallar gibi bir metaya dönüşmüş, Lefebvre'nin kavramsallaştırmasıyla kapitalizmle birlikte kentsel mekân ikincil sermaye döngüsünü oluşturmuştur (Çetin, 2012: 162; Ötkünç ve Coşkun, 2012: 86). Kentsel mekânlar birbirini takip eden neoliberalleşme dalgalarıyla son otuz yıldır

neoliberalizmin yeniden üretiminde, dönüşümünde ve süre giden yeniden yapılandırılmasında artan oranda merkezi bir yer işgal ederek stratejik öneme sahip roller oynamışlardır (Theodore, Peck ve Brenner, 2012: 30-33). Kent toprağı üzerinde sermaye birikimi yaratılmış, iş ve alışveriş merkezleri, lüks yaşam alanları, güvenli siteleri, büyük oteller ve merkezleri kapsayan kentsel dönüşüm projeleri uygulamaya konulmuştur (İçli, 2012: 75). Bu açıdan yeni bir yerleşme alanı olarak kurulan Diclekent ve Metropol semtleri, neoliberal politikalar çerçevesinde mekânsal farklılaşmanın bir örneğı olarak görülebilir. Bu bölgede yoğunlaşan lüks binalar, güvenli siteleri, rezidanslar, lüks kafe ve alışveriş merkezlerine de “*neoliberalizmin mekânları*” diyebiliriz.

Küreselleşmenin neden olduğu sosyal ve mekânsal dönüşüm süreci yaşam biçimi ve alışkanlıklarda değişikliklere neden olmaktadır. Kentsel mekânda bir farklılaşma eğilimi gözlenmekte, gelişmenin yönü ise, kentin eski bölümlerindeki toplumsal bakımdan heterojen mahallelerden, yeni kurulmuş, daha homojen semtlere doğrudur (Keyder, 2000: 181-184; Ayata, 2003: 37; Berköz, 2012: 187). Bu alanları, hayat tarzlarının ve dünya görüşlerinin mekâna yansımaları ve onu biçimlendirmeleri (Taşçı, 2014: 13) olarak da değerlendirmek mümkündür.

Küreselleşme ve ekonomik yeniden yapılanma olarak neoliberalleşme günümüz kentlerinde sosyo-mekânsal ayrışmayı daha da artırmaktadır. Sosyo-ekonomik farklılaşma büyük metropoliten alanlardaki ayrışmanın en önemli unsurudur (Yüceşahin ve Tuysuz, 2011: 159). Diyarbakır’ın kent içi hareketliliğinin de bu doğrultuda olduğu yapılan görüşmelerde ortaya çıkmıştır. Diyarbakır’ın mekânsal değişimi de küreselleşme ve neoliberalleşme çerçevesinde yapılarak orta ve üst sınıflara yönelik kurulan semtler, seçkinliğin, zenginliğin ve lüksün mekânları olarak konut piyasasına sürülmüştür.

Görüşme yaptığımız katılımcıların bu mekânlara içinde buldukları sosyo-ekonomik şartlar ve statüleri doğrultusunda kent-içi hareketlilikte buldukları görülmüştür. Katılımcıların içinde buldukları koşullarda daha çok üst sınıf olarak gördükleri insanların ikamet ettiği homojen semtlere doğru mekânsal olarak yer değiştirmeyi tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Bu durumu bir katılımcı şöyle ifade etmiştir:

*Ben her zaman için Elhamdülillah çocukluğumdan beridir Diyarbakır’ın bulunduğu dönemin en gözde, en lüks, en modern evlerinde oturdum. Benim*

*çocukluğumda şehir içinde surların orada oturuyorduk, eski taş evlerde. Ben kendimi bildiğim tarihte Diyarbakır Lise Caddesi Yenişehir'deydim. Ziya Gökalp Lisesi'nin tam karşısında. Yani bütün çocukluğum gençliğim orada geçti. Taa bundan yedi yıl öncesine kadar ben Diyarbakır'da Yenişehir'in dışında bir semtte de oturmadım. İlk olarak Diclekent'e geldim (G.12- Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Suriçi denilen eski Diyarbakır evlerinin olduğu mahalle, eski zamanlarda Diyarbakır'ın şehirli (onların tabiriyle gundi yani köylü olmayan, köyden gelmeyen) insanların yaşadığı mekândır. Bu nedenle “*Eskiden Suriçi'nde yaşıyordum*” demek, “*Diyarbakır'ın asil ve köklü ailelerindenim*” anlamına da gelmektedir. Diken (2010: 249), Suriçi'nde bulunan Cami Kebir Mahallesi'nin, eskiden şehrin kalburüstü ve kent yönetiminde söz sahibi kesimlerin yerleştikleri mekân olduğunu belirtmektedir. Ofis ve Yenişehir Diyarbakır'ın eski ve zengin ailelerinin yaşam alanlarında ikinci duraktır. Hep Ofis'te veya Yenişehir'de oturuyor olmak da bir bakıma Diyarbakır'ın modern ve zengin ailelerinden olmak anlamına gelmektedir.

*Diyarbakır'a gelir gelmez ilk Ofis'te oturdum. Daha sonra Yenişehir Ali Emiri'de, Toplukonut'ta oturdum. Daha sonra da Metropol civarına taşındım (G.10- Kadın, 40, Sosyolog).*

Diyarbakır'da kent-içi hareketliliğinin bir yönü de Türkiye'nin 1980'lerin başı ve 1990'ların sonuna kadar tecrübe ettiği kentin demografik yapısını önemli ölçüde değiştiren zorunlu göç hareketleridir. Bölgedeki yoğun çatışmalarla oluşan güvensiz ortam, nüfusun zorunlu olarak yerinden edilmesine neden olmuştur. Bu zorunlu göçün mekânsal olarak getirisi de kırsal alandaki nüfusun kent merkezine yığılmasıdır (Yüceşahin ve Özgür, 2006: 17). Bu süreçte zorunlu göç ile kente birikimsiz ve hazırlıksız olarak gelen bu kesim, kentsel alanları yaşam alanları olarak seçerken bir yandan güvenlik, birliktelik ve dayanışma güdüleriyle, öte yandan da maruz kaldıkları dışlanma tutumlarıyla aynı mekânda yoğunlaşmayı tercih etmişlerdir (Tümtaş, 2012: 116).

Yoğun ve kontrolsüz bir şekilde gerçekleşen bu zorunlu göçler, kentin ekonomik, toplumsal, kültürel ve politik yaşamına damgasını vurmuştur. Bu bağlamda göçün en önemli etkisinin mekânsal boyutta gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Bu süreçte kent mekânı artan konut gereksinimine bağlı olarak kentsel toprakların fiyatlarında artışa neden olan arsa spekülasyonlarına maruz kalmıştır (Kaygalak, 2009: 19). Kente yeni gelenler alt yapısı yetersiz, düşük standartlı ve ucuz konutların bulunduğu alanlara

yönelirken şehrin sakinleri de bu spekülasyonlar sonucu yeni oluşturulan lüks semtlere yerleşmişlerdir.

Daha önce Diyarbakır'ın bir köyüneyken köylerinin boşaltılması sonucu göçle merkeze yerleşip uzun yıllar kalan bir görüşmeci de ekonomik seviyeye bağlı olarak insanların mekânsal tercihlerini yapmak zorunda kaldıklarını belirtmektedir. Nitekim görüşmeci Diyarbakır'ın göçten sonra oluşturulan gecekondu bölgesi olarak da tabir edebileceğimiz Bağlar mahallesine ilk olarak yerleştiklerini daha sonra ekonomik durumun iyileşmesine bağlı olarak aşama aşama yaşadıkları mekânların da iyileştiğinden bahsetmektedir.

*Hepsi Bağlar tarafında. Yani ne mümkün oraya gelmek. Bağlar'daki evi de zar zor buluyorlar zaten. Bağlar'da oturanların da Diclekent tarafına geçmesi yıllar sonra oluyor. Çalışıyorlar, didiniyorlar. Çocukları doğuyor, büyüyor, meslek sahibi oluyorlar. Ondan sonra krediyle, şunla bunla geçebiliyorlar. Yani bir 20-30 yılı buluyor oraya geçmeleri. Bir kerede olmuyor. Mesela bizim de öyleydi. Önce Bağlar'a geldik (Lice'den) doğduğum yerdir, arkasından Bağlar'ın daha iyi bir semtine geçtik. Meryem Ana Kilisesi'nin olduğu yerler. Ondan sonra Bağlar'ın daha nezih bir yeri. Ama yine bildiğimiz Bağlar. Oradan Cezaevi'ne oradan da Diclekent'e. Basamak basamak (G.19- Kadın, 29, Öğretmen).*

Bir katılımcı da göçler neticesinde oluşan konut gereksinimiyle yeni gelenlerin eskilerin yerini aldıklarını, şehrin eski sakinlerinin de daha güzel yerlere taşındıklarını, bir nevi konut sirkülasyonu olduğunu belirtmektedir:

*Köydeki insanlar geldikten sonra bu insanlar bir yerlerde kalacaktı. O yüzden yeni yerler yapıldı. Yeni yerler yapılıncaya mevcut potansiyeli olanlar yani zengin olanlar oraya gitti. Onlardan boşalan Gaziler'e de onlar gitti. Bir devr-i daim oldu. Hep bir üste gelenler yerini bir tık altına bıraktı. Öyle deyim yani (G.27-Erkek-33- Müteahhit).*

Çocukları büyüdükten sonra daha nezih bir semte taşınma isteğiyle Bağlar'dan çıkmak isteyen bir katılımcı durumunu şöyle ifade etmiştir:

*Daha evvel 15 yıl Bağlar semtinde oturdum. Ama 10 yıldır da bu semtteyim. Yerimiz Bağlar'dayken daha düşük seviyeydi. Çocuklar küçüktü. Büyüdüklerinde çoğunluğu da kız olduğu için o semtten çıkmak zorunda kaldık. Çünkü gelir seviyesi düşük. Oradaki gençler iyi etkilenmiyordu. Onları alıp daha güzel bir semte gelmeyi düşündük. Hani gelişimleri, psikolojileri, yaşantıları iyi olsun diye düşündük. Eşimle beraber öyle karar verdik (G.29- Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Araştırmada son yıllarda Diyarbakır'a başka illerden gelen insanların ilk olarak Diclekent veya Metropol semtlerine yerleştikleri gözlemlenmektedir. Burada Diyarbakır'ın güvenlik problemlerinin ana neden olduğu söylenebilir. Keyman'ın da ifade ettiği gibi, bu durum, güvensizliklerle dolu dış dünyada korkuların, tedirginliklerin ve belirsizliklerin ortadan kaldırılması için ortak bir kültürü paylaşan ya da aynı sosyal grup içinde yer alan bireylerin bir arada yaşama istekleri olarak da görülebilir (Keyman, 2011: 32).

Ayrıca Diyarbakır'a yeni gelenlerin bu semtlere ilk olarak yerleşmelerinde kent merkezini şeytansılaştıran; onu tehlikeli, yaşanılmaz ve düzeltilemez bir yer olarak temsil eden kuvvetli kent karşıtı söylem de etkili olmaktadır (Perouse ve Danış, 2005: 100, Gönlügür, 2008: 75; Alver, 2010a: 115). Bu bağlamda Diyarbakır'da son zamanlarda gündemi meşgul eden hırsızlık, sokak olayları gibi kimi durumlar Diyarbakır'a yeni tayini çıkan insanlar için şehir merkezini yaşanılmaz, buna karşılık Diclekent ve Metropol'ü daha güvenli kılmaktadır.

*Malatya'dan buraya taşındım. İlk taşınmamdan beri Diclekent'te oturuyorum (G.6-Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası).*

*Ben hep Diyarbakır'da yaşadığımdan beri Metropol'de ve Diclekent'te oturdum. Önce Metropol sitesinde oturdum. Sonra ayrı bir yerde ev alınca yine aynı semtte oturdum (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

Araştırmamız bağlamında yaptığımız diğer görüşmelerde de aynı durum göze çarpmaktadır. Diyarbakır'ın yerlisi diye tabir edebileceğimiz, doğduğundan beri ya da uzun yıllar Diyarbakır'da ikamet eden insanların yaşadıkları kent içi hareketliliğin birbirine benzerliği dikkat çeken bir durumdur.

*Sur içi, Bağlar, Yenişehir (20 yıl) (G.42- Erkek, 38, Memur).*

*Ofis ve Diclekent (G.41- Erkek, 45, Memur).*

*Bağlar 30 yıl, Şehitlik 6 yıl, Yenişehir 8 yıl, Diclekent (G.40- Erkek, 46, Memur).*

Görüldüğü gibi katılımcıların geçmiş mekânsal yaşantıları birbirlerine benzerlik göstermektedir. Sonuç olarak, katılımcıların önceki yaşadıkları mahalleleri üç kategoriye ayırabiliriz. Birincisi kendilerini sınıfsal olarak üst seviyede gören yerli ve köklü aileler, dönemin lüks ve modern yapıları olmasına bağlı olarak mekânsal olarak da farklılaşma istekleri doğrultusunda Suriçi, Ofis veya Yenişehir semtinden sonra Diclekent ve Metropol semtlerine gelmektedirler. İkincisi, Bağlar gibi düşük ekonomik seviyeye sahip insanların yaşadığı, gecekonduların yoğun olduğu semtlerde yaşayanlar

da ekonomik durumlarının iyileşmesine paralel olarak mekânsal olarak lüks ve iyi olarak gördükleri Diclekent ve Metropol semtlerine gelmeyi tercih etmişlerdir. Üçüncüsü ise son yıllarda başka illerden özellikle de ülkemizin batı bölgelerinden Diyarbakır'a iş nedeniyle gelenlerin çoğu güvenlik gibi nedenlerle direkt olarak Diclekent ve Metropol'e yerleşmektedirler.

### 5.2.2. Semt Sakinlerinin Özellikleri

Sosyal ve ekonomik sermayenin yaşam tarzı yoluyla ifade edilmesi kent mekânlarındaki sosyo-mekânsal farklılaşmayı belirginleştirmektedir. Sosyo-mekânsal farklılaşmalar, bazen bilinçli bazen de bilinçsiz olarak benzer ihtiyaçlara sahip kişilerin bir araya toplanmaları şeklinde gerçekleşmektedir. Ancak genel olarak üst sınıfların/zenginlerin kent içi ayrışmasında gönüllülük esas belirleyici olurken, yoksulların/alt sınıfların ayrışması ise zorunluluktan kaynaklanmaktadır (Yüceşahin ve Tuysuz, 2011: 161).

Toplumda ekonomik sermaye bakımından orta ve üst sınıfların mekân tercihlerinde öne çıkan bir model (Alver, 2010a: 12) olarak ortaya çıkan bu yerleşmeler, aynılaştırılmış yaşam tarzlarıyla “homojenliğin hâkimiyet alanları” olarak (Sipahi, 2012: 114) görülmektedir. Bu bağlamda Diclekent ve Metropol'de kimlerin ikamet ettiğini ortaya çıkarmaya yönelik olarak katılımcılara “*Bu semtte kimler oturuyor? Burada oturanları nasıl tarif edersiniz?*” sorusuna verilen cevaplar değerlendirildiğinde daha çok maddi durumu iyi olan yani ekonomik sermayesi yüksek olan üst düzey memurların ya da esnafın burada ikamet ettiği görülmüştür. Bu açıdan burada ikamet edenlerin ortak buluşma noktasının ekonomik sermaye olduğunu söyleyebiliriz.

Katılımcılar bu semtlerde oturan kişilerin ilk olarak ekonomik sermayesinin yüksek olması gerektiğini belirtmektedir. Bu nedenle de bu mahallelerde yaşam standartlarını karşılayabilecek maddi sermayeye sahip olan daha çok üst düzey memurlar ve gelir düzeyi çok yüksek olan kişiler ikamet etmektedir.

*Üst seviyedeki memurlar genelde, mesela bizim sitede sadece benim tanıdığım 12 tane doktor var. Bu yalnızca bir blokta. Tanımadıklarım da var. Genelde çalışanlar. Doktor var, öğretmen var. Eşleri hemşire olanlar var. Ama genelde hep çalışan, bir iki tane böyle çalışmayan eşi olan çok az. Ama burada oturanların hepsinin maddi durumu iyi (G.9- Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

*Yani böyle memur kesim genelde böyle karı koca çalışan. Ya da sadece adam çalışıyorsa da maddi durumu yerinde olan, refah seviyesi yüksek insanlar oturuyor. Orta halli, daha düşük halli insanlar oturmuyor burada. Benim gördüğüm kadarıyla (G.14- Kadın, 31, Öğretmen).*

Bir katılımcı bu semtlerde oturmak için yüksek gelire sahip olunması gerektiğini belirtmekte, asgari ücretle çalışan bir kişinin bir aylık emeğinin karşılığı olan maaşının bu semtin konutlarının sadece aidat ücretlerini karşılayabileceğini ifade etmektedir.

*Çoğu doktor, mühendis, ondan sonra belediye başkanları hatta komşum belediye başkanı var yani. Bir sürü iş yeri sahibi böyle yüksek mevkilerde olan insanlar. Benim yeğenim, kardeşim doktor. Gelir seviyesi yüksek olduğu için normal bir maaş alan insan tabi ki onu karşılayamaz. Asgari ücretle çalışan insanlar var. Bir ay boyunca emek veriyor. Ama sen o sitenin aidatına bakıyorsun 700-750 lirayı geçiyor (G.29- Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Kent mekânındaki sosyo-mekânsal farklılaşmanın en önemli nedeni olarak öne çıkan ekonomik değişkenler arasında yer alan gelir durumu, istihdam durumu ve mesleki profillere göre mekânsal birimlerde yoğunlaşma düzeyleri olabilmektedir (Yüceşahin ve Tuysuz, 2011: 168). Yaptığımız görüşmelerde de katılımcılar gelir düzeyinin yanında mesleki profil olarak üst düzey memurlar, esnaflar ve bölge siyasetinde aktif rol alan siyasetçi ve belediye başkanlarının da bu semtlerde yoğunlaştığını belirtmektedir.

*Bu semtte aslında yöneticilerden tutun da S. Bey'de oturuyor. L. Z. de burada. Yerel yönetimde üst noktada bulunanlardan tutun normal dediğim gibi arsa ya da inşaat şeyi karşılığında daire alıp oturan kesimler de var. Karma bir kesim yani (G.10- Kadın, 40, Sosyolog).*

*Benim bildiğim kadarıyla yine benim tanıdığım 7-8 tane hekim var. Şu anki belediye başkanı G. K. o sitede oturuyor. Fen İşleri Müdürü o sitede oturuyor. Bildiklerim bunlar. Yine benim kendi meslektaşlarımdan 2-3 tane tanıdığım var. Bir tane demir tüccarı var. Esnaf var yani (G.27-33, Erkek, Müteahhit).*

*Öğretmendir, mühendistir, avukattır, doktordur, esnaftır. Bir de arsası vardır daire karşılığı vermiştir. Yani her kesimden insanlar var (G.23- Erkek, 42, Emlakçı).*

*Doktorlar, avukatlar, çalışanlar, esnaflar, esnaf ama belli esnaflar, iş adamları, yerel yöneticiler geneli hepsi bu yukarılarda oturuyorlar (G.31- Erkek, 39, Kapıcı).*

Tiwari (2000), konut fiyatlarının konut talebini belirleyen önemli bir değişken olduğunu belirtmektedir. Konut piyasasında hane halkları, kiralamak veya sahip olmak amaçlı konut seçimi yapmaktadırlar. Kiralık konut fiyatları artarken sahip olmak amaçlı konut fiyatları da artmaktadır (Öztürk ve Fitöz, 2009: 25). Bu açıdan kira fiyatlarının yüksek olduğu Diyarbakır'da krediyle ev sahibi olmak daha avantajlı görünmektedir. Katılımcılar Diclekent ve Metropol'de ikamet edenlerin bir kısmının konut kredisiyle ev sahibi olanlar olduğunu belirtmektedirler.

*Orta sınıf yani bankadan kredi alıp bir ev sahibi olmak isteyenler genelde oturuyor. Biz de onlar gibi öyleyiz. Bir zaman kredi aldık. Şu anda kredimiz bitmiş. Fakirlerin yani fakirler dediğim düşük ücret sahibi insanların orada oturmayacağı bir yer (G.7- Erkek, 23, Öğrenci).*

Diyarbakır'ın diğer semtlerine göre Diclekent ve Metropol'ün daha ferah ve güzel olduğunu belirten bir katılımcı, diğer semtlerin karmaşasından ve gürültüsünden kurtulmak için insanların imkânlarını zorlayarak da olsa kredi çekerek bu semtlerden ev aldığını belirtmektedir. Diclekent ve Metropol bu açıdan Diyarbakırlı orta sınıfların bir kaçış durağı olarak görülebilir.

*Devlet memurudur. İmkânları toparlanmaya başlamış. Mesela bu banka manka ortaya girmiş. Zengin fakir belli değil. Bu kredi mredi. Burası caddesinden tut, bahçesinden tut ferahdır. Daracık sokaklar yok buralarda. Sen Bağlar'da bir yaşasan. Şahsen yaşamak istemiyoruz. Biz kalabalığı gürültüyü sevmeyiz. Giderim bir köyde yaşarım. Orada yaşayamam. Ben öyleyim. Bazıları da diyelim 100.000'in üzerinde parasını topladı mı? Mesela şu karşı apartmanda 150.000 liraya bir daire alabilir buralarda. Daha öbür taraflarda 300 bin- 400 bin -450 bine kadar daire var buralarda. Bu Diclekent'te. Çoğu da banka aracılığıyla o daracık sokaklardan kurtulmak için Diclekent'e geliyorlar (G.31- Erkek, 39, Kapıcı).*

Zorunlu göç kapsamında Diyarbakır'ın köylerinden gelerek kente yerleşen varlıklı aileler de Diclekent ve Metropol'ü tercih etmektedirler. Zorunlu göçün bu kesime çok da bir zararı olmuş görünmemektedir. Aksine zenginlik ve lüksü ihtişamlı bir şekilde yaşamaktadırlar.



*Zenginler oturuyor, köyden gelenler oturuyor, hani köyden bütün arsasını, çiftliğini, büyük baş hayvanını satıp gelenler genelde oturuyor (G.7- Erkek, 23, Öğrenci).*

*Burada çok fazla mesela “pamuk tüccarı” tabiriyle dediğimiz köyden gelen zengin insanlar var. Çok çok zengin insanlar. Hani onlarda da lüks son noktada. Yani çiftçiler. Onlar çok lüks yerlerde çok lüks hayat yaşıyorlar (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

*Ya aslında daha çok Diyarbakır’ın belli başlı aileleri var ya. “Akyıl”lar, bilmem “Atık”ler, hep öyle. Bilmem şunun sahibi, bilmem bunun nesi. Geniş ve varlıklı, belli aileler, köyde mesela sürgün olanlar var. Varlıklısıdır. Arazisi bir baraj altına girmiş. Gelmiş bir apartmanı komple almış (G.31- Erkek, 39, Kapıcı).*

Kentsel arazilerin imara açılmasıyla sahip oldukları arsa topraklarından büyük rant elde eden arsa sahipleri de yaşam alanları olarak Diclekent ve Metropol’ü tercih etmektedirler. Arsa fiyatlarının son yıllarda 50 kata kadar artması, bölge insanlarını bu alana yönlendirmekte, Diyarbakır adeta “taşı, toprağı altın şehir” haline dönüşmektedir (<http://www.dunyabulteni.net/?aType=haber&ArticleID=149575/7> Haziran 2013). Zaten arsasını uçuk fiyatlarla müteahhide verip yapılan evlerden belli bir oranda payını alarak zenginleşmiş bu kişilerden katılımcılarımız pek de haz etmemektedirler. Şimdilerde çoğunlukla müteahhitlik yapan eski arsa sahiplerini ise “sonradan görme” ve “türedi zengin” olarak betimlemektedirler.

*Kozmopolit, çok net bir şey diyemem, çok seçkini de var, malum diyorum ya arsa sahibi olarak gelen çeşit var, enva-i türlü çevreden gelen var, bir de Diyarbakır’ın çok değişik çevreleri de var, malum kanuni olmayan yollardan kazançlar çok Diyarbakır’da. Onlarda çok seviye, kalite, düzey göremiyorsun, sadece paralarıyla konuşuyorlar, paralarıyla da herşeye sahip olduklarını zannediyorlar. İşte o biraz benim en sevmediğim, en rahatsız olduğum şeydir. Seviyesizlik, sonradan görmelik onları kaldıramıyorum (G.12- Kadın, 56, Ev Hanımı.)*

*Bir çeşit türedi zenginler var Diyarbakır’da. İşte müteahhitlikle zenginleşenler ya da dış hekimi olup zenginleşen bazı insanlar var. Bunların lüks tüketim merakı, lüks araba merakı, giyim merakı dışarıdan hissediliyor. Bunların bu görüntüleri hoşuma gitmiyor (G.21- Erkek, 45, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri ise sınıf atladığını göstermeye çalışan sonradan görmeler yanında Diyarbakır'a başka illerden gelip de güvenlik nedeniyle Diclekent ve Metropol'ü tercih eden insanların olduğuna vurgu yapmaktadır. Onların bu semti tercih etmeleri güvensiz dünyada bir tür güven arayışı olarak görülebilir. Richard Sennett (1996) de bu durumu orta ve üst sınıfın şehrin keşmekeşi ve pisliğinden “arınmış topluluklar”da “arınmış hayatlar” yaşama arzuları olduğunu belirtmektedir (Danış, 2001: 155).

*Burada iki tür insan var. Birincisi sınıf atladığını göstermeye çalışan ya da “ben böyle bir evde oturuyorum” onu göstermeye çalışan var. Bir de memur kesim var. Her semte gidip oturamayan. Hani şehri tanımadığı için. Yeni geliyor, yabancı. Mesela bizim eski kiracımız doktor. Kız babasıyla geldi buraya. 5 oda bir salon evi niye tuttu diyeceksin. Sadece semt için. Çünkü kız Diyarbakır'ı televizyondan gördüğü gibi bildiği için cesaret edememiş. Ankara'dan geldi. Benim evimi tuttu. Çocuk yok, bir şey yok. Babasıyla annesi arada gelecek. Kız da öyle çok mütevazi bir kız. Sırf bazı çekinceleri olduğu için buradan ev tuttu. Bir de öyle var yani. Şimdi semt olarak gerçekten daha özgür. Bir de gösteriş meraklarının çok olduğu insanlar da var. O da var bu da var yani (G.32- Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Görüşmelerden elde ettiğimiz bilgiler ışığında Diclekent ve Metropol sakinlerinin profilini ekonomik seviyesi yüksek üst düzey memurlar, yerel yönetimde ve bölgesel siyasette aktif olan şahsiyetler, Diyarbakır'ın köklü aileleri, müteahhitler, arsa sahipleri, köyden gelen zenginler ve sonradan paraya kavuşan türedi zenginlerin oluşturduğu heterojen bir kitle olarak çizebiliriz.

Diclekent ve Metropol sakinlerini heterojen bir kitle olarak resmetmemize rağmen bazı katılımcılar için sitelerde yaşayanların ortak özelliklerinin çok olması dolayısıyla adeta homojen bir cemaat görünümü sergilenmektedir.

*Burada herkes birbirine benziyor. Çok güzel, hepsi genç. Ortak özelliklerimiz çok yani. Yaşlar bile hemen hemen aynı. Aşağı iniyoruz. Böyle beyler kendi kendilerine koca bir grup oluyorlar. Gece saat birlere kadar oturuyorlar. Sohbet, muhabbet ediyorlar. Bizler de aynı şekilde öyle (G.9-Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi)*

İstanbul gibi büyük şehirlerdeki güvenli sitelerin aynı yaş grubu, gelir düzeyi, eğitim, meslek ve kültürel kökeni paylaşan sakinlerin ortak hayat tarzları sayesinde bir nevi cemaat hayatının oluşmasını sağlaması (Gönlügür, 2008: 79, Tanülkü, 2012: 130, Alver, 2010a: 102), Diyarbakır'daki güvenli sitelerde de görülmektedir.

Görüldüğü gibi Diclekent ve Metropol semtleri kent içi sosyo-mekânsal farklılaşmanın sınıf temelinde cisimleştiği bir alan olarak karşımızda durmaktadır. Bu semtler içerdiği güvenli lüks siteler, rezidanslar, lüks ve modern kafe, restoran ve alışveriş merkezleriyle zenginliğin yoğunlaştığı ve burada yaşayanların kendilerini diğer alt sınıflardan ayırttığı mekânlardır. Sonuç olarak sosyo-ekonomik refah düzeyleri yüksek insanların yoğunlaştığı alan olmasıyla ve toplumun üst kesimlerini burada barındırmasıyla Diclekent ve Metropol, kentsel mekândaki sınıfsal ve mekânsal ayrışmayı en çarpıcı şekilde gözler önüne sermektedir.

### 5.2.3. Diclekent ve Metropol Semtlerinin Tercih Edilme Nedenleri

Konut piyasası ve kent-içi hareketlilik arasında karşılıklı ilişki olduğu söylenebilir. Konut piyasasında insanların talebine karşılık verebildiği ölçüde hareketlilik gerçekleşmektedir. Başka bir deyişle toplumun konuta yönelik istek, talep ve öncelikleri konut piyasasını bu talepleri karşılayacak şekilde dönüşmeye zorlamaktadır (Kamacı, 2014: 4). Dolayısıyla konut piyasası toplumun değişen talep ve isteklerini karşılamak için sürekli bir arayış ve hareketlilik içerisindedir. Bireyler potansiyel konut ihtiyaçlarıyla halen kullandıkları konut arasında uyumsuzluk hissettiklerinde konut ihtiyaçlarını karşılamak için taşınma eğilimi göstermektedirler. Bu sayede ikametgâh hareketliliği, bir nevi talebe yönelik mekânsal düzenleme sürecine dönüşmektedir (Özgür ve Yasak, 2009: 41).

Diyarbakır'daki konut piyasası 2000'li yıllardan itibaren önemli bir değişim geçirmektedir. Gerek 1990'lı yıllarda gerçekleşen zorunlu göçle gelen büyük insan kitesinin ortaya çıkardığı konut sorunu ve yetersizliği, gerekse toplumun artan sosyo-ekonomik statülerine bağlı olarak değişen yaşam tarzı isteklerini karşılayabilecek konut talepleri Diyarbakır'ın konut piyasasını önemli ölçüde etkilemiş ve dönüştürmüştür.

Mehmet Atlı, Diclekent'in tercih edilmesinin sadece başını sokacak bir ev alma isteği şeklinde açıklanamayacak bir süreç olduğunu belirtmektedir. Bu durumu bir yanda köyde varını yoğunu satarak gelip elindeki birikimi değerlendirmek isteyenler, bir yanda çevre kent ve kasabalarda barajlar altında kalan toprakları veya ağaçları yakılıp yıkılmış köylüler için devlet tarafından ödenen tazminatları değerlendirmek isteyenler, diğer taraftan kaçakçılık gibi yasa dışı yollarla para kazanarak arsa spekülatoörlüğü ve oradan da müteahhitliğe terfi eden unsurların yeni ve lüks konutlarda oturma isteği olarak açıklamaktadır (Atlı, 2014a: 85).

Şimdi de yapılan görüşmeler ışığında katılımcıların kendi ifadelerinden yola çıkarak Diclekent ve Metropol sakinlerinin bu semti tercih etme nedenlerini ayrı başlıklar altında ele alacağız.

### **5.2.3.1. Zenginliğin Yoğunlaştığı Mekânlar Olması**

Katılımcıların çoğunluğunun hemfikir oldukları nokta, araştırma alanımız olan Diclekent ve Metropol'ün Diyarbakır'ın diğer semtlerine göre daha nezih, modern ve lüks bir yer olmasıyla zenginliğin yoğunlaştığı mekânlar olmasıdır.

*Diclekent daha nezih, daha belli başlı memurların oturduğu bir yer. Ayrıca hemen hemen her yerde site var ondan dolayı (G.9- Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

*İlk evlendiğimizde o siteler yeni yapılmıştı. Çok lükstü siteler. İlk orada yaşadım. Başka yerler bana çok sıkıcı geliyor. Ve illa ki de orada ev almak istedim. Tercihim sırf modern ve lüks olmasıydı, rahat olmasıydı (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

Atlı (2014a: 83), uluslararası ve ulusal markaların veya market zincirlerinin mekân tercihlerinde toplumsal olayların hedefinde olmayacak (çocukların taşlaması veya molotof atılması gibi) ve tüketim/alışveriş alışkanlıkları ve “yaşam tarzı” açısından hedeflenen müşteri profiline sahip mekân olmasının özellikle vurgulanan bir nokta olduğunu belirtmektedir. Bu açıdan Diclekent ve Metropol semtleri Diyarbakır'da hem lüks evleri barındıran siteleriyle hem de ulusal ve yerel markaların lüks restoran, kafe ve alışveriş merkezleriyle tercih edilen bir mekân olarak önümüze çıkmaktadır.

Çavuşoğlu (2014: 32) modernliğin göstergesi olarak görülen lüks yapıları, cumhuriyetin kalkınmacı politikalarının bir tezahürü olarak görmekte, cumhuriyetin muasır medeniyetler seviyesi olarak toplumun genetik kodlarına işlediği kalkınma hedefinin inşaat ve yatırım ile özdeşleştirildiğini belirtmektedir. Yatırım ve inşaat adına yapılan yatırımlar rasyonel, ekolojik olarak sürdürülebilir olmasa da ve tarihsel dokuyu ortadan kaldırırsa da toplum tarafından kutsanmaktadır. Diyarbakır açısından da lüks yapıların ve inşaatların çok olduğu bir alan olarak Diclekent ve Metropol semtleri, sakinlerinin zihinlerinde modern bir mekân olarak telakki edilmektedir. Diyarbakır'ın bu semtlerinde lüks yapılara çok fazla rağbet gösterilmesinin nedenini öğrenmek için görüşme yaptığımız bir müteahhit, Diyarbakır'ın zaten inşaat sektöründe söz sahibi

olduğunu ve dolayısıyla lüks yapıların burada yoğunlaşmasının sürpriz olmadığını şöyle belirtmektedir:

*Cumhuriyet Tarihi'nden bu yana bu işi en iyi bilen kesim Doğulularla Karadenizlilerdir. İnşaat sektörünün burada bu halde olması sürpriz değil. Diyarbakır'a bakarsanız Ceylan İnşaat, Aziz Yıldırım yine benim bildiğim Cengiz İnşaat, Torun İnşaat, bunlar yani bu şeyin devleri hep Doğu kökenlidir. Ankara'daki Çankaya'da oturan o bütün müteahhitlerin %40'ı Diyarbakırlı'dır, %40'ı Trabzonlu'dur. İstanbul'da da hakeza öyle. İşçilik iyidir burada (G.27-Erkek, 33, Müteahhit).*

Sosyal, kültürel, politik, ekonomik alanda ve dolayısıyla kentsel mekânların yapılanmasında önemli değişim ve dönüşümlere neden olan küreselleşmenin etkileri Diyarbakır kent mekânında açık bir şekilde görünmektedir. Sermayenin kent topraklarına yönelerek lüks konut inşasına önem verilmesi de bu açıdan değerlendirilebilir. Bir meta haline gelen kent mekânının zenginliğin yoğunlaştığı alanlar olarak küreselleşmenin kazanımı olarak ilan edilmesi küreselleşmenin kent mekânını yapılandıran ideolojik söylemidir.

Aynı şekilde kentsel mekân neoliberal politikaların üretiminde, dönüşümünde ve yeniden yapılandırılmasında stratejik öneme sahiptir. Bu politikaların sonucunda kentsel alan yatırıma açılarak kaynak sağlanmakta ve kent toprağı üzerinde birikim yaratılmaktadır. Lüks inşaat projeleri, alışveriş merkezleri gibi büyük projeler neoliberalizmin mekân üzerindeki yapılanışı olarak görülebilir. Sonuç olarak küreselleşme ve neoliberal politikaların etkisiyle zenginliğin ve modernliğin yoğunlaştığı mekânlar olarak Diclekent ve Metropol semtleri sakinlerine sunduğu lüks yaşam tarzlarıyla ve nezih ortamlarla Diyarbakır'ın en gözde mekânları olarak görülebilir.

### **5.2.3.2. Eğitim Seviyesi Yüksek Elit İnsanların İkamet Ediyor Olmasıyla Kültürel Ayrışmanın Mekânı Olması**

Üst ve üst orta sınıflar için ayrıcalık ve seçkinlik sembolü olarak görülen mekânlar, yapı tiplerinden mimari üsluba kadar seçkinliğin ve ayrıcalığın izlerini taşımaktadırlar (Gönlügür, 2008: 83). Ayrıcalıkların mekâna tercümesi olarak da

görebileceğimiz bu sitelerin “seçkin ve ayrıcalıklı” yeni yaşam tarzları, yeni dönemin zenginlerinin statü artırma aracı haline gelmektedir. Bu sitelerde oturanlar kentin geri kalanıyla kendilerini kültürel olarak ayırıştırmak istemekte, çeşitli etkinliklerle de bu ayırışma isteği pekiştirilmektedirler (Perouse ve Danış, 2005: 109; Bıçkı, 2013: 156). Kültürel ayırışmanın en belirgin araçları da eğitim seviyesi, yaşam tarzı, beğeniler gibi sosyo-kültürel faktörlerdir (Alver, 2010a: 110-111). Dolayısıyla bu yerleşmeler, başka hayat tarzlarından kendini ayıran bakış açısıyla, dışlayıcı düşünme biçiminin mekânsal ifadesi olarak görülebilir (Alver, 2010a: 85).

Ekonomik ve kültürel sermayesi yüksek olan elit kesim, genellikle aynı mahallelerde toplanmaktadır. Toplumsal iktidar, aynı zamanda mekân üzerinde de iktidarını kurmakta, yüksek sosyete, oturduğu çevrede biz bizelik hissini yaşamak istemektedir. Örneğin, Paris, Londra, Madrid, Brüksel vs. gibi dünyanın pek çok şehrinde yüksek sosyetenin ikamet ettiği mahalleler her zaman yenidir, kendileri tarafından sırf kendileri için inşa edilmiştir. Bu mahallelerde toplumsal damgayı mimari biçimler, kentsel ve ticari donanımlar, gelen geçenlerin rafine davranışları vurur (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 64-65). Diyarbakır’da Diclekent ve Metropol’de ikamet edenlerin diğer semtlere göre eğitim seviyesi yüksek ve elit diye tabir edilen üst sınıf insanlardan oluşması, bu semti cazip kılan en önemli etkenlerden bir tanesidir. Bu durumu katılımcılar ifadelerinde şöyle belirtmektedir:

*Ya işte daha elit kesim, evler lüks, yaşam koşulları sanki burada daha güzel, işte insanlar, çocuklar ne bileyim aileler burada sanki daha derli toplu geldi bize. O yüzden buraya yerleştik (G.14- Kadın, 31, Öğretmen).*

*İlk gelince şöyle diğer semtlere nazaran daha sakin gibiydi. Şimdiler de biraz daha kalabalıklaştı. İnsanların kültürel yapısı daha iyi (G.20- Erkek, 35, Öğretmen).*

Gelir yoluyla satın alınan yeni yaşam tarzı, onları toplumsal olarak ayrıcalıklı bir statüye yükseltmekte ve bu durum en açık biçimiyle mekânda billurlaşmaktadır (Kuppinger, 2012: 11). Bu nedenle ekonomik durumun iyileşmesiyle bu ayrıcalık ve statüden yararlanmak isteyen insanlar da mekân tercihlerini Diclekent ve Metropol semtlerinden yana kullanmaktadırlar. Bir katılımcı da ekonomik durumunun iyileşmesine paralel olarak hayat standardını yükseltmek için bu semte taşındığını şöyle belirtmektedir:

*Yani ekonomik durumun iyileşmesiyle birlikte oradaki yerin artık bize hitap etmemesi, standartlarımızı karşılamaması nedeniyle buraya taşındım (G.23- Erkek, 42, Emlakçı).*

Bu durum sosyo-ekonomik değişmelerin mekânsal değişimde etkili olduğunun açık bir göstergesidir. Başka bir ifadeyle bireylerin ekonomik sermayesi yükseldikçe mekânsal farklılaşma isteklerini bu doğrultuda yaptıkları görülmektedir.

Yaptığımız gözlemlerde de araştırmamıza başladığımızda yeni başlayacak olan Golden Line sitesi inşaat şantiyesi ziyaret edilmiştir. Bitmek üzere olan sitenin satışlarını yapan satış temsilcisi “*Herkese göstermiyoruz. Önce sizi bir anlayalım. Durumunuz nedir? Nasıl bir ev istiyorsunuz? Ona göre konuşalım.*” diyerek “*Seçkin bir site olmayı hedeflediklerini, bu yüzden de herkesi bu projeye dâhil edemeyeceklerini*” belirtmiştir. Bu söylemin altında da tabiri caizse Diyarbakır’ın yüksek sosyetesini yani elit kesimini hedefledikleri ortaya çıkmaktadır. Ekonomik sermayenin yanında kültürel sermayenin de öneminin vurgulandığı bu durumda dışlayıcılık ve ayrımcılık isteğinin ön planda olduğu sezilmektedir.

### **5.2.3.3. Site Yaşamının Cazip Yönleri**

Güvenlik, lüks ve zenginlik temellerinde yükselen, içinde villa, konak ve apartmanları barındıran orta, orta-üst ve üst sınıflara hitap eden güvenli siteler, zenginliğin ve lüksün olağandışı baskınlığını ve abartısını temsil etmektedir (Alver, 2010a: 83-84). Diclekent ve Metropol semtlerinde yer alan siteler de bu zenginliğin ve lüksün ihtişamını fazlasıyla göstermektedir. Sitenin sakin yaşamı, ferah ve temiz bir çevreye sahip olması, lüks ve büyük evleri, yaşam alanlarının olması, yeşil alan ve çocuklar için parkların ve havuzların olması nedeniyle site yaşamı insanlara cazip gelmekte ve bu semtlerin tercih edilmesinde önemli bir faktör olmaktadır. Ayrıca bu yapıların karşıladıkları işlevlerin yanı sıra bu imkânlara sahip olan kişilerin varsıllığını, düşünce ve inanışlarını, duygu ve dünya görüşlerini yansıtan araçlar olduğu da söylenebilir (Es, 2010: 105).

*Valla, işte herkes gibi buranın ferahlığına cezp olduk, otoparkına, çocukların alternatiflerine hani park alanları daha iyi olduğu için geldik (G.12- Kadın, 56, Ev Hanımı).*

*Yaşamaya daha elverişli konutların olması, modern ve daha düzgün bir çevre olması nedeniyle buraya taşındım (G.51-Kadın, 36, Gelir Uzmanı).*

Çocukların güvenliği, mutlulukları ve eğitimleri konusundaki vurgu, güvenli site reklamlarında da sık sık karşılaşılan noktalardan biridir. Geliştirici firmalar çoğu zaman reklamlarında doğrudan çocukları ön plana alarak, onların ancak kendi sitelerinde en iyi koşullarda büyüdüklarini iddia etmektedir (Perouse ve Daniş, 2005: 111). Gerçekten de Diyarbakır geneli için düşünecek olursak site yaşamı başka semtlerde bulunmamaktadır. Özellikle çocuklarını düşünen ebeveynler Diclekent ve Metropol'ü "kendi yaşadıklarını çocuklarının yaşamaması" korumacılığıyla tercih etmektedirler (Atlı, 2014a: 86).

*Orası böyle yerimiz müsait değildi. Çoluk çocuk yani ha site yokti. Ee sana diyem etrafta biraz pis olmuşti. Hani gençler kafe mafe vardı. Gitmelerini istemiyidim. Yani çocuklar kendi hayatini böyle özel bir yeri olsun ki çocuklar böyle kötü ayağa olmasın böyle kendi ayağı üzerinde dursunlar. Onun için buraya taşındık yani (G. 2-Kadın, 47, Ev Hanımı).*

Diğer semtlerdeki iş alanlarının artmasıyla yaşamaya elverişli alanların olmaması da şehrin keşmekeşinden kaçmak isteyenler için bu semtleri cazip kılan bir diğer etkidir.

*Ofis'te iş alanının çoğalmasının yanı sıra belediye tarafından bina çevresindeki duvarların yıkılarak bina çevresinin geçiş yolu olması (G.50- Kadın, Gelir Uzmanı).*

Görüldüğü gibi site hayatının cazip yönleri ve sağladığı imkânların bu semtlerin tercihinde önemli bir faktör olduğunu rahatlıkla söylemek mümkündür.

#### **5.2.3.4. Şehir Merkezinin Tekinsizliğine Karşı Güvenli Bir Mekân Sunması**

Güvenli sitelerde kurulmaya çalışılan yeni yaşam tarzının bir özelliği de site yaşamının şehrin katlanılmaz bir hal alan keşmekeşi ile mutlak bir karşıtlık içinde sunuluyor olmasıdır (Perouse ve Daniş, 2005: 111). Sitelerin pazarlama kampanyalarında en çok göze çarpan bir konu olan şehrin karmaşasına ve kaos ortamına



zıt bir şekilde ferah ve düzenli bir hayat vaat edilmektedir. Böylelikle kent yaşamına başlı başına bir alternatif sunma iddiasını taşımaktadır (Gönlügür, 2008: 76).

Diyarbakır şehri son yıllarda gerek terör gerekse hırsızlık ve kapkaç olaylarıyla adından sıkça söz ettirmektedir. Son zamanlarda da sokak olaylarındaki artış ve bu olaylarda çocukların sıkça kullanılıyor olması nedeniyle aileler çocuklarını bu durumdan uzaklaştırmak ve korumak istemektedirler. Ayrıca şehrin diğer semtlerinde sık sık yaşanan hırsızlık olayları insanları korkutmaktadır. Bu nedenle bir önceki maddeyle de alakalı olarak insanlar güvenli site yaşamını tercih etmektedirler. Sadece site sakinlerine özelleştirilmiş, insanların giriş-çıkışlarının kontrol edilerek erişimin sağlandığı alan (Akgün, 2012: 209) olarak güvenli sitelerin kurucu unsurları da diyebileceğimiz duvar, kapı, güvenlik elemanları, kamera sistemi, ister istemez bu mekânları diğer mekânlardan ayrı bir yere oturtmaktadır (Alver, 2010a: 12). Zaten amaç, kentin yani gerçek modern dünyanın karmaşıklık ve çelişkilerinden, sorunlarından ve gerilimlerinden uzak, dışa kapalı, kendine yeten, görsel açıdan büyümlü kentsel çevreler sunmaktır (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 71). Güvenliğin özellikle bir alt başlık olarak sunulmasının nedeni ise yapılan yüz yüze görüşmelerde katılımcıların bunu site yaşamının da ötesinde özellikle vurgulamaları olmuştur.

*Diclekent'e taşınmamızın asıl nedeni yani daha geniş bir eve taşınmak ve daha rahat bir hayat sürdürmek için. Bir de Bağlar tarafında sürekli olaylar çıkıyor. Olaylardan dolayı annemin bizi bu tarafa çekmesi etken oldu (G.7- Erkek, 23, Öğrenci).*

*Bu Diyarbakır'da Diclekent en rahat yer. Hırsızlık olsun, kapkaç olayları olsun burada hiçbir şey yok yani. Çok sakin burası. Hepsi site yani site olmayan yok zaten (G.24-Erkek, 50, Emlakçı).*

*Valla çocuğumun geleceği için aslında. Oradaki eğitim düzeyi, Suriçi'ndeki çatışmalardan dolayı bozulmaya başlamıştı. Mecburen bu tarafa kaymak zorunda kaldık (G.30- Erkek, 38, Kuyumcu).*

Site broşürlerinde de güvenlik üzerinde önemle durulan bir noktadır. Örneğin, Golden Line sitesinin reklam broşüründe yer alan “Hayatınızı, işinizi, başarılarınızı güvenceye almak, kendinizi güvende hissetmek; gerçekleşebilecek tüm riskleri, olasılıkları kontrol ederek, yöneterek gerçekleşebilir”, “Golden Line’da olası tüm

*riskler kontrol altındadır. Çünkü güvende olmak demek, riskleri öngörmek demektir”* ifadeleri site reklamlarında güvenliğin önemle vurgulandığının bir göstergesidir.

Modern toplumun risklerle dolu olduğunu belirten Ulrich Beck, risk kavramının postmodern toplumun tanımlayıcı özelliği olarak görmektedir. Toplum olarak yeni bir sosyalleşme biçimi insanları geleceğin risklerine karşı hazırlamaktadır. Risk toplumunda amaç, güvenliği sağlayarak hayatta kalabilmektir (Beck, 2011). Böylece Diyarbakır’daki kentsel mekânın risk barındıran yapısı bu tür yerleşmelere rağbeti artırmaktadır.

Bu durum ayrıca Frank Furedi’nin “korku kültürü” kavramını akıllara getirmektedir. Günümüzde toplum, sanki sürekli olarak bir veya birden fazla risk altındaymış gibi korkutulmakta, tehlikede olma duygusu topluma dayatılarak -sürekli- bir korku kültürü oluşturulmaktadır (Furedi, 2001). İnsanların hayat standardı yükseldikçe bu kez de kendilerini daha fazla risk altında hissetmektedirler. Diyarbakır’da da aynı durum söz konusudur. Hırsızlık, kapkaç suçları ve sokak olaylarının getirdiği gerilimli şehir hayatı katılımcılarda korku yaratmakta ve oradan bir kaçış olarak Diclekent ve Metropol semtlerine yönelmektedirler.

### **5.2.3.5. İş Nedeniyle Diclekent ve Metropol’ün Tercih Edilmesi**

İş yerine yakınlık ve işsizlik gibi sebeplerle bu semti tercih edenler de vardır. Görüşme yaptığımız bir apartman görevlisi de Diyarbakır’ın bir köyünde tütün ekicisi iken tütünün kotalaştırılmasıyla birlikte yaşadığı maddi sıkıntılar nedeniyle buraya gelmiştir.

*Biz köyde oturuyorduk. Mesela biz çiftçiydik. Tarlaya ulaşımı zorlaştıran olaylar nedeniyle buraya taşındık. Hani kırsal kesimde yaşamak zorlaştı. (Bu terör olayları nedeniyle mi?) Terör demeyelim. Hem devlet terörü hem işte odur. Millet kendi tarlasında mesela belli saatten sonra çalışamaz oldu. Biz tütün ekiyorduk. Çiftçiliğimiz tütün ve pamuk üzerinedir. Devlet tütünü 96 yılında kotalaştırdı. 2008’de bu hükümet tütünü yasakladı. Böylece binlerce çiftçi işsiz kaldı. Biz de dâhil. Biz köyden geldik Silvan’a. Silvan’da ben bir mobilyacının yanında yaşamayı sürdürdüm. Ama orda da patron iflas etti. Biz de kalktık Diyarbakır’a geldik. Diyarbakır’da 75 Metrenin yakınlarında bir yerde kapıcılık yaptık (G.31- Erkek, 39, Kapıcı).*

*Semte taşınma nedenimiz eşimin işyerine yakın olmasıdır (G.4- Kadın, 32, Arkeolog).*

İş yerine yakın bir yerde yaşama isteği sadece Diyarbakır'da değil bütün şehirlerde mekânsal tercihlerdeki önemli bir etkidir. Diyarbakır'da da aynı sebepten ötürü bu semte yerleşenlerin olduğunu söylemek mümkündür.

### **5.2.3.6. Kooperatif Sistemi ve Konut Kredileriyle Ev Sahibi Olunması**

Diclekent ve Metropol semtlerinde temelden girilen kooperatifler yoluyla insanlar uygun fiyatlarla ev sahibi olabilmektedirler. Bu nedenle bitmiş bir eve iki katı fazla para vermektense kooperatife üye olarak ve her ay belli bir miktar para vermek suretiyle ev sahibi olmak daha cazip olabilmektedir. Diyarbakır eski kent merkezinin giderek ticarileşmesi ve 1950 ile 1990 yılları arasında inşa edilmiş evlerin çok eski olması nedeniyle, insanlar buradan hızla kaçarak, Kayapınar'da Diclekent ve Metropol semtlerinde borç harç ve krediyle daire alma telaşına düşmektedirler (Atlı, 2014a: 86). Kimi zaman tanıdık bir müteahhit kooperatif konusunda onları ikna edebilmektedir.

*Mühendis ve mimarı bizim arkadaşlarımızdı. Dediler biz böyle bir kooperatif yapıyoruz. Kooperatifle ilkin Metropol 2'ye taşındım. Oradan da Metropol 3'e geçtim (G.10- Kadın, 40, Sosyolog).*

*Önceki evimizin ev sahibi değildik. Planlamamızda aslında ev sahibi olmak vardı. Evin niteliği ve yapan adamı tanımamız, görsel bir beğeniden kaynaklı bir şey oldu (G.27- Erkek, 33, Müteahhit).*

Ayrıca ev sahibi olmayan insanlar kira ödemektense son yıllarda bankaların tüketicilere sundukları uygun kredi imkânlarıyla ev sahibi olmayı tercih etmektedirler.

*Memur olup, öğretmen olup sıkışık bir şekilde yaşayan, krediyle ev alıp yaşayan insanlar da var yani. Krediyle ev alan çok. Mesela iki maaşlı öğretmenlerin çoğu bir şekilde krediyle ev almışlar (G.21- Erkek, 45, Öğretmen).*

Görüldüğü gibi yapılan görüşmelerde Diclekent ve Metropol semtlerinin tercih edilme nedenleri değerlendirildiğinde şu başlıklar ön plana çıkmaktadır. Diclekent ve

Metropol semtlerinde Diyarbakır'ın diğer semtlerine göre daha nezih, modern, geniş, yeni ve lüks evlerin oluşuyla zenginliğin yoğunlaştığı mekânlar olması, eğitim seviyesi yüksek elit kesimin burada ikamet etmesiyle kültürel ayrışmanın mekânı olması, ferah, havadar, temiz ve yeşil alanların bol olduğu site yaşamının cazip gelmesi ve şehir merkezinin tekinsizliğine karşı güvenli bir mekân sunmasıdır. Ayrıca kooperatif sistemi ve konut kredileriyle ev sahibi olanlar da burayı tercih etmektedirler.

#### **5.2.4. Zenginlerin Mekânla Kurdukları İlişki**

##### **5.2.4.1. Mekânsal Değişime Paralel Olarak Yaşam Tarzlarındaki Değişim**

Farklı bir mekân ve buna bağlı olarak yeni bir hayat tarzı, güvenli sitelerin ayrıcalıklı nitelikleri arasındadır. Site sakinlerine vaat edilen ayrıcalıklı ve seçkin bir yapı çevre ama aynı zamanda bir yaşam tarzıdır (Alver, 2010a: 107). Site reklamlarında ve broşürlerde de aslında bu yaşam tarzı üzerinden pazarlama yapılmaktadır. Çünkü reklam broşürlerine bakıldığında yaşam tarzıyla ilgili sloganların yoğunlukta olduğu görülmektedir. Diyarbakır'da Karakoç Group tarafından yapılan Golden Line site broşüründe *“Size sadece bir ev değil, layık olduğunuz güzel bir hayatı sunuyoruz”, “Golden Line’in dış görünüşüne yansıyan mimari anlayış, içeri girdiğiniz anda soylu bir yaşam mimarisine dönüşüyor.”*, *“Hayatta ikinciliğin değeri olmadığını bilenler için...”* ve *“İyi yaşam alanı ustalarından Diyarbakır'ın en şık yaşam projesi”* söylemleriyle satmak istedikleri bir evden ziyade yaşam tarzı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların eski ikamet ettikleri mahallelerden şimdiki yaşam alanları olan Diclekent ve Metropol'e geldikten sonra yaşam tarzlarında gözlemledikleri değişimlere, eski hayatlarıyla şimdi hayatlarının kıyaslamasına ve kendilerini burada nasıl hissettiklerine dair görüş ve değerlendirmelere bu başlık altında yer verilecektir.

Katılımcılara yönelttiğimiz *“Eski mahallenizden bu siteye geldiğinizde yaşamınızda ne gibi değişimler oldu?”* sorusuna kimi görüşmeciler meseleye site hayatının getirdiği olumlu kazanımlar çerçevesinde yaklaşmışlardır. Güvenli sitelerin getirdiği güvenli, rahat, huzurlu, sakin yaşam, çocuklar için park alanlarının, yüzme havuzlarının, spor salonlarının ve yürüyüş parkurlarının olması katılımcıların hayatlarını değiştiren önemli unsurlardır. Atlı (2014b: 68), benzer şekilde güneşin kavurduğu bir ova olan Diyarbakır'da hava sıcaklıklarının 45 dereceyi bulduğu yaz aylarında lüks ve güvenli sitelerdeki erkek veya kadınlara özel, bazı durumlarda karma da olabilen

havuzların şehrin mahremiyet ve cinsellik tarihinde önemli bir değişim olduğunu belirtmektedir. Katılımcılar hayatlarındaki değişimi şöyle ifade etmişlerdir.

*Bu sitenin şartları daha iyi tabii. Bu site kapalı yani orda kapalı değildi arabaları park edecek yer yoktu, çocuk oyun sahası yoktu burası daha iyi tabi (G.8- Kadın, 33, Doktor).*

*E tabi sosyal çevre olarak bir takım farklılıklar ortaya çıktı. Yani en azından çocukların oyun alanı var. Rahat oynayabilecekleri bir alan oldu. Site oldu yani öyle deyim (G.16- Erkek, 42, Öğretmen).*

Bir katılımcı da güvenli sitelerin sunduğu güvenlik hizmeti nedeniyle çocuklarının ve kendinin hayatının kolaylaştığından ve sosyal açıdan daha iyi olduklarından bahsetmekte ve Diclekent'i Diyarbakır şartlarında en iyi bölge olarak nitelendirmektedir:

*Tabi canım çok oldu. Çünkü benim kızım çok içine kapanık. Aşağıya da onun yanında sürekli benim inmeme gerekiyordu. Burada güvenlik herkesin çocuğuna dikkat ediyor. Bir kere buranın çocuğunu biliyor. Bildiği için çok dikkat ediyor. Ben rahatlıkla çıkarabiliyorum. Oynamasına izin veriyorum. O bende sıkıntı yapmıyor. E zaten kameraların oluşu, bir sıkıntı olsa telefonla arıyorlar. Ondan dolayı sosyal olarak çok fark etti. Çocuklarım açısından özellikle. Benim hayatım da kolaylaştı. Stres yok, sıkıntı yok, bütün imkânlar var. Bu tarafta yürüyüş parkı var. Bunlar bile benim için yeterli. Diyarbakır şartlarında olabilecek en iyi bölge (G.32- Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Kimisi de sitelere sağlanan hizmetler açısından konuya yaklaşmaktadır:

*Evet, bayağı bir değişiklik oldu. Mesela orada büyük süpermarketler yoktu. Orada ben gidip bakkaliyelerde ve pazarlarda alışveriş yapıyordum. Şimdi haftada bir her semtte bir pazar kuruluyor. İstersem giderim istemezsem süpermarket kapımda. Telefonla bile isteyebiliyorum. Getiriyor. Gecenin bir yarısı bile olsun süt lazımsa bile arıyorum süt getir, şunu getir, bunu getir. Ben gelemiyorum. Elim işte, siz getirin. Getiriyorlar. (G.29- Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Bir katılımcı da eski oturdukları müstakil evden bu semte taşındıklarında yaşadıkları ilk apartman deneyimi açısından hayatındaki değişimi şu şekilde aktarmaktadır:

*Haliyle. Eskiden ben ve abim oturuyorduk bir binada. İki katlı bir evdi. Ondan sonra 8 katlı 4 daire üzeri bir binada oturdum. 32 dairelik köy kadar bir binaydı neredeyse. İlk etapta öyle bir binaya taşındık (G.23- Erkek, 42, Emlakçı).*

Başka şehirden tayin nedeniyle Diyarbakır'a yeni gelmiş bir katılımcı ise, çocuğunun yaşadığı kültür farklılığının onları etkilediğini belirtmektedir.

*Yani, bizden değil de çocukların biraz ayak uydurması tabii, yani kültür farklılığı işte çocukların oyun tarzı falan filan. Oğlumun biraz adapte sorunu oldu. Öyle yani (G.6- Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası.)*

Hayat standartlarının artmasına bağlı olarak giyim tarzının bile değişmesi bir katılımcı tarafından şöyle dile getirilmektedir:

*Benim oturduğum eski sitem de kötü bir site değildi. O zamana göre lükstü ama burası biraz daha farklı oldu. Onun için. Çocuğum için de. Yani giyim tarzınız bile değişiyor ister istemez. Yaşam standartlarınız biraz değişiyor tabii ki. Artıyor (G.18- Kadın, 38, Mimar).*

Kimi katılımcılar da hayatlarındaki değişimi komşuluk ilişkileri açısından değerlendirmekte, komşuluk ilişkilerinin bu semtte daha kötü ve samimiyetten yoksun olduğunu belirtmektedirler.

*Eski mahallemizde şöyleydi. Komşuluk ilişkilerimiz çok iyiydi. Ama bu yeni mahallemizde 5 yıldır burada kalıyoruz. Yan komşumuz olan teyzeler dışında hiç kimseyle görüşmüyoruz. Yani kimse de yok bizimle görüşen. Herkes çalıştığı için herkes kendi evine barkına girip çıkıyor. Kimsenin kimseyle pek ilişkisi yok. Ama eski mahallemde ilişkiler çok sıkıydı. Biz onlarla hala görüşürüz mesela. Komşuluk ilişkilerimizi eski mahallemdekilerle devam ettiriyoruz biz (G.19- Kadın, 29, Öğretmen).*

Görüşmecilerden biri ise bu semte geldikten sonra mekânın güzelleşmesine paralel olarak hayatının daha da güzel ve özel olduğundan bahsetmekte ve diğer katılımcıların aksine komşuluk ilişkilerinin iyileştiğini belirtmektedir.

*Mekân daha güzel, daha özel olunca insanın hayatı da daha güzelleşiyor, özel oluyor. En azından biz öyle hissettik. Daha rahat yaşamaya başladık. Komşularla ilişkilerimiz daha güzel oldu. Ofis'te ben komşularımı hiç tanıımıyordum mesela. Ama burada sitenin bahçesine inince yani ister istemez tanışyorsun merhabalaşıyorsun. Yani daha iyi oldu, daha rahat oldu. Beraber ortak bir yaşam alanımız oldu. Sonra komşularla görüşmeye başladık. Komşuluk ilişkilerimiz daha güzel oldu (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

Görüldüğü gibi katılımcılar mekânsal değişime paralel olarak yaşam tarzlarında değişiklik olduğunu dile getirmişlerdir. Bu bağlamda gerek güvenli sitelerin lüks mekânlarıyla ve olumlu koşullarıyla insanlara sunduğu yaşam tarzı, gerek komşuluk ilişkilerindeki değişimler gerekse başka bir şehirden gelmenin beraberinde getirdiği kültürel adaptasyon sorunları bağlamında çeşitli değişimler olduğu söylenebilir.

Katılımcılara yönelttiğimiz “Eski mahallenizdeki hayatınızla buradaki hayatınızı karşılaştırır mısınız?” sorusuna katılımcılar belki de en çok özlemini yaşadıkları komşuluk ilişkileri açısından konuya yaklaşımlarını sunmuşlardır. Semt sakinlerinin bazıları buradaki komşuluk ilişkilerini zayıf ve samimiyetsiz bulmaktadır.

*Eski mahallemizde hani daha küçüktük, hayatla ilgili bir beklentimiz yoktu. Sürekli top oynardık, oyun oynardık. Yani dışarıda gezerdik. Oradaki hayatımızda sürekli komşularla ilişkilerimiz vardı. Bütün komşularımız bizi çocukları gibi severdi. Aynı şekilde annem de komşularımızın çocuklarını kendi çocuğuymuş gibi severdi. İlişkiler yüzeysel değildi. Daha çok duygusal bir ilişki vardı. Ama şu anki mahallemize gittiğimiz zaman 5-6 sene oldu aynı binada oturduğumuz insanların hani çok azını tanıyorum. 3 daireyi tanıyorum ya da tanımiyorum (G.7- Erkek, 23, Öğrenci).*

Yüz yüze ilişkilerin daha yüzeysel ve samimiyetten yoksun olduğunu belirten katılımcıların ifadelerinde eski mahallelerine olan özlem açık bir şekilde hissedilmektedir. Kimsenin birbirini tanımadığını belirten bu insanlar eski

mahallelerindeki adeta bir aile gibi oldukları komşularına olan özlemlerini dile getirmekte buradaki durumdan da rahatsız olduklarını belirtmektedirler.

*Eski mahallede ilişkiler daha yoğundu ve komşuluk ilişkileri daha candan ve samimiydi. Burada o samimiyeti bulamadım (G.4- Kadın, 32, Arkeolog).*

*Eski mahallede biraz daha birincil ilişkiler ön plandaydı. Herkes birbirini tanıyordu. Nihayetinde akraba çevresi vardı orada. Burada biraz daha insanlar bireyselleşmiş. Yani neredeyse yakın komşunuzu bile tanıyamıyorsunuz. Bunu bütün semt için söylüyorum. Yani ortak kullanım alanları da az olduğu için insanlar arasındaki etkileşim gittikçe azalıyor (G.23- Erkek, 42, Emlakçı).*

Bazı katılımcılar diğerlerinin aksine bu semtteki komşuluk ilişkilerinin iyi olduğunu ve eskiye oranla daha fazla sosyalleştiğini ifade etmektedir.

*Komşularımızla ilişkilerimiz de daha düzeldi. Daha çok sosyalleştik. Zaten bu hayat bana daha uygundu. Farklı insanlar görüyorsun, ufkun açılıyor, sen de hayata daha farklı bakıyorsun. Daha olumlu yönde gelişmeler oldu yani. Kendi hayatını kendin belirliyorsun. Görüşmek istediğin insanlarla görüşüyorsun istemediklerinle görüşmüyorsun ama eski mahallede görüşmek istemediğim insanlarla da görüşüyordum biraz uzaklaşınca daha iyi oldu (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

Bir katılımcı da eski evindeki komşularına kıyasla kendilerine daha çok benzeyen komşulara sahip olduklarını, hatta cemaati andıran ilişkiler olduğunu ve bu nedenle de komşuluk ilişkilerinin iyileştiğini belirtmektedir.

*Eski evim de hemen hemen aynıydı. Karşıdan bir caddeden bir caddeye geçtim. O da gayet güzel, büyük siteli bir evdi. Evimi aldım tabi ne değişiklikler oldu? Daha da güzel oldu. İlk evdeyken orada daha böyle parası çok olup yaşlı olanlar vardı. Bana hiçbir şekilde bir komşuluk, bir merhaba ilişkisi bile olmayan insanlar vardı. Biz eşimle de şu anda onu konuşuyoruz. Şu anki evim öyle değil, hepsi 35 yaşlarında, 30-35-40 yaşlarında, hepsi memur, hepsi çalışan, çok güzel de komşuluk ilişkilerimiz var. Daha iyi (G.9- Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*



Aslında bu sadece Diyarbakır'a has bir durum değil, genel olarak bütün güvenli sitelerde yaşanan bir durumdur. Çünkü Köksal Alver, İzmir, Konya ve Bursa'da bulunan güvenli siteler üzerine yaptığı “*Siteril Hayatlar*” adlı çalışmasında site sakinlerinin yaşadığı bu ikilemden bahsetmektedir. Bu siteler bir yandan yalnızlık halini besleyen ve bireyselliğin ön plana çıktığı mekânlar, bir yandan da sosyal bir ortam olarak cemaat yaşantısı sunabilmektedir (Alver, 2010a: 163). Bir katılımcı site hayatının yalnızlaştırıcı etkisini insanların imkânlarının artmasına paralel olarak hayat standardının düşmemesi için çok çalışmaları gerektiğine bağlamaktadır.

*Şimdi burada da mutluym. Buranın iyi yanları da var. Kötü yanları da var. Bir kere evin bahçeli olması, konforlu da bir ev. Güzel. Ama bir yandan da ev büyüdükçe insan yalnızlaşıyor. Eskisi kadar çok gidiş gelişler yok. Eşim daha çok çalışıyor. Tabi ki böyle bir yaşamı sağlamak için daha çok çalışmak gerekiyor. Bu sefer genelde bu çevrede yaşayan arkadaşlarım hep şey sıkıntısı yaşıyoruz. Aile bir araya gelemiyoruz. Eşler çok geç saatlere kadar çalışıyor. Hani standartlar yükseldikçe hayat bir anlamda zorlaşıyor belki de. Dışarıdan bakınca güzel ama onun da zorlukları var. O hayatı idame ettirmek, deriz ya geri kalmamak, gördüğümüzden geri olmamak için de tabi ki maddi olarak iyi imkânlar lazım (G.18- Kadın, 38, Mimar).*

İnsanı biçimlendiren ve insan tarafından biçimlendirilen toplumsal bir boyuta sahip olan mekân (Tümtaş, 2012: 9), sosyal, kültürel ve ideolojik bir öge olarak, hem bütünleştirici hem de ayırıcı özellikleri bünyesinde barındırmaktadır (Taşçı, 2014: 69). Bu yüzden günümüzde mekânların kendine has insanlara sahip olmasını ve bu insanların da kendi grupları içinde aynışmasını bu çerçevede okumak gerekir (Göka, 2001: 168-169). Lefebvre'nin “*Yaşamı değiştirmek için mekânı değiştirmek zorundasınız*” sözü bu duruma güzel bir gönderme yapmaktadır. Katılımcılardan biri mekânın insanların konuşma biçimlerinden tutun da kıyafetlerine ve giyim tarzına kadar hayatlarını nasıl etkilediğini, çarpıcı bir şekilde şöyle ifade etmektedir:

*Ya aslında çok büyük bir fark yok ama lüks sanki burada daha bir artıyor. İnsanların lükse düşkünlüğü de artıyor maalesef. Giyim kuşam belki biraz daha farklılaşıyor. İnsan oturduğu semte göre giyiniyor kesinlikle. Mesela orada oturan çocukların konuşma diliyle Metropol'de oturan çocukları farklı oluyor. Daha derli*

*toplu, daha düzgün konuşan çocuklar var. Hani bir daha oraya dön deseniz dönmeyiz asla (G.14- Kadın, 31, Öğretmen).*

Görüşme yaptığımız katılımcılara sorduğumuz “Kendinizi burada nasıl hissediyorsunuz?” sorusuna verilen cevaplar ışığında yapılan değerlendirmelerde Diclekent ve Metropol’de ikamet eden zenginlerin çoğu kendilerini rahat, huzurlu, mutlu, iyi, güvenli ve özgür hissettiklerini belirtmektedirler.

*Çok huzurlu hissediyorum. Ama gerçekten ben bunu her defasında söylüyorum. Ofis’e gittiğim zaman çok fazla sıkılıyorum ama Çarınar’dan öteye gittiğim zaman içimi bir huzur kaplıyor. Daha mutlu hissediyorum (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

*Şöyle diyeyim. Daha zengin hissetmekten ziyade daha rahat hissediyorum. Çocuklar açısından güvenli site ortamı olduğu için, çocukların caddeye çıkması, ne bileyim şehir gittikçe daha tehlikeli bir hal almaya başladı. Şehir ortamından daha bir çocukları koruyabiliyorsun. O açıdan bakıyorum. Zenginlik ve lüksten ziyade o yönü beni daha çok ilgilendiriyor açıkçası. Balkonunun geniş olması, havanın burada biraz daha serin olması bu da önemli. Şehirde balkonu, evi çok rahat kullanamıyorsun. Diğer yerlerle bitişiksin. Mahremiyet çok fazla saklanamıyor. Ofis’te mesela binalar birbirine daha çok yapışık. Burada o anlamda biraz daha rahat yaşayabiliyorsun (G.21- Erkek, 45, Öğretmen).*

Mutlu, huzurlu, rahat hissedenler olduğu gibi mutsuz, yalnız ve asosyal hissedenler de vardır. Bu durumun komşuluk ilişkilerinin zayıf olmasına bağlı olarak geliştiğini de söyleyebiliriz. Ancak her ne kadar mutsuz ve yalnız hissetseler de katılımcılar, gerek evin konforu gerekse güvenlik açısından farklı bir semtte yaşamak istememektedirler.

*Asosyal ve yalnız hissediyorum. Sadece ulaşım ve alışveriş konusunda evin konumu oldukça iyi yoksa insani ilişkiler yok (G.4- Kadın, 32, Arkeolog).*

Bir katılımcı da eski mahallesini sevmesine rağmen kendisini rahat ve iyi hissettiği yerde yaşamasını şöyle belirtmektedir:

*Diğer tarafı daha çok seviyoruz. Ama sevdiğimiz yerde yaşamıyoruz yani. Orayı daha çok seviyorum ama burada daha iyi hissediyorum (G.30- Erkek, 38, Kuyumcu).*

Katılımcılardan biri ise Diclekent'te ikamet eden insanları eğitimsiz oldukları ve daha çok köyden geldikleri için kendi kültür seviyesine uygun bulmamakta fakat yine de Diyarbakır'ın başka semtlerine göre burada yaşamaktan memnun olduğunu belirtmektedir.

*Valla, yeri geliyor çevreme şöyle bir baktığım zaman kendimi köyde hissediyorum. Yeri de geliyor yok diyorum Diyarbakır'ın en lüks, en güzel yeri diyorum. Kendi evimden memnunum, konumumdan memnunum, her şeyinden memnunum ama hani biraz bu yörenin, bu bölgenin vermiş olduğu bir kırsallık var. Şimdi hani buradaki insanlar hep yerleşik düzenliler, onların üzerine biz geldik, onları apartmanlara taşıdık, şimdi haliyle komşulukta etmiş bulunuyoruz, ee tabi onların kültür seviyeleri, eğitim seviyeleri, sosyal seviyeleri bizimkiyle çelişiyor. Ama yine de güzel insanlar da var. Ben onu görüyorum sadece hoşuma gidiyor. Hani bakıyorum seviyelerini biliyorlar, edepliler. Saygısız değiller. İnan ki bilhassa şehirde merkezdeyken konu komşudan halı çırpmaymış, yok işte sofraya bezi silkelememiş de, yok çaylar yağlar dökmemiş de, bunlar mesela şehirde çok görülürdü çok yaşanırdı, inanın burada bu kırsal kesimdeki insanlara rağmen bunlar yok gördüğüm kadarıyla (G.12- Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Görüldüğü gibi katılımcıların hayatlarındaki mekânsal değişimle birlikte yaşam tarzlarının da değiştiğini söylemek mümkündür. Katılımcılar bu durumu daha çok güvenli site yaşamının getirdiği güvenli, rahat, huzurlu, seçkin ve ayrıcalıklı bir yaşam tarzına sahip olmayla açıklamaktadırlar. Yaşam tarzlarındaki değişim insanların konuşma biçimlerinden giyim tarzına kadar etki edebilmektedir. Buna karşılık gerek komşuluk ilişkilerindeki değişimler gerekse başka bir şehirden gelmenin beraberinde getirdiği kültürel adaptasyon sorunları olumsuz değişimler olarak görülmektedir. Katılımcılar, hayatlarındaki değişimin en çok komşuluk ilişkilerindeki farklılıkla belirginleştiğini belirtmektedirler. Ancak bu değişimin kaynağında katılımcılar arasında gerek bireyselliğin ön plana çıktığı mekânlarda yaşamakla yalnızlaştığını düşünenlerin olması gerekse cemaat yaşantısını andıran ilişkilerin olduğunu düşünenlerin olması, bu konuda tam bir fikir birliğinin olmadığını kanıtı olarak görülebilir. Katılımcıların çoğu

kendini rahat, huzurlu, mutlu ve güvende hissederken, buna karşılık bir kısmı da mutsuz, yalnız ve asosyal hissetmektedir. Bu durumun komşuluk ilişkilerindeki değişimden kaynaklandığı düşünülebilir.

#### 5.2.4.2. Mekân, Kimlik ve İktidar İlişkisi

Lefebvre'ye göre, kentte her bölge işgal eden gruplarca dönüştürülmekte ve yeni biçimler almaktadır. Dolayısıyla bir yandan mekân onu işgal eden kişilerin yaşamları üzerinde etkide bulunurken bir yandan da bu grupların paylaştığı ortak kimi kimlikleri taşır hale gelmektedir. Böylece mekân ile onu paylaşan sosyal gruplar arasında bir aidiyet duygusu gelişmektedir (Lefebvre, 2014: 67; Çetin, 2012: 161).

Lily Kong ve Brenda Yeah mekân ile kimlik arasında iki türlü ilişkiden bahsetmektedir. Birincisi, mekânın kendisi bizzat bir kimliğe ve kişiliğe sahiptir. Her mekân bir kimlikle ortaya çıkar. İkincisi ise, insanın mekânı bir kimlik unsuru olarak görmesidir. Bu şekilde insan kendini mekâna ait hissederek ve kendini mekânla tanımlar. Dolayısıyla mekân ile kimlik, girift bir yapı oluşturduğu için ayrışması söz konusu olamaz (Alver, 2010a: 21; Tümtaş, 2012: 11-12).

Kentsel mekânı kullanan birey yani kentli, kentsel kimliğe mekân üzerinden iki şekilde katkı sunmaktadır. Birincisinde, mekânı oluşturma aşamasında diğer bireylerle birlikte toplumun içinden geçtiği kimliği mekâna yansıtarak kentsel kimliğe katkı sunarken, ikincisinde ise birey olarak yaptığı her eylemi mekânda gerçekleştirerek kentsel kimliğin oluşumuna katkı sağlamaktadır (Taşçı, 2014: 15).

Mekân ve kimlik ilişkisi bağlamında katılımcılara yönelttiğimiz "*Kendinizi tanıtırken site adıyla mı mahalle adıyla mı tanıtıyorsunuz?*" sorusuna katılımcıların çoğunluğu mahalle adını kullandıklarını belirtmişlerdir. Çünkü mahalle halen güçlü bir şekilde varlığını sürdüren, kimlik belirleyen ve insan üzerinde etkide bulunan bir alandır (Alver, 2013: 14). Ancak Diclekent içerisinde "75 Metre" denilen ve şu anda Diyarbakır'ın en lüks sitelerinin olduğu bölgede oturan katılımcılar ise kendilerini Diclekent'ten ayırarak "*75 Metre'de oturuyorum*" demeyi yeğlemektedirler. Ayrıca Diclekent içerisinde adını duyurmuş bir sitede oturan bir katılımcı da durumunu şöyle ifade etmektedir.

*Evet, ben şu anda evimin ismini söylüyorum. Çünkü hep orada olduğum için sanki herkes beni tanıyor. Herkes biliyor ben orada oturuyorum. Şu anda ben Green Park 1’de oturuyorum diyorum (G.9- Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

Yine Diyarbakır’ın villa tarzı lüks sitelerinden biri olan Gökkuşuğu Evleri’nde ikamet eden bir katılımcı da site adını kullandığını belirtmektedir.

*Site ismi belirgin. Mahalle ismini kullanmıyoruz. Gökkuşuğu Evleri diyorum (G.18- Kadın, 38, Mimar).*

*“Bu semtte yaşadığınız için kendinizi diğer mahallelerde yaşayan insanlara göre farklı (seçkin, özel vs.) hissediyor musunuz?” sorusuna katılımcıların bir kısmı hayır yanıtını vermiştir.*

*Bildiğim kadarıyla şehrin bu kısmı biraz üst kısmı biraz daha yaşam kalitesi yüksek daha rahat, hem de şehirleşme açısından da güzel orasını beğeniyorum, daha sakin yollar geniş falan beğendiğim için hoşuma gidiyo burada oturmak yani öyle ayrıcalıklı hissetme adına değil ama iyi ki hani burada oturuyoruz dedim yani daha sonra diğer tarafları görünce (G.6- Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası).*

*Yok, öyle bir ayrıcalık hissetmedim üzerimde. Çünkü bir insanın nerden geldiğini bilmesi gerekir. Biz kaç sene o mahallede (Bağlar) yaşadık. Biz de onların arasından çıktık. Onları küçük görüp kendimi ayrıcalıklı görmedim hiçbir zaman (G.7- Erkek, 23, Öğrenci).*

Katılımcılardan biri ayrıcalıklarını yaşadığı bu hayatın sıkıntılarını da çektiğini ama yine de bu durumdan şikâyet etmediğini belirtmektedir:

*Ayrıcalıklı değilim. Orda yaşıyorum diye onun sıkıntılarını da çekiyorum. Maddi olarak. Tamam belki daha huzurluyum ama. Kredi çektim ve ciddi bir borca girdim. Ama huzurum olsun borcum sıkıntı değil (G.13- Erkek, 37, Öğretmen).*

Borçla yaşamak ve borçlu bir hayat neoliberal ekonomik politikaların bir getirisi olarak okunabilir. Lazzarato, neoliberalizmin yeni bir toplum tipi dolayısıyla yeni bir

insan figürü ortaya çıkardığını ve bu durumun çağdaş ekonominin temeli olduğunu belirtmektedir (Lazzarato, 2014: 8-25).

Kimi katılımcılar da burada oturmanın kendini ayrıcalıklı hissettirmedeğini ama şehrin diğer semtlerinde yaşayanların kendilerine karşı böyle bir algısı olduğunu şöyle dile getirmektedir.

*Çok özel hissedeceğim bir durum yok ama. Hani şimdi Diyarbakır'ın yapısında bu özellik var, şimdi Diclekent'te oturmak herkese böyle bir erdemlilik gibi geliyor. Bana öyle gelmiyor (G.12- Kadın, 56, Ev Hanımı).*

*Yok hissetmedim. Samimiyetle söylüyorum. Çevremde durumu biraz kötü olan tanıdıklarından direk değil belki ama imalı olabilecek şekilde "Sen seçkinsin, zenginsin" gibi tepkiler aldım (G.21-Erkek, 45, Öğretmen).*

Katılımcılardan bazıları ise kendilerini modern, eğitilmiş ve kültürlü insanlarla aynı siteyi dolayısıyla aynı hayatı paylaştığı ve sitenin olanaklarından yararlanma imkânına sahip olduğu için seçkin görebilmektedirler.

*Evet, özel hissediyorum. Niye özel hissediyorum? Çünkü herkesin imkânı yok. Şöyle diyeyim ekonomik sebepler her zaman karşımıza çıkıyor. Atıyorum bu evler 200.000 liradan başlıyor. Ama Bağlar'daki bir ev 25.000 liradan başlıyor. 30'a, 40'a, 50'ye kadar diyelim. O zaman herkes alamıyor. Herkes oturma şansına sahip olamıyor. Aylık giderleri de fazla. Ben oturabiliyorsam, verebiliyorsam kendimi şanslı hissediyorum ve Allah'ıma da şükrediyorum (G.29- Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan bazıları farkında olmadan, istemsizce kendini seçkin hissettiğinden bahsetmektedir. Bu durum mekânın insanlar üzerindeki etkisine açık bir örnektir. Seçkin mahallelerde yaşamak, ister istemez seçkinlik duygusu hissetmelerine yol açabilmektedir. Bir nevi mekâna atfedilen özelliklerin o mekânda yaşayan kişilere de sirayet ettiği düşünülebilir.

*Bilmiyorum ama sanki.(Gülüyor) İstemsiz böyle, yerleşiyor insana (G.14- Kadın, 31, Öğretmen).*

*Yani şöyle hissettiriyor yani yaşadıklarımız bize bunu hissettiriyor. Çünkü başka yerde yaşayan insanlarla bir araya geldiğimizde aradaki farkı görebiliyorsun. Bu civarda oturan herkesin okumuş, daha modern, daha kültürlü, sosyal, kültürel yapıları daha yüksek insanlar olduklarını söylüyorlar. Onlar söyleyince siz de o şekilde hissediyorsunuz (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri de güvenli/korunaklı bir yerde yaşadığı ve rahat yaşam şartlarından dolayı kendini seçkinlikten ziyade daha çok şanslı olarak görmektedir.

*Seçkinlikten çok şanslıyım. Kolay bir hayat benim açımdan. Çünkü Diyarbakır'da çocukları korumak şey açısından zor. Herkesi tanımıyorum, çevreyi tanımıyorum. Ama burası benim açımdan çok korunaklı. Ve nefes alabilen bir yer. Evler çok iç içe değil. Geniş yaşam alanları çok. O açıdan yani. Şanslı hissediyorum (G.32- Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Görüldüğü gibi Diclekent ve Metropol'de ikamet eden zenginlerin hemen hemen yarısı kendini özel, seçkin hissederken diğerleri buna karşı çıkmaktadırlar. Karşı çıkanların görüşme yaparken de bu soruyu sinirlenerek cevapladıkları gözlemlenmiştir. Bu duruma daha çok insan olmak, eşitlik temelinde bakan bu insanlar, zenginliğin kendilerini değiştirmedini belirtmektedirler. Ancak katılımcıların düşüncelerini böyle ifade etmelerine rağmen örtülü bir şekilde bundan memnuniyet duydukları, giyim ve kuşamlarıyla, arabalarıyla ve sahip olmaya çalıştıkları evlerle ayrıcalıklı hissetmeye çalıştıkları gözlemlenmektedir. Tüketim bölümünde de bahsedeceğimiz gibi sürekli ev ve araba değiştiren bu katılımcıların bu faaliyetlerinin altında daha üstün ve ayrıcalıklı olma isteğinin olduğu görülmektedir. Kendilerini seçkin ve özel gören kesim ise bunu maddi imkânların olmasına bağlı olarak daha güzel bir hayat yaşadıklarıyla bağdaştırmaktadırlar. Ayrıca çocuklarının eğitimi ve güvenliği açısından olaya yaklaşan kimi katılımcılar, Diyarbakır şartlarına göre en iyi yerde ikamet ettikleri için kendilerini farklı ve seçkin olarak düşünmektedirler.

Mekân orada yaşayan bireylerin yaşamları üzerinde etkide bulunurken bu bireylerin paylaştığı kimlikleri de taşır hale gelmektedir. Mekâna atfedilen özelliklerin orada yaşayan insanları biçimlendirmesine güzel bir örnek olarak göreceğimiz

Diclekent ve Metropol semtleri, barındırdıkları seçkinlik, ayrıcalıklı olmak gibi özelliklerle burada yaşayan insanların da bu kimliğe sahip olmalarını sağlamıştır.

### **5.2.5. Semt Sakinlerinin Gözünde Diyarbakır Kenti -Katılımcıların Kente İlişkin Algıları-**

Diclekent ve Metropol'de ikamet eden katılımcıların hem Diyarbakır kentine hem de içinde buldukları semte dair görüşleri bu başlık altında değerlendirilecektir. Mahalle sadece mekânsal bir biçim değil, belli bir yaşam tarzını temsil etmektedir. Bu yapıyla sakinlerine bir kimlik ve aidiyet sunduğundan söz etmek mümkündür. Her bir semtin kendi kimliği, kişiliği ve ruhu olduğu (Alver, 2013: 16-47) düşünülürse, Diyarbakır'da her mahallenin başka mahallelerden farklı yönleriyle ayrıştığı görülmektedir. Her mahallenin sosyal, kültürel ve maddi sermayesi farklı olduğu gibi mekânsal özellikleri de farklılık göstermektedir (Alver, 2013: 185). Yapılan görüşmeler ışığında elde edilen ilk izlenimler, katılımcıların şehir merkezinden ve şehrin diğer mahallelerindeki kalabalık, yoğunluk, keşmekeş, gürültü ve güvenlik sorunundan bir nevi kaçış olarak Diclekent ve Metropol'e geldikleridir. Bu açıdan katılımcıların Diyarbakır kent merkezine ve diğer semtlere dair görüşlerinin olumsuz olduğu izlenimi doğmaktadır. Bununla birlikte oturdukları semte yönelik Diyarbakır için nitelendirdikleri sıfatların tam tersini kullanmışlar ve tamamen olumlu bir resim çizmişlerdir.

#### **5.2.5.1. Yoğun İş ve Ticaret Merkezi Olarak Ofis ve Yenişehir Semti**

Ofis ve Yenişehir, bir zamanlar zengin ve seçkin kesimi barındıran yapıyla üst kesime hitap eden Diyarbakır'ın en yeni ve lüks binalarının olduğu semtlerdi. Ancak zamanla bu semtlerin kalabalıklaşması, konut yapılarının insanların istek ve ihtiyaçlarına cevap verememesi, iş yerlerinin bu semtlerde yoğunlaşması, bina aralıklarının çok az olmasıyla sıkışıklık hissi yaratması, gürültünün yoğun olması, betonarme yapıların hâkim olduğu bir bölge olmasıyla yeşil alanların hemen hemen hiç olmaması gibi sebepler Diyarbakırlıların Ofis ve Yenişehir'den Diclekent'e gelmelerine neden olmuştur. Hatta kimi katılımcılar bu nedenlerden dolayı Diclekent ve Metropol'ü bir nevi kaçış bölgesi olarak görmektedir.



*Ben daha Diyarbakır'ın Ofis ve diğer semtlerindeki o sıkışmışlıktan, yani evlerin birbirine çok yakın olmasından, özellikle yaz ayının sıcaklığından bir çeşit kaçış olarak geldim. Çoğu insan belki ilk başta hep ondan kaçarak geldiler. Bir de Ofis'te ve bazı semtlerde binalar hep iş yeri olmaya başladı. Mesela benim abim Ofis'ten pek taşınmayı düşünmezdi. Ama onun binasında şu an iki üç daire dışında hepsi iş yeri oldu. Onun etkisi de var. Bir de tabii daha rahat, daha lüks, iyi yaşama isteği. Mesela havuzlu, villalı siteler var. Onlara özenen insanlar var. Gençler orda daha rahat edebiliyorlar belki. Ailelerini sıkıştıranlar da var (G.21- Erkek, 45, Öğretmen).*

*Mesela Ofis, Yenişehir'e ben çarşı gibi bakıyorum. Yerleşim olmaz diye düşünüyorum. İyi tamam kalabalık her şey var. Her şey elinin ayağının altında ama böyle daha bir yorucu. Bir Ofis'e gzmeye gidip eve geldiğim zaman bile evimin olduğu yerin havası bile beni dinlendiriyor. Daha güzel ve daha sükûnetli. Diğer yerlerle de kıyaslayamıyorum açıkçası (G.9- Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

Adeta beton yığınları ve iş merkezleri haline dönüşen Ofis semti kalabalık ve gürültülü yapısıyla rahat yaşanılabilecek bir mekân olma özelliğini kaybetmiş görünmektedir.

*Daha önce oturduğumuz yerde (Ofis'te) bu kadar temizliğe önem verilmiyordu yeşil alan hiç yoktu sadece beton yığınları vardı ben üst katta oturuyordum ve sadece çatıları görüyordum çok rahatsız oluyordum (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

Bu durumu Chicago Okulu'nun kentsel ekoloji yaklaşımında Burgess (1925) tarafından geliştirilen ve kentsel büyüme sürecini açıklayan ortak özekli çemberler kuramına dayanarak açıklayabiliriz. Bu kurama göre kentler, ortak özekli çemberlerin birbirinden ayırdığı beş işlevsel bölgeden oluşmaktadır. Çemberin en iç halkasında iş ve ticaret bölgesi bulunmakta; ikincisinde çöküntü alanlarının yer aldığı geçiş bölgesi; üçüncüsünde işçilerin oturdukları bölge; dördüncüsünde yüksek kaliteli oturma alanları ve son olarak beşincisinde ise, üst sınıf yerleşmeleri olan banliyöler yer almaktadır (Arlı, 2012: 134; Pınarcıoğlu, Kanbak ve Şiriner, 2013: 87). Bu kurama göre Ofis ve Yenişehir semti, kentin en iç halkasında yer alan yoğun iş ve ticaret merkezlerini

barındırmasıyla yaşam alanlarının şehrin dışına kaydığı bölge olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### 5.2.5.2. Yoksulluğun ve Suçun Merkezi Olarak Suriçi ve Bağlar Senti

Bağlar, Suriçi'nden ibaret eski kentin hemen kıyısında konumlanan Yenişehir'den farklı olarak, biraz daha düşük bir kaliteyle vücut bulmuş bir semttir. Suriçi gibi labirentimsi bir kent dokusu bulunan Bağlar'da, Suriçi'ndeki sıkışıklık tuğla, briket ve betonarmeyle üretilmiştir. Bu nedenle Diyarbakır'ın sıkışık yapısı, eski evleri, dar sokaklarıyla gecekondu mahallesi diye tabir edilebilecek bir semttir. Bağlar senti zorunlu göç döneminde göç eden kitlenin ilk duraklarından biridir. 1970'lerin sonlarından başlayıp, 1980'ler boyunca süren ve 1990'larda "bölge"de yaşanan savaşın büyüttüğü göçlerin ardından zirve yapan yap-sat trendinde, Bağlar'da gecekondu ve kaçak yapıların çoğu aynı altlık üzerinden çok katlı olarak yükselmiştir. Bağlar, son 20 yıldır, nüfusunun az bir bölümünün yerleşik olduğu, şehre gelenlerin şöyle bir uğrayıp, ilk fırsatta şehrin daha iyi yerlerine kaçtıkları adeta bir uğrak-semttir (Atlı, 2014b: 92-97). Ayrıca göç mağdurlarının şehre adapte olmaya çalıştıkları, göçün psikolojik ve toplumsal sonuçlarının ilk görüldüğü alandır.



**Resim 4.** Suriçi'nde Sıkışık Ev Yapıları



**Resim 5.** Suriçi’nde Dar Sokaklar

Amed (2014), yoksulluk, can pazarı, sefalet ve açlığın kol gezdiği Bağlar, Suriçi, Şehitlik, Ben-u Sen, Alipaşa, Mardinkapı, Aziziye, Seyrantepe, Fiskaya, Fatihpaşa, İskenderpaşa, Melikahmet, Saraykapı, Yenikapı, Balıkçılarbaşı, Çifhavuzlar, Yanıkköşk, Yeniköy ve onlarca mahalleyi kentin gerçek yüzü olarak tanımlamaktadır. Bu mahallelerin burjuvazi tarafından ötekileştirildiğine değinen Amed, buralarda geçim kaynağının neredeyse hırsızlık ve uyuşturucu satışı üzerinden geliştiğini belirtmektedir.

Kentin uç ve kenar bölgelerinde yaşam mücadelesi veren alt sınıftan insanlar, yeni göçmenler, etnik ve sosyal açıdan dışlananlar, bir yandan tüketimci bir toplumda yoksul olmanın acılarını yaşarken bir yandan da bu acıyı toplumsal şiddet gösterisi haline dönüştürerek devlete, yerel otoritelere ve tüm topluma bu acının bedelini ödetmek istemektedirler (Aytaç ve İlhan, 2013: V). Yoksulluk ve beraberinde getirdiği yoksulluk tabanlı mekânsal üniteler, bir çatışma ve gerilim üssü haline gelmekte (Aytaç, 2013a: XI), tekinsiz ve suçluların kol gezdiği, hırsızlıkların olduğu bir suç mahallini andırmaktadır. Bu haliyle Bağlar semti, kentin mekânsal farklılaşmasının negatif kutbunda yer alarak bu özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Chicago Okulu, suç ve kent ilişkisini inceleyen çalışmalarında, suçluluğun kentin belirli bölgelerinde yoğunlaştığını belirtmektedir (Özensel, 2012: 374). Suç, şiddet, sokak çocukları, sefalet

gibi sorunların bu mekânda yoğunlaşması, mekânsal damgalamaya ve mekânın suçlulaştırılmasına/kriminalize edilmesine dönük söylemlerin yaygınlaşmasına neden olmaktadır (Aytaç, 2013b: 104-110). Bu durum Engels'e göre kapitalizmin herkese yeterli barınma sağlamadaki yetersizliğinin bir göstergesidir (Kurtuluş, 2013: 179). Katılımcılardan bazıları Bağlar'daki suç ortamının çocuklarının güvenliğini tehkileye attığı için oradan taşındıklarını belirtmektedir.

*Bağlar'da her gün kavga, gürültü, çatışmalar oluyor. Ondan dolayı istemiyordum. Ama bu semtte serbestim. Mesela orada bir eylem yapılırsa bütün dükkânlar, bütün kepenkler kapanıyor. Ama bizim semtte ne onu duyuyoruz ne de kepenk kapandığını duyuyoruz. Hiç bilmiyoruz. O kavgadan bile haberimiz olmuyor. Ancak haberlerden öğreniyoruz. Çok daha rahatız, çok daha sakiniz. Çocuklar güvende. Yani öyle düşünüyorum (G.29- Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Bağlar'ın güvenlik problemlerinden sonra en çok dikkat çekici özelliği; fiziksel yapısının yaşam için elverişli olmaması yani dar sokaklara sahip olmasıdır. Bu özellik çoğu katılımcı tarafından olumsuz bir özellik olarak zikredilmiştir.

*Çok fark var. Bir Bağlar'a gittiğinde dar sokaklar, dar kaldırımlar (G.26- Erkek, 32, Emlakçı).*

Bir katılımcı da Bağlar'ın zorunlu göçle gelenlerin oluşturduğu bir alan olduğuna dikkat çekmekte, ancak burada komşuluk ilişkilerinin ve aile yapısının diğer semtlerden farklı olduğunu belirtmektedir. Bu durumun gecekondulu mahallesindeki göçmenler arasında yalnızlık duygusunu gideren samimi komşuluk ilişkilerinden kaynaklandığı söylenebilir (Erman, 2013: 249).

*Zorunlu göç döneminde insanlar Benu Sen'den Bağlar'a taşındılar. Bağlar'a, Benu Sen'e ya da Balıkçılar tarafına baktığınız zaman kadınların çalışmadığını genelde ev içi ücretsiz çalışan oldukları için sürekli yakın ilişkiler içinde olduklarını, kapı önüne kilimler serip oturduklarını görürüz. Bunlar da aslında ilişkilenebilir halini etkiliyor. Yani Diclekent, Metropol gibi insanların gittikçe bireyselleştiği, kendi kabuğuna çekilen bir yaşam tarzına sahip olduğu oradaki insanların ise tam tersine çok geniş ve büyük bir*

*aile şeklinde yaşadıklarını görürsünüz. Böyle farklılıklar var (G.11- Kadın, 30, Sosyolog).*

Bağlar, kapitalizmin kentsel çelişkilerinin billurlaştığı bir alan olarak karşımızda durmaktadır. Bir yanda zenginlik ve lüks, diğer yanda yoksulluk ve sefaletin yoğunlaştığı bu semtleri, kapitalist kentin çelişkileri olarak da görebiliriz (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 71-72). Tüketim toplumuna ait değerler, kentin Diclekent ve Metropol semtlerinde en açık şekilde görünürken ve bu mekânlar tüketim etrafında örgütlenirken, Bağlar semti ise daha çok kentin tüketimden dışlananlar, yoksulluğun ve suçun yoğunlaştığı alanlar kısmını temsil etmektedir.

### **5.2.5.3. Modernliğin ve Lüksün Mekânı Olarak Diclekent ve Metropol Semti**

Diyarbakır'da "Diclekent" olarak bilinen semt ve çevresi, şehrin lüks konutlarının, güvenli siteleri, zincir mağazaların olduğu bir yer olarak son on beş yıl içinde varlık bulan, hızla değişim ve dönüşüm geçiren bir yer olarak karşımızda durmaktadır. Bugün tahmini 300 bin kişiyi barındıran<sup>9</sup> ve kentin en çok inşaat yapılan alanında 2000 yılına kadar köyler, tarlalar bulunmakta, bu topraklarda kente buğday ve süt getiren köylüler yaşamaktaydı. Diclekent, şehrin giderek büyüyen trafik sorunları ve kentsel şikayetlerin artmasına bağlı olarak, varlıklı ailelerin kafa dinleyebilecekleri daha sessiz bir yerde, dublex villa tipi, çiçekli-bahçeli-süs havuzlu evlerde, daha modern bir yaşam vaat eden, ızgara tipi yol dokusu ile yan yana sıralanan türdeş evlerden ibaret bir site olarak inşa edilmiştir. İnşa edilir edilmez de 15 kata kadar varan imar uygulamaları ile bir anda çok sayıda site ve apartmanla sarılmıştır (Atlı, 2014a: 84-85).

Diyarbakır'da yükselen emlak piyasasının son yıllarda Diclekent'te adeta yeni bir şehir kurduğunu belirten bir internet sitesi haberine göre Diclekent, lüks konut yapımıyla adeta bir şantiyeyi andırmakta, İstanbul'un Ataköy ve Bakırköy'üne benzerliğiyle dikkat çektiği ifade edilmektedir (<http://www.diyarinsesi.org/haber/diclekent-atakoy-gibi-yukseliyor-24786.htm> /6 Mayıs 2015).

Amed (2014)'in "*Amed'de Yoksulluk Haritası Burjuvalar ve Yoksullar*" adlı yazısında Diyarbakır kentinin iki yüzü gözler önüne serilmeye çalışılmıştır. Amed, Diclekent'i şu şekilde tasvir etmektedir.

<sup>9</sup> 2013 yılı TÜİK verilerine göre Kayapınar ilçe nüfusu 277.489'dur.

*“Kentin Öteki Yüzü Diclekent’te son 10 yıldır gelişmekte olan inşaat sektörü akıllara durgunluk verebilecek bir şekilde ilerliyor. Hatta o kadar ilerliyor ki Kayapınar belediyesi birçok belediye arasında inşaat sektörünün en canlı belediyesi konumunda. 15-16 katlı sitelerin yükseldiği Diclekent’te son 2 yıldır eğlence sektöründe korkunç bir patlama yaşanıyor. Neredeyse her binanın altında bir “kahve evi, kahve diyarı, kahve dünyası” vb mekânlar açılmış ve açılmaya devam ediyor. Milyon dolarların konuştuğu Diclekent’te refah seviyesi çok çok yükseklerde. Bu gelişime paralel rantın, üç kağıdın, adam kayırmacanın pik yaptığı bir durum hâkim.... Lüks arabaların bu kahve evlerinin önünde araba galerisi sergisini anımsatarak dizilmeleri bu öte yüzün psikolojik durumunu da ortaya çıkarıyor bir anlamda. ... Daire fiyatları 250bin liradan başlayıp 400-450 bin liraya kadar uzanıyor.”*



**Resim 6.** Diyarbakır'ın İki Yüzü<sup>10</sup>

Katılımcılardan biri Diclekent'i Diyarbakır'ın yeni ve modern yüzü olarak görmekte, Diyarbakır ile ilgili yapılan belgesellerin gerçeği yansıtmadığını ve Diyarbakır'ın asıl yüzünü göstermediğini belirtmektedir:

<sup>10</sup> <http://siyasihaber.org/amed-yoksulluk-haritasi-burjuvalar-ve-yoksullar-ugur-amed> adresinden erişilmiştir.

*Bence Diyarbakır'ın yeni hali ve eski hali diye ayırabilirsiniz. Cidden öyle. Diyarbakır'ın yeni yüzü. Ben kendi adıma deyim. Televizyonlarda Antalya'dayken gördüğüm tek sokak Balıkçılar sokağı olduğu için Diyarbakır'ı orası bilirdim. Biz hep orası biliyorduk. Evler çok iç içe, bahçeler yok, çocuklar için oyun alanları yok. Ama burası gerçekten imkân açısından çok güzel (G.32- Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Bir katılımcı da Diyarbakır'da son yıllarda Diclekent civarında açılan lüks restoran ve kafelere olan memnuniyetini dile getirerek büyükşehirde yaşadığını hissedebildiği tek alan olarak Diclekent'i görmektedir:

*Güzel, hani en azından bakın şu Mado bile ne kadar nezih, ne kadar rahat değil mi, şöyle güzel güzel gelip, her dostunla rahat paylaşabileceğin, ağırlayabileceğin, keyifli sohbet edebileceğin bir yerdir. Benim evim şurada iki adımlık yer. Ben mesela, burada çok misafirimi ağırlamışım, karşımda Özsüt olsun, burası olsun, öyle kaliteli yerler.. Buralar ferah, açık, yeşillikli, çocuklara hitap ediyor, büyüklere de hitap ediyor. Mesela bu kesim özellikle bu dublekslerin hepsi, restoran olarak kafe olarak "kahve dünyaları" olarak çok güzel bir gelişim gösterdi. Ha o zaman kendimi ayrıcalıklı hissediyorum, o zaman hoşuma gidiyor evet kendimi gerçekten büyükşehirde gibi hissediyorum (G.12- Kadın, 56, Ev Hanımı).*



**Resim 7.** Diclekent Bulvarından Bir Kare

Katılımcıların gittiği restoran ve kafelere baktığımızda lüks ve ihtişamlı tasarlanmış mekânsal özelliklere sahip oldukları görülmektedir. Altın varaklı işlemler, devasa avizeler ve ışılı aksesuarlar bu mekânların vazgeçilmez tasarımlarındandır. Bu durum ise altın renginin zenginliğin, lüksün, seçkinliğin ve soyluluğun rengi olarak algılanmasından kaynaklanmaktadır. Altın sarısı, güce ve paraya gönderme yaparak değer ve statü göstergesi olarak görülmektedir (Zeybek, 2013: 116).



**Resim 8-9.** Künefeci Levent Usta'nın Yeri

Aynı durum ev mimarisinde de görülmektedir. Lüks evlerin iç dekorasyonunda altın rengi sık kullanılmakta, hatta bu evlerin pazarlanmasında da altın imgesinin kullanıldığı görülmektedir. Adeta altının kışkırtıcı gücünden yararlanılarak lüks, zenginlik ve güç kavramlarını sarmalayan bir yaşam biçimine göndermede bulunmaktadır (Zeybek, 2013: 118). Diyarbakır'da 75 Metre'de yapılan Golden Line



sitesinin hem site isminde hem de broşüründe bulunan külçe altın anahtarlık zenginliğe, lükse, ihtişama ve değerli bir yatırıma işaret etmektedir.



**Resim 10.** Golden Line Sitesi Tanıtım Broşürü

Son dönemlerde artan sokak olayları ve hırsızlık olaylarının Diclekent ve Metropol'de hemen hiç görülmemesi bu semtleri güvenli kılmaktadır. Kendilerini ve çocuklarını güvende hissetmek isteyen bu insanları cezbeden en önemli özellik, bu semtlerin güvenli bir mekân sunuyor olmasıdır.

*Çok farklı. Diyorum ya önce huzur var. Güvenlik var. Hani ben o güveni hissediyorum. Gece geç saatte mesela 11'de bile olsa ben çocuğumla çıkıp markete kadar gidebiliyorum. Tek başıma bir bayan halimle gezebiliyorum. Bayanların çok rahat spor yapabildiği, gece on da olsa on birde olsa gece rahatlıkla spor yapıyor. Huzurlu bir ortam, güvenli bir ortam (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

*Yani en önemli şey güvenlik olması. Hırsızlık olayının mesela hiç olmaması, burada güvenlik olduğu için hiç yok. Çocuklar çok rahattırlar. Yani her saatte dışarı çıkabiliyorlar. En çok bu yönü bizi etkiliyor(G.21-Erkek, 45, Öğretmen).*

Kimi katılımcılar da Diclekent ve Metropol'ü şehrin diğer semtlerine göre eğitilmiş, kültürlü, görgülü ve modern insanların bulunduğu bir semt olarak görmektedirler:

*Nasıl söylesem daha modern, ne bileyim insanları biraz daha sıcak gibi geliyor bana. Diyarbakır'ın diğer semtlerine göre daha modern (G.3- Kadın, 35, Ev Hanımı).*

*Diğer tarafları çok görmedim, ama gözlemlerime dayanarak tabii insanlardaki maddi olumsuzluk yaşam tarzlarına da yansıyor, bu kesim biraz daha rahat, yanlış eğilimleri yok hani eğitime biraz daha çocuklarını yönlendirebiliyorlar (G.6- Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası).*

*Sosyal olarak çok daha iyi, yer olarak çok daha iyi, gelişmişlik seviyesi olarak, insanların yaptıkları, meslekleri bir tık daha üst seviye deyim size (G.27- Erkek, 33, Müteahhit).*

İngiltere’de “sağlık, aydınlık ve havadarlık” gibi söylemlerle ortaya çıkan güvenli yerleşimlerin (King, 2012: 200), Diyarbakır’da da aynı söylemle ortaya çıktığı söylenebilir. Bu konut kompleksleri, yollar, otoparklar, spor tesisleri, yeşil alanlar ve daha varlıklı siteler söz konusu olduğunda ise, tenis kortları, yüzme havuzları, alışveriş alanları, okullar ve toplantı salonları gibi tüm hizmet olanaklarını kendi bünyeleri içerisinde sağlayabilmekte, bunların bakımından tutun da planlamasına ve geliştirilmesine kadar ayrı yönetimleri de bulundurmaktadır (Ayata, 2003: 39).

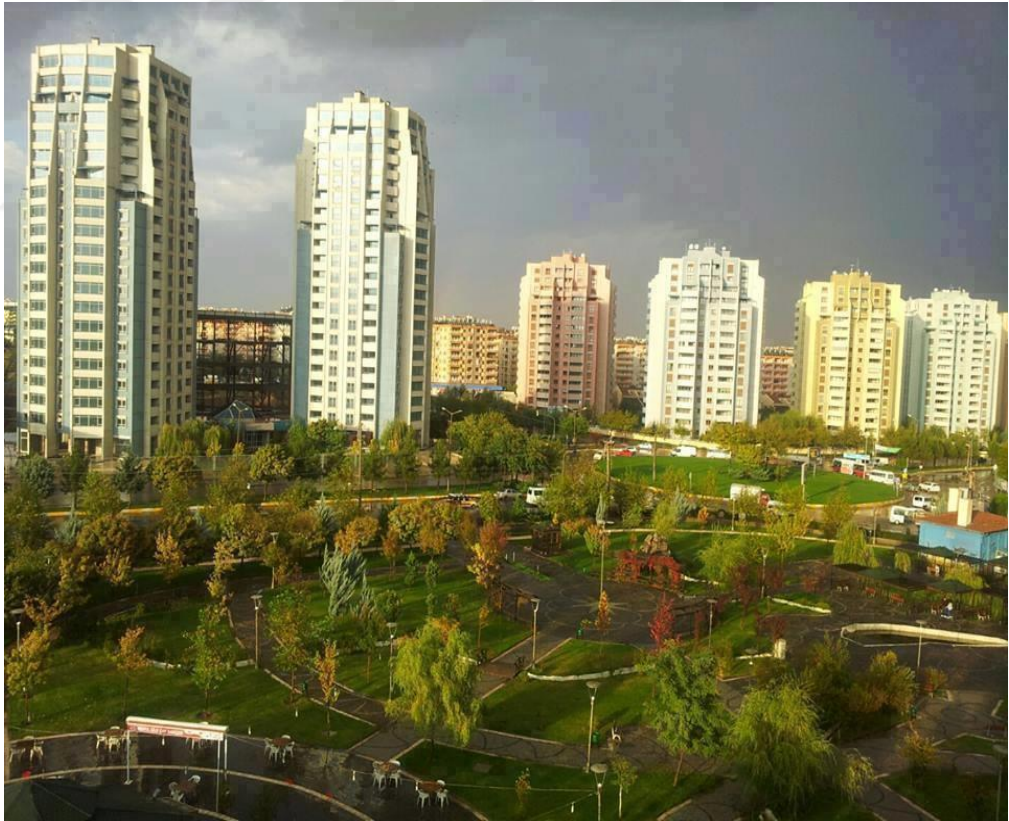


**Resim 11.** Urfa yolu

Genellikle bu bölgede var olan güvenli site şeklinde yerleşimlerin yeşil alanları, spor salonları, yürüme parkurları, aqua parklı yüzme havuzları, sauna, fitness

salonları ve hatta Türk hamamı gibi imkânlarının çok olmasına bağlı olarak katılımcılar diğer mahallelere göre Diclekent ve Metropol'ü fiziksel koşulları açısından daha iyi olarak değerlendirmektedir:

*Şimdi en azından balkona çıktığım zaman yeşil bir alan görüyorum yürüyüş yolu var mesela insanların yürüdüklerini beraber konuştuklarını, sohbet ettiklerini görüyorum. İnsanlar o parkta tanışıyorlar, konuşuyorlar komşular çay yapıyorlar pasta masta getirip işte oturuyorlar beraber. Spor yapabileceğimiz alanlar var, yürüyüş alanları var. Sabah, günün her saatinde çıkıp yürüyüş yapabiliyoruz, spor yapabiliyoruz. Maddi anlamda da buradaki insanlar daha zengin oldukları için yaşam tarzları daha farklı. Çıkıp eşler çocuklarıyla birlikte dışarıda yemek yiyebiliyorlar. Çocuklarına zaman ayırıyorlar, bunlar çok önemli şeyler (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Öğretmeni).*



**Resim 12.** Yeşil Alanlarıyla Diclekent'ten Bir Kare

Kimi katılımcılar da Diclekent ve Metropol'ü Avrupa ülkeleriyle kıyas etmekte, Diclekent'i Diyarbakır'ın Batı'ya açılan bir penceresi olarak görmekte, hatta Avrupa ülkelerindeki şehirlerle modernlikte ve lüks yaşamda yarıştığını da belirtmektedirler:

*Burası Diyarbakır'ın Batı'ya açılan yüzü. Yani gerçekten Türkiye genelini gezmişim. Avrupa dâhil. İnaniyorum ki bu imar düzenlemesi –eğer taviz verilmezse ki verilmez bundan sonra da böyle devam edecek- özellikle Ortadoğu için, bu bölge için Diyarbakır için güzel bir semt olduğuna inaniyorum (G.23- Erkek, 42, Emlakçı).*

*Bu mahallede bir kere genişlik, ferahlık ve yeşil alanlar var. Her apartmanın bir bahçesi var. İmar, plan, projeleri bellidir. Caddeleri geniştir. Yani diğer mahallelere göre Diclekent örnek bir yerdir. Avrupa ülkelerinde de. O gün bir kişi gördüm İsviçre'de yaşıyor. Dedi ki ben çok Avrupa ülkeleri gezdim. Ben böyle imar, plan, cadde, genişlik, böyle bir şehir göremedim. Kayapınar'ın öyle bir özelliği var yani. Kayapınar kendi başına ülkelerle de yarışıyor. Gidiyorsun daha da lüksleşiyor. Şimdi bizim bu bina orta sınıfa düştü. Burası yapıldığı zaman buranın en lüksü bizdik. Şimdi daha lüksler yapılmaya başlanmış. Bahçeler. Mesela 5000 metrekarelik bir alan üzerine bir blok kuruyorlar. Komple park, bahçe, sauna, havuza kadar yapıyorlar. İnsanlar da istiyor. Lüksün sınırı zaten yoktur. Yani talep ediliyor. Parası olunca 100.000'i olunca gidip 100.000 de kredi çekiyor. Lükse talip oluyor (G.31- Erkek, 39, Kapıcı).*

Diyarbakır'ın dünya kenti olma ideali, küreselleşmenin kent söyleminin etkisiyle açıklanabilir. Küreselleşme söylemi yeni bir mekânsal oluşumu yönlendirmede ve meşrulaştırmaktadır. Söylem, bir küresel kent hiyerarşisi oluşturmuş, kentler küresel ekonomide gösterdikleri performansa göre bu hiyerarşide yükselip düşebilecekleri bir “rekabet birimine” dönüştürülmüştür (Öktem, 2005: 38; Tümtaş, 2012: 2). Diyarbakır kentinin de bu söylemin etkisiyle dünya kentleriyle kıyaslanması aslında Diyarbakır'da eskiden beri var olagelen bir durumdur. Diyarbakır'ın “Doğu'nun Paris”i olarak görülmesi ve hatta uzun yıllar şehir girişinde “Doğu'nun Paris'ine Hoşgeldiniz” tabelasının durmasını bu bağlamda değerlendirebiliriz. Yine yerel bir televizyon kanalında dönen bir reklamda Paris vurgusu dikkat çekmektedir: “- 1931: Diyarbakır'ın ilk banka şubesi açıldı, -1952: Diyarbakır'da ilk uçak seferi yapıldı, -1974: Diyarbakır ilk televizyon yayınıyla tanıştı, -2011: Diyarbakır'ın ilk ‘yaşam merkezi’ inşa edilmeye başlandı. Doğunun Paris'ine Paris'in konforunu getiriyoruz.” (Atlı, 2014b: 75). Şengül

(2010), “Diyarbakır Paris Olmasın!” adlı makalesinde CHP lideri Kemal Kılıçdaroğlu’nun Diyarbakır’ı bölgenin Paris’i yapma sözü verdiğiinden bahsetmekte, belediye üst yönetimi toplantısında belediye başkanının “Bizler, sadece Ankara, İstanbul, İzmir’de ne varsa onu değil, aynı zamanda onun ötesine geçip, Paris’te, Londra’da iyi ne varsa onu istiyoruz. Diyarbakır’ın en iyilerine layık olduğuna inanıyoruz.” sözleri Diyarbakır’ın Paris olma hayalini yansıttığını belirtmektedir. Bir katılımcı da bu durumu şu sözlerle ifade etmektedir:

*Eskiden Diyarbakır çok fakir bir şehirdi. Hatta haritada yok denecek kadar. Batı’da Diyarbakır acaba neresi derlerdi. Mesela. Teksas gibi bir yer gelirdi akıllara. Vurdulu kırdulu bir yer, kavgalı bir yer, gelişmemiş. Şimdi Doğu’nun Paris’i diyorlar. Doğu’nun incisi diyorlar. Öyle oldu yani. Olmadı mı?(G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Yine müteahhit olan bir görüşmeci Diclekent’in ortaya çıkışını bölge insanının Batı’ya olan özleminden kaynaklandığını çarpıcı bir şekilde şöyle dile getirmektedir:

*Genelde bütün dünyada şehirler batıya ve kuzeye doğru gelişiyor. Diyarbakır’da da öyle. Bütün Ortadoğu insanının yüzü batıya dönüktür. Bu bir özlemdir. Dolayısıyla şehirler batıya doğru büyür. Bütün şehirlere bakın aynı yöntem bütün şehirlerde var. O yüzden bu bölge gelişmiş (G.33- Erkek, 40, Müteahhit, Mimar).*

Harvey’e (1989) göre, küreselleşme sürecinde büyük kentlerde kullanım değeri yaratan mekânlar, değişim değeri yaratan mekânlara dönüşmektedir. Günümüzde kentler birbirleriyle rekabet içinde mevcut küresel sermayeyi kendilerine çekmek için gerekli teşvikleri ve fiziksel altyapıyı yaratmaya odaklanan aktörler haline gelmişlerdir (Ötkünç ve Coşkun, 2012: 86). Ayrıca kentleri küresel turizm sektörünün bir parçası haline getiren yatırımlar, küresel üretim ve tüketim kültürünün uygun yeni merkezi iş alanları ve lüks konut yatırımları kentleri sermaye için çekici hale getirmektedir (Kurtuluş, 2013: 191). Bu bağlamda Diyarbakır’ın mekân üzerinden kendini dönüştürerek küresel sermayeyi çekmek için dünya kenti olma yolunda emin adımlarla ilerlediğini söyleyebiliriz.

#### **5.2.5.4. Zenginlik ve Lüksün Daha Yoğunlaştığı Ayrık Bir Mekân Olarak “75 Metre”**

Küresel kentin küreselleşmenin kazananı olarak ilan edilmesi, zenginliğin yoğunlaştığı mekânlar olduğunun ileri sürülmesi, bu kentlerin kültürün, ideolojinin, ekonominin ve politikanın merkezi olarak tanımlanması, bu politikaların meşrulaştırılmasında kullanılan ideolojik söylemlerdir (Öktem, 2005: 32-39). “75 metre”, “75 yol” gibi çeşitli adlarla bilinen bölge, Diyarbakır’ın Kayapınar ilçesine bağlı Diclekent Semti’ndedir. 75 yol denilen çevre yolunun üzerinde bulunan evler “75 Metre” diye anılmaktadır. Çevre düzenlemeleri, üsluplaştırılmış biçim ve gündelik hayatın estetikleştirilmesi açısından yüksek ölçüde yatırım yapılan bir bölge (Alver, 2012: 14) olarak 75 metre, daha modern/lüks yapılarıyla ve daha elit/zengin sakinleriyle Diclekent’ten ayrılmaktadır.

Güzel adresler, kendilerine vermek istedikleri imaja layık mekânlar arayışında olan iş çevreleri, büyük şirketlerin merkezleri ve lüks dükkânların bulunmaya can attıkları yerlerdir (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 66). Bu alanda küresel eğilimlerin bir ürünü olarak (Çelik, 2010: 12) son zamanlarda birbiri ardına açılan kahve evleri, lüks restoranlar, yöresel tatları sunan kebab, kadayıf ve kahvaltı konseptli lüks rekreasyon alanları bulunmaktadır. Bu alanlar 75 Metre’yi daha da seçkinleştirmektedir. Bu durumu, Lefebvre, metaların mekânda üretiminden çok mekânın kendisinin meta olarak üretime geçmesi yani kapitalizmin “ikincil sermaye dolaşımı” olarak açıklamaktadır. İkincil sermaye dolaşımı ise, gayrimenkul yatırımlarından oluşmaktadır. Yani kapitalizm mekânı metalaştırarak, işlevsellik kazandırmaktadır (Lefebvre, 2014: 41; Koç, 2010: 45; Güçlü, 2012: 276).



**Resim 13.** 75 Metre 2010 Yılında Boş Bir Araziyken (Kaynak: Coşgun, 2013: 90).

Günümüzde kapitalizmin kentsel mekândaki dönüştürücü etkisiyle, mekânın kendisi bir tüketim nesnesi haline gelmekte, kent bir tüketim merkezi olarak yeniden düzenlenmektedir. Kent mekânı gerek sermaye açısından gerekse turistik açıdan cazip bir yer olarak pazarlanmaktadır. Bu durum kentte alışverişe yönelik yapıların sayısındaki artışta ve asli işlevi tüketim olmayan mekânların birer tüketim mekânına dönüşmesinde kendini göstermektedir (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 65). Mekânın görselliğinin sağladığı çekicilik nedeniyle lüks ve ihtişamın gösterildiği bu alanlar bir nevi röprezantatif (gösteriş) mekânları olarak da değerlendirilebilir (Taşçı, 2014: 189).<sup>11</sup>

Mekân, kapitalist rant ekonomisi çerçevesinde örgütlendiği durumlarda, birer iktidar ve hegemonya alanını temsil etmektedir (Aytaç, 2013b: 91). Konutun hem güvence ve sermaye olma özelliği hem de mekândaki konumu, beraberinde güç ve iktidar ilişkilerini doğurmaktadır (Yaşar, 2013: 280). Diyarbakırlı üst tabakanın yeni ikametgâhı olduğu belirtilen Diclekent içerisindeki 75 Metre denilen bu seçkin bölgeye taşınma, zenginlerin mekân üzerindeki iktidar kurma çabaları olarak görülebilir. Bu

<sup>11</sup> Hasan Taşçı, *Bir Hayat Tarzı Olarak Şehir, Mekân, Meydan* (2014) adlı eserinde meydanları fonksiyonlarına göre sınıflandırmakta, bu bağlamda mekânın görselliğinin öne çıktığı röprezantatif (gösteriş) meydanlarından bahsetmektedir.

durumun günümüzde konutun ve ikamet edilen yerin sınıfsal olarak ayrıştırıcı rolünün artmasıyla da ilgili olduğu söylenebilir (Yaşar, 2013: 311). Ayrıca bu mekânların farklı hayat tarzlarına, düşünsel duruşa ve bakış açısına işaret ederek de mekânsal ayrılmaya yol açtığını da belirtmek gerekmektedir (Alver, 2012: 14).

*75 metre'deyiz biz. Diclekent'ten öte. Diclekent biraz daha aşağıda kalıyor. Karşımızda elit aile siteleri var. 75 metre daha da gelişmiş. Diclekent biraz daha aşağı oluyor. Bizim olduğumuz yerde hepsi böyle doktor, memur, üst düzey memurların olduğu bir site. Mesela karşı tarafta yine çok zengin, yaşlı, işte müteahhitler, arsa sahipleri, Liceli, Kulplu, çok fazla site şeyine daha alışamayan, en ufak şeyde problem çıkaran insanlar vardı (G.9-Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

*Açıkçası kendini daha çok zengin hissedenler daha iyi yerlere taşındılar. Hani daha iyi durumda olanlar ve parası çok olanlar şimdi 75 Yol dediğimiz yol var o tarafa doğru gittiler (G.15-Kadın, 38, Öğretmen).*

Katılımcılardan bazıları şehirde nefes alamadıklarından bu bölgede nefeslerinin açıldığından bahsetmektedirler. Esasen “şehrin nefes alamadığından dem vurularak patlatılan surlar” örneğinde olduğu gibi eskiden beri Diyarbakır'da nefes alamama probleminin olduğunu söyleyebiliriz (Atlı, 2014b: 33).

*Daha sakin, yaşam alanı için daha nefes alabileceğimiz bir yer. Mesela Diclekent bile artık Ofis gibi olmuş. Çok kalabalık, gidiyoruz inan böyle sıkışık, nefessiz. Buraya geliyorum (75 Metre'ye) sanki böyle nefesimiz açılıyor (G.17- Kadın, 38, Öğretmen).*

*Ama burası benim açımdan çok korunaklı. Ve nefes alabilen bir yer. Evler çok iç içe değil. Geniş yaşam alanları çok (G.32- Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Küreselleşme ile birlikte eşitsizlik, artan marjinalleşme, yoksulluk ve dışlanmışlık zengin/fakir tüm coğrafyaları kesen bir olgu haline gelmektedir (İçli, 2012: 76-77). Kentlerin küresel süreçlerden etkilenmesiyle oluşan bu sosyal kutuplaşma giderek kent mekânında bölünmeye dönüşmektedir (Aslanoğlu, 2000: 159; Tümtaş, 2012: 49). Diyarbakır kenti de bu durumu en açık biçimiyle yaşamaktadır. Kent, bölünmüş yapısıyla bir tarafta yoksulluğu ve sefaleti en acımasız şekilde yaşarken, diğer



yanda ise lüks ve sefahati en ihtişamlı şekilde sergilemektedir. Küreselleşmenin neden olduğu bu yapılanmalar, sosyal kutuplaşma olarak görülmekte ve toplumu en alt seviyesinden en üstüne kadar sosyo-ekonomik açıdan bölmektedir. Bu çelişkili/ikili yapı, iktisadi/sosyal eşitsizliklerin mekândaki tezahürleri olup kentin parçalı/şizoid dünyasını yansıtmaktadır (Aytaç, 2013b: 90).

Sonuç olarak katılımcılar arasında en çok vurgulanan noktalar; şehrin kalabalık olması, yoğunluğunun ve gürültüsünün çok olması, iş yerlerinin yaşam alanlarını kısıtlaması ve güvenlik problemlerinin olmasıdır. Buna karşılık ikamet ettikleri semt olan Diclekent ve Metropol sakin, huzurlu, derli toplu, düzenli, modern, temiz, gelişmiş, iş yerleri ve kalabalığın olmadığı keşmekeşlikten uzak, çocuklar ve gençler için uygun yaşam alanları olan, belli kesimden insanların oturduğu güvenli bir yerdir. Kısaca katılımcılar, Ofis ve Yenişehir semtlerini yoğun iş ve ticaret merkezi olarak, Bağlar ve Suriçi semtini yoksulluğun ve suçun merkezi olarak, Diclekent ve Metropol semtlerini de zenginliğin ve lüksün mekânı olarak tasvir etmişlerdir. Diclekent semti içerisinde yer alan 75 metre ise zenginlik ve lüksün daha da yoğunlaşarak ayrıştığı bir ayrık mekân olarak resmedilmektedir. Bu yapıyla Diyarbakır'ın Lefebvre'nin deyimiyle toplumsal sınıflar tarafından şekillendirilen (Lefebvre, 2014: 99) ve küresel süreçlerin etkisiyle artan sosyal kutuplaşmalarla bölünmüş mekânlar yaratarak "ikili yapıda kentler" görünümüne büründüğünü (Öktem, 2013: 117) söylemek mümkündür.

### **5.2.6. Semt Sakinlerinin Kendi Sitelerine İlişkin Görüşleri**

Araştırma kapsamında katılımcıların şu anda ikamet ettikleri siteye ilişkin bakış açıları bu bölümde ele alınacaktır. Oturdıkları siteden memnuniyetleri, tekrar taşınmayı düşünme durumları, daha lüks bir konuta taşınma istekleri, siteden beklentileri, sitede oturanların ortak özellikleri ve site sakinlerini nasıl değerlendirdikleri bu bağlamda ele alınacak konulardır.

#### **5.2.6.1. Siteden Memnuniyet**

Oturdıkları siteden memnuniyet durumlarına baktığımızda katılımcıların hemen hepsinin oturdıkları siteden memnun oldukları görülmüştür. Siteden memnun olmayıp taşınmak isteyenler ise ya evin çok büyük olmasından ya da geleneksel aile yapısının getirdiği geniş ailenin hep birlikte yaşamasıyla evin küçük gelmesi sebebiyle taşınmak

istemektedirler. Bu durum Diyarbakır'da geleneksel geniş aile yapısının hala varlığını sürdürdüğüünün bir göstergesi olarak görülebilir.

*Sitemden memnunum. Ama taşınmayı düşünüyorum. Şöyleki şimdi ben çok kalabalık bir aileye sahibim. Kayınvalidem, bekâr kaynım yanımda. 7 tane çocuğum var. Eşimle ben 9 kişiyiz. Kayınvalidemle kaynımı da sayarsak 11 kişi oluyoruz. Köyden gelenler de oluyor. O yüzden bu sitedeki oda -5 tane odamız var ama- benim ihtiyacımı karşılamıyor. O yüzden ben de diyorum ki şöyle biraz daha geniş 6 odalı bir ev olsun. 6 odalı bir ev de bulduk 75'in üzerinde. O da sırf şey için yani. Daha fazla odalarımız olsun diye (G.29- Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Kimi katılımcılar da binalarında güvenlik hizmetinin olmamasına bağlı olarak hissettikleri güvenlik ihtiyacı ve geleneksel yapıdaki bazı geniş ailelerin yaptığı gürültü kirliliğinden dolayı taşınmak istemektedir.

*Sitemizden memnun değiliz. Güvenlik sorunu var. Çünkü insanlar üç beş kuruş fazla vereceğiz diye güvenliğe yanaşmıyorlar. Ondan ziyade çok çocuk var. Küçük yaşta çocuklar çok. Özellikle bizim üst katımızda hani bir hafta sonu olur insanın dinlenmek için evinde rahatça uyuyabileceği ama biz onların sayesinde saat sekizde uyanıyoruz. Bir de geleneksel bir aile. Yani çocuk, torun, babaanne hep birlikte yaşıyorlar. O yüzden çok gürültü çıkıyor. Ve binanın genelinde de yeni evli olanlar olduğu için hepsinin çocuğu 8-10-12 yaşları arasında. O yüzden çok ses geldiğinden dolayı biz de rahatsız oluyoruz (G.7- Erkek, 23, Öğrenci).*

Katılımcıların çoğu oturdukları siteden memnun olmalarına rağmen "Tekrar bir tercih yapmak isterlerse yine bu siteyi mi tercih edersiniz?" sorusuna genel olarak yine aynı semtte olmak şartıyla ve imkânları ölçüsünde daha lüks bir siteyi tercih edeceklerini belirtmişlerdir. Kimisi de evini ve sitesini beğendiği için orada kalmayı yeğlemektedir.

*Şu anda evet diyebilirim. Ama tabi üç beş yıl sonra imkânlarım çoğalırsa daha yeni daha güzeli olabilir. Çünkü her geçen gün daha da güzeli daha da yenisi yapılıyor.*

*Belki insanoğlu olarak aklımdan geçer. Ama şu anda asla. Evimi çok seviyorum (G.9-Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

Görüldüğü gibi katılımcıların çoğu oturduğu siteden memnun olmakla birlikte oturduğu siteden memnun olmayanlar ve imkanların artışına paralel olarak daha lüks bir siteye taşınmak isteyenler de vardır.

#### **5.2.6.2. Daha Lüks Bir Siteye Taşınma İsteği**

Bachelard'a göre yaşamımız boyunca geleceğin evi, geçmişin tüm evlerinden daha sağlam, daha aydınlık ve daha geniş *düşlenen ev* hayali olarak karşımıza çıkar. Düşlenen ev, kullanışlı, rahat, sağlıklı, sağlam ve hatta başkalarının gözünde arzu edilir niteliklerin yoğunlaşmış biçimi olabilir. Düşlenen evin birbiriyle bağdaşmayan iki terimi, gururu ve akli doyurması gerekir (Bachelard, 2013: 91). Katılımcılara yönelttiğimiz "*İmkânınız olursa daha lüks bir siteye taşınır mısınız?*" sorusuna kimileri şu anda Diyarbakır şartlarında en lüks evin kendi evleri olduğunu, tercih ederlerse de kendine özel bahçesi olan villa tarzı konutlara gidebileceklerini belirtmektedirler:

*Ben buradan çıkarsam dubleks düşünüyorum. Yani bundan da lüksü yok bence (G.17-Kadın, 38, Öğretmen).*

*Yok, hayır. Tabi bundan da lüksü yok şu anda. Ama hani şey de olabilir. Ben bahçe seviyorum. Bundan daha küçük tek katlı bir ev de olabilir yani. Bahçesi olan bir ev. Benim tercihim o. Çünkü iki katlı evim var. Üst katını hemen hemen hiç kullanmıyorum bile. Bir tek uyumaya çıkıyorum (G.18- Kadın, 38, Mimar).*

Kimileri de kendi konutlarının ihtiyaçlarını ve isteklerini karşıladığı için daha lüksüne gerek duymamaktadır.

*Yani kaldığım konut iyi bir konut olduğu için daha fazlasını şu anda düşünmüyorum. Isınma konusunda sıkıntım yok, güvenlik konusunda güvenli bir site kamera sistemi, güvenliği falan var. Yani çocuk oyun alanı var, spor alanı var. Bahçede ailece oturabileceğimiz alanlar mevcut, onun için herhangi bir yere gitmeyi düşünmem (G.13- Erkek, 37, Öğretmen).*

Kimileri de lüksün onlar için önemli olmadığını ancak ihtiyaçlarını karşılayacak bir eve sahip olmanın önemini vurgulamaktadırlar.

*Lükslüğüne bakmam sadece planına bakarım. Dediğim gibi ihtiyaçlarıma cevap versin. Kendi zevkime göre ben döşerim orayı (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

Görüldüğü gibi katılımcılar daha lüks sitelere kıyasla kendi evlerinde ve sitelerinde gördükleri eksikliklerden dolayı daha lüks bir siteye taşınmak istemektedirler. Kimileri de imkânları ölçüsünde ve aynı semtte kalmak koşuluyla ev değiştirmek istemektedir.

*Yani olsa taşınırım ama yine de buradan çok uzaklaşmak istemem. Burası sanki bana evlerin en güzel olduğu, koşulların en güzel olduğu bir yer gibi geliyor (G.14- Kadın, 31, Öğretmen).*

Katılımcılar arasında genel olarak daha lüks siteye taşınma isteği belirgin olmakla beraber lükste gözü olmadığını ve daha lüks bir konut istemediğini belirtenler de vardır.

*Benim hiç lükste gözüm yok yani. Allah şeyşinden bir şeyim olsa hatmimi yapsam, çocuklarım evlensinler, huzurlu olsunlar. Ben hiç lüks müks istemem olsa da ben bazen eşime diyem huzur, mutluluk olsun hiçbir şey olmasın mal mülk istemiyem (G. 2- Kadın, 47, Ev Hanımı).*

Katılımcıların yanıtları genel olarak değerlendirildiğinde çoğunluk daha lüks bir siteye taşınmak istemekte, bir kısmı da lükste son sınır olarak kendi evlerini tarif etmektedirler. Bu kişiler daha lüks bir ev yapıldığında oraya taşınabileceklerini ima etmişlerdir. Bir kısmı da lüksten ziyade ihtiyaçlarına göre ev tercihi yapmak istemektedirler.

### **5.2.6.3. Site Yaşamını Tavsiye Etme**

“Site yaşamını yakınlarınıza tavsiye ediyor musunuz?” sorusuna katılımcıların çoğunluğu tavsiye ettiklerini belirtmişlerdir. Kendi tercihlerini de etkileyen bu nedenler arasında rahatlık, güvenlik, çocuk için uygun ortam ve yeşil alanın olması gibi başlıklar ön plana çıkmaktadır.

*Site yaşamını herkese tavsiye ederim. Daha rahat. Rahatlığı da şu açıdan daha güvenilir. Diyarbakır'da güvenlik çok önemli hırsızlık olayları çok biliyorsunuz (G.1-Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

*Tavsiye ederim. Çünkü bildiğimiz gibi Diyarbakır'ın bir etiketi var. İnsanların genelde işsiz olduğu bir semtten. İşsizler ve böyle bir sıkıntıları var. Bu yüzden de başka yönlere kayıyorlar. Hırsızlık gibi. Oranın güvenliği çok az. Kapıyı çalıp senin kapıyı açmanla üzerine çullanmayacağı belirsizdir. O yüzden insanların sitede ve özellikle güvenli bir sitede oturmaları benim açımdan daha iyi (G.7-Erkek, 23, Öğrenci).*

Kimi katılımcılar da site yaşamının rahatlık ve güvenlik açısından artık Diyarbakır şartlarında bir gereklilik ve mecburiyet olduğundan bahsetmekte ama bunun yanı sıra insanların hep daha iyisinin ve lüksünün peşinden gitmesiyle birlikte komşuluk ilişkilerinin bir türlü oluşamaması gibi olumsuz getirilerinin olduğunu ve eski mahalle yaşamına duydukları özlemi dile getirmektedirler.

*Site, yani bu artık yaşam tarzımızın bir getirisi demeyim de hani artık her şey ilerledi, eski mahalle kültürü kalmadı, aslında eski mahalle kültürü daha güzel ama şu an onu bulmak biraz zor. İnsanlar biraz paraları, maddi güçleri çoğaldıkça evlerini terk edip işte satıp yeni ve güzeline bakıyorlar, daha güzel ev almaya bakıyorlar, böyle komşuluk köreliyor. İki üç sene oturuyor bir evde daha sonra daha güzeline gidiyor, orda bir iki üç sene orayı daha güzeli çıkınca daha güzeli derken komşuluk bitiyor, siteyi bilmiyorum yani tavsiye demeyim, güzel tamam rahat ama (G.6- Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası).*

*O mahallede (Suriçi) annem kalmış. Site olması şart değil ama bu tarafa gelmelerini tavsiye ediyorum. Yani oradaki şeyden dolayı değil. Oranın daha düşük seviyede olmasından veya başka bir amaçla değil. Mahallenin ortamı düzgün değil. Her köşede esrar satan gençler var. Bu çok rahatsız ediyor insanı ister istemez. Güvenlikten dolayı. Yani şehir yaşantısı (Burada Suriçi kastediliyor) daha güzel bizim için. Şu an imkânım olsa, orası düzelse ben dönerim oraya (G.30- Erkek, 38, Kuyumcu).*

Görüldüğü gibi her ne kadar site yaşamının cazibesi olsa da katılımcıların ifadelerinde eski mahalleye duyulan özlem hissedilmektedir. Alver'in de ifade ettiği gibi, mahalle, dayanışma, komşuluk, yardımlaşma, cemaat, denetim, kontrol, güvenlik, ortaklık, benzerlik, yakınlık, aidiyet gibi kavramları hatırlatarak (Alver, 2010b: 117), katılımcıların zihinlerinde yer edinmektedir.

#### 5.2.6.4. Siteden Beklentiler

Semt sakinlerine siteden beklentilerini sorduğumuzda ise katılımcıların siteyi ve bu semti tercih etme nedenleriyle örtüşür bir şekilde daha çok güvenlik olduğunu belirtmişlerdir.

*Güvenliğin olması gerekiyor. Biz söyledik de. En azından bir iki güvenlikçi almanız gerekiyor. Vereceğiniz iki milyar paradır. Toplasan iki milyar para eder. Kendi güvenliğimiz, rahatça evimize girebilmek açısından, gece rahatça uyuyabilmemiz için bir güvenlikçi almamız gerekiyor. Apartmanımız 11 katlı. Evimiz 7. katta. Genelde hırsızlar bu katlara girmiyor ama bir şeylerin önlemini almak gerekiyor diye düşünüyorum (G.7- Erkek, 23, Öğrenci).*

Diyarbakır'ın güvenlik problemlerine dikkat çeken bir katılımcı kendi hayatından örnek vererek dükkânına gündüz bile hırsızların girdiğini, bu nedenle güvensizlik duygusu yaşadığını şöyle belirtmektedir:

*Güvenlik sıkıntısı vardır. Özellikle son yıllarda bu kapkaç olayıdır, dükkânların kepenklerinin kırılmasıdır, şehirdeki araç gereçlerin götürülmesidir. Yani benim önceki dükkânım Diclekent dublekslerinin arka tarafındaydı. Benim 3 defa dükkânım soyuldu. Gündüz bilgisayarlarımız götürüldü mesela. Evlerde de oluyor hırsızlık. Biz yaşamadık, evimize giren olmadı fakat duyuyoruz evlere de giriyorlar. Azalmakla birlikte halen vardır (G.23- Erkek, 42, Emlakçı).*

Katılımcıların bazıları ise daha lüks sitelerde var olan ve kendi sitesinde olmasını istediği şartları bir eksiklik olarak görmekte ve bunun giderilmesini istemektedir.

*Oturduğum sitede çocuklarımın oynayabileceği daha güzel bir park olmasını isterdim. Spor yaptığımız alanların daha güzel olmasını isterdim. Çok fazla aidat ödüyoruz mesela. Ama hiç karşılığını alamıyoruz. Yüzme havuzu da yok (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

Katılımcılardan biri de Diyarbakır'daki seçkinlik söylemiyle eskiden beri var olagelen yapılaşmanın devam ettiğini belirtmektedir. Ona göre insanlar seçkin olan yerlere taşındıktan sonra daha seçkin bir alan yaratılmakta ve insanlar bu sefer oraya taşınmaya çalışmaktadırlar. Böylece siteden beklentiler hiç bitmemekte, daha iyisini, daha güzelini gören bireyler, hep bu beklentilerini karşılamaya çalışmaktadır. Katılımcı bu durumu şöyle ifade etmektedir:

*Doğrusu Diyarbakır'da çok hızlı bir yapılaşma olayı var. İnsanların yaşamlarında seçkin bir mekân oluşturuldu ve kendilerini seçkin olarak görenlerin gittiği bir yer. Kısa sürede o mekânın seçkinliği ortadan kalkabiliyor çünkü başka bir yerde bir bakıyorsunuz çok daha başka imkânlarla yeniden bir yapılanma söz konusu oluyor. Mesela Huzurevleri diyelim. Bir zamanların gözde mekânlarıydı. Diyarbakır Suriçi'ne göre. Şu anda da Huzurevleri'ne Toplu konut ve Metropol biraz daha şey olabilir ama şu anda Diclekent ve Metropol kısmında oturanlar da kendilerini bu 75 Metre ve üstünde oturanlara göre daha böyle Huzurevleri'nde oturuyorlarmış gibi hissediyorlar. Çünkü oranın çevresel düzenlemeleri daha farklı. Yapılar, planlar çok farklı. O taraflarda hemen hemen herkesin site içinde bir havuzu var. Basketbol, futbol ya da çocukların oynayabilecekleri oyun alanları var. Her şey ona göre dizayn edilmiş. Yani ben şu anda çocuklarım için havuz isterim. Gençler ve çocuklar için spor aktivitelerinin olmasını isterim. Çocuklar için park alanları var ama yetişkinler için özellikle de bayanlar için kendi aralarında vakit geçireceği alanların olmasını isterim (G.10- Kadın, 40, Sosyolog).*

Bu durumun tüketim toplumunun genel özelliklerini yansıttığını belirtebiliriz. Çünkü tüketim toplumunda ihtiyaçlar sınırsızdır. Tüketme fiiliyatı öncesinde bireyin hissettiği ihtiyaç, fiili doğuran bir öğedir. Ancak günümüzde ihtiyaçlardan çok yaratılmış olan yoksunluğun doğurduğu arzu, tüketim kararlarına etki etmektedir (Akyol, 2012: 105). Dolayısıyla burada da daha lüks bir eve taşınma isteğinin evin

işlevselliğini kaybetmesinden ötürü değil, barındırdığı imajın eskimesinden kaynaklandığını söyleyebiliriz.

Kimisi de insan ilişkilerinin daha düzgün olması, komşuluk ilişkilerinin artması, site kurallarının ve site hayatının insanlar tarafından tam olarak benimsenmesini istemektedir. Bir katılımcı bu durumu kültürel farklılıkla açıklamaktadır.

*Ufak tefek aksaklıklar var hani, bu da biraz kültür seviyesiyle alakalı (G.12- Kadın, 56, Ev Hanımı).*

*Yani beklentim artık bina sakinlerinin birbirine saygılı, rahatsız etmemeleri işte özellikle akşamları, balkondayken balkondan bir şey atmama olsun, gürültü konusunda olsun, sitedeki ortak alanların kullanımında dikkat edilmesi olsun bunlar yani (G.13- Erkek, 37, Öğretmen).*

Bu durum, ekonomik sermaye bakımından homojen olarak görebileceğimiz site sakinlerinin kendilerini mekânsal olarak kentin geri kalanından ayırıştırmalarına rağmen bu sefer de site içinde kültürel olarak ayrışma yaşadıklarının işareti olarak değerlendirilebilir. Alver de benzer şekilde güvenli sitelerin homojen bir yapı olarak değerlendirilmesinin ancak maddi sermaye kriteri doğrultusunda yapılabileceğini, kültürel, sembolik ve sosyal sermaye açısından güvenli sitelerin homojen bir yapı göstermediğini belirtmektedir (Alver, 2010a: 187).

Evlerinden memnun olup Diyarbakır şartlarında en lüks evde oturduğunu söyleyen kimi katılımcılar da siteden beklentisinin olmadığını çünkü içinde yaşadığı sitenin bütün beklentilerini karşılayacak özelliklere sahip olduğunu şöyle ifade etmiştir.

*Beklentilerimi karşılıyor. Mesela çocuklar aşağıda güvende oynuyor. Kesinlikle güvenlik iyi işliyor burada. Havuzda deşarj oluyorlar. Yazın çok iyi. Spor alanı var. Hamamı var (G.17- Kadın, 38, Öğretmen).*

*Valla beklentimiz yok. Zaten dört dörtlük bir sitedir şimdiki yani. Havuzu yok. Bana desen şahsen ben gidip havuzlu almam. Kullanamam şu anda. Biri gidip yüzecek. Benim ailem orada. Rahatsız olurum ben. Benim kendi şahsi fikrim. E tabi birçok insan rahatsız olmaz. Kimileri de havuzlu arar. Gerçi kapalı da var ama. Ben şu an öyle bir şey yapmam yani (G.26- Erkek, 32, Emlakçı).*



Her ne kadar Atlı (2014b: 68), lüks ve güvenli sitelerdeki havuzların şehrin mahremiyet ve cinsellik tarihinde önemli değişim ve dönüşümler yaşanmasına sebep olduğunu belirtse de insanların zihinlerinde hala geleneksel kültürel kodların etkili olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz.

### 5.2.6.5. Kendini Güvende Hissetme Durumu

Görüşme yaptığımız katılımcıların yaşam alanlarını belirlemede en çok etkili olan faktör olarak ortaya çıkan güvenlikle ilgili yönelttiğimiz “*Sitede kendinizi güvende hissediyor musunuz?*” sorusuna katılımcıların hemen hepsi evet yanıtını vermiştir. Site girişinde bekleyen güvenlik görevlileri ve 24 saat izleyen kameralar onların kendilerini güvende hissetmeleri için çoğu zaman yeterli olabilmektedir.

*Kesinlikle hissediyorum. 3 tane güvenlik var. Çünkü bizim site en güvenilir sitelerden. Giren çıkanlar bize telefonla bildiriliyor. O yüzden hiç sıkıntı yaşamıyoruz. Eşim olmasa tek başıma bile kalırım. Korkmam. Kesinlikle ben yeterli buluyorum (G.14- Kadın, 31, Öğretmen).*

Kimi katılımcılar da alınan bütün önlemlere rağmen kendilerini güvende hissetmemektedirler. Bu durum güvenlik için oluşturulan tedbirlerin bir yandan güvenliği sağlarken bir yandan da güvensizlik hissini pekiştirmesiyle açıklanabilir.

*Sitede tam anlamıyla değil. Yani böyle ben bu sitedeyim, sitenin güvenliği var tamamdır falan diyemiyorsunuz. Çünkü birçok şey formalite icabı. Bir dilencinin, bir kendini belli eden bir kişinin siteye girmesi engelleniyor ama onun dışında siteye giren çıkan herkesin bir kimlik kontrolünden geçirilmesi söz konusu değil. İnsanlar rahat bir şekilde siteye girip çıkabiliyor. Ama mesela Toplukonut’a göre burada daha güvende hissediyorum. Çünkü Toplukonut’un alanı çok genişti. Her hangi bir güvenlik şeyi de yoktu (G.10- Kadın, 40, Sosyolog).*

Bu nedenle kamusal hayatın belirleyici ilkesi haline gelen toplumsal endişe ve güvensizliğe karşı alınan bütün önlemlere rağmen bireylerin kendilerini güvende hissetmediğini ve bir güvensizlik kültürünün oluştuğunu söylemek mümkündür. Günümüzde güvenlik alanı neoliberal proje olarak değerlendirilmekte ve sermaye

birikiminin sağlandığı en yeni alanlardan biri olarak görülmektedir. Dolayısıyla güvensizlik paranoyasının nedeni daha güvensiz bir dünyada yaşıyor olmamız değil, güvenlik hizmetlerinin ve piyasasının kapitalist pazar ilişkilerine entegre oluyor olması olarak yorumlanabilir (Balta Parker, 2012: 122-123).

Bir katılımcı son dönemlerde Suriye’de yaşanan olayların bir yansıması olarak Suriyeli mültecilerin şehirde sayılarının artmasıyla yaşadığı güvensizlik sorununu şöyle belirtmektedir:

*Nispeten. Site bir saldırıya uğramazsa. Diyarbakır’ın da her an Ceylanpınar’a dönüşme riski var. Ciddi sosyo-demografik sorunlar var. Her köşede Suriyeli var (G.20- Erkek, 35, Öğretmen).*

Diyarbakır’da son yıllarda Suriye’deki yaşanan savaştan kaçan mülteciler, insanlar arasında güvensizlik hissinin oluşmasına neden olmaktadır. Çünkü göçlerin getirdiği kentteki bilinmeyen olgusu insanları korkutmaktadır. Bu durumun insanların kamusal alanlardan çekilmelerine ve özel yaşamın ön plana çıkmasına neden olduğunu söyleyebiliriz (Es, 2010: 101).

Güvenlik önlemlerinin yeterli olup olmadığı sorusuna ise genel olarak yeterli olduğunu belirten katılımcılar kamera sistemi ve güvenlikçi sayısı ile doğru orantılı olarak kendilerini güvende hissetmektedirler.

*Şu ana kadar pek bir olay olmadığı için yeterli buluyorum. 4 güvenlik görevlisi var. Aynı anda 2 kişi duruyor. Gece gündüz korunuyor site (G.21- Erkek, 45, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri ise güvenlik önlemlerini yeteri kadar iyi bulmasa da semti güvenli olarak gördüğü için kendini güvende hissetmektedir.

*Hayır, güvenlik önlemi çok fazla yok diyebilirim. Ama semt olarak çok güvende hissediyoruz kendimizi. Yani şimdiye kadar 11 yıldır 2 ya da 3 defa bir olayla karşılaştım. Kapkaç, hırsızlık türü olaylar. Bunlar da tabii diğer taraflardan gelmiş olabilir. Orada yaşayan insanlar yapmış olamaz (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

Her ne kadar güvenlik önlemleri alınsa da Diyarbakır şehrinin güvensiz ve tekinsiz ortamı katılımcıları hala rahatsız edebilmektedir. Bu durum her izole mekânın dışarıdaki risk algısını beslemesi ve kuşkuyu artırmasıyla açıklanabilir (Yaşar, 2013: 297).

*Yedi tane güvenlik personeli var ama yine de tabi burası Diyarbakır. Yetmeye çalışıyorlar öyle deyim (G.16- Erkek, 42, Öğretmen).*

Görüldüğü gibi katılımcılar alınan güvenlik önlemlerinin yoğunluğuna paralel olarak kendilerini güvende hissetmekte, ama hem Diyarbakır şehrindeki hırsızlık ve kapkaç olaylarının çokluğu hem de göçle gelen mülteciler şehrin tekinsiz algısını artırmakta ve daha çok güvenlik önlemleri alınmasına neden olmaktadır.

#### **5.2.6.6. Site Sakinlerinin Taşınması Gereken Özellikler**

“*Sitede oturanların taşınması gereken ortak özellikler nelerdir?*” sorusuna site sakinleri farklı yanıtlar vermişlerdir. Kimisi kendi yaşantısından yola çıkarak komşularında gördüğü eksiklikleri belirtmiş, kimisi de idealindeki site sakinlerinin betimlemesini yapmıştır. Toplu yaşama kurallarına uymak, ortak yaşama kültürüne sahip olmak, saygılı, hoşgörülü, kültürlü ve ekonomik düzeyi iyi olmak katılımcıların hemfikir olduğu noktalardır:

*Benim dikkatimi çeken genelde toprak sahipleri, imar buraya girince bir anda zengin olmuşlar. Bu zenginliği bazıları taşıyamıyor. Sitede nasıl yaşanması gerektiğini bilmiyorlar. Toplu yaşama kurallarını bilmiyorlar. İnsanlara çok kaba davranabiliyorlar. Mesela komşusunun hakkını düşünemeyebiliyor yani. Halısını balkondan bütün kırıyla çırpabiliyor. Komşusuna rahatsızlık verebiliyor. Aşırı gürültü yapabiliyor. Asansör, sitenin bahçesi herkesin kullandığı bir yerdir ama zarar verebiliyor eşyalara. Başkasının hakkı olduğunu düşünmeden kirletebiliyorlar. Mesela bizim binada yok ama yan binalarda görebiliyorum. Asansöre giriyorsun çok kötü kokuyor sanki evlerinde tuvalet yokmuş gibi, çocukları köyde yaşıyormuş gibi asansörde ihtiyaçlarını gideriyorlar. İşte bu görmemişler yani. Ve anne baba da bunu öğretmiyor (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

Bir katılımcı özellikle çocukları için konuya yaklaşarak aynı eğitim düzeyinde ve kültürel olarak aynı seviyede insanlar olmasının önemli olduğunu dile getirmektedir:

*Özellikle yani sosyal, kültürel yapının ortak düzeyde olması, o çok önemli. Aşağıda bile oturduğun zaman paylaşımların ortak bir noktada olması, çocuklarımızın aynı eğitim seviyesiyle büyürken ya da oynadıkları zaman aynı seviyede birbirlerine denk gelmeleri. Ben farklı bir şey öğretirken aşağıdaki komşumun farklı bir şey öğretmesi çocuğumun sonraki dönemlerinde davranış bozukluğuna neden olabilir. Onlar çok önemli etkenler (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

Dedikodunun çok olduğunu belirten bir katılımcı insanların hayatlarının gözlenmesinden dolayı memnuniyetsizliğini ifade etmektedir:

*Mesela dedikodu. Aşağıda yazın ben özellikle eski sitemde yaşadım da. Çok dedikodu oluyordu. İnsanlar birbirleri hakkında kim gitti, kim geldi. Buna dikkat edilmeli. Halı silkelemedir. Burada hiçbir sorun yaşamadım gerçi. Ama eski sitede yaşıyordum onu (G.17- Kadın, 38, Öğretmen).*

Toplum olarak başkalarının haklarına saygı duyulmadığını belirten bir katılımcı da birlikte yaşama kültürü konusundaki eksikliklerin sorunlara yol açtığını belirtmektedir.

*Birlikte yaşam için bazı şeyler gerekli. Biraz bizim toplumda o eksik. Bu dediğim eksiklik ben Halil Akgün'de otururken de vardı. Ya da arkadaşlarım, burada oturanlarda da var. Biraz Diyarbakır'ın o yönden eksikliği var. Birlikte yaşamayı çok bilmiyoruz yani. Başkalarının haklarına çok saygı duyan bir toplum değiliz maalesef (G.18-Kadın, 38, Mimar).*

Görüşme yaptığımız apartman görevlisi de site sakinlerini doğrular şekilde insanların toplu yaşama kültürüne henüz sahip olmadıklarını belirtmektedir. Ancak bu kişilerin düşük sosyo-ekonomik düzeye sahip diğer semtlerden gelen insanlar olduğunu düşünmektedir.

*Örneğin adam balkonda sigarasını içiyor aşağıya atıyor. Bu bir kere hakarettir. Hem çevreyi kirletiyor hem de komşusuna hakarettir. Adam balkondan sofru bezini silkeliyor. İçinde her şey var. Bu nedenle burada düşük seviyede insanlar da var. Bağlar'dan gelenler, Şehitlik tarafından gelenler, Yenişehir'den gelenler. Sigarasını içiyor atıyor, sofrasını atıyor. Çöpünü atıyor. Cam şişe bile atıyor. Bizim arabaların üstüne taş atıyorlar. Yani bu çevrede oturanların apartman kültürü biz hepsine demiyoruz ama birçok insanda yoktur (G.31- Erkek, 39, Kapıcı).*

Site sakinlerinin toplu yaşama kültürüne tam olarak sahip olmaması, apartman kültürünü hazmedememiş olması ve saygısızlıklar en çok yakınılan durumlardır. Bu durum ekonomik sermayesi birbirine yakın olan bu insanların kültürel sermaye olarak ne kadar çok farklılıklar gösterdiğinin ve kendi aralarında ayrışma yaşadıklarının bir göstergesi olarak görülebilir.

### **5.2.7. Komşuluk İlişkileri**

Mekânsal yakınlığın bir ifadesi olarak komşuluk ilişkileri ortaya çıkmaktadır. Mekânsal yakınlık ister istemez insani ve toplumsal yakınlığı, manevi iletişimi devreye sokmaktadır (Alver, 2013: 153). Aile bağlarından sonra en güçlü sosyal bağ olarak kabul edilen komşuluk, hem mekânsal hem de toplumsal yakınlıktan doğan yüz yüze ilişkileri içermektedir (Akyol Altun, 2010: 219). Katılımcıların sitede oturan komşularıyla ilişkilerini belirlemeye yönelik olarak sorulan “*Komşularınızla ilişkileriniz nasıl? Ne sıklıkla görüşüyorsunuz?*” sorusuna katılımcıların çoğunluğu yoğun çalışma temposundan dolayı zaman bulamadığı için görüşemediğini ifade etmiştir. Durkheim’e göre de büyükşehir veya metropolde yaşayanlar, yaşamlarında komşularının daha az yer tutmasına paralel olarak onlarla daha az ilgilenmektedirler (Durkheim, 2006: 348). Komşuluk ilişkilerinin zayıf olduğunu belirten çoğu katılımcı çalışma hayatının zorluklarının beraberinde getirdiği zaman problemlerinden dolayı komşularla görüşemediğini belirtmiştir.

*Aslında yoğunluk. O kadar yoğun yaşıyoruz ki. Sürekli bir şeyler etrafında koşturmaktan vakit bulamıyoruz (G.14- Kadın, 31, Öğretmen).*

*Vallahi ilişkiler o kadar sıklıkta değildir. Bir çıkışta, girişte birbirimizi gördüysek “Merhaba-Merhaba, Günaydın-Günaydın” o kadar. Kapı komşularımızla da gidip gelmiyoruz. (G.23- Erkek, 42, Emlakçı).*

Kimi katılımcılar da komşularını çok sevdiğini ve onlarla görüşmeye çalıştıklarını belirtmektedir:

*Ben çalışıyorum komşularımın da bir kısmı çalışıyor. Benim komşularım çok iyi. Biz ilk günden beri ayda bir mutlaka görüşmeye çalışıyoruz. Seviyeli oluyor görüşmelerimiz. Ama para, altın günü falan değil. Biz sadece birbirimizle diyalogumuz olsun diye görüşüyoruz. Her ay bir komşuda görüşüyoruz, oturuyoruz sonra da ayrılıyor. Ama güzel oluyor. Çünkü hasta olan, taziyesi olan ve düğünü olanlardan haberdar oluyoruz (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

Simmel, kentlerin kişilik üzerinde çekingenlik, kayıtsızlık, bıkkınlık gibi psikolojik etkiler yarattığını belirtmektedir (Simmel, 2012: 81). Wirth de kentteki heterojenliğin toplumsal farklılaşmalara yol açarak, birincil ilişkileri zayıflattığını, gayri şahsi, yüzeysel ve geçici bir yaşam biçimi oluşturduğunu belirtmektedir (Wirth, 1938: 12; Özdemir, 2012: 159). H. Gans (1982), Levittown banliyösünü incelediği çalışmasında, Wirth'den farklı olarak “yarı-birincil” ilişki tipinin üretildiğini belirtmektedir. Bu ilişki biçimi, ikincil ilişkilerden daha yakın, ama birincil ilişkilere göre daha ihtiyatlı, bireylerin birbirleriyle çok yakın olmalarını gerektirmeyen bir yapıdadır (Akyol Altun, 2010: 229). Site yaşamının getirdiği bireyselleşme ve bencilleşme komşuluk ilişkilerinin oluşmasını engellemektedir (Alver, 2013: 66). Park'ın benzer tanımlamasıyla “birbirine temas eden ama nüfuz etmeyen küçük dünyalar mozaiği olan (Özdemir, 2012: 173) kentte, insanların mesafeli duruşu ve samimiyetin olmaması, katılımcılar tarafından da komşuluk ilişkilerinin olmamasına sebep olarak gösterilmektedirler.

*Yani bir kaç tane var çoğu çalışıyor zaten, akşamları görüşüyoruz yazın bahçede falan görüşüyoruz pek böyle birbirlerine gidip gelme yok yani ne bilim böyle kapı çalınsin bir kahveye, sohbeta gidesin yok. Ya davet edesin sana gelsinler, öyle samimiyet yoktur arada (G.3- Kadın, 35, Ev Hanımı).*

*Çok bir samimiyet oluşmadı komşularla. Ailelerin bazılarını 5 senedir oturmamıza rağmen tanımıyoruz. Asansörde selamlaşmadan öteye gitmiyor maalesef ilişkiler. (G.5- Kadın, 30, Öğretmen).*

Kimi katılımcılara göre, mesafeli duruş yakın ilişkilerin gelişmesini engellemekte ve böylece komşuluk ilişkileri olmamaktadır.

*Yani bazı insanlarda da o yakınlığı göremiyorsunuz. Mesafeli olmak istediklerini anlıyorsunuz. Olanlarla da dışarıdan görüşme. Aile, ev ziyareti şeklinde değil de gördüğümüzde konuşuyoruz. Özel olarak bir araya gelmiyoruz. Sadece yan komşuyla o samimiyetim var (G.13- Erkek, 37, Öğretmen).*

Samimiyetten yoksun ve soğuk davranışlar kimi katılımcılar için komşuluk ilişkilerinin gelişmemesinin temel sebebidir.

*Samimiyetsizlik yani. Herkes işine gücüne bakıyor. Yol üstünde karşılaştığımızda bile bir merhaba demekten yılgin oluyor bazen insanlar. Onu bile çok görebiliyorlar. Onu görünce siz de vermiyorsunuz selamınızı. Bir süre sonra aynı oluyorsunuz. Hiç kimse kimseyle konuşmadan çekip gidiyor (G.19- Kadın, 29, Öğretmen).*

*Gidip gelme olmadığı için. Soğuk insanlar. Bazıları çok soğuktur. Mesela bir selam veriyorsun doğru düzgün selam da almayan bazen oluyor. “Selamünaleyküm” diyorsun “Merhaba” diyor sana. (Gülüyor) Öyle işte (G.26- Erkek, 32, Emlakçı).*

Ortak paydada buluşamamak ve komşuların tavrını beğenmemek de görüşmeme nedenlerindedir.

*Tabi ki benim de onlarda beğenmediğim onların da ben de beğenmediği taraflar olabilir. Yani ortak bir paydada buluşamadığımızdan dolayı görüşmüyor olabiliriz (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

Bir katılımcı kendi hayatından bir örnekle komşularının soğuk ve mesafeli davranışlarını tasvir etmekte ve beğenmediğini belirtmektedir:

*Ya zamanım da yok. Tavrını beğenmediklerim de var tabii ki. Mesela bahçeli ev sonuçta. Üç tane komşum var sağımda, solumda, arkamda bana yakın. Ben onların tavırlarını hiç beğenmiyorum. Çok soğuk buluyorum. Karşılaşınca bile bir merhaba yani. Mesela rahatsızlandım uzun bir süre. Bir geçmiş olsuna bile gelen olmadı, soran olmadı. Ayağım kırıldı. Ameliyat falan oldum. Bi de ben evde de kalmadım. 3 ay evde de yoktum. Platin takıldı ayağıma. Sonrasında eve geldim. Ev boş. Hiç insan merak etmez mi? Merak edersin. Ne oldu? Nasılsın? Kapıyı bir çal. Komşu “geçmiş olsun”, hayırdır, aylardır yoktun? Ya da işte aksıyorsunuz. Beni görünce “Aaa, ayağınız mı aksıyor?” aylar sonra. “Evet, aksıyor.” dedim. Duydu gene gelmedi yani. Çok önemli mi? Değil. Ama insan bekler. Ben olsam giderim yani. Tanımasam bile giderim (G.18- Kadın, 38, Mimar).*

Akrabaların aynı binada olması veya insanların komşulardan çok akrabalarıyla görüşmeyi tercih etmesi de komşuluk ilişkilerinin gelişmesini engelleyen bir durumdur.

*Herkesin işte tanıdık, akraba ilişkileri biraz daha kuvvetli herhalde, herkes kendi akrabasıyla görüşüyor (G.6- Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası).*

*Genelde bütün akrabalar birleşip bir yerden toplu ev alınıyor. Herkes birbiriyle gelip gidiyordu. Yabancıyı çok fazla yadırgıyorlardı. İçlerine almıyorlardı. Çok yalnızlık duygusu yaşadım. Çok büyük bir site olmasına rağmen ben bu yeni kendi evime geçtiğimde baktım hani daha sıcak, daha samimi ilişkiler, daha yardımsever, dostça komşularla karşılaştım. Orada hiç görmediğim şeyleri diğer sitede gördüm. Biraz akrabalık duyguları çok fazla oluyor (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

Sürekli yer değiştirme, konar-göçer bir yaşam tarzına sahip olma, bir yere aidiyet duygusunu zayıflatmakla beraber, her defasında yeni başlangıçlar yapmalarına neden olmakta böylece uzun soluklu komşuluk ilişkileri gelişmemektedir (İlhan, 2013: 184). Diclekent ve Metropol sakinlerinin sürekli ev değiştirmesi de komşuluk ilişkilerinin gelişmesine ket vuran en önemli sebeplerden biri sayılabilir. Sürekli ev değiştirme olgusu, eskiden sadece barınma işlevi olan konutun daha lüksü çıktığında değiştirilecek bir eşyaya indirgenmesiyle de alakalıdır (Akyol Altun, 2010: 239). Bu durum da aidiyeti olmayan bir hayatı ve dolayısıyla komşuluk ilişkilerinin olmadığı bir yaşam biçimini doğurmaktadır.



Bir katılımcı da toplumun son dönemlerde risk toplumuna dönüşmesinden dolayı geçirdiği değişimlerden bahsederek güvensizliğin hâkim olduğu toplumda insan ilişkilerinin de bundan etkilendiğini belirtmektedir. Dolayısıyla ona göre komşuluk ilişkileri de bu güvensizlikten nasibini alacaktır.

*Bu genel bir şey. Sadece komşularla ilgili değil. Günümüzde insanların tavır ve davranışlarında öngörülemeyen risklerle karşılaşıyorsunuz. İnsanların son yıllarda tabiatının değiştiğini görüyorum. Vahşet, şiddet eğilimi, kendi kişisel çıkarları adına karşı taraftaki insanın mağduriyetini görmüyorlar. Daha lüks yaşamak isteyen insanların diğer insanları sömürmesi söz konusu. O nedenle güvenemiyorsunuz. Risk barındırıyor. Eskiden insanlar komşularına çocuk bırakabiliyordu. Ama şu anda bu durum milyon tane soru işareti barındırıyor. İstismara, tacize, şiddete maruz kalabilir. O nedenle toplumdaki bu değişim aslında insanların ilişkilerinin değişimine de neden oluyor. Bunlar da bizim korkularımız, geleceğe ilişkin kaygılarımız şeklinde davranışlarımıza yansıyor (G.20-Erkek, 35, Öğretmen).*

Modern toplumun risklerle dolu olduğunu belirten Ulrich Beck, risk kavramının postmodern toplumun tanımlayıcı özelliği olarak görmektedir. Toplum olarak yeni bir sosyalleşme biçimi insanları geleceğin risklerine karşı hazırlamaktadır. Risk toplumunda amaç, güvenliği sağlayarak hayatta kalabilmektir (Beck, 2011). Belki de risk toplumunun en büyük etkisi komşuluk ilişkilerinde kendini göstermekte ve onu olumsuz etkileyebilmektedir.

Katılımcıların eski oturdukları evle şimdi oturdukları sitedeki komşuluk ilişkilerini karşılaştırmalarını istediğimizde genel olarak eski mahallelerdeki komşuluk ilişkilerinin daha iyi, samimi ve yoğun olduğunu belirttikleri gözlemlenmiştir. Bu durum sadece Diyarbakır'a has bir durum değildir. Değişen toplumda her şey gibi komşuluk ilişkileri de dönüşmüştür (Alver, 2013: 225). Katılımcıların ifadelerinde eski mahalle hayatına duyulan özlem açık bir şekilde hissedilmektedir. Bu nedenle eski komşularıyla irtibatını kesmeyenler de oldukça fazladır.

*Eski oturduğum binada komşuluk ilişkileri yoğun ve samimiydi. Kimi ile bir aile gibiydik burada o sıcaklığı ve samimiyeti bulamadım dolayısıyla benzerlikler bulamadım (G.4-Kadın, 32, Arkeolog).*

*Aslında bir şey söyleyeyim mi? Eski oturduğum semtteki ilişkiler daha güçlüydü. Mesela Batıkent'i çok iyi hatırlıyorum. Gece ikilere kadar parklarda otururduk arkadaşlarla. Böyle aile gibi olmuştuk komşularımızın çoğuyla. Orada hem ilişkiler daha sıcaktı. Sanki biz orada biraz kendimizi buluyorduk burada ya yapmacık olmak gerekiyor bazen, ortama ayak uyduramama da olabiliyor. Ya da yeni gelenlere alışmama oldu bizde. Yerleşik olan çoğu sevdiğimiz insan taşındı. Genelde 75 Metrelik yoldaki evlere taşındılar (G.14- Kadın, 31, Öğretmen).*

Eski ikamet ettikleri binadaki komşular arasında yaşanan bu samimiyetin beraberinde getirdiği olumsuzluklardan rahatsız olanlar da vardır.

*Orada ben biraz komşulardan rahatsızdım. Herkes ne giydi, ne aldı hep böyle takip ediliyordu. O yüzden rahatsız olmuştum zaten çıkış nedenim de oydu (G.17-Kadın, 38, Öğretmen).*

Eski oturduğu semtteki komşuluk ilişkilerinin şimdiki sitesine göre daha kötü olduğunu düşünen katılımcılar bu durumu şöyle ifade etmişlerdir:

*Ben Ofis 'te oturmuştum, 3 yıl komşularımı hiç tanımadım. Gelmediler çünkü ben sonradan gitmiştim. Kimse böyle bir "Hoşgeldin"e gelmedi herkes kendi işine bakıyordu kimse kimseyi tanıyamıyordu (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

*Ben Ergani 'de oturdum. Belirteyim yine. Orada oturduğumda beni tanımasa bile eşimin ailesini tanıyan, beni tanıyan bir sürü insan var ama bir merhaba demeyen insanlar vardı. Burada daha çok selamlaştığım insan var (G.32- Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Komşuluk ilişkilerinin değişmesinde, insanların daha çok bireyselleşmesi, çıkar ve menfaat düşüncesinin belirginleşmesi, hoşgörünün azalması, maddi ilişkilerin öne çıkması, gündelik hayatın mesafeleri artırması gibi nedenler etkili olmaktadır. Özellikle son dönemlerdeki teknolojik gelişmelerle ortaya çıkan televizyon, bilgisayar, akıllı cep telefonları vs. gibi aygıtlar, sosyal ilişkilerin doğal akışını bozmakta ve dolayısıyla komşuluk ilişkilerinin zayıflamasında önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Görüldüğü gibi site sakinlerinin kendi sitelerine ilişkin görüşleri, genelde memnuniyet olarak tezahür etmektedir. Ancak katılımcılar ikamet ettikleri siteden

memnun olmalarına rağmen daha lüks bir siteye taşınmak istemektedirler. Buna karşılık hem evinin yeterince lüks olduğunu düşünenler hem de daha lüks bir konutta oturmak istemeyenler de mevcuttur. Katılımcıların çoğu sağladığı rahatlık, ayrıcalık, lüks ve güvenlik imkânlarıyla site yaşamını yakınlarına tavsiye etmektedir. Ancak insanların daha lüks bir konuta taşınma isteği sürekli ev değiştirmelerine neden olmakta, bu durum da komşuluk ilişkilerinin gelişmesini engellemektedir. Sonuçta eski mahalleye ve komşulara duyulan özlem artmaktadır. Katılımcıların sitelerden beklentileri daha çok güvenlik, site yaşamına uyum sağlama ve komşuluk ilişkilerinin artması yönündedir. Katılımcıların çoğu yaşadığı yerde kendini güvende hissetmekle birlikte Diyarbakır şehrinin güvensiz ortamı çoğu zaman onların huzurunu kaçırabilmektedir. Toplu yaşama kurallarına uymak, ortak yaşama kültürüne sahip olmak, saygılı, hoşgörülü, kültürlü ve ekonomik düzeyi yüksek olmak katılımcılar tarafından site sakinlerinin taşınması gereken ortak özellikler olarak belirtilmiştir.

### **5.2.8. Gündelik Hayattaki Mekânsal Pratikler**

Yaşam tarzlarının sergilenmesinde belirginlik kazanan mahallenin gündelik hayatında (Alver, 2013: 146), bireyler yaşam tarzlarının sergisini ise mekânda gerçekleştirmektedirler. Gündelik hayat içinde bireylerin aidiyet kurduğu, bağlandığı, kimlik ve özdeşlik ilişkisi kurduğu mekânlar önemli bir yer tutmaktadır (Aytaç, 2012: 506). Diclekent ve Metropol sakinlerinin gündelik hayatlarındaki mekânsal pratiklerini anlamaya yönelik olarak bu başlık altında katılımcıların hem Diclekent ve Metropol sakinlerinin gündelik hayatlarını hangi mekânlarda geçirdiklerine ve hem de kendi yaşamlarındaki mekânsal pratiklerine dair görüşlere yer verilmiştir.

#### **5.2.8.1. Diclekent ve Metropol Sakinlerinin Mekânsal Tercihlerine İlişkin Görüşler**

Katılımcılara yönelttiğimiz “*Burada insanlar vakitlerini daha çok hangi mekânlarda geçirirler veya hangi mekânlara hiç gitmezler?*” sorusuna çoğunlukla semt sakinlerinin sitenin getirdiği imkânlar çerçevesinde sitenin bahçesini, yürüyüş parkurlarını ve çocuk parklarını kullandıklarını belirterek daha çok ev merkezli bir yaşama sahip olduklarını belirtmektedirler. Çalışmayan ev kadınları daha çok evlerinde ve yahut ev merkezli aktiviteler olan “gün” gibi ev gezmeleri veya akraba ve aile ziyaretleriyle vakitlerini yine ev ortamlarında geçirmektedirler. Bunun dışında

kadınların kamusal alana girdikleri alan olarak alışveriş merkezleri ön plana çıkmaktadır. Erkekler daha çok iş yerlerinde çalışırken kadınlar mekânsal olarak ev gezmeleri ve alışveriş merkezlerinde vakit geçirmektedirler.

*Çalışmayan kadınlar gün yapıyor bir de bol bol deli gibi alışveriş yapıyorlar. Kıyafet, ev eşyası, süs eşyası, ev dekorasyonu falan türü şeyler alıyorlar. Bir kısmı sinemaya falan hiç gitmemiştir, tiyatroya hiç gitmemiştir. Çok az kesim gidiyor okumuş insanlar tercih ediyorlar. Ama çoğunun öncelikli tercihi alışveriştir. Okumamış kesimin ev hanımlarının yani (G.1- Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

*Maalesef alışveriş merkezlerinde. Yani maalesef diyorum. Gerçi havalar güzel olduğu zaman herkes sitenin bahçesini çok rahat kullanabiliyor da. Yine ilgi ve ihtiyaçlar, istekler olduğu sürece alışveriş merkezleri vazgeçilmez oluyor (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

Yeni toplumsallaşma ve iletişim odağı olarak parklar, sitede yaşayan insanların buluşma mekânıdır. İnsanların değişik amaçlarla kullandığı bir alan olan parklar, toplumun farklı kuşaklarını bir araya getirmesi bakımından da önem arz etmektedir (Alver, 2013: 201). Yapılan görüşmelerde parklar, kadınlar ve çocuklar tarafından sitede sık kullanılan bir mekân olarak karşımıza çıkmaktadır.

Uydu kentler üzerine yapılan araştırmalarda bu konut alanlarının günlük yaşama yeni bir şey eklemedikleri, insanların sosyal tesislerden yeterince yararlanmadığı belirtilmektedir (Firidin Özgür, 2006: 71). Benzer şekilde katılımcılardan biri site imkânlarının yeterince kullanılmadığını, insanların aktif bir sosyal yaşantısının olmadığını şu şekilde belirtmektedir:

*Valla benim en çok şikâyetçi olduğum o herhalde. Beni ilgilendirmez ama mesela yazın bahçeli evde şey beklersiniz de mi? İnsanlar bahçesinde oturur. Yürüyüş yapar. Kesinlikle yok öyle bir şey. Hepsi evin içinde. Klimanın altında. Hatta diyorum ki “Niye o zaman buradan ev aldılar?” Bahçeyi kullanmayacaksanız ne anlamı var o kadar para vermenin? Yani çok yaşamayı bildiklerini düşünmüyorum. Belki bu çok ağır bir söz olacak ama (G.18- Kadın, 38, Mimar).*

Bir katılımcı da daha çok çalışan insanların burada ikamet ettiğine vurgu yaparak yoğun çalışma koşullarına bağlı olarak eve geç gelen bu insanların burayı otel olarak kullandıklarını belirtmektedir. Bu da Amerika’da banliyölerin ilk ortaya çıktığında insanların yaşadıkları evlerin fiyatlarını ödemek için çok çalışmak zorunda kalması ve sadece eve yatmak için gittikleri için bu alanlara “bedroom town” veya “dormitory town” (yatakhane kentler-uyku şehirleri) denilmesini anımsatmaktadır (Bayhan, 2012: 437; Uğurlu, 2013: 63; Yeşilirmak, 2014: 179).

*Yani çalışan bireyler oldukları için genelde iş yerlerinde ondan sonra da evde. Düşünün ki öyle güzel evler, siteler var burada. Sosyal donatıları, çok güzel bahçeleri var. İnanın ki onlardan bile istifade edemiyorlar. Yani çalışıyorlar (G.23-Erkek, 42, Emlakçı).*

*Bu bölgedeki insanların çoğu çalışandır. Memur, iş adamı veya çiftçi. Ben ilk geldiğimde bu Diclekent otel gibi kullanılıyordu. Buraya gelenin öyle vakti yoktu gezmeye. Zaten yeni yeni restoran mestoran bu villa milla tarafında oluyor. Tabi iş olmayınca kafe mafelere gidiyorlar, zaman geçiriyorlar. O da hafta sonları genelde. Hafta içleri görüyorsun bir tane araba burada kalmıyor. Akşamları fulldur. Sabah erken herkes çıkıyor, işine gidiyor (G.31-Erkek, 39, Kapıcı).*

Ev kadınlarının son dönemlerde Kuran kurslarının yaygınlaşmasıyla ev dışında kamusal alan olarak bu mekânlara yöneldikleri de göze çarpmaktadır. Kuran kurslarına olan bu yönelimin Diyarbakır’ın halen muhafazakâr bir yapıya sahip olmasına bağlı olduğunu söyleyebiliriz:

*Valla şimdi bu iki üç senedir bayanlar diyelimki boş olanlar kendine camilere şey etmişler. Yani din tarafından baya bağlanmışlar. Sohbetlere gidiler. Yani sana diyeyim öyle hoş, o eskisi gibi değil. Camii mami kurs yokti. Kimse fazla dine bağlı değildi. Herkes kendi şeyindeydi. Ama bu kaç senedir dine bağlılık artmış (G.2- Kadın, 47, Ev Hanımı).*

Görüşmeler de dikkat çeken bir husus da mekânların cinsiyet ekseninde değişen kullanımı olmuştur. Kadınların ve erkeklerin kentteki mekânsal dağılımı farklıdır.

Mekânın toplumsal yaşamdaki eril/dişil hiyerarşilere göre tanzimi söz konusudur (Aytaç, 2012: 518). Bu bağlamda kadınlar ve erkeklerin mekânsal tercihlerinin farklılaştığını, başka bir deyişle mekânların cinsiyet temelinde sınıflandırıldığını, mekânın cinsiyet ilişkilerine göre üretilmesi ve dönüştürülmesinin toplumun hâkim cinsiyet politikalarıyla alakalı bir durum olduğunu söylemek mümkündür. Cinsiyet rolleriyle erkeklik ve kadınlık tanımlarının, toplumsalın yeniden yapılandırılması sürecinde mekânsal ayrışmalar ve mekânsal ilişkiler için kritik önemdedir (Alkan, 2009: 13). Bu açıdan bakacak olursak kamusal alanın erkeklere ait yani eril mekân, özel alan olarak evin ise kadınlara ait yani dişil mekân olarak tanımlanması genel olarak kabul görmektedir. Bu bağlamda ev ve ev merkezli aktiviteler olan gün, ev gezmeleri ve alışveriş merkezlerinin dişil mekânlar olduğunu söyleyebiliriz.

Erkekler de çalışma vakitlerinden kalan kısımlarda eskiden kalma ve köklü bir Diyarbakır geleneği olan kahvehanelere gitmektedirler. Ancak kahvehane kültürünün modernleşmeyle birlikte bir dönüşüm geçirdiğini söyleyebiliriz. Toplumsallaşma, hemşhrilik, arkadaşlık, muhabbet, sohbet, vakit geçirme, dertleşme gibi işlevleriyle bir forum alanı olan kahvehanelerin (Alver, 2013: 199) modern bir yansıması olarak da görebileceğimiz kahve temalı modern kafeler günümüzde erkeklerin uğrak noktaları haline gelmiştir. Bir başka deyişle artık kahvehaneler yerini büyük ölçüde kahve temalı kafelere bırakmıştır. Bu noktada bu mekânların da eril mekânlar olduğu sylenabilir. Kahve kültürünün modern yüzü olan bu mekânların lüks olmasından ve statü göstergesi olmasından dolayı tercih edilmesi katılımcılar tarafından şöyle ifade edilmiştir:

*Buradaki insanlar genelde şu an cadde üzerinde kurulmuş olan kafeler var Diclekent tarafında. Mado, Robert var işte bu gibi kafelere giderler. nne gittiğimizde lüks arabaların olduğunu ve bu insanların gerçekten zengin olduğunu görebiliyoruz. İkinci olarak Bağlar'daki bir insanın gidip oturduğu bir yerde bunlar oturmaz. Mesela bir kahveye gidip oturmazlar. Genelde kafeleri tercih ederler. Normalde Diyarbakır'da kahve kültürü yani kahvehane kültürü çok vardır. Ama bu tarafta yok. Buradakiler genelde kafeyi ne bileyim daha lüks yerleri tercih ediyorlar. Hani statülerinden dolayı (G.7- Erkek, 23, ğrenci).*

Katılımcılardan biri de genelde kahve evlerine erkeklerin ailelerinden ayrı olarak arkadaşlarıyla geldiklerini belirtmektedir. Diyarbakır'ın ilçelerinden de erkeklerin bu

mekânlara geldiğini belirten bir katılımcı yaşadığı şaşkınlıkla bu durumu şöyle ifade etmektedir:

*Bence aile olarak kafelere restoranlara çok giden yok. Ya eşler erkekler tek gidiyor. Ama kahveye değil. Şu an Diclekent'te kahve yok. Hani şu meşhur kahveciler var ya. Kahve Dünyası gibi böyle lüks kafeler sadece kahve içilen yerler. Şu an villaların oraya giderken nasıl yerler yapılmış. En az on tane. Genelde evli olan erkeklerin %80'i oralarda oturuyorlar gibime geliyor. Ailesiyle giden çok az. Biz mesela bu Künefeci Levent Usta'ya gittik. 2-3 katlı. Yeni bir yer. Gittik. Orta katında yemin ediyorum aile ya sadece bizdik ya bir tane daha vardı. Hepsi evli. Tanıyoruz. Hatta bir grup Ergani'dendi. Ergani'den gelmişler on erkek. Oturmuşlar oraya. Eşleri yok biliyor musun? Hatta çok şaşırdım. Bir orta katın hepsi orta yaşlı erkekti ya. Yani Ergani'den zahmet etmiş gelmiş buraya. Yemeğini yemiş demek ki. Saat 10'du. Tatlısını yiyor. Birinin yanında eşi çocuğu yoktu yani. O şekil takılıyor. Genelde ya da alışveriş merkezine gidip bir şeyler alınıyor (G.32- Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Kadınlar da zaman zaman bu lüks mekânları yine kadına dair bir aktivite olarak da görebileceğimiz “gün” için kullanabilmektedirler. Ancak eril mekânlar olarak tanımladığımız bu mekânların belki de erkeklerin çalışma saatleri olan gündüz vakti dışıllaştığını ifade etmek mümkündür. Bu durum gündüzleri erkeklerin bu mekânlara çok fazla uğramamasıyla alakalıdır. Bu mekânlarda, kadının kamusal temsili ve mekânı kullanma biçimi, cinsiyetçi ayrışma şeklinde kendini göstermekte, gündüzleri kadınlara akşamları erkeklere hizmet ederek ortak cinsiyetçi mekân kullanımına hazır olmayan kitleler için geçiş dönemi işlevi görmektedir (Aytaç, 2012: 520).

*Benim komşularım kendi aralarında kafede bir gün ayarlamışlar. Beni aradılar işte. Kafede 11 kişi falan 15 günde bir toplanacağız. Hem beraberlik olsun. Evden sıkıldığımız için günü kafede yapmayı düşünüyoruz katılır mısın? Ben kabul etmedim. Girmedim o güne. Bilirim hep takılırlar bir yere. Akşamları tatlı yemeye gittik Levent Usta'ya. Buraya yakın olan yerler. Şimdi Levent Usta yeni açılmış. Şimdi favori yer orası. Benim kabul etmediğim günde de orda toplanıyorlarmış zaten (G.9- Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

Semt sakinlerinin müdavimi oldukları mekânlar, sadece tüketim mekânı değil, aynı zamanda sınıf, statü, ırk, etnisite, cinsiyet gibi sosyal belirleyicilere dair işaret ve sembollerini barındıran mekânlardır. Müdavimler, sınıfsal/statüsel konumlarını yansıtabilmek ya da öykündükleri statülere yükselebilmek için ödünç sembol ve göstergeler toplamak gayesiyle buralarda toplanırlar (Aytaç, 2012: 507).

Dikkat çeken bir husus da mekânsal pratiklerin tüketim ekseninde anlam bulmasıdır. Kültürel aktivitelerin olmaması sadece alışveriş merkezleri, lüks restoran ve kafelere gidilmesi gibi durumlar tüketim merkezli mekânsal pratiklere işaret etmektedir (Aytaç, 2012: 508). Bu durum günümüz toplumu için sık sık kullanılan “tüketim toplumu” kavramıyla da yakından ilişkilidir. Bu yeni toplum tipinin türettiği insan tiyolojileri ise, gelecek için tasarruf yapmaktan çok tüketen, çalışmaktansa boş zamanın keyfini çıkararak ve kimliklerinin çalışmaktan daha çok tüketimden tüvelendiği “hedonist” tiplerdir (Keat vd. 1994'ten akt., Urry, 1999: 287).

Katılımcılar tarafından çok sık gidilen bir mekân olarak alışveriş merkezlerinin kentin gündelik hayat pratiği üzerinde önemli etkileri olduğu söylenebilir. Modern alışveriş merkezleri, modern binaları, ziyaretçileri cezbeden vitrinleri, sürekli çalan hafif Batı müziği, sürekli serinlik sağlayan iklimlendirme düzeni ve en nihayet içinde barındırdığı sinema ve çeşitli yemek yerleriyle birlikte kentli insanların hafta sonları hoşça vakit geçirmek için gittikleri vazgeçilmez mekânlardan biri haline dönüşmüştür (Bali, 2011: 61-132). “Tüketim katedralleri” olarak ifade edilen alışveriş merkezleri, iktidarın “fantazmagorik” alanları olarak da görülmektedir. Baudrillard’a göre de bir meta panayırını andıran bu merkezler, küçük bir kent yaşantısının simülasyonuna benzemektedirler (Tuncer, 2014: 315-317). Hayranlık uyandırıcı hayalleri kullanan simülasyon çevreleri olarak alışveriş merkezleri, büyük mağazalar, lüks konutlar ve restoranlar, hazza dayalı yeni yaşam tarzının ve üslup arayışlarının mekânsal karşılığı olarak görülebilir (Akyol Altun, 2010: 224).

Castells, kentsel mekânların şekillenmesinde ekonominin belirleyici rol oynadığını iddia ederek, günümüzde kentlerin bir üretim merkezi olmaktan çıktığını, temel işlevinin tüketim olduğunu belirtmektedir. Günümüzde kitlesel tüketimin merkezleri konumuna gelen kentler, tüketim amaçlı yeniden üretilen alanlar haline dönüşmüştür (Castells, 1997: 14).

Tüketim toplumunda metâlar, sembolik öneme sahip olmakla birlikte, giyilen kıyafetten tutun da nerede yaşanıldığı, neler yenilip içildiği, nerede vakit geçirildiği gibi



durumlar, kişilerin toplumsal haritadaki konumunu tanımlamaktadır. Günümüzde sınıflar arası toplumsal geçişlilik mümkün gibi görünse de kişiler bunu sağlayabilmek için daha çok çalışma ve harcama baskısıyla baş etmek zorundadırlar (Aydoğan, 2009: 205).

Diyarbakır'da da tüketim toplumunun yansımaları en açık şekilde mekânda billurlaşmaktadır. Tüketimle dönüştürülen kent mekânı, kişisel zevkler ve tercihlere hitap eden mimarisiyle yeniden yapılandırılarak pazarlama stratejileriyle ticarileştirilmekte ve farklı gelir gruplarına hitap eden yaşam alanı, konut, eğlence ve iş mekânları inşa edilmektedir. Bu farklı sınıflara hitap eden konut ve yaşam alanlarının inşa edilmesiyle mekânsal düzlemdeki ayrışmalar, sınıfsal ayrışmalara yol açmaktadır. Bu bağlamda ortaya çıkan mekânsal ayrışmaların yeni bir kültür ve mekân anlayışı yarattığı da görülmektedir.

Katılımcıların site sakinlerinin mekânsal pratiklerine ilişkin görüşlerine baktığımızda kadınların daha çok ev eksenli bir hayat yaşadıkları görülmekte, kamusal alana katıldıkları yerler ise sitedeki sosyal aktiviteler, Kuran kursları, parklar ve alışveriş merkezleri olarak öne çıkmaktadır. Erkekler ise daha çok lüks restoran ve kafelerin müdavimi olmaktadır. Sınıfsal statü ve konumlarını yükseltmek veya göstermek için bu lüks mekânlara takılan müdavimler, sahip oldukları imkânları korumak ve sağlamlaştırmak için çok çalışmaktadırlar. Çok çalışan ve boş zamanlarını da bu tür mekânlarda geçiren bu insanlar çoğu zaman evlerini sadece geceleri uyumak ve dinlemek amaçlı kullanmaktadırlar. Bu durum da Amerika'daki örneğinde olduğu gibi yatakhane kentler benzetmesini akıllara getirmektedir.

### 5.2.8.2. Kendi Mekânsal Tercihlerine İlişkin Görüşler

Katılımcılarımıza yönelttiğimiz “Siz vakit geçireceğiniz yerleri neye göre seçersiniz? Şehirde nerelere gidersiniz veya hiç gitmezsiniz?” sorusuna yukarıda da betimledikleri Diclekent ve Metropol sakinlerinin mekânsal pratiklerine ilişkin görüşlerine paralel yanıtlar vermişlerdir. Katılımcılar gerek çok çalıştıkları için gerekse daha rahat etmek istedikleri için evde vakit geçirmektedirler. Site hayatının özellikle çocuklar için sunduğu imkânlar da evde kalmalarına sebep olarak gösterilebilir.

*Ben çok yoğun çalışıyorum. O yüzden de akşam evde oturmak bana daha cazip geliyor. Bir yere gitmek de benim için sıkıntı, yorucu. Genelde evde oturuyorum (G.9-Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

*Kendimizi evde daha huzurlu hissediyoruz. Fazla da bir dışarıya çıktığımız yok. Zaten zamanım yok (G.13- Erkek, 37, Öğretmen).*

Katılımcılar şehirde bir yere gideceklerse aile ve çocuklarla birlikte rahat edebilecekleri nezih ve temiz mekânları tercih etmektedirler. Aytaç'a göre, "aile yeri" olarak da tabir edilen steril alanlar kültürel yapımız içinde "bize" özgü bir yanı ortaya koymaktadır (Aytaç, 2012: 520).

*Öncelikle mekânın nezih bir ortamda olmasını isterim. Güvenlik en önemli şartlarımızdan biri. Kullanışlı, rahat edebileceğimiz, şehrin gürültüsünden uzak, sakin (G.28- Kadın, 42, Sözleşmeli Memur).*

*Şimdi benim eşim çok dikkat eder. Ben de çok dikkat ederim. Rahat edeceğim bir yer. Yani ben yandaki masadan rahatsız edilmek istemem. Tabi gençlerin gittiği yerler var. Gençlerin eğlence tarzı farklı, bakış açısı farklı. Aile ortamı olmasına dikkat ederim (G.32- Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Diyarbakır'ın farklı semtlerini tercih edenler de vardır. Kimileri buralardaki kafeler ya da huzur veren mekânları tercih etmektedir:

*Hem eski Diyarbakır'ı hem yeni Diyarbakır'ı çok seviyorum. Hava güzel olduğu zamanlar Balıkcılarbaşı taraflarına, oradaki kafelere, lokantalara vb. gidiyorum. Diclekent civarında da lokantalara, kafelere gidiyorum. Ofisi çok sevmiyorum çok kalabalık (G.5- Kadın, 30, Öğretmen).*

*Genelde Dağkapı taraflarını tercih ederim. Çünkü sessiz ve nezih mekânlar olduğu için oraları tercih ediyorum. Yani otantik ve herkesin gelmediği yerleri tercih ederim. Kuytu köşelerde Diyarbakır evleri var, Dicle Kafe var, hepsi Dağkapı tarafında hepsi fakülteye bakıyor. Genelde kimse oraları tercih etmiyor. Devamlı müşterileri olan insanlar gelir oraya (G.7- Erkek, 23, Öğrenci).*

Kimileri de eski mahallelerine duydukları özlemi gidermek için eski mahallesini ziyarete gitmektedir:

*Yani ben doğma büyüme Diyarbakır Suriçi'nde olduğumdan dolayı ayda bir, ayda iki defa oraya bir tur atmazsam, eski ahbablarımı, dostlarımı, arkadaşlarımı veya*

*oradaki esnafı, yakınlarımı görmezsem dayanamıyorum. Mutlaka bir geziyorum (G.23- Erkek, 42, Emlakçı).*

Kaliteli ve seçkin mekânlar bazı katılımcıların tercih ettikleri mekânlardır. Bu mekânlar, belirli yaşam biçimlerinin ve farklı kültürel konumların yansıdığı birer ayna gibidir (Urry, 1999'dan akt., Aytaç, 2012: 522). Ayrıca, öteki kimliklerle aramızdaki farklılıkları belirleyici ve artırıcı etkisi vardır (Işık, 1994: 28).

*Mekân oldukça önemlidir oturulacak yer oldukça nezih ve şık bir yer olmalı nitekim az da olsa bir zaman geçireceğim yerin seçkin olması önem taşır (G.4- Kadın, 32, Arkeolog).*

*Kalitesine göre. Kesinlikle. Kaliteli ve pahalı olan yer benim için iyi bir yerdir. Ben öyle düşünüyorum. Belki yanlış bir düşünce ama ben öyle düşünüyorum. Yani bir yemeğe de gitsek iyi bir yer tercih ediyoruz. Tatlıcıya da gitsek iyi bir tatlıcıyı tercih ederiz. Ya bir kahve içmeye bile gitsek özellikle bayan bayanaysak elit ve nezih bir yer olması benim için çok önemli. Çünkü her yere gidilmiyor (G.15- Kadın, 38, Öğretmen).*

Bu durum, kaliteli ve seçkin mekânlara verilen önemin bu mekânlar aracılığıyla statü sağlamaya çalışılmasının bir göstergesi olarak görülebilir. Bu seçkin mekânlar da müşterilerini çekmek için büyüdü dünyalar haline getirilmekte, paranın gücünün ayrıcalıklı kıldığı tüketiciler de bu mekânların büyümesine kapılarak sahip oldukları iktidarı birbirine göstermekten zevk almaktadırlar (Aydoğan, 2009: 208-211).

Görüldüğü gibi görüşmelere katılan katılımcılar, Diclekent ve Metropol sakinlerinin tipik mekânsal pratiklerine benzer şekilde davranmakta, yoğun çalıştıkları için evde vakit geçirmeyi tercih etmekte, bunun dışındaki boş zaman aktiviteleri için kentin tüketim merkezi olan Diclekent ve Metropol çevresindeki alışveriş merkezleri, lüks restoran ve kafelere gitmektedirler.

### **5.3. Zenginlik Ve Tüketim Eğilimleri**

Kentin kültürel ekonomisi, büyük ölçüde birey, grup, yığın veya sınıfların "tüketim hırsı" ile yakından ilişkilidir. Yeme-içme, boş zaman etkinlikleri, turizm, alışveriş, düş kurma ve müzik çalma gibi toplumsallaşmaya yol açan kültür araçlarının, sevgi, hırs, arzu, imrenme ve kıskançlık gibi duyguları harekete geçirmesi ile birlikte

tüketim, hemen hemen her kesimin vazgeçilmez bir parçası haline gelmeye başlamıştır (Güzel ve Güzel, 2012: 385). Diyarbakır'daki yeni zenginliğin mekânsal ve toplumsal yansımalarını inceleyen araştırmamızda tüketim, araştırmanın bir diğer kilit noktasıdır. Tüketimle anlamlandırılan ve tüketimin merkezde olduğu bir yaşam biçimine sahip olan yeni zenginlerin tüketim pratiklerini incelemek ve yorumlamak, araştırmayı daha kapsamlı hale getirecektir. Bu nedenle zenginliğin gösterilmesinde önemli bir araç olan tüketim ve tüketim pratikleriyle ilgili katılımcıların görüşleri bu bölümde ele alınıp değerlendirilecektir.

Katılımcıların tüketim etkinliklerinde ön planda olan alışveriş etkinlikleri, yeme-içme pratikleri, giyim ve otomobil tercihleri, eğitim ve sağlık hizmetlerindeki tercihleri, boş zaman etkinlikleri, eğlence, tatil ve seyahat etme durumları ve son olarak kültürel faaliyetlere katılımları bu bölümün inceleme konusudur.

### **5.3.1. Alışveriş Etkinlikleri**

Geleneksel toplumlarda “üretim” ve “çalışma” kavramları temel öneme sahipken günümüzde “tüketim”, “tüketim toplumu”, “boş zaman” gibi kavramlar daha önemli hale gelmiştir. Üretim ve çalışmaya dayalı toplumsal yapı yerini, tüketim ve boş zamana dayalı yeni bir toplumsal yapıya bırakmıştır. Tüketim toplumunda boş zamanın en önemli özelliği, tüketim hacmini arttırıcı bir zaman dilimi olmasıdır (Özcan, 2007: 39-42). Boş zaman ve tüketim etkinliklerinin başrolünde ise alışverişin olduğunu söylemek mümkündür. Alışveriş, tüketim toplumunun olmazsa olmazı, yani en temel etkinliğidir.

Görüşme yaptığımız katılımcılar, alışveriş etkinliklerinin çoğunu alışveriş merkezlerinde yaptıklarını belirtmişlerdir. Alışveriş merkezlerinin katılımcıların alışveriş etkinliklerinin en önemli mekânı olduğunu söylemek mümkündür. Hem rasyonel içerikli tüketime, hem de boş zamana yönelik tüketime hizmet eden alışveriş merkezleri, tasarımları yoluyla tüketicilere oldukça rahat alışveriş yapma imkânı sunmaktadır (Özcan, 2007: 43). Tüketim, artık bir kimlik oluşturma, sosyalleşme hatta bir boş zaman uğraşısı haline gelmiştir. Bu durum, tüketimin yapıldığı mekânlara yansımakta ve bu mekânların alışverişin yanında boş zamanın değerlendirilmesine yönelik birer eğlence mekânları olarak kendilerini var etmelerine neden olmaktadır (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 69).

Baudrillard'a göre tüketimin sosyalizasyonunun gerçekleştiği en iyi yerler alışveriş mekânlarıdır (Zorlu, 2006a: 264). George Ritzer de alışveriş merkezlerini

“tüketim katedralleri” olarak adlandırmaktadır. Alışveriş merkezleri artık tüketim dininin uygulanması amacıyla hacca gider gibi gidilen yerlere dönüşmüştür (Ritzer, 2011: 76). Foley, alışveriş merkezlerinin her türlü olumsuz koşuldan arınmış bir periler diyarı olduğunu belirtmektedir (Foley, 2012: 13). Alışveriş merkezleri, gerçekte meta tüketimi dışında farklı açılımlar sergileyerek, kimlik, gösterge, imaj ve mekânsal tüketimin adresleri olarak öne çıkmaktadırlar (Aytaç, 2012: 525). Ayrıca tüketim odaklı olan alışveriş merkezleri, kapitalizmin yaşam alanlarını kolonize ettiği mekânlardır (Öztürk, 2012: 625). Dolayısıyla alışveriş merkezlerinin tüketimin vazgeçilmez bir unsuru olduğunu söyleyebiliriz.

Katılımcıların çoğu alışveriş yapmak için alışveriş merkezlerini tercih etmektedirler. Bu alışveriş merkezleri çoğunlukla büyük alışveriş merkezleri olmaktadır.

*Genelde alışveriş merkezlerinde, büyük alışveriş merkezlerinde, AVM’lerde yaparım (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri Diyarbakır’da alışveriş merkezlerinin her zaman çok kalabalık olduğunu belirtmektedir. Burada belirttiği önemli bir husus da son olarak açılan yeni alışveriş merkezinin halk arasında daha popüler olduğudur. Bu durumun da insanlardaki aşırı meraktan kaynaklandığını dile getirmektedir:

*Mesela Galeria ilk açıldığında tıklım tıklımdı. Ayak basamıyordunuz. Galeria’dan sonra Mega Center açıldığında Mega Center öyle oldu Galeria boşaldı. Ee şimdi Mega Center çok kalabalık değil, bu sefer Ninova çok dolu. Şimdi de Ceylan Karavil tıklım tıklım. İşte yakında Forum açılacak. Bu sefer de oraya akın edilecek. Yani böyle aşırı bir merak var (G10, Kadın, 40, Sosyolog).*

Katılımcıların belirttiği alışveriş merkezlerinin mekânsal olarak Diclekent ve Metropol semtlerinde yoğunlaştığı belirtilmesi gereken bir husustur. Son zamanlarda açılan büyük alışveriş merkezleri de hep bu civardadır. Diyarbakır’da “Doğu ve Güneydoğu’nun En Büyük Alışveriş Merkezi” sloganıyla açılan “Ceylan Karavil Park Alışveriş Merkezi” bunun en güzel örneğidir. Önemli mağazalara sahip olmasıyla, ulusal (Mado, Bursa Kebap, Sultan Ahmet Köftecisi gibi), yerel (Umut Ciğercisi, Buket

Lahmacun, Saim Usta gibi) ve küresel (Starbucks, The Hunger gibi) tatları aynı anda içinde barındırmasıyla, sinema, konser gibi kültürel faaliyetlere ev sahipliği yapmasıyla ve çocuklara yönelik eğlence faaliyetleriyle Diyarbakırlıların uğrak mekânlarından biri haline gelmiştir.

Diyarbakırlılar için alışveriş yapılan bir diğer yer Ofis semtidir. Katılımcıların bazıları Ofis semtinde cadde boyunca bulunan mağazalarda alışveriş yaptıklarını belirtmişlerdir.

*Alışverişimi özellikle alışveriş merkezlerinde yapmam. Çünkü genelde Ofis tarafında yaparım. Özellikle de “Dur buradan alışveriş yapayım” gibi bir şey yok. Gezerken hoşuma giden bir şey gördüğüm zaman alırım (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Kimi katılımcılar da alışveriş için özel bir tercihlerinin olmadığını, yeri geldikçe semt pazarına da gittiklerini belirtmişlerdir.

*Valla alışverişimi her yerden yaparım. Mesela giyimde olsun ben hiç seçmiyem. Yani bazıları diyor illahi kaliteli olsun, markalı olsun, o, bu olsun ben hiç şey etmiyem nerde kafama uydursa nerde hoşuma gittiyse burada da olsa kapıda da olsa yani markaya da gidiyık düşügede gidiyık (G.2, Kadın, 47, Ev Hanımı).*

*Ben bu semtte oturuyorum ve pazardan çok alışveriş yapıyorum. Başka arkadaşlarım da bu semtte oturuyor ve marketten alışveriş yapıyorlar. Marketi daha temiz daha hijyen ve düzenli buluyoruz diyorlar. Değişiyor. Ama semt pazarı da çok kalabalık söyleyeyim (G.10, Kadın, 40, Sosyolog.)*

Katılımcılar arasında pazardan alışveriş yapmanın, maddi durumunun kötü olduğu ve kalitesiz ürünleri kullanma şeklinde bir algıya sahip oldukları gözlemlenmektedir. Nitekim bir katılımcı, kesinlikle pazardan alışveriş yapmadığını şöyle vurgulamıştır:

*Kesinlikle pazarlardan yapmıyorum. (Çok aşırı vurgu yaptı) Çünkü pazarlardan çok aldım. Parayı boşa harcama bence, kalitesiz şeyler. Ama şimdi gidiyorum iyi mağazalara. Biraz pahalı oluyor ama iyi, kaliteli çıkıyor. Atıyorum deri ceket aldık eşime. Kol kısımlarında hafif biraz soyulma oldu. Gönderdik yenisi geldi. Ama ben onu*

*normal bir mağazadan alsam bir daha bana değiştirmezlerdi (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Son zamanlarda internet üzerinden sanal alışverişin hızla yaygınlaşması Diyarbakır'da da yansımalarını bulmaktadır. Günümüzde zaman yetersizliğinden yakınan insanların internette istedikleri marka ve lüks ürünlere rahatlıkla erişmeleri mümkün olabilmektedir. Bu sitelerde dünyaca meşhur markaların koleksiyonlarından seçilen ürünler de sunulmaktadır (Zeybek, 2013: 107-108). Katılımcılarımızdan bazıları internetten daha çok alışveriş yaptıklarını belirtmişlerdir.

*Valla şimdi alışverişim, benim çarşı olayım bitmiş. Şimdi internet, evde oturduğum yerde pratik (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Katılımcılara yönelttiğimiz “*Bu semtte oturanlar genellikle alışverişlerini nerede yaparlar?*” sorusuna da benzer cevaplar alınmıştır. Nitekim katılımcıların çoğu semt sakinlerinin de kendileri gibi alışveriş merkezlerini tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

*Buradaki insanlar, benim gözlemlediğim onlar da özellikle büyük marketlerden alışverişlerini yapıyor. Hani küçük parçaları, acil ihtiyacı olan şeyleri küçük marketten alıyorlar (G.13, Erkek, 37, Öğretmen).*

Katılımcılar, büyük alışveriş merkezlerinin semt sakinlerinin alışveriş etkinliklerinde önemli uğrak noktası olduğunu belirtmişlerdir. Katılımcılardan biri ise alışveriş merkezlerine bu kadar yoğun talep olmasını, alışverişin bir tür tutkuya dönüşmesiyle bağdaştırmaktadır.

*Alışveriş merkezleri. Herkesin tutkusu (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Alışveriş merkezlerine yoğun talep olmasına karşın küçük bakkal veya çevre marketlere gidenlerin sayısının azımsanamayacak kadar çok olduğunu da belirtmeliyiz. Her ne kadar katılımcılar kendilerinin daha çok süpermarketlere gittiğini belirtse de bu semtte hemen hemen her köşede yerel marketler (ÇARMAR gibi) ve BİM, A101

gibi ülke genelinde yaygın marketlerin bulunması, buralardan yeterli talep olduğunun da bir göstergesi sayılabilir. Katılımcılardan biri bu tür marketlerle ilgili yaşadığı bir olayı şöyle anlatmaktadır:

*Ben evime yakın olduğu için genellikle BİM'e giderim. Her gün işten sonra oraya uğrar, evimin ihtiyaçlarını alırım. Bir gün buralarda oturan uzaktan bir akrabamızla orada karşılaştık. Hal hatırdan sonra bana "Biliyor musun aslında ben hiç buralardan alışveriş yapmam. Ayda bir Migros'a gideriz. Bütün ihtiyaçlarımızı oradan alırsınız. İşte mecbur kaldım da ondan geldim." Yani bana diyor ki burası ucuz ve kalitesiz yerler. Ben buraya gelmiyorum. Ben de ona biraz kızarak dedim ki. " Valla .... Abla ben hep buraya geliyorum. Ne olacak ki yani" (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

Görüldüğü gibi kaliteli olarak görünen büyük marketlerden alışveriş yapma isteği aslında tüketimin kimlik ve statü ilişkisiyle de alakalıdır. Satın alma, yalnızca ürünler arasında bir tercih yapmak değil, bununla birlikte değerlerindeki bir tercihtir (Zorlu, 2006b: 90). Küçük marketlerden veya pazardan alışveriş yapmak, çoğu zaman oluşturmak istedikleri kimliklere ters düşmekte, büyük marketlerden alışveriş yapmak ise bir tür statü göstergesi durumuna dönüşmektedir. Prestijli ve kalitesi olduğuna inandıkları marketlerden yaptıkları alışveriş, kimlik ve statülerini göstermede bir tür araç işlevi görmektedir. Ayrıca bireyin tüketici olarak yetersizliği, tüketim toplumunda aşağılanmaya neden olan asıl konudur. Yoksun bırakılmanın, aşağılanmanın toplumsal dışlamanın üzüntüsüne dönüşen bu yetersizlik, tüketimin yeterince yerine getirilememesinin güçsüzlüğüdür (Bauman, 1999: 60). Katılımcının bahsettiği bu olaydaki kişi de BİM'de alışveriş yaparken görünmenin, tüketici olarak yetersiz algılanmasına neden olacağını düşünerek açıklama yapma gereği duymuştur.

Katılımcılardan bazıları da alışveriş için başka şehirlere, özellikle de Ankara, İstanbul ve İzmir'e gittiklerini belirtmişlerdir.

*Ben İstanbul'a çok giderim. Alışveriş için. Orada her şey daha güzel. Bir keresinde evime halı almak için gittim. 10 metrekare halı istedim halıcıdan. Adam şaşırdı. Abla sen nerede oturuyorsun? dedi. Ben de Diyarbakır'da dedim. Diyarbakır'da o kadar büyük ev var mı? diye şaşırdı adamcağız (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*



*Alışveriş için şehir dışına çıkan tanıdıklarım var. Mesela benim ablam. Benim ablam yılda 2 kez Ankara'ya gider. Orayı seviyor. Ya da İzmir, Antalya'ya gidiyor. Oradan alışveriş yapıyor. Valizleri dolduruyor çocuklarımızın yaşına göre. Yılda 2 hatta 3 kez alışverişlerini böyle yapar. Hem kendine hem de bize getirir (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Son zamanlarda yaygınlaşan internetten sanal alışveriş de semt sakinlerinin alışveriş etkinliklerinde başvurdukları bir yöntem olduğunu bir katılımcımız şöyle belirtmektedir:

*İki üç sene öncesine kadar genelde alışveriş merkezlerini tercih ederlerdi. Ama şu an gözlemlediğim kadarıyla internet alışverişi çok başlamış. Herkesin internet üzerinden alışveriş yaptıklarını görüyorum (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Görüldüğü gibi Diclekent ve Metropol sakinleri, tüketim pratiklerinde odak nokta olan alışverişlerini daha çok büyük alışveriş merkezlerinde yapmayı tercih etmektedirler. Tüketim pratiklerinde büyük alışveriş merkezleri onlar için bir statü ve prestij kaynağı da olabilmektedir. Yeteri kadar tükettiğini göstermek, kaliteli ve pahalı ürünleri almak için bu merkezler tercih edilmektedir. Katılımcılar semt pazarlarına ve küçük marketlerde alışveriş yapmanın statülerine ve oluşturmak istedikleri kimliğe zarar verdiğini düşünmektedir. Tüketici olarak yetersizlik algısının oluşmasını engelleme isteği, çoğu zaman katılımcıların alışveriş etkinliklerini yönlendiren bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan gözlemlerde büyük alışveriş merkezlerinin çok kalabalık olmasına rağmen semt pazarlarında ve küçük marketlerde de rağbetin çok olduğuna rastlanmıştır. Katılımcılar arasında alışverişini büyük şehirlerde yapanlar da vardır. Yine son zamanlarda sanal alışverişin tüm dünyada ve ülke genelindeki gelişimine paralel olarak semt sakinleri de bu alışverişi sıklıkla kullanmaktadır.

### **5.3.2. Tüketim Pratiklerinin Yoğunlaştığı Alanlar**

Bourdieu, tüketimin gelirin basit bir fonksiyonu olmadığını, bazı durumlarda bir gösterge olarak gelirin tüketim örüntülerini ortaya koyduğunu belirtmektedir (Akarçay, 2013: 288). Katılımcılara yönelttiğimiz “*Harcamalarınızdaki en büyük kalem nedir?*” sorusuna katılımcılar en başta yeme-içme olmak üzere eğitim masraflarının çok

olduğunu belirtmişlerdir. Giyim, kredi borçları ve otomobil masrafları da bunu takip eden harcamalardaki diğer kalemlerdir.

*Oğlum özel okula gidiyor. Hani belki rakam olarak o yüksek ama. E bizim evin maliyeti de yüksek. Isıtması, suyu, aylık aidatı. E biraz masraflı yani (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

*Valla hepsi var. Bizde iki araç var. Çocuk o da ciddi bir şey. Özel okula gidiyor. Mutfak, çocuk, araba hepsi eşit bir şekilde dağılıyordur yani (G.27, Erkek, 33, Müteahhit).*

*Benim eşimin araba ve sigarası. Arabasının hemen her gün deposu boşalır. Benzin alır. Eşim günde bir paket Parliament içiyor. Çocuklarım üniversitede çiftler çiftler okuyorlar. Eğitim masraflarımız da çok. Mesela ayda hesaplıyorum 5-6 milyar bizim evimize az bile (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Yeme-içme masrafları katılımcıların hemen hepsinin harcamalarında başrolde bulunmaktadır. Katılımcılar çoğu günler dışarıda yemek yemekte, dolayısıyla da yeme-içme masrafları kabarık görünmektedir. Bu durum Diclekent ve Metropol civarındaki lüks restoran ve yöresel tatları sunan kebab-lahmacun evlerinin hemen her zaman dolu olmasının bir açıklaması olabilir. Ayrıca Diyarbakırlıların ailece akşamları dışarıda yemek yeme kültürlerinin çok geliştiği de belirtilmelidir. Hatta gündüz kadınlar arkadaş buluşmalarını bu lokanta veya restoranlarda yapmaktadırlar. Bu durum tüketimci kapitalizmin mekânları dönüştürmesiyle açıklanabilir. Aytaç'a göre "tüketimci kapitalizmin, tüketim ortam ve süreçlerine büyük yatırımlar yapması, geniş kitleler için kentsel mekânlara yönelmeyi cazip hale getirmiştir. Restoranlar, birbirinden farklı tat ve lezzetler sunan egzotik, etnik, yerel ve fast food türü yemek mekânları, hem kentli kalabalıklar arasına katılmak, kamusal deneyim yaşamak hem de birbirinden leziz yemekler tatmak için kitleler, evden çıkarılmak için adeta kışkırtılmıştır. Modern kentler de farklı lezzetlerin, tatların, beğenilerin çığınca yarıştığı, kitlelerde "aranılan" ve "arzu edilen" tatlar, imgeler üretme peşinde koşan restoranların kaotik bir aradalığına sahne olmaktadır" (Aytaç, 2012: 508).

Katılımcıların çocuklarının eğitimi, harcamalarda üst sıralarda görünmektedir. Bunun nedeni ise çocuklarını daha çok özel okula göndermeleridir. Katılımcılardan

bazılarının belirttiği otomobil masraflarının çok olması, hanede iki veya daha fazla arabanın olması, benzin ve kredi şeklinde kendisini göstermektedir.

Görüşmelerde harcamaların büyük bir kısmının da ev veya araba kredilerinden oluştuğu belirtilmektedir. Burada yaşayan memur kesimin ev alırken daha çok uzun vadeli kredilere başvurmaları onların gelirlerine büyük ket vurmakta; uzun yıllar bitmeyen kredilerle boğuşmak durumunda kalmaktadırlar.

*Yani yeme-içmeye gidiyor. Tabi ev kredisi, araba kredisi de var. Ben araba da aldığım için fazla çektim (G.13, Erkek, 37, Öğretmen).*

*Evleneli 9 yıl oldu. Biz hemen ev aldık. Çok erken. Sonra araba aldık. Sıfır olsun falan neyse. 9 yıldır sürekli evin borcu, arabanın borcu bitsin onu bekledik. Evi yeniledik mesela. Ama kendi temel ihtiyaçlarımızdan hiç kısmadık. Giyimde hiç israfa kaçmadık. Hani böyle 8-10 takımım olsun derdine düşmedim. Yani daha azıyla yetinmeyi bildik. Eşim de öyle mesela o konuda çok şey değiliz. Hep diyoruz bir ispat çabamız yok biz böyleyiz. Ama yeme içmemizden kesinlikle kısmadık. İsrafa da kaçmadık. Daha çok bizim dokuz yıldır harcamalarımız ev ve arabadır (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri dışarıda yemek yemenin çok fazla olduğunu vurgulayarak bütün restoranların ve alışveriş merkezlerinin çok kalabalık olduğunu belirtmektedir. Bir ölçüde Diyarbakır'da tüketim etrafında örgütlenen bir hayatın olduğunu şöyle ifade etmektedir:

*Tüketim çok fazla. Kıyafet, ev alışverişi ne bileyim. Tüketim. Dışarıda yemek. Eskiden mesela çok az yenirdi. Şimdi çok fazla. Nereye gitseniz çok kalabalık. Ninova'ya gidiyorsun Ninova kalabalık, restoranlara git restoran kalabalık. Herkes ama herkes dışarıda (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

Günümüzde ekonomik değerın piyasa içerisinde eşitsiz dağılması tüketimi engelleyen bir faktör değildir. Finans sermaye, kültür araçlarıyla tüketim rızası yaratılan bireyin şimdiki boş zamanında, geleceğin iş yaşamından elde edeceği ücreti harcaması beklenir. Tüketicinin elinde bulunmayan ekonomik değerle, metada aslında bulunmayan ama sergilenen estetik unsurları satın aldığı gibi tüketicinin kredi kartı,

kredi ve taksit imkânlarıyla geleceğini, kurgulanan ütopya için sattığı görülür (Akyol, 2012: 109). Bu durumu “Protestan etikten romantik etiğe”, tasarrufa önem veren toplum tipinden borçlu yaşamaya odaklanan bir topluma doğru geçiş olarak da görebiliriz (Öztürk, 2012: 625).

Herhangi bir ekonomik sermayesi olmayan memur kesim için krediler, bir üst sınıfa geçme isteklerini tatmin etmektedir. Kredi çekme, bu kesimin belki de çalışarak ve biriktirerek hayatları boyunca ulaşamayacakları imkânları ona sunmaktadır. Ama her güzelliğin bir bedeli olduğu gibi bu refah ve lüks hayatın da bedeli uzun yıllar süren bir kredi sarmalında dönmektir. Böylece kredi kartlarıyla insanlar henüz kazanamadıkları paraları harcayarak borçlu bir yaşam tarzını ortaya çıkarmaktadırlar (Yanıklar, 2006: 77). Belirtilmesi gereken bir nokta da kredi borçları ne kadar katılımcıları zor durumda bırakırsa bıraksın yine de yeme içmelerinden kısımadıklarıdır. Bu durum aslında Diyarbakır’ın geleneksel kültüründen gelen bir şeydir. Halk arasında “*boğazdan asla kısılmaz*” sözü, tam da bu durumu ifade etmektedir. Damak tadına önem veren Diyarbakır halkı, en zor şartlarda da olsa yeme-içme zevkinden asla vazgeçmemektedir.

Görüşmelerde katılımcıların harcamalarındaki önemli kalemlerden bir tanesi de giyimdir. Çünkü kıyafetlerimiz, ekonomik, politik ve toplumsal statümüzü yansıtan temel öğelerden biridir (Zeybek, 2013: 2). Giyimin öteden beri Diyarbakır halkı için önem verilen hususlardan biri olduğunu söyleyebiliriz. Bir katılımcı bu durumu şöyle ifade etmişlerdir.

*Kıyafet. Hiç şaşmaz (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

Giyim, insanların statüsü ve kimliği hakkında önemli ipuçları veren bir araç olarak düşünüldüğünde, katılımcıların çoğunluğunun bahsettiği harcamalarda önemli bir miktarı oluşturması anlaşılabilir olmaktadır. Giyim, başkalarının kişi hakkındaki değerlendirmelerinde ilk kriteri oluşturmaktadır. “*İnsanlar kıyafetleriyle karşılanır, fikirleriyle uğurlanır*” sözünde de belirtildiği gibi insanlar hakkındaki ilk yargılara çoğumuz kıyafetlerine yani giyim-kuşamına bakarak varmaktayız. Bu nedenle katılımcıların giyim masraflarının ilk sıralarda olması anlamlı görünmektedir.

Kimi katılımcılar da ev dekorasyonuna çok harcama yaptıklarını belirtmişlerdir. Ev dekorasyonu son zamanlarda evin teşhirinde önemli unsurlardandır. Alver’e göre, “evlerin içi en az dış özellikleri kadar önemlidir. Eşyalar, duvarlara asılan levhalar, evi

dolduran hayat biçimleri, ev ahalisi, insanlar arasındaki ilişkileri, evin ruhu, evin bölümleri evleri mamur eden ana unsurlardır” (Alver, 2013: 99). Ev dekorasyonunun yani iç mekânın salt fiziksel ve fizyolojik gereksinimleri sağlama dışında kişiyi ruhsal dinginliğe ulaştırma ve motive etme gücü vardır (Yaşar, 2013: 318). Bachelard, evi insanın ruhuna ilişkin bir analiz aleti olarak ele alınabileceğini belirtmiştir (Bachelard, 2013: 29). Bu duruma paralel olarak Diclekent ve Metropol civarında dekorasyon mağazalarının çok olduğu ve insanların buralara yoğun bir şekilde rağbet gösterdiği görülmektedir. Özellikle gösterişçi tüketimde evin zenginliğini göstermede dekorasyon ürünleri önemli işlevler üstlenmektedir.

Ev, barınma işlevinin dışında bireyin kimliğinin ve sosyo-ekonomik statüsünün göstergesi (Akyol Altun, 2010: 217), insanın kendisini dışarıya nasıl yansıttığının bir seçimi (Alver, 2013: 95), insana ait değer yargılarının dışsallığını yansıtan bir imge (Yasak, 2012: 635) ve sağladığı prestij nedeniyle sınıfsal konumu taşıyan bir zemindir (Yaşar, 2013: 312). Kısacası adeta bir vitrin gibi misafirlere sunulan evdeki dekorasyon ürünleri de ev sahibinin hem ruhunu, hem zevkini hem de tüketiminin gücünü teşhir eden birer gösterge olmaktadır.

*Ev dekorasyonu ve yeme-içme. Ev dekorasyonunu seviyorum. Böyle incik boncuk hiç kopamıyorum. Evde varken bile ihtiyaç olmadan bazen onları tutamıyorum kendimi alıyorum (G.9, Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

Fromm (2006: 126), insanların birçok eşyaya kullanmaktan ziyade övünmek için sahip olduklarını belirtmektedir. Ona göre, kırılmasın diye hiç kullanılmayan pahalı yemek takımları, kristal vazolar, kullanılmayan birçok odası olan konaklar, gereksiz arabalar veya çirkin biblolar kullanılmaktan çok sahip olunmakla övülen nesnelere sahiptir. Dekorasyon ürünlerine son dönemlerde bu denli rağbet edilmesi de kendisiyle övülen nesnelere sahip olma isteğiyle açıklanabilir.

Otomobiller; ulaşım sağlama, konut; barınma, mobilyalar da kendi işlevleri yanında sahiplerinin toplumsal konumlarını yansıtır (Wernick, 1996: 113). Baudrillard’a göre, grup oluşunun davranış ve biçim matrislerini kodlayan sınıflandırmalar üretim/istihdam ilişkilerinden, maddi ihtiyaç ve çıkarlardan daha fazla kopmakta; doğaları giderek daha semantik hale gelen tüketim nesnelere özerk ve toplumu yapılandıran sistemler olarak işlemeye başlamaktadır. Bu yapılandırma

toplumsal tabakalaşmadan ziyade toplumsal farklılaşmaya katkı sunmaktadır (Pakulski, 2014: 229). Kendi kullanım işlevleri dışında farklı işlevler üstlenen bu tüketim ürünleri statü göstergesi olduğu kadar kimlik kurgusunda başrol üstlenmektedir. Katılımcıların da tüketim pratiklerini ihtiyaç ve gereksinimden çok bu işlevleri göz önünde bulundurarak yerine getirdiklerini söyleyebiliriz.

Diclekent ve Metropol’de yaşayanların tüketim pratiklerini öğrenmeye yönelik soruya katılımcılar kendi yaşam deneyimlerinden hareketle ve gözlemlerine dayanarak değerlendirmelerde bulunmuşlardır. Diclekent ve Metropol sakinlerinin tüketim pratiklerinde öne çıkan başlıklar ise ev dekorasyonu, lüks otomobil, giyim, yeme-içme ve eğitimidir.

En çok dillendirilen alan olarak öne çıkan ev dekorasyonu, eve dair harcamalar ve lüks otomobil semt sakinlerinin harcamalarında en önemli kalemdir. Ev eşyaları, günümüzün piyasa koşullarında öne çıkan tüketim, meta gibi kavramlar çerçevesinde anlaşılmalıdır. Eşya, bir tüketim nesnesi ve metadır. Toplumsal ilişkilerde eşyanın bir aktör olarak öne çıkması statü sembolü oluşuyla doğrudan ilgilidir (Alver, 2010a: 68-70). Metaların duygusal boyutuna dikkat çeken Deborah Lupton, tüketim metalarının ‘kimliğin maddi sembolleri’ olduğunu belirtmiştir. Bu durum doğrudan eşya ile statü arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Her toplumsal tabakanın, her sınıfın ve mesleğin kendine göre eşyayı algılama biçimi vardır. “Üst sınıf üyesi” eşyayı hem değişen kültürel tercihlerinin hem de geleneksel toplumsal ilişkiler sistemi içinde olduğu gibi statünün simgesi olarak kullanır, daha çok da gösterir (Alver, 2010a: 69).

Statü sembollerinin mekânsal göstergeleri düşünüldüğünde, konutun da sembolik ihtiyaçları karşılayan bir prestij nesnesi olduğu görülmektedir. Konut, tüketicinin hayat tarzını simgeleyen, sınıfsal bağları, inançları, sahibini veya içinde oturanı temsil eden bir amblem, simge ve gösteriş nesnesi olarak nitelendirilmektedir (Binay Kurultay ve Peksevgen, 2012: 194). Gösterişçi tüketimde asıl olanın servetin teşhir edilmesi olduğu söylenebilir. Bir başka deyişle sahip olunan servet ile saygınlık arasındaki doğrusal ilişki gösterişçi tüketimin ana unsurudur (Alver, 2010a: 114; Yanıklar, 2006: 143). Üst gelir grubuna hitap eden bölgelerdeki konutlarda daha çok kaliteye, konfora, görseelliğe dikkat çekilerek albenisi artırılmaktadır. Çünkü bu yapılar karşıladıkları işlevlerinin yanı sıra kendilerine sahip olan kişilerin gücünü, varlığını, düşünce ve inanışlarını, duygu ve dünya görüşlerini, bilgi ve becerilerini yansıtan

araçlardır. Çoğu kez de bu işlevleri ön plana alınarak tasarımları yapılmaktadır (Es, 2010: 105).

Ev, bir yandan ait olduğu grubun karakteristiklerini, yaşam biçimini, davranış kurallarını, çevresel tercihlerini, imgelerini yansıtırken; öte yandan kullanıcısının kendi ile ilgili imgelerini, kendini kanıtama ve anlatma eğilimlerini, böylece tasarım ve donatım biçimleriyle bireyin kişilik ve ayrıcalığını yansıtır (Yıldız ve Zümrüt, 2012: 395-396). Evi bir anlamda sahibinin kimliğine ve statüsüne dair önemli ipuçları veren bir gösterge olarak düşünürsek, zenginlerin servetlerinin teşhirinde, statülerini yükseltmede ve korumada bunlara neden bu kadar önem verdiklerini daha iyi anlayabiliriz.

Katılımcılardan biri semt sakinlerinin semte ilk taşındıklarında vasat düzeyde arabalara sahipken birkaç yıl içerisinde lüks arabaya yatırım yaptıklarına şahit olduğunu belirtmiştir. Bu durumu da insanların statülerinin farkına varmalarıyla bağdaştırmaktadır. Yani statüsü yüksek kişilerin lüks arabaya sahip olması gibi statüsünü yükseltmek isteyen kişilerin de arabalarını değiştirerek lükse yönelmeleri söz konusu olabilmektedir.

*Biz ilk gittiğimiz zaman insanların mesela yeni geldiklerinden dolayı her hangi bir beklentileri yoktu. Ama sonra orda oturanlar bir şekilde orada bir statüye sahip olduklarının farkına vardılar. Artık ne şekil vardılarsa? İlk önce altlarında normal, sıradan 10-15 binlik arabaları olduğunu gözlemledim. Ardından bunun iki üç katı üzerinde arabalara harcama yaptıklarını gördüm. Orta düzey arabalardı çok kötü değillerdi ama sonra baktığımızda 60-65.000, 70.000'lik arabalar hepsinin altında oldu. En çok arabaya harcadıklarını düşünüyorum, onun dışında da alışveriştir diye düşünüyorum (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Bir katılımcı bu semtte ikamet edenlerin ev ve arabalarının lükslüğüne ve sürekli yapılan değişime dikkat çekmekte ve “*Bu değirmenin suyu nereden geliyor?*” diye şaşkınlığını dile getirmektedir.

*Valla şimdi gördüğüm kadarıyla, evlerin lükslüğüne, araba değişimlerine, araba değiştiren değiştirene, şaşırıyorum bu değirmenin suyu nerden, aşırı kazanç var ama nerden geliyor meçhul (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Lüksün burada tanımının olmadığını belirten bir katılımcı lüks arabaların haddi hesabı olmadığını belirtmektedir:

*Lüks araba. Arabanın haddi hesabı yok. Özellikle lüksün burada tanımı yok, sonu da yok yani. Onu görüyorum (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Ev dekorasyonuna çok harcadığını belirten bir katılımcı, çevresindeki bir kişinin evinin salonuna aldığı konsolun 27 milyar olduğunu söyleyerek şaşkınlığını dile getirmektedir. Bu durum zenginlerin statüsünü artırmak için gösterişsel pahalı harcama ve israf etme unsurunu kullandıklarını akla getirmektedir. Veblen'in de belirttiği gibi zenginlerin hemen hiçbir şekilde başkalarınca bilinmeyecek ve görülmeyecek olan şeylerin tüketiminde de önemli bir adetsel pahalılık unsuruna dikkat ettikleri görülmektedir (Veblen, 2005: 77-85). Ayrıca yeni zenginlerin kendilerini yeni sınıflarına kabul ettirebilmeleri için ne kadar zevkli ve eli açık olduklarını sergilemeleri gerekmektedir (Duman, 2008b: 112).

*Eve çok harcıyorlar. Geçen gün kuaförde anlatıyorlar. Bir tane bayan konsol almış. 27 Milyar. Çok müthiş paralar harcıyorlar evlere (G.17, Kadın, 38, Öğretmen).*

Şaşıla ev eşyalarının tarihinin bir açgözlülük ve görgsüzlük tarihi olarak görülebileceği gibi aslında duygusal bir travmanın tarihi olarak da okunabilir. Botton, bu şatafatın aşağılanma ve hor görülmenin baskısını ensesinde hisseden kişilerin bıraktığı bir miras olduğunu ifade etmektedir (Botton, 2010: 33-34). Dolayısıyla bir yandan ne kadar zengin ve eli açık olduğunu göstermeye çalışan yeni zenginler bir yandan da hissettikleri aşağılık duygusundan kurtulmaya çalışmaktadırlar.

Dış görünüşe çok harcadığını belirten kimi katılımcılar insanların gösterişsel bir harcama yaptıklarını belirtmektedir. Yaptıkları harcamanın da abartılı olduğunu düşünmektedirler.

*Valla benim gördüğüm kadarıyla hepsi dış görünüşe harcıyor. Yani evin içi çok güzel olsun böyle saray gibi olsun, arabamız çok güzel olsun. Budur yani harcamaları (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*



*Evlerini çevremde 3 yılda bir değiştiren var. Bazen abartıya kaçtıklarını düşünüyorum. Araba değiştirenler çok sık oluyor. Sonuçta araba arabadır. Aynı işi görüyor. Bunu gösteriş için yaptıklarını düşünüyorum (G.30, Erkek, 38, Kuyumcu).*

Bir katılımcı, insanların sürekli en yeni, en son çıkan ürüne doğru yönelindiklerini ve bunlara sahip olmaya çalıştıklarını belirtmektedir. Bu durum bu insanların içindeki hırstan da kaynaklanmaktadır. En üstün olma isteği, kimseden geri kalmama isteği içlerindeki hırsı körükleyen unsurlardır.

*Bence çok eşya değiştiriyorlar. Yani korkunç. İnanamıyorsun. Yeni perde çıkıyor hepsi alıyor. Halılar sürekli değişiyor. Ben 10 yıldır aynı halılarımı kullanıyorum. Ama bakıyorsun ipli çıkıyor ipliği almış, işte o inceler çıkıyor o inceyi almış. Perdelerini değiştiriyor. Ama bu çıkıyor onu alıyor. Öbürü çıkıyor onu alıyor. Ben bakıyorum çok büyük eşya ve ev hırsı var ya. Onda varsa bende olacak hırsı çok. O hırs çok. Aşırı. Altın. Kimin altını daha çok. Hani böyle takayım takıştırırım. Bir de böyle eşya. Onun evinde var benim evimde olması lazım durumu çok var (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan biri de sürekli eşya ve ev yenilemenin insanların içindeki tatminsizlik ve huzursuzluk duygusundan kaynaklandığını şöyle belirtmektedir:

*Bir şeyi fark ettim süs çok önemli. Evdeki dizayn çok önemli. Ya bakıyorum mesela sürekli evi yenileme çabası, sürekli eşya yenileme, birkaç yıllık eşyayı değiştirme. Sanki bir tatminsizlik bir huzursuzluk var da o şekilde tatmin olmaya çalışıyorlar. Ben üzülüyorum açıkçası. Böyle giyim kuşam bu ev dekorasyonu falan çok (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

Fromm'a göre, otomobil, toplumdaki yerin, benliğin ve kişinin başkalarını etkileme gücünün bir göstergesi haline dönüşmüştür. Yeni bir otomobil almakla benliğimize yeni bir yön, yeni bir bölüm kazandırmış oluruz. Sürekli eşya, otomobil değiştirdikçe de sahip olmanın getirdiği bir şeyleri denetleme, onların efendisi olma duygumuz yükselmekte ve bunlar yinlendikçe de içimizdeki zafer kazanmanın sevinci fazlaşmaktadır. Ona göre artık bireyler "kullan-at" felsefesini benimsemeye başlamışlardır. Yeni bir şey, otomobil, elbise veya teknik bir araç satın alındıktan belli bir süre sonra, kullanımından sıkılan veya bıkan bir kişi, piyasadaki en yeni modellere

sahip olmak tutkusuyla yanmaya başlar. Bunun için de eskisini atar yenisini kullanmaya başlar. *'Yeni olan güzeldir'* anlayışı, yani kazanmak, elde etmek, kullanmak ve atmak çağdaş yaşam düşüncesini belirleyen en önemli duygudur (Fromm, 1982: 119).

Sürekli ev, otomobil ve eşya değiştirme, sahip olunan tüketim malının işlevselliğini kaybetmesinden ötürü değil, barındırdığı imajın eskimesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle postmodern tüketicilerin doyuma ulaşmalarının hiçbir zaman mümkün olmayacağı belirtilmektedir (Özbolat, 2012: 127). Bu durumu Odabaşı, *"yedikçe acıkan toklar"* şeklinde ifade etmektedir (Odabaşı, 2006: 191). Schopenhauer'a göre, "iradenin arzuları sınırsız, talepleri de sonsuzdur. Tatmin bulan her arzu bir yenisini doğurur. Dünyada hiçbir tatmin, iradenin özlemini gidermeye, sınırsız arzularına sınır koymaya ve yüreğindeki dipsiz kuyuyu doldurmaya yetemez" (Foley, 2012: 23).

Hedonist tüketici, arzuladığı nesneye eriştiğinde, nesnenin tüketiciye sağladığı haz da yok olmakta ve tüketici, yeni arzu nesnelerinin arayışı içine girmektedir. Burada asla doyuma ulaşamayan bir tüketici imajı söz konusudur (Özcan, 2007: 53). Hedonik tüketim anlayışında ürünün ne olduğundan çok, neyi temsil ettiği önem kazanmakta, yarattığı haz birey için ön plana çıkmaktadır (Zeybek, 2013: 44).

Bauman'a göre, tüketim toplumunda hiçbir zevk ve tüketim nesnesi bireyde kalıcılık duygusu oluşturmamaktadır. Ona göre, imrenilen ve hayali kurulan eşyalar bir kez elde edildikten sonra yeni ve daha gelişmiş olan versiyonları tarafından gözden düşürülüp değersizleştirilmektedir. Bu şekilde hiçbir gereksinim ya da hiçbir arzu tatmin edilmemekte, geçicilik yaşamın varoluşsal anlamı olarak genel kabul görmektedir (Bauman, 2014: 93-94). Bu durum bir katılımcı tarafından şöyle ifade edilmiştir:

*İnsanoğlunun doğasında var. Hiçbir zaman gözü doymaz. Mal, mülk. Yani şeydir, Kim derse yeterdir, hani ben çalışmam. Ne kadar olursa olsun hani bir şeyler daha ister. "Doyumsuzluk sendromu"var bizde. Gerçekten de diyorum doyurulamayan bir doyumculuk var. Dozajı ayarlayamıyorlar (G.33, Erkek, 40, Müteahhit-Mimar).*

Slater'e göre, itibar ve seçkin bir konum elde etmek isteyen insanlar, sürekli yeni istekler yaratmakta; moda da sürekli bir yenilik ve açlık ile itibar arayanlara hizmet etmektedir. Fakat bitmeyen isteklerin bedeli ise sürekli bir doyumculuk durumudur (Günindi Ersöz, 2013: 517). Alfred Adler'e göre, insanın temel dürtüsü üstünlük elde

etmektir. Yaşamın temel amacının kişinin benliğini en mükemmel duruma getirmek ve çocukluğunda elde ettiği aşağılık duygusundan kurtarmaktır. Satın alınan evler, arabalar benliği mükemmel kılmaya ve başkalarına göre daha az aşağılık duygusu hissetmeye yöneliktir (Barışık, 2010: 108).

Robert E. Park'a göre, kent insanın yarattığı bir dünyadır. İnsan orada yaşamaya mahkûm olduğu için kenti inşa ederken, dolaylı olarak da kendini inşa etmektedir (Özdemir, 2012: 164). Böylece insan duyduğu yoksunluğu ve eksikliği gidermek için yaşadığı yeri de ona göre inşa edecektir. Çünkü bir şeye gereksinim duymak, insanı eksik olan şeyi doldurmaya çabalamaya ve bu yolla gereksinimini gidermeye sevk etmektedir (Paquot, 2010: 34). Benzer şekilde kendisi müteahhit olan bir görüşmeci, bu durumu insanların eksikliğini hissettiği şeyleri doyurmaya çalışmasıyla ilişkilendirmekte ve insanlar arasındaki rekabetle birlikte lüksün Diyarbakır'da adeta bir çılgınlığa dönüştüğünü belirtmektedir:

*Toplum en fazla neyi eksikse ona yönelir. Ben buna inanıyorum. Dolayısıyla yıllarca ihmal edilmiş, yüzyıllık bir ihmal var bu şehirde. O yüzden ekonomisi güçlendikçe en çok neyi eksiktir? Yaşam alanı eksik. Yolları, evleri yapamamışlar. Para kazanamamışlar. Parayla da buluşunca neyi eksikse ona yönelmişler. Dolayısıyla aynı zamanda rekabetin de getirdiği bir şey var. Bir çılgınlık yani. Diyarbakır'daki lüks biraz aşmış. Lüksün ötesine gitmiş. Çok büyük paralar iç ve dış cephelere harcanıyor. Bu lüks beraberinde de garip şeyler getiriyor... Lüksün ve tasarımın sınırı yoktur. Bu işler sınırsızdır. Dolayısıyla bu doyumla da alakalı. Yani eğer göz, gönül doydursa sınırı var. Ama bir doyumsuzluk var. Geçmişten gelen bir açlık var, bir eksiklik var. Dolayısıyla elde ettikçe açlık kapanacağına gittikçe açlık daha da büyüyor (G.33, Erkek, 40, Müteahhit-Mimar).*

Başka bir müteahhit de lüks merakının bir özenti olduğundan bahsetmekte ve bu insanları “aç kabadayı” olarak nitelendirmektedir. Buradaki insanların Batı'daki veya Avrupa'daki insanlara özenerek lükse yöneldiğini ancak yaşamayı da bilmediğini belirtmektedir:

*Aslında bizim millet biraz lükse meraklıdır açıkçası. “Aç kabadayı” diyoruz ya bazen halk tabirimizle. Yani bir özenti var. İstanbul'a, Batı'ya, Avrupa'ya, televizyonda*

*gördüğümüz şeylere bir özeni var halkımızda. Biz lüksü seviyoruz yani. Bakıyorsun burada olan lüks arabalar İstanbul'da yok. Ama yaşamayı bilmiyoruz ha. Sadece onlara para veriyoruz.(gülüyor) Batı'daki geziyor, eğleniyor biz de onlara para veriyoruz (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi-Müteahhit).*

İnsanların amacı gereksinimleri gidermenin ötesinde tüketim yapmaktır. İnsanların kimlikleri, daha fazla tüketmek üzere kurulmuştur. Burada bireyi hareket geçiren güdü, gereksinim değil, anlık tatmindir (Dağtaş ve Dağtaş, 2009: 69; Karakurt Tosun, 2010b: 165). Bu durum materyalist toplumların özelliklerindedir. Çünkü materyalist toplumlar mala ve hizmete karşı sınırsız bir açlık gösteren insanlardan oluşmaktadır. Bu toplumlarda başarı, para ve paranın satın alabileceği şeylerle simgelenmiştir. Bireylerin ne oldukları değil, neye sahip oldukları önemlidir (Odabaşı, 2006: 128-129). Tüketim toplumunda toplumsal yaşam için gerekli bir araç olan para, artık bir araç olmaktan çıkarak amaç haline dönüşmüş, bütün değerlerin tek ve vazgeçilmez ölçüsü haline gelmiştir (Odabaşı, 2006: 193). Para bir nevi eşitleyici işlevi görerek kültürde maddileşmeyi sağlamakta; her şeyin satılabilir ve satın alınabilir olduğu düşüncesini yerleştirmektedir (Zorlu, 2008: 17).

Bauman'a göre, modernleşmenin itici gücü üretim olmakla birlikte, yeni dönemde tüketim öncelik kazanmıştır (Bauman, 2014: 92). Bu dönemin tüketime bakışı, hazcılığa odaklanan ve ihtiyaçlarla uyumluluk kriterini önemsemeyen bir anlayışı yansıtmaktadır. Yeni bakış açısına göre, tüketim simgeler ve imajlar içeren sosyo-kültürel bir süreçtir (Baudrillard, 2004: 83).

Tüketim, artık insanların kim oldukları, kim olmak istedikleriyle ilgili duyarlıklarını ve bu duyarlıklarını korumalarını sağlayan yöntemleri etkilemektedir. Kimlik duygusunun gelişimini çevreleyen olgularla çok içiçe geçmiş bir durumdadır (Barışık, 2010: 3). Sıradan tüketim mallarına iliştirilen romantik seveda, egzotizm, arzu, güzellik, doyum, paylaşım, bilimsel ilerleme ve iyi hayat imgeleri gündelik hayatın sıradanlığından sıkılan birey için yeni kimlik anlamları taşımakta ve alışveriş bireyi rahatlatan en vazgeçilmez faaliyetlerden biri haline gelmektedir (Featherstone, 2005: 39). Birey ne kadar çok şeye sahipse o kadar mutlu olacağını düşünür (Fromm, 1982: 25). Kişilerin lüks ürünleri satın almasında da daha çok "mutluluk güdüsü" etkili olmaktadır (Zeybek, 2013: 41). Robins'e göre ise tüketim artık sanal ve simgesel

olduğu için, hem gerçek dünyanın içinde olmaya hem de bu dünyanın acılarından uzaklaşmaya imkân vermekte ve bu yolla kişileri rahatlatmaktadır (Robins, 1999: 190).

Michael Foley, “*Saçmalıklar Çağı*” adlı kitabında tatminsizlik, tedirginlik ve arzularının hırsıyla huzuru kaçmayan kimse kalmadığını belirtmekte, insanların daha genç, daha saygın, daha yetenekli, daha tanınmış olmanın özlemini çektiğini ve hep daha fazlasını hak ettiğini düşünerek öfkelenildiğini ve huzursuzluk yaşadığını söylemektedir. Çağımızda reklamların ve kişisel gelişim endüstrisinin<sup>12</sup> sinsice pompaladığı “isterse herkesin her şey olabildiği” ve “her şeyin elde edilebildiği” varsayımı insanları mutsuzluğa sürüklemektedir (Foley, 2012: 2). Katılımcılar değerlendirmelerde sürekli ev, eşya ve otomobil değiştirme telaşı ve zenginliğini ispatlama hırsı içerisinde olan, bu nedenle yaşadığı tatminsizlik ve huzursuzluğu da harcama ve tüketim yoluyla yenmeye çalışan bir Diclekent ve Metropol sakini profili çizmektedirler. Bu durumu bazı katılımcılar şöyle ifade etmektedir:

*Hiç mutlu değiller dedim ya sürekli komşu aldı ben de alayım işte o başka bir eve taşındı ben de taşınayım öbürü araba aldı aman ben de almazsam olmaz sırf lüks olsun diye 2 3 araba kullananlar var. Evet aynı evde çocuklarının arabası var kendisinin var işte karısının arabası var. Kullandıkları telefonlar hep yeni çıkmış telefonları kullanıyorlar (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

*Aslında neyin özlemini çekersen mutluluğun onda olduğunu zannediyorsun. Örneğin arabadır, güzel bir evdir. Ama bunları yapıyorsun ama o mutluluk için yetmiyor yani. Şimdi bizim güzel bir evimiz oldu. Diyoruz bir çiftliğimiz olsun. İhtiyaçların sınırı yok, isteklerin de sınırı yok. Bir yerde tamam demek lazım. Hani bu bana yeter. O zaman mutluluğu belki yakalar ama 50 daire yapayım, 100 daire yapayım, 1000 daire yapayım. Bunları yaşadığımız için söylüyoruz. Çok da mutluluk verici şeyler değil yani (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi-Müteahhit).*

Başkalarından geri kalmama ve başkasında var olmayan şeylere sahip olma isteği de Diclekent ve Metropol sakininin tüketimindeki temel amaçlardandır. Tüketim

<sup>12</sup>Kişisel gelişim endüstrisinin “Zengin Olmanın Kuralları”- Richard Templar, “Herkes Zengin Olabilir”- Arif Orhan, “98 Günde Nasıl Zengin Olunur”- Emre Aygün, “Olağanüstü Bir Hayat Yaratabilirsiniz”- Louise Hay, Cherly Richardson, “Siz de Başarılı Olabilirsiniz”, Ali Özdemir, “Kaderini Değiştir”- Güneş Tan, “Büyük Düşün ve Büyük Ol”- Napoleon Hill, “Etkileyici Olma Sanatı”-Dianna Booher, “İyi hissetme Sanatı”- Mark William vd. gibi başlıklı kitapları insanlara yaşamda tatmine ulaşmanın kolay olduğunu benimsetmektedir. Ancak gerçekte bunun böyle olmadığı anlayan insanlar hayal kırıklığına uğramakta ve mutsuz olmaktadır.

ürünleri, toplumsal görüntümüzün ve yaşam biçimimizin oluşmasında önemli bir role sahip olmakla beraber başkalarından geri kalmamak, kendini beğendirme, ispat etme, prestij elde etme, onları geçme, aşma ve onay almak arzusu, tüketimi yüksek düzeye çekmektedir (Odabaşı, 2006: 50; Oskay, 2010: 179; Zeybek, 2013: 49). Dolayısıyla bireyler sadece ihtiyaçlarını karşılamak için tüketmemekte, kendilerini ispatlamak ve kendilerinden söz ettirmek için de tüketime yönelmektedirler. Ayrıca statü ve prestij yarışını kazanmanın diğer insanlarda olmayı elde etmekle sahip olunacağı anlayışı vardır. “Eşyalarla insanları geç” veya “İnsanlardan geri kalma” sloganları adeta toplumsal bir buyruk haline gelmiştir (Odabaşı, 2006: 39). Oktay Verel (2013: XIX), insanların vazgeçemedikleri lüks tutkusunun güzelleşme, şıklık, ayrıcalık sergileme ve üstünlük taslama tutkusundan kaynaklandığını belirtmektedir.

Geleneksel tüketim kalıpları ve geleneksel tüketim anlayışı değişirken, her şeyi tüketen, tüketmekten zevk alan bireylerden oluşan bu yeni toplum tipinde geleneksel toplumun “*üret ve biriktir*” anlayışının yerini “*tüket ve üstün ol ve tükettiğini göster*” şeklinde bir anlayış almıştır. Aşırı bireyci ve hazzı bir toplum anlayışı ile uyuşan, tüketimle tatmin olan birey tipi ile uygun olan tüketim kalıpları toplumda egemen olmaya başlamıştır. Görüşmecilerden birinin söylediği “*Onda varsa bende olacak hırsı çok.*” sözü bu durumu özetler niteliktedir. Ayrıca başkalarına göstermek istediğimiz kimlik ve statünün ifşasında önemli bir unsur olan dış görünüşün en pahalı, en moda ürünlerden olması için en yeni çıkana yönelme ve böylelikle sürekli en lüks eve taşınma, en son model arabaya binme ihtiyacı ise gücü elinde bulundurma isteğinin bir sonucu olarak görülebilir.

Lüks ürünler, tüketicinin zihninde dilsel ve görsel göstergeler aracılığıyla bir tür çağrışımlar yaratmakta ve “sıradan olmayan”, “statü göstergesi”, “şıklık”, “seçkinlik”, “prestijli olma”, “nadirlik” gibi değerlere gönderme yapmaktadır. Böylece lüks eşyalar, işlevsel değerlerinden öte, bir “arzu nesnesi”, “bir itibar nesnesi” özelliklerine bürünmektedirler (Küçükdoğan, 2013: XXIII-XXIV). Pazarlama açısından ise lüks ürünler, üst gelir grubuna hitap eden, yüksek fiyatlı ve kalite açısından gelişmiş bir düzeye sahip tüketim mallarını içermektedir. Lüks ürünler, gelir arttıkça sıradan ve çok pahalı olmayan ürünlere göre talebin orantısız olarak arttığı ürünlerdir (Zeybek, 2013: 12).

Lüks ürünler, ender bulunan, pahalı oldukları için ayrıcalıklı, seçkin ve seçilmiş bir topluluğa has bir ürün olarak görülmektedir. Fiyatının pahalı olması, ona hesaba

sığmayan bir hava katmakta, başkalarının ona imrenmesine neden olmakta bir yandan da taklitlerinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Paquot, 2010: 107). Teknolojik imkânların gelişmesiyle birlikte günümüz tüketim toplumunda lüks, herkesin bir şekilde ulaşabileceği bir noktaya taşınmış durumdadır (Paquot, 2010: 13). Benzer şekilde lüks ev, eşya ve araba tutkusunun sadece zenginlere has bir durum olmadığını, günümüzde kredi olanaklarıyla bu imkânlara herkesin kavuştuğunu kimi katılımcılar şöyle belirtmektedir:

*Arabadır, elbisedir, mobilya, eşya. Veya bu lüks evler. Ama bu tabii sadece çok zenginlerde değil herkes de oluyor. Bakıyorsun iki eş öğretmendir. Gidiyor. 250 milyarlık ev almaya çalışıyor (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi-Müteahhit).*

Bir katılımcı Diclekent ve Metropol'de çoğu insanın kredi çekerek bu semte geldiğini ve borçlu bir hayat yaşadığını belirtmektedir. Bu insanlar borç yükü altında ezilirken bir gün borçlarının bitmesiyle yapamadıklarını yapabilmenin hayalini kurmaktadırlar:

*Bu semtte şöyle bir durum da var. Mesela kredi çektiler geldiler. Yani aslında sanıldığı gibi bu Diclekent Metropol çevresi böyle çok zengin kişilerin oluşturduğu bir çevre değil. Banka kredisi çekiyorsunuz. Sonuçta borçlu oluyorsunuz. Bu çevrede öyle borçlu olan çok fazla var. Şunu diyorlar: “ Ben şu anda çok fazla yiyemiyorum ama bir borcumu bitireyim yemeye başlayacağım. Ben şu anda çok giyinmiyorum ama şu kredi borcum bitsin giyinmeye başlayacağım.” tarzında öyle bir kitle var yani. Öyle arsa zenginlerinin dışında gelen kitlenin kredi borcu çoktur yani (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

Bauman'a göre tüketim toplumu bir tasarruf cüzdanı değil, kredi kartları toplumudur. Bekleyen değil, her an arzu eden, isteyen bir toplumdur (Bauman, 1999: 50). Ritzer de kredi kartlarını tüketim araçlarını kullanabilmemizi kolaylaştıran bir mekanizma olarak görmektedir (Ritzer, 2011: 56). Tüketim toplumunda düşük gelire sahip olanlar her zaman daha fazla tüketim yapma yani daha fazla mal ve hizmetten yararlanabilme özlemi içinde bulunmaktadırlar (Yanıklar, 2006: 207). Konut ile gelecek statü için kitleler uzun yıllar sürecek borçlanmaları ve borç yükü altında geçecek bir

hayatı göze almaktadırlar. Hiçbir iktidarın kabul ettiremeyeceği bu yoksullaşmaya, kitleleri gönüllü ve hatta ihtiraslı bir biçimde yönlendiren medya ve reklamların başarısı ise göz ardı edilemez (Çavuşoğlu, 2014: 32). Gerçekten de arzuları ve istekleri sonucu kredi imkânlarıyla her istediğine bir an evvel kavuşan bu insanlar, uzun yıllar sürecek borçlarının bitmesi özlemiyle yanıp tutuşmakta, borçlarının bitmesinden sonraki yapacağı tüketimlerin özlemini çekerek, bunun hayalini kurmaktadır.

Kredi çekerek istedikleri hayata ulaşmaya çalışan insanlardan oluşan yeni toplum tipinin neoliberalizmin bir getirisi olduğunu belirten Lazzarato, bu insanları tanımlamak için “borçlandırılmış insan figürü” betimlemesini kullanmaktadır. Çağdaş ekonominin itici gücü olarak borç, neoliberal politikaların stratejik merkezidir. Baudrillard da bu durumu “krediyle birlikte tam anlamıyla, emeğinin bir kısmının derebeyine peşinen borçlanıldığı feodal bir duruma, köleleştirilmiş emeğe geri dönüyoruz” sözleriyle ifade etmektedir (Lazzarato, 2014: 15-25).

Katılımcılardan bazıları da çocuklarının eğitim harcamalarının çok olduğunu belirtmiştir. Ayrıca çocuklara karşı onların her dediğini yapma, her istediğini alma şeklinde abartılı bir yaklaşımın olduğunu belirtenler de vardır.

*Ayrıca çok dikkat ediyorum. Çocuklara fazlasıyla harcama yapılıyor. Bir komşum var. Onunla da böyle samimiyiz. İki tane çocuğu var. İşte “Mina’nın canı tatlı istedi. Hemen gittik tatlıya”, “Mina yemek istedi.” Sürekli onu örneklendiriyor. Mina bir oda takımı beğendi diye bebek oda takımını değiştirdiler. Gittiler ona yeni aldılar. Burada bir abartı var çocuklarına karşı herkesin (G. 9, Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

*Herkesinki çoğunlukla eğitim şu anda. Çocukların hepsi dersane ve özel okullarda daha çok (G.3, Kadın, 35, Ev Hanımı).*

Gençlerin ve küçük çocuk tüketicilerin eskisinden daha fazla ekonomiye dâhil olduğunu belirten Ritzer (2011: 53), tüketimle ilgili aile kararlarında çocukların büyük rol oynadığını ifade etmektedir. Ellen Goodman’ın “Piyasa, çocukları kısa pantolonlu tüketicilere dönüştürdü” sözü bu durumu çok güzel ifade etmektedir.

Çocuklar tüketim toplumunda hayatın merkezinde bulunmaktadır. İnsanların yaptığı çoğu tüketimin en önemli nedeni de, çocuklarının başka çocuklardan geri kalmaması, onları sahip olduklarıyla geçmesini istemeleridir. Böylece ebeveynlerdeki başkalarından geri kalmamak adına yapılan tüketim hırsı, çocuklara da aşılanmaktadır.



Çocuk merkezli bir yaşamın sonucu olarak daha önceki bölümde güvenilirliğin tercih edilmesinin nedenleri arasında çocuklara özel önem verilmesi, tüketim pratiklerinde de etkin bir rol oynamaktadır. Çocuklar için en iyisini, en kaliteliyi istemek ya da onların diğer arkadaşlarından geri kalma duygusunu yaşatmamak adına tüketim yapılmaktadır.

Yapılan görüşmelerde giyim, harcamalardaki önemli bir kalem olarak görünmektedir. Katılımcıların bazıları Diclekent ve Metropol’de yaşayan zenginler için markalı kıyafetin çok önemli olduğunu ifade etmektedirler. Çünkü markalar, insanlara kendilerini belirli bir yaşam tarzını takip eden kişiler olarak tanımlama olanağı vermektedir (Bruce ve Harvey, 2010: 39). Gösteriş seven bir toplum olduklarını belirten bir katılımcı insanların markaya çok önem verdiklerini ve adeta bir yarış içine girdiklerini belirtmektedir:

*Giyime çok harcanıyor. Giyim, ev eşyası, gösterişi çok seven bir milletiz (G.18, Kadın, 38, Mimar)*

*Lükse harcıyorlar. Kıyafete harcıyorlar. Marka takıntıları var. Hep bunu aldım, bunu almadım. Yarış içindeler. Mesela diyor “Ben Kemal Tanca’dan ayakkabı aldım. Sen nerden aldın dediği zaman?” sen de şey oluyorsun. Soruyorlar bir de. Çantasında yazıyor kocaman Kemal Tanca. Ayakkabıda yazıyor. Kaynanamda bile yazıyor. Ayakkabısında onun da yazıyor. Sen de mi girdin bu işlere karı” diyorum.(Gülüyor) (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Gösterişçi tüketimde lüks ürünlerin tüketiminin teşhiri söz konusudur. Lüks ürünler ise, tüketiciler tarafından az bulunan, ayrıcalık sağlayan, pahalı, prestijli, özgün olarak algılanan ve yüksek düzeyde sembolik ve duygusal fayda ile ilişkilendirilen ürünlerdir. Tüketiciler, lüks ürünleri kendi kimlikleriyle ilişkilendirerek; zenginliğin göstergesi olarak diğer tüketicilerle kurdukları iletişim ve gruba aidiyet sağlamada bir araç olarak kullanılmaktadırlar (Sabah Kıyan, 2013: 59). Giyim, katılımcılar tarafından gösterişin önemli bir unsuru olarak görülmektedir. İnsanlar giyimiyle ve özellikle de markalı giyimiyle gösterişçi tüketim yapmakta, zenginliğinin ve gücünün ispatını markalı tüketim yoluyla göstermektedir. Satın alma ve alışveriş eylemlerinden yararçı ve hedonik olmak üzere iki tür beklenti umulmaktadır. Yararçı beklentilerde ürünün işlevsel, nesnel özellikleri önemliken; hedonik beklentilerde ise, duygusal hazlar,

duygusal tepkiler, düş kurma ve estetik kaygılar ön plandadır (Odabaşı, 2006: 119). Marka tüketimi ise, hedonik beklentilerin bir çıktısı olarak görülebilir. Gösterişçi tüketim, bir kişinin toplumdaki statüsünü, mevkiini ve maddi gücünü göstermeye yarayan ve başkalarını kıskandırmaya sevk eden abartılı bir tüketim anlayışıdır (Baban, 2010).

Tüketim kültüründe, tüketilen nesneyle özdeşleşen birey, başkalarına çekici gelmek, onlar tarafından beğenilmek, kıskanılmak ve kendisinden daha üst seviyede olan birinin geldiği aşamaya gelmek için mücadelelerde bulunmakta; bu durum onda özgüven hissi yaratmaktadır. Rekabet, hırs, kıskanma, kıskandırma, üstün olma ve geri kalmama gibi duygularla yapılan bu tüketimin ise, gösterişçi bir tüketim olduğu söylenebilir.

İnsanların içindeki boşluğun bir sonucu olarak kimliğin dışarıdan görünmesini istemeleri artmaktadır. Bunun yansıması ise “*görülüyorum, o halde varım*” önermesinde anlam bulmaktadır. Bu talep kişinin bedensel anlamda görünmesinden tutun da yaşam alanlarının daha fazla görünürlük kazanacak şekilde tasarlanmasına kadar uzanmaktadır. Bu durum ise insanların başkaları tarafından tanınması, kendilerine hayranlık duyulması, kıskanılması, arzulanması isteklerinden kaynaklanmaktadır (Foley, 2012: 28-29).

Debord’a göre gösteri toplumunda göstermek olumlu bir durumdur. Ona göre toplum bir gösteri alanına dönüşmektedir. Çünkü “*görünen şey iyidir, iyi olan şey görünür*” (Debord, 2012: 38). Para ve gücünü metalar üzerinden gösteren insanlar, adeta bu yolla doyuma ulaşmaktadır. Söylemez, “*Görgüszüzlük Çağı*” adlı kitabında çağımızın insanların artık gösteriş meraklısı olduğundan dem vurarak Osmanlı’nın son döneminde insanların kendi evlerinden bahsederken “*bendenizin fakirhanesi*” diye söz ettiklerini belirtmektedir (Söylemez, 2013: 3). Şimdi ise evlerdeki gösteriş göze sokulurcasına ifşa edilmek istenmektedir.

Görüldüğü gibi katılımcılar, tüketim pratiklerinin yoğunlaştığı alanları yeme-içme, eğitim, giyim, kredi borçları, ev, araba olarak belirtmişlerdir. Yeme içme pratikleri Diyarbakırlılar için vazgeçilmez bir durum olarak görülmekte ve bu alan tüketimin en çok yoğunlaştığı alan olmaktadır. Çocuklarının eğitimine çok önem veren bu insanların çoğu çocuklarını özel okula göndermektedirler. Çünkü eğitim kültürel sermayenin aşılmasında önemli bir araç olarak görülmektedir. Yine giyim, insanların statü ve kimliğini sergileyen bir araç olarak görülmekte, lüks ve markalı giyim şeklinde

tezahür etmektedir. Evin teşhirinde önemli olan ev dekorasyonu da Diyarbakırlı zenginlerin önemli harcama alanlarından. Gösterişçi tüketimde ev sahibinin zenginliğini, statüsünü ve zevkini sergilemesinde ev dekorasyonu önemli işlevler üstlenmektedir. Katılımcılar tarafından sık sık vurgulanan lüks otomobil tutkusu, Diyarbakır'da çok fazladır. Bu durum otomobilin kendi kullanım alanı dışında kimlik ve statü inşasında önemli işlevler üstlendiğinin bir göstergesidir.

Diyarbakır'da bahsedilen alanlarda yapılan bu tüketimin gösterişçi bir tüketime tekabül ettiğini söylemek mümkündür. Prestij sağlama, üstün olma, geri kalmama ve insanları kıskandırma gibi duygularla yapılan bu tüketim etkinlikleri çoğu zaman amaçlanan mutluluğu sağlayamamaktadır. Bazı katılımcılar tarafından vurgulanan bu durum “doyumsuzluk sendromu” olarak tanımlanmaktadır. Doyumsuzca alışveriş ve tüketim isteğinin nedeni de bu insanların öteden beri içlerinde hissettikleri eksiklik duygusundan kaynaklandığı belirtilmektedir. Başkalarından üstün olma ve kendini ispat etme yarışıyla tüketim yapan bu insanlar kendilerini diğerlerinden ayırmak için pahalı ve lüks ürünlere yönelmektedirler. Veblen'in de vurguladığı tüketimde “pahalı” olma unsurunu sıkça kullanan bu insanlar en pahalı ve en lüks ürünlere sahip olmak için adeta birbirleriyle yarışmaktadırlar.

Tüketimde en lüks ve en pahalı ürünlere yönelme, en lüks evde oturma ve en son model arabaya sahip olma isteği bölgedeki aşiret yapısının izlerinin bir işareti olarak görülebilir. Çünkü aşiretlerde en zengin kişi sayılan ağanın en güzel ev ve en güzel ata sahip olması vs., onun gücünün bir simgesi olarak görülmektedir. Bu nedenle yeni zenginlerin de en lüks eve ve en son model arabaya sahip olmak istemelerinin gücü elinde tutma isteği olarak aşiret yapısının bir yansıması olduğunu söylemek mümkündür.

### **5.3.3. Tüketim Pratikleri**

Modern koşullar altında kimliğin ve sosyal statünün belirlenmesinde en önemli faktör üretim sürecindeki iş rolleri iken, postmodern kimlik oluşumunda en önemli faktör ise tüketim sürecindeki roller, tüketim davranış ve kalıpları olmaktadır (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 56). Bu nedenle tüketim toplumunda hayatın nasıl dönüşüp değiştiği tüketilen nesnelere bakılarak izlenebilmektedir. Giyim, ev, ev dekorasyonu, eğlence mekânları, eğlence tarzları, otomobil gibi göstergeler tüketim kalıpları hakkında önemli ipuçları vermektedir (Alver, 2010a: 112-113). Tüketici grupları da giderek

cinsiyet, yaş, sınıf gibi demografik bölünmelerle değil, yaşam tarzı bölünmesi ile ifade edilir hale gelmiştir. Yaşam tarzı, “bir kimsenin bedeni, giysileri, konuşması, boş zamanı kullanma şekli, yiyecek-içecek tercihleri, ev, otomobil, tatil seçimleri vb. gibi tüketicinin beğeni tarzlarının bireysel işaretleri” ile şekillenmektedir (Featherstone, 2005: 140).

Hayatın estetikleştirilmesini hedef alan, daha çok kültürel anlamla donatılmış simgesel malların aşırı üretimi ve tüketimi postmodernizmin özelliklerindedir. Tüketilenler, basitçe maddi nesnelere değil, onların taşıdığı anlamlardır. Gösterge ve sembollerin tüketim kültüründe bu denli önem kazanması postmodern dönemin bir özelliğidir (Kahvecioğlu Kaya, 2010: 56-57). Satın alınanlar yalnızca basit, doğrudan, faydacı bir kullanımı olan maddi bir nesne değil, bir anlam ileten, o sırada tüketicinin kim olmayı amaçladığını sergilemek amacıyla kullanacağı nesnelere dir. Sembolik anlamlar modern tüketicinin tüketim faaliyetlerinde olduğu kadar sanatsal etkinliklerden tutun da mekânsal pratiklere kadar yaşam biçimlerini etkiler (Mağgönül, 2006: 106; Bocoock, 2009: 59; Meder ve Çiçek, 2012: 313). Görüldüğü gibi yaşam biçimi, gündelik yaşamda sadece bir yaşam tarzına değil aynı zamanda kimliğe ilişkin göndermeler de yapmaktadır. Mike Featherstone’a (1991) göre de yaşam tarzı kavramı gerek kimlik gerekse de tüketim kavramlarıyla iç içe geçmiştir. Bireysel zevkler gösterildikçe, tekrarlandıkça, tüketim biçimi haline geldikçe ve bunların tümü kişiye dair bir şeyler söyledikçe “yaşam tarzı” kavramını kullanmak yerinde bir tercih olmaktadır (Mağgönül, 2006: 85).

Kentleri farklılaşan tüketim etkinliği çerçevesinde biçimlenen yaşam tarzlarının sahnelendiği alanlar olarak gören Chaney’e göre yaşam biçimleri, insanları birbirinden farklı kılan davranış biçimleridir. Yaşam biçimleri, kültürel yapılara bağlı olmakla birlikte, herbiri bir biçim, tavır ve gruba ait davranış kalıplarını ifade etmektedir (Chaney, 1999: 14-15).

Aktar’a göre de tüketim, toplumdaki alt, üst ve orta tabakalar için bir statü göstergesidir. Üst tabakalar toplumsal yaşamın yeme/içme, dinlenme/eğlence, giyim/kuşam gibi alanlarında gösterişçi tüketim sayesinde kendilerini toplumun diğer kesimlerinden farklılaştırıp statülerini pekiştirirken, orta ve alt tabakalar da temel harcamalarından kısım aynı gösterişçi tüketim davranışlarını taklit ederek toplumsal statülerini yükseltme gayreti içine girerler (Aktar, 1998: 111).

Bireylerin tüketim pratikleri “toplumsal değer” ifade etmektedir. Toplumsal değer ise, bireylerin kullandıkları parfümleri, taktıkları eşarpları, gittikleri kuaförleri, yemek yedikleri restoranları, tatil yaptıkları mekânlarıyla kişilerin iletişimde buldukları ya da bulunmadıkları dış çevreye karşı bir statü göstergesi olması ve kişileri ayrıcalıklı, seçkin kılan bir etmen olarak değerlendirilmesidir (Zeybek, 2013: 21).

Araştırmamız kapsamında katılımcıların tüketim pratiklerini öğrenmeye yönelik olarak onlara yeme-içme, giyim, otomobil, sağlık hizmetleri, eğitim, eğlence, seyahat ve tatil tercihleri hakkında sorular sorulmuştur. Bu bağlamda bu pratikleri ayrı başlıklar altında ele almak, Diclekent ve Metropol sakinlerinin tüketim pratiklerini daha anlaşılır bir şekilde tasvir etmemize olanak sağlayacaktır.

### **5.3.3.1. Yeme-İçme Etkinlikleri**

Görüşmelerde katılımcıların kendi harcamalarında en büyük kalem olarak gördükleri yeme-içme etkinlikleri, semt sakinlerinin tüketim faaliyetlerinde çok fazla öne çıkmamaktadır. Nitekim yapılan görüşmelerde katılımcılar, Diclekent ve Metropol sakinlerinin harcamalarında yeme-içme etkinliklerinden çok fazla bahsetmemişlerdir. Ancak yapılan gözlemlerde özellikle Diyarbakır’da tüketim faaliyetlerinde yeme-içmenin önemli bir yer tuttuğunu söylemek mümkündür. Çünkü lüks restoran ve kafelerin bu semtlerde yoğun bir şekilde açılması ve bu mekânların her daim müşterilerle dolu olması bunun bir göstergesi olarak görülebilir. Nitekim Atlı, son yıllarda Diyarbakır’da eşlerle ailece yemeğe gitmenin, yerel lahmacuncuya ve kadayıfçıya gitmelerin arttığını belirtmektedir (Atlı, 2014a: 84). Ayrıca Diyarbakırlıların damak tadına ve yeme-içmeye düşkünlüğü de daha önce belirttiğimiz hususlardandır.

Aytaç’a göre, “kentte sayısız restoran olmasına rağmen, bunların her biri farklı renklere, tatlara ve göstergelere sahiptir. Vitrinleri, menüleri, hizmet anlayışları, mekânsal düzenlemeleri itibariyle ayrıştırıcı yanlarını hemen hissettirirler. Her birinin kendine özgü tatları, damak zevkleri, beğeni standartları vardır. Müdavimler bu mekânlarda kendilerini bulur, arzu ettikleri yüzleri görür, mekâna ait gösterge, imaj ve işaretleri toplarlar” (Aytaç, 2012: 504).

Bugge ve Lavik, dışarıda yeme-içmenin lüks tüketim, gösterişçi tüketim, zorunluluk, zevk gibi toplumsal anlamlarının olduğunu, Warde ve Martens de eğlenme

biçimi, zevk, statü ve farklılaştırma göstereni haline geldiğini belirtmektedir. Ayrıca birey dışarıda yemek yerken yalnızca seçilen mekândaki yemeği değil, o mekânı da tüketmektedir. Günümüz toplumsallığında artık kişi yalnızca yediğini seçmemekte, mekânı da tercih etmektedir. Yeme-içme mekânları aynı zamanda sınıfsal buluşma (habitusun yeniden fark edildiği, yeniden üretildiği) mekânlarına dönüşmektedir (Akarçay, 2013: 290). Yapılan görüşmelerde katılımcılar, ailece rahat edebilecekleri, kaliteli ve lüks mekânlara gittiklerini belirtmişlerdir. Katılımcıların aile ve çocuklarının da rahat edeceği nezih ortamları tercih ettiği görülmektedir. Ayrıca Diyarbakır'da müdavimlerinin uğrak mekânlarından olan belli başlı restoranların adı ön plana çıkmaktadır. Yemek mekânlarının seçiminde Diclekent ve Metropol civarında olması şartı aranmamakta, bu konuda damak tadı ön plana çıkmaktadır.

*Valla değişiyor, zevk aldığım benim mutlu olduğum yerler, sevdiğim yerler olduktan sonra, hani yeri geliyor çay kahve içmeye buraya (MADO) gelirsin, yazın dondurma yemeye buraya gelirsin, yani tatlı canın istediği zaman Özsüt'e gidersin, balık istediği zaman Urfa yoluna giderim, damak tadını çok ararım her yerde her şeyi yiyemem, her yerde her şeyi sevmem (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

*Böyle belli yerlerimiz var işte burada ciğer yemek istiyorsak Diyar Ciğer Evi'ne gidiyoruz. Balıkçılar'da Dağkapı'da işimiz varsa Onur'a gidiyoruz oturuyoruz. Hani böyle çok her yere de gitmiyoruz açıkçası. Rahat edebileceğimiz yerlere gidiyoruz (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

Görüldüğü gibi katılımcıların yeme-içme etkinlikleri hayatlarında önemli yer tutmaktadır. Kaliteli ve nezih ortamlar, şık ve lüks restoranlarının müdavimi olan bu insanlar daha çok damak tadına önem vermektedirler. Yaptığımız gözlemlerde de tüketim pratikleri içerisinde Diyarbakır'da yeme-içme etkinliklerinin çok yoğun olduğunu söylemek mümkündür. Bu semtlerde son zamanlarda lüks restoran ve kafelerin yoğun bir şekilde açılması ve bu mekânların her daim müşterilerle dolu olması bunun bir göstergesi olarak görülebilir. Katılımcıların nezih ve kaliteli yerlere gittiklerini özellikle belirtmeleri onların bu mekânları sadece yeme-içme etkinliği için değil aynı zamanda statü mekânları olduğu için tercih ettikleri görülmektedir.

### 5.3.3.2. Giyim Tercihleri

Giyim tercihlerine baktığımızda katılımcılar, marka kullanmaktan ziyade kaliteli eşyalar tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Katılımcılardan bazıları, kalite, şıklık ve rahatlığın giyim tercihlerinde markadan daha öncelikli olduğunu şöyle belirtmektedirler:

*Güzel olan her şey, ucuz veya pahalı rastgele. Rast gelmişse ve güzelse alırım. Kaliteliyi de severim bu arada. Hepsini de bilirim. Farkındayım (G.9, Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

*Hayır, hayır hiç öyle marka takıntım yok. Yeri gelir hurdadan da giyerim yeri gelir en lüksünü de giyerim yeter ki bana yakışsın. Şimdi bilhassa rahatlığı çok ararım sadece şıklık değil ama şıklığı da rahatlığımın yanında asla kaçırmam, onu da yabana atmam (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Odabaşı'na göre, ait olunan sınıftan daha üst sınıfa ait olma isteği doğal bir güdüdür. Bu güdü de genellikle statü sembolleri durumundaki tüketim ürünleriyle tatmin edilmeye çalışılmaktadır. Kişiler aldıkları her ürün ya da markayla ait olmak istediği toplumsal sınıfını ve statüsünü sergilemeye çalışmaktadırlar. Örneğin, mesleğinde yükselen ve gelirlerinde artış olan bireylerin otomobillerini, yaşadıkları semtleri ya da eğlence anlayışlarını değiştirmeleri bu bağlamda anlaşılabilir. Böylece tüketiciler, ürünlere somut anlamları dışında öznel bir anlam ekleyerek tüketimlerini anlamlandırır (Odabaşı, 2006: 116). Ayrıca bireyler, salt kendi beğenileri, gereksinimleri ve duygusal tatminleri ötesinde başkalarının gözündeki toplumsal etkileri ve onların markalara yükledikleri anlamlar çerçevesinde de markaya yönelebilmektedirler (Zeybek, 2013: 22).

Görüşüğümüz kimi katılımcılar markaya önem verdiklerini ve markalı kıyafetler tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Zaten katılımcıların bazılarının marka takıntılarının olmadığını belirtmelerine rağmen yapılan gözlemlerde daha çok markalı kıyafetler tercih ettikleri görülmektedir. Belli markalardan giyinmelerinin sebebi olarak da ürünlerin kaliteli olması ve bir sorun çıktığında iade veya değiştirme imkânlarının diğer ürünlere göre rahat olmasını belirtmişlerdir.

*Özel bir marka tutkunluğum yok ama markalı ve kaliteli şeyler almaya çalışırım. İstanbul'dan, Antalya'dan veya Diyarbakır'dan alıyorum (G.8, Kadın, 33, Doktor).*

*Valla marka takıntılarımız var. Çünkü en azından iadesi yapılıyor. Mesela ben bir ceket almışım Kiğıllı'dan götürdüm geri verdim. Ayakkabı aldım Kemal Tanca'dan götürdüm geri verdim. Hemen de onaylandı. Bu güzel bir şey (G.26, Erkek, 32, Emlakçı).*

*Valla marka mecburen alıyorum. Tutkunluktan değil. İyi çıkıyor, kaliteli çıkıyor. Ondan dolayı (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Markalar kullanıcılarına statü ve prestij sağlamanın yanı sıra herkes gibi olma, herkesten biri olma gibi duyguları da sağlamaktadır. Günümüzde insanlar artık bir marka etrafında gruplar oluşturmakta, bu markalar sayesinde kim olduklarını, hangi dünya görüşüne ve değer yargılarına sahip olduklarını ifade etme imkânı bulmaktadırlar. Böyle insanlar kullandıkları markalarla o markanın tüketicisi gibi değil de sanki kendilerini o marka klubünün üyesi gibi hissetmektedirler.

Bir katılımcı da yaptığı gözlemlere dayanarak giyim-kuşamın insanların statüsünün ve zenginliğinin teşhirinde çok önemli olduğunu şöyle belirtmektedir:

*Biz de zengin direkt giyim kuşamla, evinin haliyle kendini gösteren insandır. Öyle etiketleniyor insan. Evin güzelse giyim kuşamın güzelse sen çok zenginsin. Giyim kuşam çok etkili, bir hastaneye gidiyoruz tak tak kadının birisi topuklu ayakkabıyla, elinde şık bir çanta, onun hiçbir şeyini bilmiyoruz mesela dışarıdan bakıyoruz. O herkesin gözüne zengin, rahat koşullarda yaşayan bir insan gibi görünüyor, birinci sınıf muamelesi görebiliyor. Bakıyorsunuz doktorun yanına çok rahatlıkla girebilmiş. Doktorun daha ilgilendiği bir hasta olabiliyor. Mesela bu beni üzüyor açıkçası. Bizde maalesef dış görünüş çok önemli. Ben hiç doğru bulmasam da etrafta çok görüyorum (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri ise giyimde markaya veya kaliteye hiç önem vermediğini annesinin kendilerine söylediği “Çocuğın yediği helal, giydiği haramdır” sözüyle örneklendirerek şöyle dile getirmektedir:



*Marka şeyimiz yok. Fakat benim çocuklar için pazar olabiliyor, işportacılar olabiliyor. Annemin güzel bir sözü vardır. Sürekli diyordu. “Çocuğun yediği helal, giydiği haramdır” Yani çocuklar hızlı büyüyorlar ya. O yüzden gıdalarına dikkat ediyoruz ama giyim kuşamlarına o kadar dikkat etmiyoruz (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

Görüldüğü gibi katılımcıların bazıları giyimde markadan ziyade kaliteye, şıklığa ve rahatlığa önem verdiklerini, bazıları da zaten kendinde kaliteyi barındıran marka ürünleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ancak katılımcıların bu söylemlerine rağmen yapılan gözlemlerde giyimde markalı ürünlere rağbetin çok fazla olduğu görülmüştür. Çünkü markalı giyim kişinin statü ve mevkisi hakkında en kolay ipuçlarını veren bir unsurdur.

### **5.3.3.3. Otomobil Tercihleri**

Otomobil bağımlılığının tüketim odaklı hayatın olmazsa olmazlarından biri (Alver, 2010a: 113) olduğunu söylemek mümkündür. Diclekent ve Metropol sakinlerinin harcamalarının yoğunlaştığı alanlar kısmında da genellikle bir evde birden fazla lüks otomobilin olduğu katılımcılar tarafından belirtilmişti. Otomobil tercihleri konusunda katılımcılar, tıpkı giyimde olduğu gibi araba tercihlerindeki en önemli etkenin kalite olduğunu belirtmişlerdir.

*İki arabamız var. Birini abim sürekli kullanır. Biri de babamdadır. Şu an abimde BMW var. Babamda ise Hundai var (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

*Valla 3 4 tane var. İş arabaları hariç. Erkek çocuğumun var. Eşimin var. Eşimin pikabı artı diğer makineleri de var. Onları saymıyorum (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Bir katılımcı da hep sıfır araba kullandığını, ikinci el araba hiç kullanmadığını belirterek, söylemlerinde ikinci el araç kullanımının sanki statüsünü zedeleyecek bir durum gibi gördüğü izlenimini vermektedir.

*Ya şöyle, şu ana kadar her zaman için ben kaliteli araba kullanmışımdır. Hep sıfır kullanmışımdır yani sıfırdan almışımdır daha doğrusu, hiç ikinci el şu bu asla düşünmemişimdir, düşünmem bile. Eşim de asla ne aldırır ne de izin verir (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan biri lüks araba kullanmanın kendileri için önemli olduğunu, Diyarbakır halkının en lüks eşyaları sevdiği gibi arabada da en lüksünü tercih ettiğini belirtmiştir. Ona göre insanlar, cebinde paraları olmasa bile lüks hayat yaşamaya çalışmaktadırlar:

*Her insanın özel bir araba tutkunluğu vardır. Biz de elimizden geldiğince en lüksüne binmeye çalışıyoruz. Diyarbakır halkı, Güneydoğu halkı en lüks arabayı, en lüks elbiseyi, en lüks evi, saati, giyimi yapar ama cebinde desen belki para da yoktur yani. Lükse düşkündür (G.26, Erkek, 32, Emlakçı).*

Tüketim malları, taşıdıkları simgesel anlamlar vasıtasıyla kimliğe dair aidiyetler de taşır. Kültürel görüngülerde, imaj, işaret ve göstergelerde tüketimcilik baskın bir öğedir. Bu yüzden tüketim, artık reel bir ilişkiler spektrumu değil, büsbütün gösterge, sembolik temsil ve işaretlerin diline karşılık gelir (Aytaç, 2006: 4). Burada otomobilin kişinin kimliğini ve statusünü belirleyen bir gösterge konumunda olduğu belirtilmelidir. Kişiler sahip oldukları otomobilleriyle kimlik inşa etmektedirler. Ayrıca en lüksüne sahip olma yarışı da söz konusudur. En lüks araç, bir sonraki sene daha lüksü çıkınca yeni modeliyle değiştirilebilmektedir. Gösterge değerine dönüşen tüketim malları artık işlevselliği nedeniyle bir ihtiyaca değil arzuların mantığına cevap vermekte (Yanıklar, 2010: 31), üretilen malların gösterge ve semboller kullanılarak tüketicilerin çoğuna satılmasıyla, tüketim ile arzular arasında bir bağlantı kurulmaktadır (Bocock, 2009: 13). Bachelard'ın “İnsan bir ihtiyaç varlığı olmayıp bir arzu varlığıdır” sözü de (Zorlu, 2006a: 111), insanların arzularının hayatlarını yönlendirmesine vurgu yapmaktadır.

Ev alma konusunda da bahsettiğimiz gibi kredi imkânlarının çoğalması otomobil sahibi olmayı da kolaylaştırmaktadır. Hem düşük peşinatlı, hem de uzun vadeli ödeme seçenekleriyle sıfır kilometre araçlar, araba almak isteyenleri adeta cezbetmektedir. Katılımcılardan bazıları da bankalardan kredi kullanarak sıfır araba almayı tercih etmişlerdir.

*Şu an bir arabam var. Artı o da kredili onu da belirteyim (G.16, Erkek, 42, Öğretmen).*

Görüldüğü gibi katılımcılar lüks otomobilleri kimliği ve statüyü belirleyen bir gösterge olarak kullanılmaktadırlar. Sahip oldukları otomobillerle kimlik inşa etmeye çalışan bu insanlar, en lüks ve en son model arabalar için adeta birbirleriyle yarışmaktadırlar. Bazı katılımcılar da kredi olanaklarıyla da olsa bu imkânlarla sahip olmak istemektedir. Lüks otomobilin Diyarbakırlılar için çok önemli olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan gözlemlerde de Diyarbakır trafiğinde çok lüks ve son model arabalara yoğun bir şekilde rastlanmaktadır. Ayrıca bir sonraki bölümün “Diyarbakır’da Yeni Zenginliğin Teşhir Edilme Biçimleri” kısmında lüks araba üzerinde daha ayrıntılı durulacaktır.

#### 5.3.3.4. Sağlık Hizmetlerindeki Tercihler

Katılımcılar sağlık hizmetlerinin alımında daha çok özel hastaneyi tercih etmektedirler. Tercih nedenleri arasında ise zaman sıkıntısı, sıra beklememe isteği, temizlik, rahatlık ve doktor seçimi gelmektedir. Devlet hastanelerinin özel hastanelere göre fiziki şartlar bakımından daha düşük bir seviyede olması ve hijyen olmadığının düşünülmesi özel hastaneleri tercih etme nedenlerinden biri olduğu söylenebilir.

*Hastane ile ilgili kalite ve hizmet. Sonuçta kalite hizmeti belirler (G.4, Kadın, 32, Arkeolog).*

*Özel hastaneyi tercih ediyoruz. Devletin derdi çekilmiyor ki. Burada devlete gittiğin zaman harabe yerlerdir. Yeni yapılan Araştırma hastanesini gördüyseniz. Bir gidip dışarıdaki hastanelere bakın bir de buradaki hastanelere bakın. Kendi çocuklarımı İzmir’e göndermişim. Ben daha önce İzmir’de yaşıyordum. Devlet hastanesine gidiyordum. Sanki özel hastane gibi. Ama buradaki hastaneler harabe (G.26, Erkek, 32, Emlakçı).*

Özel hastanede muayene olmayı tercih eden katılımcılardan biri parayla bile olsa insani değer gördüklerini belirtmiştir. Bu durum devlet hastanelerindeki çalışanların ve doktorların hastalara yaklaşımının çoğu zaman ilgisiz olduğunun bir göstergesi olabilir.

*Özel hastaneye gidiyorum. Devlet hastanesini hiç tercih etmiyorum. Çünkü çok pis. Yani hiç konforlu da değil. Hem pis konforu yok, insan bir kere insan değeri görmüyor orada gittiğiniz zaman. Özel hastanelerde bir parayla da olsa değer gördüğümü düşünüyorum (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Görüldüğü gibi katılımcılar daha çok işlem çabukluğu, zaman sıkıntısı, özel hastanelerin daha temiz, tertipli ve düzenli olması açısından özel hastaneleri tercih etmektedirler. Ancak özel hastanelerin insanları tedavi etmek adı altında gereksiz bir sürü tahlil çıkararak para kazandıklarının da farkındadırlar. Ayrıca ciddi bir problem olduğunda da genellikle devlet hastanesine daha çok güvenmektedirler. Yine de zaman sıkıntısı ve işlem çabukluğu tercihlerini belirleyen önemli etkenlerdir.

*Devlet hastanesini tercih ediyem. Devlette insan daha güvendedir. Yani bu özellerde sen çok korkisan böyle çok tahlil çıkarıyiler. Şuyu buyu... Ben tercih etmiyem (G. 2, Kadın, 47, Ev Hanımı).*

*İnsan merkezli olması lazım. Personelin insancıl, vicdan sahibi olması lazım. Hastayı müşteri gibi görmemeli. Memorial'e gittiniz mi 50 tane tetkikten geçiriyorlar. Bir sürü fatura çıkıyor. Bir yerde sömürüyorlar. Ama yine de sıra beklemek istemediğim için özel hastaneye gidiyorum (G.20, Erkek, 35, Öğretmen).*

Kimi katılımcılar da çevresinde tanıdığı doktorlara gitmeyi tercih etmektedir. Bu aile üyesi, yakını ya da eşinin bir iş arkadaşı ve yahut da kendi meslektaşı olabilmektedir. Bu şekilde enformel ilişki ağlarını kullanarak daha iyi hizmet kullandığını ve daha çok ilgi gördüğünü düşünmektedir.

*Kendim doktor olduğum için birinci dereceden tanıdığım doktor arkadaşlarıma gidiyorum (G.8, Kadın, 33, Doktor).*

*Benim eşim Tıp Fakültesi 'nde çalıştığı için direkt oraya gidiyorum (G.17, Kadın, 38, Öğretmen).*

Görüldüğü gibi sağlık hizmetlerinin tercihinde daha çok özel hastaneler ön plana çıkmaktadır. Bu durumun son yıllarda Diyarbakır'da özel hastanelerin sayılarının fazlaca artmasıyla doğru orantılı olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca özel hastanelerin Türkiye'de tanınmış doktorları uçuk ücretler karşılığında getirtip hastane kadrosunu en iyi şekilde yaparak müşterilerine sunması, hasta tercihlerinin bu yönde olmasını etkileyen bir durumdur.

### 5.3.3.5. Eğitim Tercihleri

Katılımcıların çocuklarının eğitimi için yaptıkları tercihlere baktığımızda özel okula gönderenlerin daha çok olduğu görülmektedir. Diyarbakır'da hem yerel özel okulların açılması (Dicle-Fırat Koleji, Amid Koleji gibi), hem de ülke genelinde meşhur olan kolejlerin şubelerinin burada açılması (Bahçeşehir Koleji, Doğa Koleji, TED Koleji gibi) özel okullara olan talebin bir neticesidir. Burada değinilmesi gereken bir husus da yerel olarak kategorilendirebileceğimiz özel okulların demokratikleşme paketinin ardından Kürtçe eğitim-öğretime başlamasıdır.<sup>13</sup> Kürtçe eğitim-öğretim verilmesi, Diyarbakır'da bu tür özel okullara olan talebin artmasına neden olmuştur. Hatta bu çerçevede Kürtçe eğitim veren özel anaokulu ve kreşler de açılmıştır.<sup>14</sup> Ne var ki katılımcılardan hiçbiri çocuğunu özel okula Kürtçe öğrenmesi için gönderdiğini belirtmemiştir. Özel okula gönderme nedenleri olarak, daha iyi ve kaliteli bir eğitim, temiz, güvenli, nezih bir ortam ve sosyal aktivite yönünden çocuklarını geliştirmek istemeleri ön plana çıkmaktadır.

*Özel bir okula gidiyor. Sınıf mevcudu daha az olduğu için daha iyi ilgileneceklerini düşünüyorum. Yani o açıdan eğitimde daha iyi olduğunu düşündüğüm için özele gönderiyorum (G.8, Kadın, 33, Doktor).*

*Çok iyi eğitim almaları için çok çabalıyorum. Nerede iyi bir eğitim var şu an bile araştırmaya başladım. Çünkü ortaokul kısmına geçiyor oğlum. En iyi öğretmen, en iyi eğitim, en iyi fiziki şartlar nerde, nasıl? O okulun önceki başarı sıralamaları onları takip ediyorum. Bu nedenle özel okula göndermeyi düşünüyorum (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

*Doğa Kolejine gönderiyorum. Özel okula göndermemin sebebi çok farklı yönlerden gelişsin istiyorum. Bir de tabii daha temiz. Hani nasıl deyim biraz daha ortam güzel. Belki de sosyal aktivite açısından daha iyi olur diye. Şöyle düşünüyorum. Özel*

<sup>13</sup> <http://www.haberturk.com/gundem/haber/926221-iste-kurtce-egitim-verecek-ilk-okul> haberinde Dicle Fırat Koleji, İngilizce yanında Kürtçe eğitim-öğretim yapmayı hedeflediklerini belirtmiştir. [http://www.radikal.com.tr/turkiye/ilk\\_kurtce\\_karne\\_verildi-1278668](http://www.radikal.com.tr/turkiye/ilk_kurtce_karne_verildi-1278668) haberinde ise Milli Eğitim Bakanlığı tarafından özel okul statüsü verilen Ferzat Kemanger Eğitim Destek Evi 2014-2015 eğitim-öğretim yılında Kürtçe eğitim vererek, yarıyıl karnelerini de Kürtçe dağıtmıştır. Bu durum DTK Eş Genel Başkanı ve HDP Şırnak Milletvekili Selma Irmak, Kürtlerin 90 yıldan beri bugünü beklediğini, 30 yıldan beri verilen mücadelenin de kendi diliyle eğitim için verildiğini belirtmiştir.

<sup>14</sup> <http://www.hurriyet.com.tr/egitim/24842820.asp> haberinde Diyarbakır'ın Kayapınar ilçesindeki Özgür Çocuk Kreş ve Anaokulu'nda 0-6 yaş grubundaki çocuklar 3 dilde eğitim alıyor. Kreşe, Kürt kökenli olmayan aileler de çocuklarının Kürtçe öğrenmesi için gönderiyor. Diyarbakır'da faaliyet yürüten kreş ve anaokulunun koordinatörü Eser Karayel, Ailelerin çocuklarının Türkçenin dışında İngilizce ile ana dilleri olan Kürtçeyi de öğrenmesini istediğini ve ailelerden Kürtçeye yoğun talep olduğunu belirtmiştir.

*okullardaki öğretmenler de zaten Diyarbakır'ın öğretmenleri. Çok farklı değil ki. Ama nedir? Ortam. daha temiz bir ortamda, daha mevcudu az sınıflarda çocuk daha rahat ediyor (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

Diyarbakır'a tayinle başka bir ilden gelen bir katılımcı ise Diyarbakır'daki ortamın çocuklara uygun olmadığını düşündüğü ve daha iyi eğitim almaları için çocuklarını geldikleri yerdeki özel okulun Diyarbakır'daki bağlantısına gönderdiklerini belirtmiştir.

*Okuluna, öğretmenlerine bakarım. Özel okula gönderiyorum. Daha önce zaten aynı okula gidiyorlardı. Malatya'daki burayla bağlantılı olan okula, buraya geldiğimizde bir de hani Diyarbakır olduğu için biraz, önyargımız yoktu aslında ama nasıl bir yer, çocuklar nasıl, anlayışları nasıl, zihniyetleri nasıl, biraz gözlemlemeye çalıştık. Bizim sitenin çocukları da çok hoş olmadığı için korktuk açıkçası. Normal okulda hani hem kalabalık hem her tür çocuk olabilir diye işte o yüzden (G.6, Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası).*

Kredi borçları olan bir katılımcı da çocuğunu özel okula göndermek istemesine rağmen borçlarından dolayı devlet okullarını tercih etmek zorunda olduğunu belirtmiştir.

*İmkânım olsa özel okula göndermeyi düşünürüm. Ama zor gibi. Hani 1 yıl olsa sorun değil, 2 yıl olsa sorun değil ama ilk bir yıl göndersem diğer yıllar da göndermek zorunda kalacağım. Çocuk özel okuldan devlet okuluna geldiğinde sıkıntı yaşayacaktır. Onun için devlet okulunu tercih etmek zorunda kalacağım. Maalesef (G.13, Erkek, 37, Öğretmen).*

Özel okuldan ziyade devlet okullarına çocuğunu göndermek isteyen katılımcılar, iyi bir öğretmen ve veli işbirliğiyle özel okula gerek kalmadığını belirtmişlerdir:

*Çocuklarımızın eğitiminde daha sağlıklı bir eğitim almasına dikkat ediyorum. Özel okullara karşıyız. Her anne baba mutlaka çocuğunu daha iyi bir okulda okutmak ister. Biz de araştırıyoruz. Daha iyi okul, daha iyi öğretmen (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

*Özel okula göndermedim. Gücüm olduğu halde göndermedim. Çünkü devlet okullarında okuyanlar da aynı beyine sahip, siz de aynı. Tamam eğitim farklı. Devlet okulları fazla bir eğitim vermiyor ama siz gidin yapın, becerin yani diyorum.*

*Çocuklarımın hepsi üniversiteye gitti. Biri hazırlanıyor. Okumamış yok. Okumamış olmayacak (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Sørensen'e göre, sabit istihdam ilişkilerine ve yüklü insani sermayeye sahip olan profesyoneller çocuklarının geleceklerini güvence altına almak için en çok yatırım yapan sınıftır (Sørensen, 2014: 178). Bir katılımcı da Diyarbakır'da insanların çocuklarının eğitime önem vermesinin nedeninin hırs olduğunu belirtmektedir. Çocuklarının daha çok doktor olmasını isteyen bu aileler, tüketimdeki hırslarını eğitim alanında da göstermektedir. Bunun nedeni de çocuklarının ileride doktor olmasıyla övünmek istemeleridir. Ayrıca bu durumu onların yüksek sosyeteye girme stratejileri olarak da değerlendirmek mümkündür (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 27). Bir bakıma tüketimde gösterdikleri en üstün olma yarışı, kıskançlık ve hırsın hayatlarının bütün alanına sirayet ederek çocukların eğitimi ve mesleği konusunda da devam ettiğini söyleyebiliriz.

*Çocuğum doktor olsun hırsı da çok. Bence Diyarbakır'da bir ailede doktor çocuğu olan sayısı da çok yüksek. Batıda işletme okudu mu çocuk. Aman benim çocuğum işletme kazandı diye seviniyor insanlar. Burada ise doktor olma hırsı var (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Calhoun'a göre, "sermaye biçimlerindeki farklılıklar ve onların dönüştürülme dinamiklerinin analizi Bordieu'nün teorisinin en önemli özelliğidir. Çocukların iyi ve pahalı okullarda eğitim görmesi için çabalayan zengin insanlar, bir anlamda zenginliği ve parayı kültürel sermayeye dönüştürmek istemektedirler (Akarçay, 2013: 289). Böylece iyi bir okul, kültürel sermayenin aşılmasında önemli bir araç olarak görülmektedir (Weininger, 2014: 117).

Toplumda kişinin eğitim ve meslek faktörleriyle dikey hareketlilik mümkün görünmektedir. Çünkü eğitim durumu toplumsal konumun tayininde etkili olmaktadır (İlhan, 2013: 178). Modern kentte sosyal tabakalaşma sistemi dikey hareketliliğe uygun olmakla birlikte, insan ilişkilerinin kurulmasında kişinin gördüğü iş ve meslek çevresi etkili olmaktadır (Aslanoğlu, 2000: 44). Katılımcıların çoğunun çocuklarının iyi bir eğitim alması için uğraşmasının altında yatan nedenin bu olduğu söylenebilir.

*Valla eskiye nazaran insanlar çok eğitime önem veriyorlar. Benim gördüğüm geneli okutuyorlar çocuklarını (G.24, Erkek, 50, Emlakçı).*

Görüldüğü gibi katılımcılar çocuklarının eğitimine çok önem vermekte, Diyarbakır şartlarında en iyi okul, en iyi eğitim, en iyi öğretmen ve en güzel okulu bulmaya çalışmaktadırlar. Bu çerçevede çocuklarını daha çok özel okullara göndermeyi tercih etmekte, özel okula göndermeyen veliler ise iyi bir okul ve iyi bir öğretmen bularak bu açığı kapatmaya çalışmakta, kısacası çocukların eğitimi veliler tarafından yakinen gözetilmektedir. Bir bakıma yüklü ekonomik sermayeyi ama ona göre daha az kültürel sermayeyi elinde tutan zenginler çocuklarına kazandıracakları iyi bir eğitimle kültürel sermayeye de sahip olmaya çalışmaktadırlar.

### **5.3.3.6. Eğlence Hizmetlerindeki Tercihler**

Kapitalizmin boş zamanları kolonyalist bir mantıkla av sahası olarak keşfetmesiyle eğlence bir ihtiyaç olarak üretilmekte ve insanların beslenme, tüketim, eğlence ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olarak yeni mekânların ortaya çıktığı görülmektedir (Öztürk, 2012: 616). Kentte var olan eğlence mekânları, barlar, meyhaneler vs. kentli küçük burjuvazinin sosyalize olduğu, kültürlendiği ve toplumsal kimlik edindiği yerlerdir. Bu mekânların temsil ettiği yaşam tarzı, toplumsal bakış, ideolojik yüklemeler vs. bir yandan insanları bu mekânlara çekerken bir yandan da müdavimlerin kendi renkleri mekâna yansımaktadır. Kentin yabancılığı karşısında bu mekânlar vurdumduymazlığı, boş vermişliği, pasifist karşı koyuşları ya da soft bir varoluşsal limana teslim olmuşluğu yansıtırlar (Aytaç, 2012: 524). Katılımcılara yönelttiğimiz “*Diyarbakır’da eğlence mekânlarına gidiyor musunuz?*” sorusuna katılımcıların çoğunluğu genel olarak gitmediklerini; bazı katılımcılar da küçük yaşta çocukları olduğu için bu tür faaliyetlerden uzak kaldıklarını belirtmişlerdir. Konserler, canlı müzikli kafeler ve son yıllarda eğlence mekânlarına eklenen tarihi köşkler katılımcıların uğrak mekânlarındandır.

*Hayat koşullarından dolayı eğlence mekânlarına fırsat bulamamaktayım lakin boş zamanlarımda kentimize yakın farklı yerler görmeye çalışıyorum (G.4, Kadın, 32, Arkeolog).*



*Çok değil. Aslında bazen güzel konserler oluyor. Dün Newroz vardı. En büyük coşkumuz oydu. Çok güzeldi. Bu tür etkinlikler olduğu zaman, güzel bir sanatçı olduğu zaman kaçırmıyoruz ama böyle her hafta gidelim bir canlı müzik bir bar havası yok yani (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

*Giderim. Yine nezih, sakın, dinlenebileceğimiz yerlere gideriz. Çok sık olmasa bile Gazi Köşkü'ne, Erdebil Köşküne gideriz (G.28, Kadın, 42, Sözleşmeli Memur).*

Bir katılımcı da Diyarbakır da eğlence mekânlarının olmadığını belirtmiştir:

*Yani burada çok eğlence mekânları yok (G.8, Kadın, 33, Doktor).*

Ancak Diyarbakır, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde belki de gece hayatı en canlı şehir olarak görülebilir. Özellikle Dicle Nehri kıyısında hem tarihi köşklere hem de müzikli eğlencelerin yapıldığı restoranları, kafeleri, türkü barları ve 5 yıldızlı otellerin discolarıyla Diyarbakır, eğlence mekânlarıyla bölgede göz doldurmaktadır.<sup>15</sup> Bu nedenle yukarıda Diyarbakır'da eğlence mekânlarının olmadığını belirten katılımcının sözlerinin gerçeği pek de yansıtmadığını söyleyebiliriz. Diyarbakır genel olarak muhafazakâr bir toplum yapısına sahip olduğu için bu tür mekânlar çok da göz önünde olmamaktadır. Sadece müdavimleri arasında bilinen bu mekânların katılımcıların çoğu tarafından bilinmemesi de doğal bir durumdur.

Son yıllarda terör olaylarının büyük ölçüde son bulmasıyla Diyarbakır'da hayatın normalleşmeye başladığının bir göstergesi de eğlence mekânlarının artışı olarak görülmektedir. Özellikle hafta sonları Türkiye'de tanınan meşhur sanatçılar, ailece birlikte vakit geçirmenin mümkün olduğu bazı restoran ve kafelerde sahne almaktadırlar. 5-8 Haziran 2014 tarihleri arasında Diyarbakır'da yeni açılan kafelerden biri olan Jimmy Joker tarafından düzenlenen "Birinci Uluslararası Mezopotamya Dans Festivali"ni, Hürriyet köşe yazarı Ahmet Hakan "*Diyarbakır'ın Öteki Yüzü: Tango Yapan Kürtler*" başlıklı makalesinde "*Diyarbakır tek bir gündeme hapsedilemeyecek kadar renkli bir şehir. Tek gündeme sıkıştırıldığı anda yüzünü gösteren "dans festivali"*

<sup>15</sup><http://www.gecehayati.biz/diyarbakir/> adlı makalede Diyarbakır'daki gece kulüplerinin sadece hafta sonları değil, hafta içi de tıka basa dolu olduğu belirtilmektedir. Ayrıca mekân sahipleri, Diyarbakır'daki gece hayatına sadece Diyarbakır halkının değil, aynı zamanda çevre il ve ilçelerden de yoğun talep olduğunu belirtmektedirler.

*de bunun en önemli kanıtı*"<sup>16</sup> şeklinde yorumlamıştır. Özellikle 14 Haziran 2014 tarihinde dünyaca ünlü şarkıcı İna'nın Diyarbakır Kırklar Dağı'nda bulunan Medusa Park Rubar'da sahne alması "13 yıl önce sokağa çıkamayan gençler, 14 Haziran'da coşacak" şeklinde yorumlanmıştır.<sup>17</sup> Ayrıca İna'nın dünya turnesinde konser vereceği mekân olarak Türkiye'de öncelikli tercih olan İstanbul, Ankara, İzmir gibi şehirleri değil de Güneydoğu'yu tercih etmesinin ardında bölgenin süren çözüm süreci ile değişmesinin ve daha popüler hale gelmesinin rol aldığı şeklinde değerlendirmeler de yapılmaktadır.<sup>18</sup>

### 5.3.3.7. Tatil Tercihleri

Katılımcıların tatil tercihlerine baktığımızda katılımcılardan bazılarının ailelerini ziyaret etmek için memleketlerine gittikleri görülmektedir. Aile ve akraba ziyaretleri tatilin başlıca amacı gibi görünmektedir. Bu durumun tayinle Diyarbakır'a gelen kesimde daha yaygın bir durum olduğu söylenebilir. Çünkü bu insanlar sadece tatillerinde ailelerini görme imkânına sahip olmaktadır.

*Yani tatil elimize geçse gidiyik. Ama biz öyle açıkların yerine gitmiyik. Böyle ziyaret miyaret yerlerine, akrabalara gidiyik. Mesela Almanya'ya kadar gitmişem çocukların yanına. Ankara'ya da gitmişem, İstanbul'a da gitmişem (G.2, Kadın, 47, Ev Hanımı).*

*Tatilde zaten memlekete gidiyorum Azerbaycan'a gidiyorum (G.3, Kadın, 35, Ev Hanımı).*

Kimi katılımcılar da akrabalarından ziyade deniz kenarında bir tatili tercih etmektedirler.

*Deniz kenarı. Mutlaka deniz kenarı. Antalya. Vazgeçilmezim Antalya (G.15, Kadın, 38, Öğretmen)*

*Tatillerde hep İstanbul'a giderdik. Artık son zamanlarda yavaş yavaş kıyılara açılmaya başladık (G.19, Kadın, 29, Öğretmen.)*

<sup>16</sup> <http://www.ensonhaber.com/ahmet-hakanin-diyarbakir-izlenimi-tango-yapan-kurtler-2014-06-08.html> adresinden 08.06.2014 tarihinde erişildi.

<sup>17</sup><http://www.izlesene.com/video/inna-diyarbakira-geliyor/7540347>

<sup>18</sup><http://www.diyarbakirgundem.com/magazin/inna-diyarbakira-geliyor-h12866.html>

Bir katılımcı da Mersin şehrinin bu yörenin insanları tarafından daha çok tatil için tercih edildiğini belirtmektedir. Bu durumun Mersin'in Diyarbakır'a en yakın tatil yöresi olmasından kaynaklandığını söyleyebiliriz.

*Biz küçüklüğümüzden beri hep Mersin'e gideriz. Aslında biz Kürtler için Mersin'in ayrı bir yeri var. Gidin bakın hepsi Doğuludur. Başka bir yere tatile de gitsek, Mersin'e gitmeyince tatil yapmış gibi hissetmiyoruz (G.22, Kadın, 44, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan biri de evlendikten ve çocuk sahibi olduktan sonra tatile pek vakit bulamadıklarını, ya kredi borçlarından dolayı ya da çocuklardan dolayı rahat edemeyeceklerini düşünerek tatil yapmadıklarını belirtmiştir.

*Aslına bekârken çok giderdik de tatile, evlendikten sonra pek tatil yapamadık eşimle. Ya borç kapatma telaşı oldu. Ya çocuklar ayak bağı oldu. Hep işte büyüsünler rahat edelim öyle gidelim dedik (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

Kimi katılımcılar da çok çalıştıkları için tatile gitmediklerini, sadece iş icabı bu tür yerlere gittiklerini belirtmişlerdir.

*Yani hayatım boyunca özel amaçlı tatile gitmiş değilim. İş icabı gittiğimiz olmuştur (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

*Valla tatile biz gitmiyoruz. Çok çalışıyoruz. Zamanımız olmuyor (G.26, Erkek, 32, Emlakçı).*

Bu durum daha önce de bahsettiğimiz gibi katılımcıların yüklü ekonomik sermayeye sahip olmak için çok çalıştıklarını ve boş zaman faaliyetlerinde bulunamadıklarını göstermektedir. Veblen'in aylak sınıf kuramında belirttiği boş zamanı çok olan ve aylaklık yapan zenginlerin aksine burada çok çalışan ve hiç boş zamanı olmayan zenginler görülmektedir.

Katılımcıların yurt dışı seyahatlerine gitme durumlarına bakacak olursak tatil tercihlerine benzer şekilde bazıları akraba ziyaretleri dolayısıyla, bazıları sırf gezip görme amaçlı, bazıları da iş icabı yurt dışına çıkmaktadır. Avrupa ülkeleri çok tercih edilmekle beraber çevre ülkelere de gidenler vardır.

*Annem ve babam gider genelde. Yani kaç sefer Irak'a gittiler. Suriye'ye gittiler. Finlandiya'ya gittiler, Almanya'ya gittiler. Gezi amaçlı gidiyorlar. Şu an zaten Suriye'ye gitmiyorlar. Bu savaş döneminden önce gidiyorlardı. Hani öylesine gezmek amaçlı, akrabalar da orda olduğundan dolayı onları da görmek maksadıyla gidiyorlar (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

*Batı Avrupa ülkelerini gezmişim. Bu da tatil amaçlı değil. Akraba ziyareti, dost ziyareti (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

Görüldüğü gibi katılımcılar daha çok yurt dışındaki akrabalarını ziyaret etmek için yurt dışına seyahat etmektedirler. 1990'lı yıllardaki Kürt sorunu nedeniyle o dönem yurt dışına çıkan akrabalar, daha çok Avrupa ülkelerini tercih etmişlerdir. Orada hayatlarını kuran bu insanlar tatillerde de Türkiye'deki akrabalarını yanlarına çağırarak, onları ağırlamak istemektedirler. Ayrıca gezi amaçlı yurt dışı seyahatlerinin de yavaş yavaş artmaya başladığının sinyalleri verilmektedir. Katılımcılardan biri kendisinin gitmemesine rağmen çocuklarının bu seyahatlere tur şirketleri aracılığıyla katıldığını belirtmektedir.

*Yurt dışına ben henüz gitmemişim ama çocuklarım gitmiş. Gezme amaçlı gitmişler. İtalya'ya, İngiltere'ye kızlarım gitmişler. Kızlar turlara falan katılıyorlar. Geliyor diyor ki. "Anne 3 milyar 4 milyar bu tura gidecem." Diyor. Mecburen veriyorum (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

*Elime geçtikçe kaçırmam. Elime geçse dünyayı gezerim. (Gittiniz mi?)Tabi, Avrupa'nın bir kısmını gezmişim, bir kısmı dediğim on iki ülkeyi gezmişim, Amerika'ya gitmişim, işte Ürdün, Suriye, Dubai, Suudi Arabistan (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Gözlemlerine dayanarak örnek veren bir katılımcı, arkadaşının yurt dışı seyahatlerine katıldığını belirtmekte ve bunu da zenginlik ve tüketimle ilişkilendirmektedir:

*Yurtdışı seyahatleri. Arkadaşım var oradan biliyorum. Arkadaşım Mısır'a gitti. Bir ara Tayland'a gitti. Paris'e gitti. Bence parası olan zenginler ancak gidebiliyor böyle yerlere (G.17, Kadın, 38, Öğretmen).*

Katılımcılardan bazıları da sadece iş gereği yurt dışına çıkmışlardır.

*İşim gereği gidiyorum kongrelere, toplantılara Avrupa'ya gidiyoruz genellikle (G.8, Kadın, 33, Doktor).*

*Genelde yurtdışına başvurduğum burslar, eğitimler, yarışmalar aracılığı ile çıktım böylece ödemelerin büyük çoğunluğu benim tarafımdan karşılanmamış oldu (G.5, Kadın, 30, Öğretmen).*

Yurt dışı seyahatlerine gitme Diyarbakırlılar için ender bir durum olarak görülebilir. Katılımcılardan çoğunluğunun hiç yurt dışına gitmediğini de belirtmek gerekmektedir. Çıkanların ise genellikle yurt dışına sadece akrabalarını ziyarete gitmek için gittikleri, gezi ve turistik seyahatlerin daha az olduğu görülmektedir. Ancak yakın zamanda bu ziyaretlerin de çoğalacağını sinyalleri alınmaktadır. Gösterişçi tüketimi bütün formlarıyla yaşayan Diclekent ve Metropol sakinleri yurt dışı seyahat ve tatilleriyle de gösterişçi tüketimlerini yakın zamanda iyice pekiştireceklerdir.

Belirtilmesi gereken bir husus da Elazığ'da yer alan Hazar Gölü'nün Diyarbakırlılar için çok önemli bir tatil mekânı olmasıdır. Yurttaş (2014: 156-161), Hazar Gölü'nün Diyarbakırlılar ve Elazıglılar için ayrı bir öneme sahip olduğunu belirtmektedir. Ona göre Elazığ'dan gelenler muhafazakar bir profil çizerken, Diyarbakırlılar dışa dönük ve Batı tarzı bir sahil kültürünü benimseyen kişilerdir.

Diyarbakırlılar için gölde yazlık sahip olmanın ayrı bir anlamı ve statü göstergesi olduğunu belirten Yurttaş, burayı tercih edenlerin ise ekonomik durumu iyi, Akdeniz, Ege ve İstanbul'un sahil kültürünü bir şekilde yaşamış kesimlerin oluşturduğunu ifade etmektedir.

Araştırmamıza katılan katılımcılar da her ne kadar tatil tercihlerinde Hazar Gölü'nü belirtmeselerde çoğu şimdi olmasa da çocukluk çağlarındaki tatillerini burada geçirdiğini belirtmiştir. Bu çerçevede Hazar Gölü'nün bir önceki jenerasyonun tatil mekânı olduğunu söylemek mümkündür.

Alver, mahallelerin soyut sınırlarının kültürel ve toplumsal özelliklerle belirlendiğini belirtmektedir. Ona göre bu durum mahalle kimliğinin ilk kaynağıdır. Mahalle kimliği, bir mahalleden başka bir mahalleye geçiş esnasında sezilir ve insan yüzü, binalar, mekân özellikleri, sokak düzeni ve hayat tarzıyla diğer mahallelerden değişir ve farklılaşır. Hayat tarzlarının farklılığı soyut sınırları belli eder (Alver, 2013: 21). Gerçekten de Diclekent ve Metropol mahalleleri Diyarbakır'ın diğer semtlerinden tüketimden -özellikle de gösterişçi tüketimden- beslenen hayat tarzlarıyla

farklılaşmaktadır. Bu semtte en basitinden en karmaşığına kadar bütün faaliyetlere tüketim olgusu damgasını vurmaktadır. Binalardan tutun da restoranların mekânsal özelliklerine kadar, insanların giyiminden tutun da duruşuna kadar tüketimin ihtişamını belki de en güzel bu semtlerde görebiliriz.

#### 5.3.4. Kültürel Faaliyetler

Bourdieu (1984), tüketim olgusunu sosyal sınıflar bağlamında ele almakta, tüketimi, toplumsal sınıfların sosyal ayrımlara ilişkin hiyerarşik sistemdeki yerlerini gösterebilecekleri bir araç olarak tanımlamaktadır. Ona göre tüketim, biyolojik kökenli gereksinimlerin giderilmesinden çok, toplumsal grupları birbirinden ayırt etmek için kullanılan değer, gösterge ve sembollerdir (Yanıklar, 2006: 168-169). Kültürel faaliyetlerin toplumsal grupları birbirinden ayırmakta önemli bir işlev gördüğünü söyleyebiliriz. Kültürel sermayelerini bu tür etkinlikler yoluyla göstermeye çalışan üst sınıflar, kendilerini maddi sermayeleriyle aynı olan yeni zenginlerden ayırmaya çalışmaktadırlar.

Diclekent ve Metropol sakinlerinin kültürel faaliyetlerini öğrenmeye yönelik olarak “*Sinema, tiyatro, konser, festival gibi faaliyetlere katılır mısınız?*” sorusu katılımcılara sorulmuştur. Katılımcılar genellikle başta sinema olmak üzere tiyatro ve konserlere gittiklerini belirtmişlerdir. Bazı katılımcılar da bu faaliyetlere hiç katılmadıklarını belirtmişlerdir. Görüşmelerde dikkat çeken bir husus da katılımcıların hem çocuklarının küçük olmasından dolayı, hem de zaman bulamadıklarından dolayı istedikleri düzeyde bu tür etkinliklere katılamadıklarıdır.

*Sinema, tiyatroya gitmek isterim fakat çocuklarımdan dolayı katılamıyorum (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

*Oldukça sık diyebiliriz. Hatta sergiler, konferansları da takip ediyorum. Ayda en az 2-3 defa kesin bir etkinliğe (sinema, tiyatro, konser, sergi vb.) katılıyorum (G.5, Kadın, 30, Öğretmen).*

*Evet. İzlemeye çalışıyorum. Özellikle iş ve çocuklardan dolayı çok sık katılamıyorum. Ama izlemeye çalışıyorum. İyi bir konser olduğu zaman katılmaya çalışıyorum. İyi bir film geldiği zaman giderim. Tiyatroya giderim (G.21, Erkek, 45, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri ise bu faaliyetlere özel olarak katılmadığını çocuklarını ödüllendirmek ve onların başarılarını takdir etmek için çocuklarıyla birlikte gittiğini belirtmektedir.

*Özel olarak katılmam. Fakat bazen çocukları ödüllendirmek, özendirme amacıyla böyle başarılı olduğu noktalarda götürüyorum (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

Bazı katılımcılar ise Diyarbakır Devlet Tiyatrosu ve Orhan Asena Şehir Tiyatrosu'nun yaşadıkları alan olan Diclekent ve Metropol'e uzak olduğu için kültürel faaliyetlere katılmadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum mekânsal yakınlığın insanların kültürel faaliyetlerini etkilemede önemli bir etken olduğunu göstermektedir.

*Çok arzuladığımız bir şey ama maalesef yapmadığımız bir şey. Şey anlamında çok etkili oluyor. Mesela ben Yenişehir'de otururken Cahit Sıtkı Tiyatrosu evime çok yakındı. Gelen bütün tiyatrolara akşam eşimle beraber giderdik. Kaçırılmazdık. Uzaklaştıkça bu sefer aman nasıl gidecem falan filan şeyi oluşuyor. İhmal ediyorsunuz, gitmiyorsunuz (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

*Tiyatro çok uzak. Hani şu Diclekent civarında bakın yine insan semt bazlı düşünüyor. Bu civarda büyük kültür salonları yok. Tiyatroya gidemiyoruz o yüzden (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Katılımcıların semt sakinlerinin bu tür kültürel faaliyetlere katılmaları konusundaki görüşlerini sordüğümüzda ise katılımcıların bir kısmı semt sakinlerinin kültürel faaliyetlere katıldıklarını, ancak daha çok sinemaya gittiklerini belirtmişlerdir.

*Bu halk konseri dediğimiz konserlere katılmazlar. Sinemaya giderler. Diyarbakır'da son yıllarda gelişmiş olan bir kültür sinema kültürü. Tiyatroda o semtten olup olmadıklarını bilmiyorum ama son zamanlarda bir tiyatro kültürünün de yeşerdiğini fark ediyorum (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

*Tabi ki yani konser Diyarbakır halkının en sevdiği şey. Çünkü eğlenmeyi seviyorlar. O tür aktiviteleri seviyorlar. Tiyatro bence çok tutulmuyor. Sinemaya da korkunç derecede katılım var. Çünkü üniversite öğrencileri çok fazla (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

*Katılım iyi görünüyor evet. Eskiye göre bayağı fark var. Çünkü sinema salonlarında yer bulamıyorsunuz (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

Sinemanın semt sakinlerinin kültürel faaliyetlerinde ön plana çıktığı görülmektedir. Tiyatronun Yenişehir'de olmasından dolayı mekânsal uzaklığı çoğu zaman semt sakinlerinin faaliyetlerini kısıtlamaktadır. Katılımcı bu durumu kültürel zevklerin yaşanılan mekân tarafından belirlenmesine bağlamaktadır:

*Kültürel faaliyetlere katılma olayında sanki biraz şey etkili gibi. Yani size yakın bir yerde varsa kültürel faaliyet oraya gidiyorsunuz ama uzakta olunca tercih etmiyorsunuz. Kültürel zevklerimizi yaşadığımız mekân da belirliyor (G.11, Kadın, 30, Sosyolog).*

Kimi katılımcılar da semt sakinlerinin çocuk sahibi oldukları için veya kültürel faaliyetlere önem vermediklerini için bu tür faaliyetlere katılmadıklarını belirtmişlerdir.

*Burada yaşayanlar bu tür faaliyetlere katılmıyor. (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası)*

*Yok, bence yok. Güne daha çok katılıyorlardır bence. Gel sinemaya gidelim dersin ne gerek var ona o kadar para vermeye diyebilirler yani (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Kuyumcu olan bir katılımcı da zenginlerin daha çok sinemaya ve tiyatroya gittiğini, ama orta sınıfın daha çok birikim yapmak için bu tür faaliyetlere katılmadığını şöyle belirtmektedir:

*Genelde orta tabaka tasarruf yapmaya daha yatkındır. Zenginler para yemeye daha alışkın olduğu için daha çok giyimine, yemeğine, gezmesine harcar. Sinemasına tiyatrosuna harcar. Ama orta sınıfta öyle bir durum yok. Bir çeyrek alır, bir yarım alır. Bir şekilde biriktirmeye çalışır. Onu daha sonra bileziğe çevirir. Onu satar ev alır (G.30, Erkek, 38, Kuyumcu).*

Görüldüğü gibi semt sakinlerinin kültürel faaliyetlerinde daha çok sinema ön plana çıkmakta, tiyatro ve konserlere gidenler de olmaktadır. İş yoğunluğundan dolayı zaman bulamama ve çocuklu ailelerin çocuklarıyla bu tür faaliyetlere katılamaması



kültürel faaliyetleri kısıtlayan unsurlardır. Gözlemlerimize dayanarak hem tiyatro salonlarının biletlerinin önceden tükenmesi ve boş yer kalmaması, hem de AVM’lerdeki sinema salonlarının tıka basa dolu olmasının bu faaliyetlerin çok olduğunu bir göstergesi olduğunu söyleyebiliriz. Yine son zamanlarda vizyona giren bazı filmler galasını Diyarbakır’da yapmaktadır. Örneğin Mahsun Kırmızıgül, gişe rekorları kıran ‘‘Mucize’’filminin galasını Diyarbakır’da yapmıştır.<sup>19</sup>

#### **5.4. Zengin(Lik) İmgesi: Yeni Zenginler Ve Zenginlik Kültürü**

Diyarbakır’daki yeni zenginliğin mekânsal ve toplumsal yansımalarını inceleyen araştırmamızda zenginlik, araştırmanın kilit noktalarından biridir. Son yıllarda Diyarbakır’da gözle görülür bir biçimde artan zenginliğin sınıfsal, kültürel ve mekânsal boyutlarıyla ele almak Diyarbakır’daki zenginliğin anlaşılması açısından faydalı olacaktır. Bu bağlamda Diyarbakır’daki yeni zenginliğin portresini çizebilmek için bu bölümde Diyarbakır’daki zenginliğin farklı görünüşleri, yeni zenginliğin kaynakları, zenginliğin teşhir edilme biçimleri, yeni zengin tiplmesi olarak türedi zenginler, yeni zenginliğin yeni ahlak anlayışı, başka şehirlerdeki zenginlerle benzer ve farklı yönleri, zenginlerin din ile ve yoksullarla ilişkileri ele alınacaktır.

##### **5.4.1. Katılımcıların Zihinlerindeki Zengin İmgesi**

Toplumsal piramidin ayrıcalıklar kutbunda yer alan zenginlerin kim olduğu, kimlerin zengin olarak görülebileceği ya da başka bir tabirle zenginliğin ‘‘ne’’liği sorunsal her zaman zihinleri karıştıran bir soru olagelmıştır. Fakirlik alt sınırı gibi zenginliğin de bir alt sınırının olmayışı veya zenginliğin sınırının net olarak çizilememesi toplumun hangi kesimlerini zengin olarak niteleyebileceğimizi zorlaştırmaktadır. Ancak şu var ki zenginliğin en önemli şartı, maddi güce yani paraya sahip olmaktır. Nitekim Simmel (1999), zenginliği, bireyin sahip olduğu maddi kaynaklarla ait olduğu sınıf tarafından belirlenmiş amaçlar arasındaki ilişki olarak niteleyerek (Doğuç, 2005: 74) zenginliği parayla ilişkilendirmektedir.

2007 yılından beri yayınlanan *World Wealth Report* (Dünya Zenginlik Raporu)’a göre zengin tanımı yapacak olursak, 1 milyon dolardan fazla mali varlığa sahip olanlar ‘zengin’, mali varlığı 30 milyon doları aşanlar ise ‘aşırı zengin’dir (İnsel, 2008: 49). 2006’da Fransızların yarısı için zenginlik 482 bin avrodan fazlaya denk gelen bir

<sup>19</sup><http://www.bugun.com.tr/son-dakika/diyarbakirda-mucize-filminin--haberi/1418898>

varlıkla tasvir ediliyordu. Bu tarihlerde Paris'te 87 metre karelik balkonlu, parkeli ve 3 odalı bir dairenin 550 bin avro olduğu göz önünde bulundurulursa bu rakam çok mütevazı kalmaktadır (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 19).

Aynı şekilde Marx, kapitalizmde zenginlikle sermaye arasında ilişki kurmaktadır. Ona göre zenginlik, sermaye olarak özünde insanın, emeğin, yarattığı bir değer birikimidir (Köse ve Karahanoğulları, 2005: 26). Kapitalizmde zenginlik, özel mülkiyet nesnesi olunca anlamlı olmakta, bunun en açık göstergesi de ölçülebilir olması yani paraya sahip olmaktır (İnsel, 2008: 53).

Diclekent ve Metropol sakinlerinin zihinlerindeki zengin imgesinin ne olduğunu öğrenmeye yönelik sorulan “*Sizce bir zenginin özellikleri nelerdir? Tarif eder misiniz?*” sorusuna katılımcılar, en başta ekonomik sermayesi yüksek olan yani paraya sahip olan kişileri zengin olarak tarif etmişlerdir.

*Zengin fabrikatörler aklıma geliyor. Farklı yaşantıları var. Büyük malikâne sahipleri, büyük otelleri var. Diyarbakır'da da var. Benim akrabam var. Hepsi zenginler. Her sektörde varlar. Bir kere Diyarbakır'da 8-10 tane petroleri var. 9-10 tane köyleri var. Toprak ağasıdırlar. Artı otelleri var. Bir sürü araba galerileri var. İş makineleri falan satıyorlar. Fabrikaları var (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

*Kazancı yüksek olan insanların iyi hayat standardına sahip olması (G.51, Kadın, 36, Gelir Uzmanı).*

Kimi katılımcılar maddi ve manevi olmak üzere iki türlü zenginlik olduğunu belirtmekte; maddi zenginliği ise para ile ilişkilendirmektedirler.

*Direk maddi zenginlik aklıma geliyor. Manevi zenginlik işin ikinci planında bence. Hani gönlü zengin olsun laflarından sonra gelir ama (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

*Ben zenginliği iki türlü görüyorum kendi şahsım adına. Bir zenginlik iktisadi olarak parası, malı, mülkü var olan kişiye denir. Bir de hayattan zevk alan zenginler var. Kendi koşulları içerisinde en iyi yaşayabilen. Belli bir standardı olan (G.33, Erkek, 40, Müteahhit, Mimar).*

Pinçon ve Pinçon-Charlot'a (2012: 15) göre, zenginlik denince akla öncelikle gelen şey paradır. Zenginlik, her zaman değerli bir şey, bir yat, büyük bir daire, uzaklara

seyahat, boş vakit ve hizmetçilerle dolu bir evde boş zaman imkânı olarak belirginleşmektedir. Görüldüğü gibi zenginlik genellikle sadece maddi boyuta yani mal ve hizmet satın almaya indirgenmektedir.

Tarih boyunca zenginliğin temel iki göstergesinin “ihtişam ve kudret” olduğunu söyleyebiliriz (Göksu ve Demirel, 2008: 92). Veblen’e göre de maddi varlığın bugün de en büyük yararı, sahibinin gücünü sergilemesinden kaynaklanmaktadır (Veblen, 2005: 32). Günümüzde lüks tüketim, kapitalizmin temel katalizörü olarak görülmektedir (Duman, 2008b: 109-111). Benzer şekilde kimi katılımcılar için ihtişam ve kudretin göstergesi olarak lüks tüketim ve özellikle de gösterişçi tüketim yapılarak zenginlik teşhir edilmektedir.

*Lüks giyinmesidir, lüks bir evde oturmasıdır, harcamasıdır, takıldığı yerlerdir. Ondan sonra kullandığı arabadır. Gerçi çok zengin olup ta Şahin kullananlar da vardır ama. Normalde tabi ki kendini gösteriyor. Arabalardan tutun da kullandığı eve kadar lüks (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

*Yani çok lüks yaşıyıp, yani aldığı, harcadığı paradan çok fazla hesap kitabını yapmadan, çok fazla düşünmeden, tatilini yapan kendince gezen, eğlenen kişilerdir öyle (G.13, Erkek, 37, Öğretmen).*

*Değişken bir şeydir. Ne kadar zengin yani? İsteddiği her şeyi belli standartlarda yani hayat koşullarının el verdiği şekilde istediği her şeyi alabilen, yiyebilen, içebilen, istediği her yere gidebilen, lüks bir arabayla gezen, lüks bir evde oturan adam zengindir (G.27, Erkek, 33, Müteahhit).*

Bir katılımcı ise Diyarbakır’da gösterişçi tüketimin çok bariz bir şekilde görüldüğünü dile getirmektedir. Ona göre lüks arabaya sahip olmak, zenginliğin en önemli nişanesidir. İnsanlar için lüks arabaya sahip olmanın, yaşam standartlarının yüksek olmasından daha önemli olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca Diyarbakır’daki lüks arabaların çok fazla olduğunu şöyle ifade etmektedir:

*Valla burada gösteriş. Gerçekten çok fazla. Yani diyorum ya karşılıklı binalardayız. O ev bu evin yarısı. O 300 milyar. Bu 250-240 o civar. Adam oraya gitmek için 70 milyar, 60 milyar fark ödüyor. Karşı binaya gitmek için. Belki onu karşılamaya çok fazla birikimi de yok ama gidiyor. Ya da diyor ki benim altımdaki*

*araba şu olsun da evim, yaşam standartlarım çok iyi olmasa da olur. Arabaya çok önem veriliyor. Özellikle çok lüks araba var. İnanamıyorsun yani. Bu Diyarbakır'da nasıl olur da bu kadar çok Audi olur. Ben geçen de söylüyorum. İnanılmaz çok Audi var. Bakıyorsun 200-250 milyarlık araba yani. Diclekent'te binasında Audi olmayan var mı acaba bilmiyorum. BMWler, Audiler, Jeepler çok fazla (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Bir katılımcı da kendi babasından hareketle kafasındaki zengin portresini çizmiştir. Bu zengin ise lüks tüketimle özdeşleşmektedir.

*Bence babam dermişim. (Gülüyor). Altında son model arabası olan biri, cebinde cep telefonu lüks olan biri, sürekli lüks mekânlara takılan, lüks restoranlara takılan insanlar. Yani sigara içiyorsa cebinde en az statüsünü belli edecek şekilde bir Parliament, Malboro içen birisine zengin diyebiliriz (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Katılımcılardan biri de zenginliğin tanımının konjonktürel olarak değiştiğini belirtmekte, eskiden zengin diyebileceğimiz kişilerin şimdilerde orta sınıftan olduğunu belirtmektedir. Ama yine de zenginliği lüks tüketim ve gayrimenkullerle şöyle ilişkilendirmektedir:

*Bence milletvekillerini örnek verebiliriz. Yurt dışı gezileri, Maldivler, birden fazla lüks araç, binlerce dönüm arazi, şirketler. Bir evi bir arabası olan kişi dünya perspektifinden bakarsak ortanın altı görünüyor. Zengin değil yani. Bundan 50 yıl önce bu kişiyi zengin görebilirdik. Bir ev bir araba lüks değil, zaten ihtiyaç. İnsanlar yokluğa çok alıştıkları için bunu bir zenginlik gibi görüyorlardı. Ama şimdi bu bir ihtiyaçtır (G.20, Erkek, 35, Öğretmen).*

Zenginlik, maddiyatla yani parayla çok yakın organik bağlara sahip olmakla birlikte aynı zamanda da kültürel bir formasyona da sahiptir (Bora ve Erdoğan, 2005: 56). Ekonomik sermayenin fazlalığıyla taçlandırılan zenginlik kültürel sermayeyle de meşrulaştırılmalıdır. Kültürel araçlarla meşrulaştırılmayan zenginlik, sahiplerinin üzerinde eğreti durmaktadır. Benzer şekilde gösterişçi tüketim yapan zenginlere “sonradan görme” olarak hitap ederek diğerlerinden ayıran bazı katılımcılar zenginliğin bu insanlara yakışmadığını, zenginliğin sadece para ile değil kültürle de alakalı olduğunu belirtmektedirler.

*Bence paranın yanında eğitiminin de çok iyi olması lazım. Yoksa o parayı taşıyamaz. Üstünde çirkin durur. İşte bu toprak sahipleri zengin olmuşlar. Bir kısım gerçekten taşıyamıyor bunu. Hani sonradan görme diyoruz ya öyle olmuşlar (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

*Hani klasik olacak ama öncelikle içindeki kültür bir kere zengin olacak. Önceki yaşanmışlıkları, aileden gördüğü şeyler. Hani sonradan görme olmaması gerekiyor. Ben onu düşünüyorum. Hani giyindiğin kıyafet üzerine emanet durmaması gerekiyor. Bir kişi önceden görmüşlüğü ailesinden görmeli. Sonradan gördükleri ve edindikleri ile zengin olunmuyor. Aileden gelir daha sonra üzerine sen şekil verirsin. Nedir bu, iyi bir araba, iyi bir ev, iyi bir yaşam şekli, iyi bir çocuk yetiştirme, benim için lüks budur (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

*Bence o da bir kültürdür. Parayı herhangi bir insana versen zengin kültürünü taşımayabilir. Çünkü zenginlik de bir kültür meselesidir. Net özellikleri farklı yaşar, kendinde özgüveni olur, farklı yerlerde dolaşır, daha güvenli yerler seçer yani (G.16, Erkek, 42, Öğretmen).*

Kimi katılımcılar da zenginliğin maddi tarafından çok manevi yönden huzur ve mutlulukla ilgilenmektedirler. İhtiyaçlarını karşılayabilecek durumda olmak, kimseye muhtaç olmamak, toplumda sevilen, sayılan bir insan olmak, sağlıklı ve huzurlu olmak, zengin olmak için yeterli şartlardır.

*Bana göre bir zengin bir evi varsa, kiracı değilse, çoluk çocuğunu yürütebilecek bir arabası varsa, çocuklarını okutabiliyorsa, aylık ücretlerini verebiliyorsa benim için ideal olan bir zenginlik budur. Huzuru ve refahı yerindeyse mesele yok (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

*Eminim ki parasal zenginlik dediğimiz şeyden ziyade evindeki zenginliği tercih edecek binlerce insan vardır. Hani huzur, mutluluk, sağlık. Yani aslında o paradan ziyade o arayışta. Fazla söylenmese de onu düşünen çok insan var. Yani aslında özlenen odur ama yapılmıyor (G.35, Erkek, 40, Müteahhit).*

Bir katılımcı zenginliğe paraya sahip olmaktan ziyade toplumda sevilip sayılan iyi bir insan olmakla sahip olunabileceğini belirtmektedir. Onun için zenginlik, elindekilerle yetinebilmek ve mutluluğa ve huzura kavuşmaktır. Katılımcı bu durumu şöyle ifade etmektedir:

*Zenginin tanımı çoktur. Bana sorarsanız zengin, gerçek anlamda iyi bir insansa bence dünyanın en zengini odur. Herkes onu seviyorsa, herkes onu sayıyorsa gerçek anlamda değer veriyorsa bence dünyanın en zenginidir. Ama bizim asrımızda parası olana zengin diyoruz. Ama zenginin de topluma ne derece fayda sağladığını maalesef hepimiz görüyoruz. Onun benim için hiçbir anlamı yok. Hani biz bazen kendi aramızda konuşuyoruz. Zenginlik dediğin nedir? Hani bir binektir. Önceden attı şimdi iyi bir arabadır. Güzel bir evin olmasıdır. Hepimiz evlenelim. Çoluk çocuğumuz olsun. E şimdi bunların hepsi oldu, değil? Çocuklarımız sağlıklı. Bunun dışında nedir? İstedığımızı yiyoruz. İyi bir arabamız da var. Kardeşim arabanın sınırı yok. Bir trilyona da araba var. 50-60 milyarlık bir araba bugün insanın ihtiyaçlarına her türlü cevap verebiliyor. Sen malikâne yaparsın on milyona da yaparsın. Ama bugün nedir? Diyarbakır şartlarında 200- 250 bin liraya güzel bir evde oturabiliyorsun. Bunlar olduktan sonra biz daha neye çalışıyoruz. Belki bir gezme tozmadır, bir yurt dışıdır. Bunun dışında ne var? Biz bunları yapabiliyor muyuz? Yapabiliyoruz. Kendimizi rahatsız etmemize ne gerek var?(G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi-Müteahhit).*

Bazı katılımcılar ise zengin insanın cebinin zengin olması değil gönlünün zengin olması gerektiğini belirtmekte ancak çoğu durumda zenginler yoksulların halinden anlamayan ve cimri bir insan olarak tarif edilmektedir. Bu bağlamda gönül zenginliği kavramı, zenginliğin sadece maddi imkânlarla sınırları belirlenen bir kavram olmadığını göstermektedir (Yıldırım, 2013: 340).

*Zenginsen fakir fukaranın babasısan, zenginlik ona çok hoştur. Her şey elindedir. Bu fakirdir. Bu muhtaçtır. Onlara dağıtasan. Allah sana vermiş. O parayı nasıl kullandığını nasıl şey ettiğini. İnsan var kibir için yapıyı. Benim bu zenginliğim öyle olmasın. Zenginlik öbür türlü hoştur. Eger ki sen zenginsen, parayı üste vermişsen, bir iki kişi senden faydalanmamış, bir kişi dememiş Allah razı olsun o zenginlik benim için olmuş farketmiyi (G.2, Kadın, 47, Ev Hanımı).*

*Zengin, gönlü zengin olandır, cebi değil, evet şimdiki çağın gereği onu gerektiriyor, ama gönül zengin değilse cep istediği kadar zengin olsun (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

*Bence zenginlik gönül zenginliğidir. Karşıdaki insanı mutlu edebiliyorsan onu anlamaya çalışabiliyorsan en büyük zenginlik budur. Para ise maddeden ibarettir (G.50, Kadın, Gelir Uzmanı).*

Süleyman İlhan'ın “*Kentsel Yoksulluğun Anlam Dünyası*” adlı makalesindeki yoksulların tasavvurundaki zengin algısı bizim yaptığımız çalışmayla benzerlikler göstermektedir. Onlara göre zenginler, bencil, halden anlamaz, açgözlü, kendini beğenmiş, şımarık, merhametsiz ve gaddardır (İlhan, 2013: 201). Ancak bu tanımlamalara ek olarak bizim çalışmamızda zengin aynı zamanda daha çok maddi gücü elinde bulunduran ve gösterişçi lüks tüketim yapan kişilerdir.

Görüldüğü gibi katılımcıların zihinlerindeki zengin tasavvuru, parayı elinde bulunduran ve özellikle lüks tüketim yapan kişilerdir. Ancak aileden gelen köklü bir zenginlik kültürüne sahip olmayan yeni zenginlerin kendilerinin gücü elinde bulundurduklarını ispat etmek istercesine lüks tüketime yönelmesi, onların görgüsüz veya “sonradan görme” olarak nitelendirilmelerine neden olmaktadır. Katılımcılar, zenginliğini israf boyutunda lüks tüketimle gösteren yeni zenginlerin, zenginliği daha hazmedemediğini ve onların üzerinde bu zenginliğin yakışmadığını ifade etmektedirler. Onlara göre zenginlik belli bir eğitim, görgü ve kültürü gerektirmektedir. Başka bir deyişle zenginlik sadece ekonomik sermayeye sahip olmak değil, bunun yanı sıra diğer sermaye türlerine de -kültürel, sosyal ve sembolik- sahip olmaktır. Ayrıca zenginlik sadece maddiyatla ifade edilmemeli, paranın asıl amacı olan mutluluğa sahip olma, sağlık ve huzur, zengin olmanın en önemli göstergesi olarak görülmelidir.

## **5.4.2. Yeni Zenginliğin Farklı Görünümleri**

### **5.4.2.1. Yeni Zenginlerin Kimler Olduğuna Dair Görüşler**

Diyarbakır'da son yıllarda görülen yeni zenginliğin nasıl bir görünüm arz ettiğini öğrenmeye yönelik olarak bu zenginlerin kimler olduğu ve hangi özelliklere sahip oldukları katılımcılara sorulan sorular çerçevesinde anlaşılmaya çalışılmıştır. Katılımcıların çoğunluğu Diyarbakır'daki yeni zenginliğin büyük bir kısmını arsa sahiplerinin yani toprak zenginlerinin oluşturduğu konusunda hemfikirdirler.

*Valla genel olarak bizim duyularımız arazi sahipleri diyebiliyorum. Müteahhit camiası diyebiliyorum. Yani inşaat sektöründe müthiş bir rantın döndüğünü bununla beraber çok ta zenginlik kültürü olmayan insanlar var (G.16, Erkek, 42, Öğretmen).*

*Şu an Diyarbakır'da arsa sahipleri zengindir. Diyelim bir bina yapıyor. 24 daire. 12 daire müteahhitin oluyor. 12 daireyi arsa sahibine veriyor. Onunla anlaşıyor. Dükkân veriyor, daire veriyor. Bence arsa sahibi en zengindir şu anda Diyarbakır'ın (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

*Merkeze bağlı yakın olan köyler var ya. Üçkuyu var mesela onlar. Mesela merkeze bağlı olan köylerin arazilerinin dönümleri 400-500 milyara çıktı. Bunlar da çok faydalarını gördüler. Çoğu vermiş, verecekler de var. İmara açılmış. Onlar çok zenginleşmiş (G.25, Erkek, 55, Emlakçı).*

Kendisi de arazi zengini olan bir emlakçı, kendisinin zenginleşmesinin nedeninin köylerindeki arazilerinin imara açılmasıyla arazinin fiyatlarının 100 kat artması olduğunu şöyle belirtmektedir:

*Arazi zenginleri var. Arazi bu bölgededir. Çoğu da hazinedir. Ne kadar da olsa arazi ticareti bir ara oldu. Çok güzel oldu. Tabi burada batanlar da oldu. Yükselenler de oldu. Mesela benim kendi şahsım olarak benim arazim para yaptı. 10 sene önce benim arazim 3-4 milyarken şu anda 300-400 milyara gidiyor. İmar iflas olduğu için. 10 sene önce kim derdi buraya yapı girecek? Kimse tahmin etmiyordu. Yani biz bile bilseydik zamanında buraya yapı geleceğini biz 100-150 dönüm rahat alabilirdik. Bizim köyümüz buraya 2 km. Araştırma hastanesinin oralar bizim köyümüz. Buraya bağlıydı. Biz bile tahmin etmedik ki. Hiç tahmin etmedik (G.26, Erkek, 32, Emlakçı).*

Toprak sahiplerini “gizli zenginler” olarak tanımlayan bir katılımcı, bir dönüm araziden insanların müthiş paralar kazanarak zenginleştiklerini belirtmekte, Diclekent'te adeta yeni bir şehir kurulduğunu ifade etmektedir.

*Toprak sahipleri, gizli zenginler. Gizli zenginler derken adam mesela mevcut toprak sahipleri. Şimdi toprağı bataklıkken imara açılıyor. Orada bir dönüm arsayı 1000 liraya satamazken şimdi bir dönümünden on tane daire kaıyor kendisine. On tane daireyi bugün minimum 250'den satsan 2,5 trilyon para eder. Al sana zenginlik. Arazi çok para etti. Buradan başlayıp Siverek yoluna kadar korkunç bir para etti. Yani yeni*



*bir il kuruldu. Şu an oranın 400-500.000 nüfusu var. Türkiye’de 500.000 nüfuslu kaç il var ki? Yoktur yani. 30 tane il var ki ben biliyorum ki 500.000’in altındadır. Tokat, Isparta, Sivas, benim bildiğim Çorum, Kütahya, Kırıkkale bunların hepsi 200.000 nüfusu var (G.27, Erkek, 33, Müteahhit).*

Kendisi de arsa zengini olan bir katılımcı nasıl zenginleştiğinin hikâyesini şöyle anlatmaktadır:

*Bu yeni zenginlerin çoğu arsa sahipleri ve bu inşaat sektöründe olanlardır. İnşaat birden bire yükseldi. Mesela kayınpederim öngörüliydi. Ben evlendiğim zaman –bundan 30 yıl öncesinden bahsediyorum- 8 aylık evliydim. Kayınpederim dedi ki “Gelin hepimiz neyiz varsa birleştirelim. Burada bir köy var satılıyor. Sahibi Türk’tür. Gidecek. İstanbul’a yerleşiyor. Diyor ki “Ben burada yapamıyorum.” Konserve fabrikası açmış. Biz de onun köyünü, tarlalarını, 20 tane eviyle birlikte alalım. Evlerin hepsi kargire sadece bir tanesi iki katlı güzel bir ev. Adam oturuyor. Kendi için yapmış. O zaman onu 47.000 liraya aldık. O zamanki parayla bayağı ucuza aldık. Şimdi biz oradaki tarlalarımızı 15 yıl böyle ektik biçtik. Pek bir kar gelmiyordu. Ama ne zamanki yol girdi oraya, ne zamanki imar girdi oraya havaalanının kapısı değişti. Şimdi bizim ekilecek bir tarlamız kalmadı. Hepsi imara ifraza girdi (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*



**Resim 14.** 75 Metre Yakınlarındaki Lüks Konutlarla Köyün Birleştiği Alan. Bir gün Zenginleşeceği Günü Bekleyen Arsa Sahipleri.

Arsaların fiyatları, buldukları yerdeki kullanım şekillerine ve bulunduğu mahallenin, şehrin ve dünyanın geleceğine göre şekillenirler. Bu nedenle arsa piyasalarının spekülasyonlarla dolu bir alan olduğu söylenebilir (prole.info, 2013: 69).

Bir katılımcı da Diyarbakır'daki zenginleri sınıflandırmıştır. Ona göre Diyarbakır'daki zenginler sırasıyla arsa sahipleri, köyden gelenler ve doktorlardır.

*Zamanında Diclekent dediğimiz taraf hepsi arsaydı. Biz oraya gittiğimiz vakit orası bize çok uzaktı. Mesela bize oraya kadar niye gidiyorsunuz diye kızarlardı. Orada toprak sahibi olan insanlar, orada binaların dikiminden sonra bayağı bir zenginleşmeye başladılar. Bir kısım zenginler bunlar. Bir kısım zenginler de köyden gelenler. Bütün arsasını satıp çiftçilikle uğraşan her şeyi hayvanını satıp gelen insanlardır. Bir de zaten zengin olanlar var. Doktorlar da özel hastanelerin açılımdan sonra -bayağı bir özel hastane açıldı Diyarbakır'da şu an-. bayağı bir zenginleşti. Bayağı bir maaş ta alıyorlar. Kimisi hem orada hem devlet hastanesinde görev yapıyor. 100-150.000 TL alan bile var yani (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Kimi katılımcılar da aileden kalan bir miras olmaksızın sadece eğitimle başarı kazanan doktor ve avukat gibi üst düzey memurların Diyarbakır'ın yeni zenginlerini oluşturduğunu düşünmektedir:

*Burada doktorlar oturuyor, avukatlar oturuyor, biraz mevki sahibi olanlar kaymakamlar, işte ne bileyim profesörler ama genelde avukatlar (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

*Genelde doktorlar. Çoğu benim gördüğüm doktorlar ve doktor eşleri. Doktorlar müthiş para kazanyor. Eşimden biliyorum hesaplıyorlar onlar paraları. Bu villada oturanlar hepsi doktor. Esnaflar kazansa bile çok fazla yemiyorlar. Doktorlar yiyorlar yani parayı. Harcıyorlar eve, eşyaya (G.17, Kadın, 38, Öğretmen).*

Bazı katılımcılar da Diyarbakır'da tefeciliğin çok olduğunu ve bu şekilde zengin olanların eskiye nazaran daha da arttığını belirtmektedir:

*Söyleyim mi kimdir, tefeciler, aynen öyle. Duyduğum kadarıyla konudan komşudan soruyoz hani durum o kadar bozulmuş ki zor durumda kalan tefeciye başvuruyor şu anda tefecilerden zengini yok Diyarbakır'da. (G.3, Kadın, 35, Ev Hanımı)*

*Şu anda bazı kelimeler kullansak hoş bir şey değil. Yeni zenginler. Hem banka hem de tefeciliktir. Mesela eskiden gizli tefecilik varmış bizim duyduğumuza göre. Şimdi açık tefecilik var. Bahistir. Bilmem nedir. Öyle çok var ha. Hayatını sürdüren görmüşüz öyle. Bunun yüzünden çok aile var yok olmuş, sürgün olmuşlar Diyarbakır'dan. Bir de tefecilere bulaşıp ta altından kalkamayacak hale gelmişler. Tefeciler çok zenginleşmişler ama tefeciliğin sonu da yok. Zenginliği de şeye kadar olabilir. Eskilerin bir sözü var " Faiz parası seni en çok 5 yıl zengin eder. 5 yıldan sonra seni düşürür" Bence bu tefecilik parasıyla zengin olanlar kendilerine çok güvenmesinler. Haram para haram yerden gider çünkü (G.31, Erkek, 39, Kapıcı).*

*Yani bizim açıkçası tefecilerle şunlarla bunlarla ilişkimiz olmadı hiç. Biz de duyuyoruz. Tefecilikten çok ciddi rant kazananlar var. Mesela Bismil'de belli ilçeler var. Duyuyoruz. Muvaffak olamıyorlar ama. Huzurlu değiller. Sürekli alacak peşindeler (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi, Müteahhit).*

Ayrıca kısa yoldan zengin olmak için bahis oynayanlar ve kadın tüccarlığı yapanlar da vardır.

*Diyarbakır'da bahisin haddi hesabı yok. Benim bir tanıdığım var. Öğretmendir. Bahis işine girmiş. Sürekli battı. Babasından istedi. Onu da batırdı. En son çektiler vurdular. Böyle olaylar da oluyor. Bir de kadın satanlar var. Bunları da söylemek istemiyorum (G.31, Erkek, 39, Kapıcı).*

Bazı katılımcılar içinse buradaki zenginlik, krediyle elde edilen bir zenginliktir. İnsanlar, bankalar aracılığıyla kredi çekerek lüks bir yaşama kavuşabilmektedirler. Bu durumun da sadece Diyarbakır'da olabileceğini ifade eden bir katılımcı birçok ilde aynı evlerin çok daha pahalıya satıldığını, Diyarbakır'da ise bu evlere diğer emsallerine göre çok ucuz fiyata ulaşılabildiğini belirtmektedir.

*Önceleri 200 Milyar, 250 Milyar ne oluyor gibisine soruyorduk. Şimdi biz bile tabi 250 milyardır değeri diyoruz. Ama bundan 3 yıl öncesine kadar Diyarbakır'da bir eve 250 milyar verilir mi? düşüncesi vardı. Benim iş seyahatlerimde oluyor. İstanbul'a gidiş geliş yapıyorum. Ben de çok gezmişim, çok biliyorum. Antalya'da da, Ankara'da da, İstanbul'da da, Karabük'te de hiç hayatımda böyle evler görmedim. Bu evler İstanbul'da 2 trilyondur. Biliyorum ben. Aslında az paraya lüks yaşayabiliyorsun burada (G.9, Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

*Doğrusu bu yeni zenginlik eğitimin ortaya çıkardığı bir zenginlik değil, Diyelim bir fabrika veya iş imkânların yarattığı bir zenginlik de yok. Doğrusu bu zenginliği oluşturan kaynağın ben kredi kullanımı olduğunu da düşünüyorum (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

*İnsanlar burada lüks evlerde oturmak için 20 yıllarını ipotek altına alarak borç altına girerek ev alıyorlar (G.20, Erkek, 35, Öğretmen).*

Bir katılımcı da sadece memur olan bir insanın krediyle elde ettiği zenginliğin zenginlik olarak görülemeyeceğini belirtmekte, zenginliğin daha standart üstü ve farklı bir şey olduğunu çevresinden verdiği bir örnekle şöyle ifade etmektedir.

*Ya toprak zengini. Bu bölgede toprağı olan ya da başka sulak arazi Bismil tarafında toprağı olanlar. Bina karşılığında toprak verenler var. Toprak zengini çoğu. Sonradan kazanan çok. Yani çok az memur zengin bence burada. Burada oturabilir ama zenginlik farklı bir şey. Belli bir standardın üstü olması lazım. O açıdan bence ya sonradan, ya toprak, ya aileden. Mesela bizim sitede var. Ağalar. Bismil tarafından gelmişler. 5-6 kardeş burada. Hepsinin lüks arabaları var. Hiç biri üniversite mezunu değil mesela. Zengin kavramı sizde nasıldır bilmem ama. Mesela kayınbabasının altında jeep var. Kendisini şanssız hissediyormuş. Hani ben aslında şansızım ailemedekilere göre. Demek ki öbürleri daha zengin. Eskiden daha büyük bir paranın içindeymiş. Ha şimdikini az görüyor. Demek ki öyle bir üst sınırmış ki şu anki onun için çok limitin altında. Bahçede 5 arabaları var, sitede 5 evleri var ve Ofis'te en lüks kafelerden birkaç tanesi onların falan. Ailede en şansızı buymuş işte. Adamın gördüğü farklı. Bu gördüğü en azı (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan biri de Diyarbakır'da yeni zenginlerin olmadığını, zaten Diyarbakır'ın eski zenginlerinin var olduğunu belirtmektedir. Görünen zenginliği ise inşaattaki kalitenin artması ve insanların lüks konutlara yönelmesiyle açıklamaktadır.

*Yok ya, çok yeni zengin de olduğunu düşünmüyorum. Diyarbakır'da oldum olası çok zengini de vardı çok fakiri de. Uçlarda bir şehir. Yine öyle. Onun dışında memurlar var zaten. Başka kimse yok ki. Aynı, ben bir değişiklik görmüyorum. Sadece evler lüksleşti, konutlar lüks oldu. Yoksa alım gücü aynıydı yani. Diyarbakır aynı Diyarbakır. Kimse gelmedi Diyarbakır'a. İnşaat sektörü ilerledi. Zaten inşaat sektöründen başka sektör yok ki. Sadece inşaat. Diyarbakır'da fabrika yok, sanayi yok. Benim param onun*

*cebine onun ki benim cebime. Öyle kendi içinde dönen bir para var. Dışarıdan kimse gelmedi. Öyle fabrika kurulmadı, ticaret olmadı. Niye zenginleşsin ki Diyarbakır durduk yere. İnşaatta kalite arttı. Lüks konuta yönelim arttı. Lüksü seviyoruz zaten millet olarak (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

*Diyarbakır'ın zenginliği köklüydü zaten. Diyarbakır zengin bir şehirdi yani. Eskiden biz görmedik de. Dedelerimizden, akrabalarımızdan, yaşlı büyüklerimizden görmüştük. Burası zengin bir yerdi. Zenginleri de öyle namı insanlardı o zaman. Öyle diyorlardı (G.31, Erkek, 39, Kapıcı).*

Görüldüğü gibi katılımcıların ifadelerinden yola çıkarak Diyarbakır'daki yeni zenginleri, öncelikle arsa sahipleri, inşaat sektörüyle ilgili meslek olan müteahhitler ve kaynak kullanımında sık sık onlarla işbirliği yapan tefeciler oluşturmaktadır. Ayrıca eğitim seviyesi yüksek memurlardan özellikle doktorlar ve avukatlar ilk sıralarda yer almaktadır. Bu durum son yıllarda Diyarbakır'da çok sayıda özel hastanelerin açılmasıyla doğru orantılıdır. Avukatlar ise son yıllarda hem KCK davalarından hem de köyleri yakılan ve zorunlu göçe maruz kalan köylülerin davalarından elde ettikleri yüksek miktarlarla zenginleşmişlerdir. Kredi kullanımı da özellikle memur kesimler için lüks ve zengin hayatın bir anahtarı olarak görülmektedir. Geleceğini ipotek altına alarak görünüşte zengin bir hayata kavuşan ama zenginlerin hayatlarını çok yakından izlemek zorunda kalan bu kesim ise yaşadığı hayatın bedelini her ay geri ödemelerde zorlanarak yaşamakta, altına girdiği büyük borcun altında ezilmektedir. Bu durum da neoliberalizmin borç merkezli yaşamı getirmesinden kaynaklandığını söyleyebiliriz. Çünkü neoliberalizmin yeni insan tipi borçlandırılmış bir insan figürüdür.

#### **5.4.2.2. Yeni Zenginlerin Özellikleri**

Diyarbakır'daki yeni zenginlerin kimler olduğundan bahsettikten sonra hangi özelliklere sahip oldukları da kimi katılımcıların ifadelerinde berraklaşmaktadır. Onlara göre bu yeni zenginler “sonradan görme” olarak da bildiğimiz zenginliği hazmedememiş, zenginlik kültürüne sahip olmayan ve yaşamasını bilmeyen insanlardır. Onlar bir zenginlik kültürü altında yetişmedikleri, herhangi bir kültürel sermayeye sahip olmadıkları ve bu zenginliği hiçbir çaba harcamaksızın kolayca elde ettikleri için, sahip oldukları zenginlik üzerlerinde emanet durmakta ve onlara yakışmamaktadır. Başka bir ifadeyle ekonomik sermayesi yükselen zenginlerin herhangi bir kültürel altyapısı

olmadığı için zenginlik, onların üzerinde eğreti durmaktadır. Sonuç olarak da ortaya “eğreti zenginlik” çıkmaktadır.

*Yani bazı şeyleri hazmede hazmede zengin olmak var, bir de işte kolay para kazanıp, kolay parayı bulup yaşamında onu çok farklı kullananlar var. Yani oturup konuşmasını bile bilmiyor, nasıl davranması gerektiğini bilmiyor, insanlarla ilişkileri çok kötü, ama zengin olmuş bir şekilde onu kullanıyor. Artık nasıl olmuş onu bilemiyoruz ama öyle insanlar da var. Sıkıntı oluyor yani (G.13, Erkek, 37, Öğretmen).*

*Sonradan görme bizimkiler bence. Çünkü zenginliği tam olarak yaşayamamış. Ne oldum delisi olmuş bir anda. Ne yapacağını bilemiyor. Ben kendi yakınlarımdan biliyorum buralara taşınmış hani önceden çok fakir. Neyse durumları iyi olup buralara kadar geldiler ama sanki bir anda neyin içerisinde olduklarının bilincinde değiller. Sürekli bir böyle yenilik, sürekli bir kendini ispat çabası (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

*Bana göre biraz emanet gibi geliyor açıkçası. Yani dedim ya adam pamuk tüccarı derken. Zengin. Çok lüks evlerin içerisinde o kadar çirkin yaşantılar var ki, yani kadına yönelik şiddet, kadının kendisine bakımsızlığı, adamın kendisine ikinci bir ev açması, bu tür şeylerin hepsine şahit olduk. Sitede otururken çok farklı kültürdeki insanların bir araya gelmesi, bunlar çok lüks sitelerde oturuyorlar ama çok farklı insanlar. Para herkes de var artık. Kültür çok çok farklı. Para bu toplumda herkesin bulabileceği bir şey olmaya başladı. Ama kültür en başta anne ve babadan kazanılmış bir şey. Zenginlik, kültür olmayınca kendini bir boy büyük olarak gösteriyor (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri bu zenginlerin alım gücünün yüksekliğine vurgu yaparak şaşkınlığını belirtmektedir.

*İnsan zaten bu kadar zengini bir arada görünce “Vay be Diyarbakır’da da ne kadar çok zengin varmış” diyor. Herkesi kendin gibi zannediyorsun, herkesi kendi köyündekiler gibi zannediyorsun ama öyle değilmiş yani. Demek ki Diyarbakır’ın zenginleri çokmuş ki bu kadar pahalı evlerde oturabiliyorlar. Bizim ev oranın en vasat evlerinden biri. Biz 4 çalışan, artı babam zor bela aldık. Bakıyorum da insanlar çok rahat bir değil iki, üç tane ev alabiliyorlar (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri de yeni zenginleri “türedi” ve “sonradan görme” olarak betimlemekte, bunun tavır ve davranışlarda hemen fark edildiğini ifade etmektedir:

*Var öyle bir sınıf var ama ne kadardır tahmin edemiyorum. Bunlar böyle arabalarına bakarsın çok lüks arabaları var. Giyimlerine bakarsın çok kaliteli ve pahalı giyimler var. Bunların böyle bir yürüyüşü, bir tavırları bir konuşmaları var. Oturdıkları mekânlar falan. Bunlarda bir türedilik hissediyorsun. Biraz da sonradan görmelik var (G.21, Erkek, 45, Öğretmen).*

Bir katılımcı da paraya sahip olan kimi yeni zenginlerin çok eşlilik yaptıklarını belirtmektedir.

*Böyle hani çok kalabalık aileye sahip olduklarını biliyorum, çocuk sayısı çok, çok evlilik var yani esnaf grubu. (Yani çok evlilik derken, çok eşlilik mi?) Evet çok eşlilik. Hani hep buranın tabiriyle Diyarbakır'ın erkekleri parayı görünce azıyorlar, kendileri diyorlar ben bişey demiyorum (G.6, Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası).*

İlk kez Hollanda'nın 1634 yılına doğru geçirdiği İngiltere ve Fransa'nın ise 18. yüzyılın ilk yarısında "hastalıklı bir para tutkusu" döneminden geçtiği bilinmektedir. Bu toplumlarda, bu dönemin sonunda bütün ulus, baştan aşağı bu duygu tarafından etkilenmiş ve para tutkusu modern insanın ruhunun ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir (Sombart, 2011: 43). Katılımcılardan biri de çok çalışarak paraya sahip olan yeni zenginlerin daha çok paraya sahip olmak ve biriktirmek tutkusuyla paylaşmaktan kaçındıklarını ifade etmektedir. Bu açıdan bakacak olursak Diyarbakır'daki yeni zenginlerin de hastalıklı bir para tutkusu döneminde oldukları söylenebilir. Ayrıca kolay elde edilen zenginliğin kolayca kaybetme korkusu da zenginleri daha çok biriktirmeye yöneltmektedir (Frank, 2009: 72).

*Emeğiyle kazananlar da şimdi çağımıza göre bir getirisi var ki herkes daha zengin olmak, daha güzel yaşamak, daha iyi yaşamak için bu sefer kazandığını paylaşmaktan kaçınıyor. İcabında gönlü istiyor ama ne hikmetse vermiyor işte (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

*Benim tanıdıklarım var. Zenginlik gezmekse gezenler var. Zenginlik lüks arabaya binmekse lüks arabaya binen insanlar var. Ama işte öyle zenginler de var ki malı mülkü var. Fakat kısmet olmuyor. Yiyemiyor. Eli gitmiyor. Bu tamamen onun kişiliği ile alakalı. Bencilik var bunun içinde, kıyamama var. Öyle zenginler var (G.33, Erkek, 40, Müteahhit-Mimar).*

Zengin insanların tabiri caizse kendilerinden sonra gelecek beş nesle yetecek kadar servetleri olmalarına rağmen hala para biriktiriyor olmaları, bu biriktirme süreci sonucunda edinecekleri saygının peşinde olmaları sebebiyledir. Zenginler daha çok sevete sahip olarak bütün dünyanın ilgi ve beğenisini topladıklarını düşünmektedirler (Botton, 2010: 16-17). Dolayısıyla saygı edinme isteği de daha çok para biriktirmenin en önemli sebebidir.

Görüldüğü gibi katılımcılara göre Diyarbakır'daki yeni zenginler, yüksek miktarda paraya sahip olmakla birlikte bu zenginliği kullanamamaktadır. Bu durum hem hazmedilmemiş ve sindirilmemiş bir zenginlik olmasından hem de yeni zenginlerin hastalıklı bir para tutkusuna sahip olmalarından kaynaklanabilmektedir. Yeni zenginler sürekli para biriktirme çabası içerisinde oldukları için bu parayı yeterince kullanamamaktadırlar. Katılımcılar davranış kalıplarına bakarak kendilerini hemen ele veren yeni zenginlerin nasıl davranması gerektiğini tam olarak kestiremediklerini ve kendilerini ispat etmek için çok fazla tüketim yapmaya çabaladıklarını düşünmektedir.

Zenginliğin bir kültür meselesi olduğunu söyleyen katılımcılara göre Diyarbakır'daki yeni zenginlerin kültürel bir alt yapısı olmadığı için zenginlik onlarda bir boy büyük durmaktadır. Başka bir ifadeyle eğreti bir zenginliğe rastlanmaktadır. Kültürel sermayenin sunduğu rafine zevk, beğeni ve tercihler, dolayısıyla bu doğrultuda bir yaşam tarzı yeni zenginlerde rastlanmamaktadır. Yeni zenginlerin yaşantılarındaki çirkin sahnelere işaret eden bazı katılımcılar, bu durumu bir anda çok paraya sahip olmanın bir getirisi olarak yaşanan şaşkınlıkla ilişkilendirmektedir.

#### **5.4.2.3. Zenginlik Tecrübesinin Tarihselliğine Göre Farklı Zenginlik Tecrübeleri**

Araştırmamız kapsamında bu başlıkta zenginlik tecrübesinin tarihselliği bağlamında Diyarbakır'ın köklü zenginleriyle yeni zenginlerinin yaşantılarındaki farklılıkların ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır. Bu bağlamda eski zenginlerle yeni zenginlerin yaşantıları hakkında katılımcıların değerlendirmelerine yer verilmiştir. Diyarbakır'ın eski zenginleriyle yeni zenginlerini kıyaslayan bir katılımcı şimdiki zenginlerin “sonradan görme”, basit ve seviyesiz olduğunu ifade etmektedir:

*Çok basit ve seviyesiz. Özellikle bu haksız kazanç yollarından gelenlerde çok görülüyor. Yoksa biz eskiden Diyarbakır zenginleri var ya çok mütevazî, sıradan bi*



*yaşamda görünürlerdi ancak yakinen tanıyorsan bi bakıyodun ki Allaah zenginlikte seni beni alır da satmaz ama hiç bilmezsin zenginliğini, misafirperverdirler, gözleri gönülleri toktur. Yardım için kapılarını çaldığın zaman sana böyle kapılarını sonsuz açarlar. Sonradan görme zenginleri dersin mırın kırın eder, yan çizmenin yollarını arar. Kahve içersin senden parasını isterler. Cimriden ziyade görgüsüzler, sunmayı bilmezler, ikram etmeyi bilmezler, yardım duygu ve düşüncesi yok (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Bir katılımcı da yeni zenginlerle eskilerin farkını çok çalışmak ve alın teri dökmek olduğunu belirtmektedir. Ona göre eski zenginler çok çalışmakta ama yeniler kolay para kazanmanın yollarını aramaktadır.

*Eski fabrikası olanlar, eski işlerini yapanlar şimdi daha da zengin olmuşlar. Şimdi “Odabaşılar” dediğimiz şu an bir fabrikaları var 3-4 tane de hastane ellerinde ne bileyim. Var öyle insanlar. İnsanlar daha iyi çalışıyor eskisine oranla. Zenginlik olmasına rağmen iyi de çalışıyorlar. 3-5 tane çocuğunu ya gurbete gönderiyor, çalıştırıyor onu. Ama yeni zenginler kolay para kazanmanın yollarını arıyorlar. Hiç çalışmayım para gelsin diyorlar (G.26, Erkek, 32, Emlakçı).*

Zenginleri toplumdaki diğer kesimlerden ve kendi aralarında ayırıştıran özellikler, sahip oldukları gelir seviyesi değil, bu gelirin kaynağı ve bu gelirle sürdürdükleri yaşam biçimleri ve kültürel pratiklerdir (Doğuç, 2005: 89-90). Bourdieu, sermayenin kompozisyonuna göre, hem egemen sınıf hem de küçük burjuvazi içerisindeki tözsel farklılıkları göstermeye çalışmaktadır. Ona göre egemen sınıf içerisinde asıl olarak ekonomik sermayeyle donatılmış olanlar kendi “ayrım hisleri”ni lüks mallar ve servet aracılığıyla dışa vururken, kültürel sermayeyle donanmış entelektüeller, bu dürtüyü kültür biçimlerine doğru yönelmiş bir kültürel “çilecilik” icra ederek dışa vurular (Weininger, 2014: 125-126).

Katılımcılardan biri eski zenginlerin aileden gelen görgüye sahip olduklarını, yeni zenginlerin ise hal ve tavırlarıyla hemen kendilerini belli ettiklerini belirtmektedir. Katılımcı, “sonradan görme” olarak adlandırdığı yeni zenginlerin en çok kendilerini alışveriş merkezlerinde sergilediklerini söylemektedir.

*Aileden miras kalan zenginlikleri yaşayan eski zenginler şu an Diyarbakır'ın belli bir yerlerindedir. Onlar da kendilerini o kadar net ortaya koyan aileler ki onları zaten sorsanız herkes söyler. Şunlar şu ailedendir, görmüş geçirmişler. Küçük ailelerde var benim şahit olduğum, mütevazı ama zengin. O kadar güzel kendilerini ortaya koyuyorlar ki yaşam şekilleriyle. Fakat sonradan görmeler bariz ben buradayım diyor zaten. Alışveriş merkezine bile gitsen fark edebiliyorsun (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Görüldüğü gibi katılımcılar Diyarbakır'daki eski zenginlerin daha çok mütevazı, yardımsever ve misafirperverlikleriyle ön plana çıktıklarını düşünmektedir. Zenginlik kültürünü hazmetmiş, aileden gelen bir görgüye sahip olan eski zenginlerin aksine yeni zenginler seviyesiz, görgüsüz ve “sonradan görme” olarak betimlenmektedir. Eski zenginlerle yeni zenginlerin, zenginliğin elde edilme biçimleri, hal ve davranışlarla kendini belli eden zenginlik kültürü ve zenginliğin teşhir edilme biçimleri konusunda farklılaştığı söylenebilir. Ekonomik sermaye yönünden homojen bir görünüm sergileyen zenginler kendi aralarında hem zenginliğin tarihselliği bakımından hem de görgü gibi kültürel araçlarla ayrışmaktadır.

#### **5.4.2.4. Yeni Zenginliğin Kaynakları/Elde Ediliş Biçimleri**

Son yıllarda mülkiyet haklarının geçerlilik alanının genişletilmesiyle ve neredeyse sınırsızlaştırılmasıyla gündeme gelen neoliberal ideolojiyle yani yeni kapitalizm dönemiyle birlikte zenginliğin de kaynaklarının ve biçiminin değişmesi gündeme gelmiştir. Bu dönemde toplu mülkiyet haklarının parçalanarak, bunlardan tekeli özel mülkiyet hakları yaratmaya dayanan kamu hizmetleri özelleştirmelerine; mülkiyet haklarının insanlığın ortak varlığı olması gereken bilgi alanında hızla ilerlemesine ve bilginin metalaşıp, özel mülkiyet nesnesi haline dönüşerek yeni zenginliğin önemli kaynaklarından biri haline gelmesine şahit olmaktayız (İnsel, 2008: 52). Bu bağlamda rant üreten mülkiyet ilişkilerinin değişiminin zenginliğin dağılımını ve böylece de sınıf yapısını değiştirdiğini söylemek mümkündür (Sørensen, 2014: 179).

Frank'a göre, 2001 yılında yaşanan kule saldırısından, teknolojik çöküntüden ve iktisadi gerilemeden sonra Amerika Birleşik Devletleri para basar gibi milyoner yaratmıştır. Yine yeni teknolojik buluşlar, devlet destekli serbest piyasalar, malların ve bilginin dünyada serbest dolaşımı ve piyasanın zenginleşmesi de yeni zenginliğin önemli kaynaklarıdır. Amerika'daki zenginleri araştıran Robert Frank eseri

“Zenginistan”da, yeni zenginlerin servetlerine miras yoluyla sahip olmadıklarını, orta sınıf ya da üst orta sınıf sıralarından fırlayarak tüm servetlerini kendilerinin elde ettiğini belirtmektedir. Ona göre Amerika’nın toplam servetinin yarısı son on yılda yaratılmıştır (Frank, 2009: 9-39).

Diyarbakır’daki zenginlerin zenginliğinin kaynaklarını öğrenmek amacıyla katılımcılara sorduğumuz “*Sizce Diyarbakır’daki zenginlik aileden miras kalan mı yoksa sonradan elde edilen bir zenginlik midir?*” sorusuna katılımcıların bazıları aileden miras kaldığını, bazıları ise sonradan elde edilen bir zenginlik olduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcılar eskinin arsa sahipleri şimdinin ise toprak zenginlerinin aileden miras kalan bir zenginliğe sahip olduğunu düşünmektedirler.

Türkiye’de 1950’li yıllarda tarım yapısında meydana gelen değişikliklerle modern tarım işletmelerinin gelişmesiyle birlikte tarım alanında sermaye birikimi olanakları artmıştır. Bu dönemde Demokrat Parti’nin sınıf temeli de genellikle topraktan sağlanan servetle zenginleşen çiftçi ve köylü olarak nitelendirilmektedir (Durakbaşa, 2010: 19-20). Benzer şekilde Diyarbakır’daki yeni zenginliğin kaynağı da aileden miras kalan topraklardır.

*Böyle aileden mirastır daha çok. Yani babadan derken arsa sahibidirler. Arsa değerlenmiş öyle zengin olmuşlar (G.2, Kadın, 47, Ev Hanımı).*

*Buralar toprak zenginliği olsa gerek. Yoksa burada sanayi yok. Kimse bir çorap atölyesi varken de fabrikaya dönmedi. Burada sanayi, hiçbir şey yok. Toprak var sadece (G.27, Erkek, 33, Müteahhit).*

*Kaynağının ne olduğunu kestiremediğim, sabun köpüğü ve kalitesiz bir zenginliktir. Daha çok toprak sahibi insanlar olduğunu düşünüyorum (G.44- Kadın, 27, Gelir Uzman Yardımcısı).*

Katılımcılardan biri Diyarbakır’daki şimdilerde altından bile değerli olan arsaların 30-40 yıl önce bir şekerli leblebiye veya floresan lambaya satılacak kadar kıymetsiz ve değersiz olduğunu belirtmektedir:

*Adam tarlasını 30 sene evvel bir kilo leblebiye satmış. Şekerli leblebiye. Kayınpederim bize anlatıyordu. Bir paket leblebiye satmış. Elinde almış yiyor. Köye doğru yanında biriyle gidiyor. Yanındaki demiş ki biraz leblebi versene. Ahmetmiş ismi.*

*Ahmo biraz leblebi ver falan diyorlarmış. “Sen de git bir dönüm tarlanı sat sen de leblebi ye” demiş. O kadar değersizdi yani. O kadar alıcısı yoktu. Florans lambayla karşılıklı arsa verdikleri bile olmuştur kayınpederimin anlatımıyla. Bu söylediklerim şimdi değil. 40 sene 50 sene evvelki şeyler (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan biri ise zenginliğin çoğunluğunun aileden miras kaldığını diğerlerinin de eğitim seviyesi yüksek üst düzey memurların çok çalışarak elde ettiklerini belirtmektedir:

*Aileden miras kalanlar var. Benim eşimin gördüğü birisi var. Aileden gelen bir zenginlik. Adam DİSKİ’de şef. Ama aileden de gelen var. Sitede bayağı bir aileden gelen var. Zaten o doktor mokter olmayanların aileden gelen bir zenginlikleri var (G.17, Kadın, 38, Öğretmen)*

Kendi elde ettiği zenginliği uzun yıllar eşiyle birlikte çok çalışarak kazanmalarına bağlayanlar da vardır:

*O çok zenginler aileden kalan. Hani Diyarbakır’da çok var. Mesela bizimkisi zenginlikse 15 yıl çalıştık. Yeni yeni 15-20 yılın şeylerini alıyoruz yani. Belki bu zamanda olsa bunu da kazanamazdık. Mesela ilk üniversiteyi bitirdiğimiz yıllarda mimar, mühendis çok azdı. Kıymetliydi. Belki onların biraz avantajını görüyoruz. Ama onun dışında Diyarbakır’ın belli başlı aileleri var zaten (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

Frank’a göre günümüz zenginlerinin büyük bir kısmı aklını kullanarak sıradan işleri önemli yatırımlara dönüştüren insanlardan oluşmaktadır (Frank, 2009: 50). Bir katılımcı da kendi ailesinden yola çıkarak abisinin işinde başarılı olması ve akıllıca yatırım yapmasına bağlı olarak ekonomik sermayelerini nasıl yükselttiklerini şöyle anlatmaktadır:

*Bizim durumumuz eski mahallemizdeyken normal bir yaşam sürdürüyorduk. Abimin işinde başarılı olması hani. Abim araba şirketinde çalışıyor. Bir yılda sattığı arabalardan kazandığı maaşla sürekli bir sirkülasyon yaptılar ve bunun sonucunda bir zenginliğe sahip olduk. Yani kendine ev aldı, araba aldı. Bizim evimizin kredisini ödedik. Babamın arabasının kredisini ödedi. Bu direk kazanılmış bir zenginlik de olabilir sonradan kazanılmış bir zenginlik de olabilir. Benim gözlemlediğim sonradan*

*kazanılmış bir zenginlik olduğu. Abim Hundai araba şirketinde satış müdürü. Orada kazandıklarıyla bunu iyi değerlendirerek bu hale geldik (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Aynı şekilde bir katılımcı da aklını kullanarak yani akıllıca yatırımlar yaparak zengin olanların olduğunu belirtmektedir:

*Allah ona zenginlik vermiştir. O da onu kullanıyordur. Ne özelliği olacak benim senin gibi insandır o da. Ha belki aklını kullanarak zengin olmuşsa birisi mesela onu diyebilirsiniz. Atıyorum şuradan bir arsa almıştır. Birkaç yıl sonra oradan o arsası parlamıştır. Zengin olmuştur. Ya da köyde toprak ağasıdır. Ya da inşaat sektöründe bir iki bina yapmıştır. Öyle zengin olmuştur. Ama illah da öyle bunda belirgin bir özellikten zengin oldu ben şahsen öyle bir şey diyemem. Akıl daha önemlidir tabi ki (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

İnşaat sektörü son yıllarda muazzam bir büyüme kaydederek bir yandan büyümenin ve kalkınmanın lokomotifi, bir yandan da yan sektörlerle reel üretim dolayısıyla ticareti desteklemektedir (Yalçınan, 2014: 28). Kimi katılımcılar arazilerin değer kazanmasıyla paralel olarak inşaat sektörüne bağlı mesleklerde iş yapanların zengin olduğunu belirtmektedir.

*Bu zenginliğin bir kaynağı da inşaattır. İnşaat sektörünün de bu çevrenin zenginliği üzerinde etkisi çok fazla (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

*Genel itibariyle bu civarı düşünürsek bence arazi ve inşaat üzerinden sonradan kazanılan bir zenginlik olduğunu düşünüyorum (G.16, Erkek, 42, Öğretmen).*

Amed (2014) ise, Diyarbakır'daki inşaat sektöründeki gelişmeleri "Diclekent'te son 10 yıldır gelişmekte olan inşaat sektörü akıllara durgunluk verebilecek bir şekilde ilerliyor. Hatta o kadar ilerliyor ki Kayapınar Belediyesi çevre belediyeleri arasında inşaat sektörünün en canlı belediyesi konumunda." şeklinde değerlendirmektedir.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kapitalizmin mekân üzerinden yeniden örgütlenmesiyle birlikte mekân önemini artırmıştır. Mekân, zenginlerin yeni tür zenginleşme biçimi ve zenginliklerini gösterme aracı haline gelmiştir. Son günlerde ortaya çıkan birçok skandalın ve yolsuzluk öyküsünün konut ya da arsa üretimiyle ilişkili olması da rastlantı değildir. Yine ileri gelenlerin servet listelerinde yer alan, arsa, kooperatif payı ya da villa gibi gayrimenkullerin miktarı, yeni tür zenginleşmeyi ve

birikim biçimini göstermesi bakımından ilgi çekicidir (Erder, 2001: 121). Katılımcılardan bazıları son zamanlarda yıldızı parlayan inşaat sektörüyle belediye arasındaki rant ekonomisinin Diyarbakır'daki zenginliğin kaynağını oluşturduğunu düşünmektedir.

*Rant var mutlaka var da, hani böyle belediyenin başında olan kişinin çevresine rant olarak sunduğu bir yapılaşma (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

*Belediye Başkanı şahsında ne yaptı ne etti çok bilmiyoruz ama genel olarak diğer belediyelere, diğer yapılara baktığımız zaman Diclekent imara açılmasaydı inşa edilmeyecekti ya da Metropol falan. Bunu belediyeler imara açtı ondan sonra bu yapılar oluştu. Burada bir rantın olmaması müteahhitlerin daha da zengin olmaması kesinlikle mümkün değildir. Karşılıklı bir çıkar alışverişinin olması illaki karşılıklı bir şey var mutlaka. Aksi halde Diclekent diye bir yer olmayacaktı. Diyarbakır'daki zenginleşme biraz da oradan geliyor söyleyeyim (G.11, Kadın, 30, Sosyolog).*

Arsa sahipleri, kentsel arazilerin imara açılmasıyla sahip oldukları arsa topraklarından büyük rant elde etmişlerdir. Arsa fiyatlarının son yıllarda 50 kata kadar artması, bölge insanlarını bu alana yönlendirmekte, Diyarbakır adeta “taşı, toprağı altın şehir” haline dönüşmektedir<sup>20</sup> Amed (2014), inşaat sektörünün gelişimine paralel olarak rantın ve gayri resmi yolların da çoğaldığını “*Bu gelişime paralel rantın, üç kağıdın, adam kayırmacanın pik yaptığı bir durum hâkim.*” sözleriyle belirtmektedir. Bir katılımcı da toprağın ve arazinin kıymetlenmesiyle birlikte arazi mafyalığı yaparak zenginleşen bir gürûhun ortaya çıktığını ifade etmektedir:

*Bir kısım da zengin var. Yine arsaya, toprağa yöneliyor. Farklı yollarla insanların topraklarına el koymuşlar. Bu tip zenginler de var yani. Diyelim tarlaydı arsa oldu. 50 kat, 100 kat değer kazandı. O tipler de var. Yine toprağın değerlendirilmesiyle alakalı (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi-Müteahhit).*

Dönemin Başbakanı Adnan Menderes'in 1957 seçim konuşmasında “*Her mahallede 15-17 milyoner yetiştireceğiz*” sloganı, liberal ekonomik zihniyetin amaç ve yönünü göstermesi bakımından dikkat çekicidir. Bu durumda ‘salt ekonomi için ekonomik faaliyetlerde bulunma’ düşüncesi çerçevesinde ekonominin ahlaki

<sup>20</sup> <http://www.dunyabulteni.net/?aType=haber&ArticleID=149575/7>Haziran 2013

değerlerden arındırılması sonucunda kısa süre içinde ‘zengin olma’ bilinci desteklenmiş ve ‘para kazanmak için para kazanmanın yolları’ açılmıştır (Türkdoğan, 2011: 207). Frank’a göre servet basamaklarından çıkıldıkça paranın kaynağı da değişmektedir. Günümüzde zenginlerin sayı ve çaplarının değiştiği gibi, insanların servet sahibi olma yolları da değişmiştir. Eskiden zenginlik adım adım oluşan ve yıllar gerektiren bir olayken bugün aniden gelebilmektedir (Frank, 2009: 43). Bazı katılımcılar için de Diyarbakır’daki zenginlik, kaynağı belli olmayan yani yasa dışı bir zenginliktir. Katılımcılar tefecilik, uyuşturucu ticareti, bahis, kadın ticareti, kara para aklama gibi yollarla çevrelerinde birden zenginleşen insanlar gördüklerini belirtmişlerdir. Bu açıdan katılımcıların ifade ettikleri zenginliğin elde edilme biçimlerinin ahlaki değerlerden arındırılmış salt para kazanmak için para kazanma yolları olduğunu söylemek mümkündür.

*Bence çoğu sonradan, bakıyorsun anne baba dindar temiz insanlar oğlu gidiyor tefeci oluyor çoğu da sonradan olanlar (G.3, Kadın, 35, Ev Hanımı).*

*Kirli zenginlik. Nasıl olduğu anlaşılamayan, araştırılması gereken, şaibeli bir takım işlerin olduğu bir zenginlik. Kara para aklama ya da kaçakçılık gibi şeyler. Tefeciler onlar da emlakçı, oto alım-satımı altında yapıyorlar. O işleri yapanlar tefeciymiş (G.20, Erkek, 35, Öğretmen).*

*Arazi zenginleri, kara para aklayıcılar, uyuşturucu satanlar ve daha bilmediğim bir sürü yasa dışı yollarla para kazanıyorlar. Müteahhitlik vb. iş yapıp zengin olanlar tahminimce %20’dir. Çoğu yasa dışı yollarla ve kolay kazanılan paralardır (G.36, Erkek, 38, Gelir uzmanı).*

Katılımcılardan biri Diyarbakır’da bir günde zenginleşenlerin olduğunu belirterek bu paranın kaynağını sorgulamaktadır. Hiçbir şeye sahip olmayan insanların çok kısa sürede lüks araba ve evlere sahip olmasına yönelik şaşkınlığını ise şöyle ifade etmektedir:

*Bende onu merak ediyorum hatta niye hala biz bu parayı bulamadık diye kendime de söylüyorum. Yani biz iki maaşla ancak bu şekilde yaşarken. Sabahleyin uyandıgımda hiçbir şeye sahip olamayan kişiler bir Volvo’nun sahibi olabiliyor. Çok lüks evlerin sahibi olabiliyor. Çok şaşırıyoruz. Keşke biz de bilsek de biz de sahip olabilsek (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Bir katılımcı da kendi komşusundan örnek vererek çok kısa zamanda zengin olan bir kasabın nasıl bir yıl içerisinde bu kadar zenginleştiğine anlam verememektedir:

*Bizim bir komşumuz vardı. Kasaptı. Karısı da benim arkadaşım. Bu komşum ne oldu, nasıl olduysa bir yılda çok zengin oldu. Altına jeep çaktı. Buradaki evini sattı. Gitti villalara. Yani anlamıyorum bir insan nasıl bu kadar değişir. Ben onun buraya ilk geldiği zamanı hatırlıyorum. Çok farklıydı (G.22, Kadın, 44, Ev Hanımı).*

Diyarbakır'da birden zengin olanların çalışmayla veya normal yollarla zengin olmasının mümkün olamayacağını bir katılımcı kendi hayatından örnek vererek şöyle anlatmaktadır:

*Benim gördüğüm sonradan çok. Ben inanmıyorum. Şimdi bir adam 2 yıl önce 3 yıl önce yaşam standartı çok düşük. Biliyorsun tanıyorum. Ya da bir memur tanıyorum. Ama 250 milyarlık arabaya biniyor. Mümkün değil yani. Bahis çok oynanıyor. Evli kadınlar çok farklı şekilde hayatını devam ettirebiliyor. İhtiyaçlarını başkasına gördürüyor. O elindeki telefonun karşılığını başkasına...yani anlatmak çok zor aslında ama. Adamın ne iş yaptığını bilmiyorsun ama nasıl öyle bir hayat yaşıyor. Kara para, tefecilik, uyuşturucu, bahis, hayat kadını çalıştırma bu 5 şey. Şimdi benim eşim 10 yıldır çalışıyor. Ayrıca özel de çalıştı. Proje çizdi falan filan yani. Bir sürü şey yaptı. Bir de gerçekten harcaması çok kısıtlıdır. Arabayı bile kendine yeni aldı. Aslında bir erkek için araba ilk alınacak şeydir. Almadı. Benim eşim 10 yılda onu yaptı bunu yaptı ancak böyle. Ama adama bakıyorsun yaptığı iş belli değil. 250 milyarlık arabaya biniyor. Senede bir ev değiştiriyor falan mümkün mü? Değil (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Görüldüğü gibi Diyarbakır'daki yeni zenginliğin kaynaklarının hem aileden miras kalan hem de çeşitli yollardan sonradan elde edilen zenginlik olduğu görülmektedir. Aileden miras kalan zenginliği toprak ve arazi sahipleri oluşturmaktadır. Sonradan elde edilen zenginliğin ise çok çeşitli kaynaklarının olduğu ifade edilmektedir. Sonradan elde edilen zenginlik, hem eğitim seviyesinin yüksekliğine bağlı olarak üst düzey görevlerde çalışarak ve kazanarak elde edilen zenginlik, hem arazi ve toprağa bağlı inşaat sektöründe çalışarak elde edilen bir zenginlik hem de yasa dışı yani gayri resmi yollarla -arazi mafyalığı, uyuşturucu, kadın ticareti, bahis, kara para aklama gibi-



elde edilen bir zenginlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Ama şu husus da belirtilmelidir ki aileden miras kalarak zengin olanları yani arazi zenginlerini de sonradan zengin olanlar sınıfına ekleyebiliriz. Çünkü onların sahip olduğu zenginliğin tarihi de çok yenidir. Her ne kadar toprakları aileden miras kalsa da zenginlik kültürü altında yetişmedikleri için bunun sonradan elde edilen bir zenginlik olduğu görülmektedir.

#### 5.4.3. Yeni Zenginlerinin Zenginliklerini Teşhir Etme Biçimleri

Sosyal sınıflar ile yaşam tarzları ve pratikleri arasındaki ilişki üzerinde duran Bourdieu'ye göre toplumsal uzamdaki her konum belli bir "sınıf durumuna" tekabül ederken, aynı sınıf konumunda yer alan bireyler homojen tavır ve eylemler sergilerler. Sosyal sınıf, sınıf konumlarının içselleştirilmiş biçimi olan *sınıf habitusu* ile ilişkilendirilmelidir (Karadağ, 2010: 40-41). Bourdieu, insanların toplum içindeki sosyal konumlarını, kültürel göstergeleri kendilerine göre düzenleyerek nasıl geliştirdiklerinden, tekrar ürettiklerinden ve sağladıklarından bahsederek, üretim araçlarıyla ilişkiden çok, varoluş biçimlerinin ve eğilimlerinin sınıfsal farklılaşmaları tanımladığını vurgular. Buna göre, orta sınıf kendini diğer gruplardan tüketim alışkanlıkları, yaşam tarzları, yeme içme ve sanat gibi alanlardaki zevkleriyle ayırıştırır (Mağgönül, 2005: 130).

Bourdieu'ye göre, aynı zevk, ilgi ve önceliklere sahip insanlar, kendiliğinden ve otomatik olarak birbirlerine benzemeye, farklı zevk ve ilgilere sahip diğer insanları ise hariç tutmaya başlamaktadırlar (Mağgönül, 2006: 119). Ayrıca kültürel ayrımlar hem kişinin kendini ve dünyayı algılama biçimleri ve diğer insanlarla ve kurumlarla ilişkilerini biçimlendiren temel değer ve kalıpları tanımlamakta, içselleştirilmiş ahlak ve zihniyet alanlarına açılmakta; hem de bunların belirlediği gündelik pratikleri ve yaşam biçimlerini kapsamaktadır (Doğuç, 2005: 83).

Zenginlik ve zenginleşme, mülkiyetin ve kaynakların paylaşımında çelişkili görünüm ve hatta toplumda sınıfsal bir tabakalaşma yaratmanın ötesinde toplumsal, siyasal ve kültürel yaşama olan etkisiyle aslında tüm toplumu biçimlendirip yönlendirmektedir. Özellikle zenginliğin kültürel pratikleri, zenginlik anlatılarında gizil olarak sunulan mesajlar, zengin olmanın şartı olarak sunulan tüketim tarzları, kullandıkları referanslar, ön plana çıkan değerler hepimizin gündelik yaşamını bir ölçüde etkilemekte ve belirlemektedir. Son yıllarda küreselleşmeyle birlikte sermaye sahiplerinin ve bu servetleri yönetenlerin imajlarında, değerlerinde ve yaşamsal

tercihlerinde bir dönüşüm yaşandığı için üretim tarzlarındaki değişme paralel olarak varsılığın temsil edilme biçimlerinin de değiştiği söylenebilir (Kaya, 2012: 90).

Herkesi şu ya da bu şekilde etkileyen zenginlik, zenginlik görüntüleri ve teşhir edilme biçimleri toplumdan topluma değişebilmekle beraber toplumların ekonomik veya kültürel yapısındaki değişmelere koşut olarak aynı toplum içerisinde farklı temayüller de ortaya çıkarabilmektedir. Örneğin zenginlerin bugünkü ‘ayırma’ araçlarının, ‘eskinin görgüsü’nün olduğu yıllardaki ‘ayırma’ stratejilerinden farklı olduğunu belirten Mağgönül, eskiden zenginler tarafından kullanılan görgü/kültür, aile/soy-sop gibi öğelerin yerini bugün daha çok alım gücünün belirlediği farklılıklara bıraktığını ifade etmektedir. Görgü, bilen ile bilmeyen arasındaki farkı açarak, üst sınıfın hayat tarzına işaret ederken şimdilerde ise para harcayabilen ve harcayamayan arasındaki farkı açarak üst sınıfa münhasır bir yaşamı göstermektedir. Bu açıdan eskinin ‘kültürel sermaye’ ve ‘simgesel sermayesi’ne nazaran bugün ‘ekonomik sermaye’nin daha önemli olduğu da söylenebilir. Çünkü kültürel sermayenin sunduğu rafine zevk, beğeni ve tercihler ancak maddi güçle gerçekleştirilebilir. Dolayısıyla ekonomik sermaye ‘yaşam tarzı’nın belirlenmesinde daha etkin bir rol oynamaktadır (Mağgönül, 2006: 205-206).

Katılımcılara yöneltilen “*Sizce zenginler zenginliklerini en çok ne üzerinden gösteriyorlar?*” sorusuyla Diyarbakır’daki yeni zenginlerin zenginliklerini teşhir etme biçimlerini ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Görüşmelerde ortak olan nokta Diyarbakır’daki yeni zenginlerin zenginlikleri gösterişçi bir tüketimle yaşadıklarıdır. Bu zenginler, ekonomik sermayelerini yani sahip oldukları zenginliği ispat etmek için gösterişçi tüketimin bütün araçlarını kullanmaktadırlar. Görüşmelerde lüks araba ve konutlar zenginlerin kendilerini ispat yarışmasında en çok kullandıkları araçlardır. Belirtilmesi gereken en önemli nokta ise görüşmecilerin hepsinin ev ve arabayı mutlaka zenginliği teşhir etme araçlarından biri olarak zikretmeleridir. Çoğu zaman lüks araba, göze çarpmak ve ayrıcalıklı olmanın bir yolu olarak da görülmektedir (Frank, 2009: 112). Katılımcılar tarafından da bu durum sıkça vurgulanmaktadır. Ayrıca ev dekorasyonu, giyim, altın, alışveriş merkezlerinde tüketim ve boş zaman etkinliklerinde kendini gösteren gösterişçi tüketimle de zenginlik teşhir edilmektedir:

*Genelde maddi harcamalarıyla, arabalarıyla, giyimleriyle gösteriyorlar (G.16,Erkek, 42, Öğretmen).*

*Ev dekorasyonu diye düşünüyorum ben. Bir de araba. Araba ve ev. Lüks arabalar çok. Cipler çok aşağıda. Eşlerinde de var genelde (G.17, Kadın, 38, Öğretmen).*

Bir katılımcı Diyarbakır'ı başka şehirlerle kıyaslayarak Diyarbakır'da çok lüks arabanın olduğunu belirtmektedir. Ona göre Türkiye'de lüks arabaların bu kadar yoğun olduğu başka bir şehir yoktur.

*Valla araba yani. Benim şu Diyarbakır'da gördüğüm lüks arabayı Türkiye'nin hiçbir yerinde görmüyorum (G.27, Erkek, 33, Müteahhit).*

Katılımcılardan biri lüks arabanın zenginliğin en önemli nişanesi olduğunu belirtmekte, insanların zihinlerindeki "Lüks arabaya sahipsen zenginsin" algısını yaşadığı bir olaydan yola çıkarak şöyle anlatmaktadır:

*Araba. Kesinlikle araba. Yani çok lüks bir araban varsa çok zenginsindir. Bu konuyla ilgili kuaförüm aynı şeyi bana söyledi. Dedi ki keşke evlenmeseydim, evliliğe bu kadar yatırım yapmasaydım. Evliliğe yatıracığım parayla çok lüks bir araba alıp dükkânımın önüne koysaydım dedi. Ben çok şaşırılmışım. Neden dedim. Dedi ki o lüks arabayı gören diyecek ki "Bu çok iyi bir kuafördür. İyi para kazanıyor ki bu arabayı almış." Düşünün bu mantıkta (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Ekonomik sermaye bakımından toplumun geri kalanından güçlü olan zengin sınıf, belki de zenginliğinin en önemli sonucunu sınıfsal olarak yaşamaktadır. Toplumsal tabaklaşmada en üstte yer alan zenginler kendilerini diğer alt sınıflardan ayırtırmayı yeğlemektedirler. Sınıfsal olarak ayrışmanın zenginliğin en önemli tezahürü olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü Bourdieu'nün deyimiyle seçkinlik, seçiciliği yani "ayırma"yı beraberinde getiren toplumsal bir konumdur (Mağgönül, 2005: 129). Katılımcılardan biri lüks evlere sahip olmak ve ev dekorasyonunun sınıf atlama kompleksine dönüştüğünü belirtmektedir. Çünkü sosyalleşmenin ana noktasında bulunan ev, sağladığı prestij aracılığıyla sınıfsal konumu taşıyan bir zemindir (Yaşar, 2013: 312). Kimi durumlarda en lüks eve veya arabaya sahip olmak için yapılan tüketim, sınıf atlama veya en üstün olduğunu ispat etme isteğiyle açıklanabilir.

*Bir ev almış, bir ev daha alayım. Bir araba almış bir daha lüksünü alayım. Seninki olmasın benimki daha lükse girsin. Şimdi bir arsa alıyım ikinci bir arsa daha alıyım. Demiyorlar Allah bize vermiş bir tane. Yeter. Ne kadar çok oluydu o kadar abartıyorlar. Böyle kendilerini çok farklı gösteriyorlar (G. 2, Kadın, 47, Ev Hanımı).*

*Ev üzerinden çok gösteriyorlar. Özellikle ev üzerinden sınıf atlama kompleks bir durum olmuş gibi. Evin dekoru da öyle (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

*Arabası da lüks oluyor. Kolundaki saate kadar lüktür. Arabası lüktür ama en lüksünü almaya çalışır. Mesela evini en lüks almaya çalışır. Kimi de der ki ben taşın 300 milyar vermem. Mesela insanlar ev alıyorlar bir yıl sonra daha lüksü yapıyor. Orayı bırakıp oraya gidiyorlar. Çok var öyle (G.26, Erkek, 32, Emlakçı).*

*Bizim Diyarbakırlılar ne bileyim kurredir (kibirli, çok bilmiş, üstünlük taslayan manasında bir sözcük). Öyle en üstte olmak için çok para verirler (G.27. Erkek, 33, Müteahhit).*

Bourdieu'ye göre, bu farklılıkları, yeme içme alışkanlıklarında, giyim, ev dekoru, sosyalleşme gibi “gündelik yaşamımızdaki tüm tercihler” düzleminde düşünebiliriz. Ayrıca kültürel pratiklerimiz ve yaşam tarzlarımız kadar, bunlar üzerine nasıl konuştuğumuz da yaşam tarzları alanında yaşanan ayrımlara ve mücadelelere işaret eder. Bourdieu, insanların kendilerini yalnızca pratiklerine göre tanımlamadıklarını; bu pratikleri üzerine nasıl konuştuklarıyla da tanımladıklarını belirtir. Böylece yaşam tarzlarımız ve kültürel pratiklerimiz üzerine olan söylemlerimizin de önemli olduğunu vurgular (Karadağ, 2010: 41). Kimi katılımcılar için ise giyim, altın ve sahip olduğu zenginlik üzerinden konuşarak da zenginlik teşhir edilmektedir.

*Ev, araba, kıyafet, kadınların üstündeki altınlarla veya konuşmasıyla zaten böyle hava atarak konuşmak yetiyor zaten şunu aldık, şunu giydik, şunu yaptık, şunu yedik demekle. Kimsenin yani durumunu düşünmeden şunun var mı şunun yok mu demeden ortalıkta cemaat içinde konuşmaları yetiyor zaten (G.3, Kadın, 35, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan biri de zenginlerin sürekli alışveriş ve tüketim yapmalarını ‘doygunluğa uğramayan bir zenginlik’ olarak betimlemektedir.

*Ev ve araba üzerinden genelde gösterenler var. Sürekli bir alışveriş yapma var. Mesela aldıkları bir kazağı giymeden bile başka bir alışveriş yapanlar var. Sürekli bir tüketim. Hiç bir zaman doygunluğa uğramayan bir zenginlik var (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Zenginlerin kendilerini ele veren tüketim ve harcamaları dışında davranış kalıplarının da onları ele verdiğini belirten bir katılımcı yeni zenginleri hemen tanıdığını şöyle belirtmektedir:

*Genellikle ev, araba, elbise, davranış kalıpları. Ben daha çok dışarıda gördüğüm zaman giyiminden, arabasından, davranışlarından, harcamasından anlıyorum (G.21, Erkek, 45, Öğretmen).*

Altının önemine dikkat çeken bir katılımcı, kadınların altınla zenginliklerini göstermeye çalıştıklarını, altın takmamanın da ayıp olarak karşılandığını belirtmektedir. Bu durum da öteden beri altının zenginliğin ve gücün simgesi oluşundan kaynaklandığını söyleyebiliriz. Böylece altın takarak bir ölçüde güce sahip olduğunu göstermeye çalışmaktadırlar.

*Araba, ev ve altın. Ben mesela kızıyorum. Böyle yaşın değil o hasırları niye takarsın ki. Böyle yaşına göre şeyler tak. O ne için takılır. İnsanlar söylüyor. Bak onun altını var. Onun yok. Altınını takmamak da ayıp oluyor. Bizzat ben yaşadım. Yeni gelirken. Bak altını yok takmıyor gibi. Ama benim vardı. Takmıyordum. Sevmiyorum da (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan bazıları da yeni zenginlerin son yıllarda açılan kafe veya kahve evlerine giderek zenginliklerini gösterdiklerini düşünmektedirler. Dolayısıyla bu tür mekânların müdavimlerine statü sağlayan birer simgeye dönüştüğünü söyleyebiliriz. Katılımcı ayrıca Diyarbakır'ın son on yılda büyük bir değişim geçirdiğini belirtmekte; insanların on yıl önceleriyle şimdiki hallerinin ne kadar farklı olduğunu verdiği örneklerle betimlemektedir.

*Araba, ev, giyim hepsi üzerinden gösteriyorlar. Adam sürekli araba değiştiriyor. Adamın on sene önce altında Renault 9 vardır. Bugün mesela altına bakıyorsun Jeep vardır. 200 milyar, 300 milyar yani öyle deyim. Giyimine de herkes önem veriyor eskisi gibi değil. Mesela bu yol dedik (75 metre yol) şimdi oradan buraya kadar 20'ye yakın kafe oluyor. Hepsi kafe oluyor. Dikkat ederseniz hepsi yeni oluyor. İnsanlar oturuyor yani. O kültür de buraya yerleşiyor (G.24, Erkek, 50, Emlakçı).*

*Genelde bindiği arabalarla, giydiği elbiselerle. Veya diyelim ki bir Mado açılmış ya da marka olan bir kahve yeri işte gidip orada oturuyor. En çok görebildiğimiz bunlardır (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi-Müteahhit).*

Bir katılımcı büyük alışveriş merkezlerine gitmenin zenginliğin işareti gibi algılandığını belirtmektedir. Diğer katılımcılar gibi açılan kahve evlerine dikkat çeken bu katılımcı, içilen kahvenin de sınıfsal bir anlam ifade ettiğini şöyle belirtmektedir:

*Mesela alışveriş yapılan yer de öyle. Kişi Migros'ta alışveriş yapmayı herhangi bir markette alışveriş yapmaya tercih ediyor. Bu sınıfsal bir şey. Benim ekonomik gelirim var bu yüzden Migros'tan alışveriş yapıyorum. Marka üzerinden ya da giyim kuşamda da aynı şekilde belli başlı markaları tercih ediyor. Ya da takıldığı kafeler de. Sanat Sokağı civarı böyle biraz daha gençlerin takıldığı, normal. Ama şimdi son dönemlerde Kahve Evleri çok açıldı. Mado'lar vardı. Ama şimdi kahve evleri daha ön planda. Daha tabelası asıldığı ilk günden itibaren tıklım tıklım dolu. Orada bile sınıfsal bir şey var. Sanki kahve üst sınıfa ait bir şeydir. Çay sıradan bir şeydir falan. Orada bile bir gönderme var (G.11, Kadın, 30, Sosyolog).*

Kimi katılımcılar da bazı zenginlerin çok paraya sahip olmalarına rağmen bu zenginliklerini gizlediklerini ve hiçbir şekilde göstermediklerini belirtmektedir. Bunun sebebi olarak da bazen nazar değmesinden korkulması gösterilmektedir. Bu duruma görüşme yaparken de rastlanmıştır. Görüşme randevusu alınmasına rağmen nazar değebilir korkusuyla görüşmeye gelmeyenler ya da görüşmeyi iptal edenler olmuştur.

*Bazen çok iyi imkânlarla sahip olup ta kötü evler de oturanlar da oluyor. Bunu göstermek istemeyenler de var (G.13, Erkek, 37, Öğretmen).*

*Bu biraz göreceli. Bunu gizleyenler de var. Hani nazar değmesin diye gizleyenler de var (G.33, Erkek, 40, Müteahhit-Mimar).*

Katılımcılardan biri ise insanların gösterişe çok önem verdiğini belirterek bazı insanların sırf gösteriş yapmak adına yiyecek yemeği olmamasına rağmen son model arabaya bindiğini, sigara paketlerinin sadece dışını kullanarak içini ucuz sigarayla doldurduklarını belirtmektedir. Bu durum tüketim mallarına yüklenen sembolik anlamın bu insanların hayatlarında ne kadar önemli bir yer tuttuğunun göstergesi olarak görülebilir.

*Ev, araba ve sigara. (Sigara mı?) Şey yaparlar mesela. Parleмент kartonunun içine Samsun doldururlardı hatırlıyorum. Yani gösteriş tamamen gösteriş. Yiyecek yemeği olmaz ama son model arabası olur (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

Bir katılımcı da çok zengin bir akrabasını giyimiyle adeta bir hamala benzetmektedir. Ona göre giyimine hiç özen göstermeyen bu insan son model arabaya binmektedir. Benzer bir durumdan bahseden Robert Frank, Forbes dergisi tarafından 1,2 milyar dolar net servetiyle en zengin dört yüz Amerikalı'nın arasına koyduğu Tim Blixseth adlı zenginin alt sosyo-ekonomik sınıftan birisi gibi giyindiği için sık sık seçkin mağazalardan ve otomobil galerilerinden kovulduğunu belirtmektedir (Frank, 2009: 61).

*Araba, ev başka hiçbir şey değil. Mesela benim akrabalarımın giyimine baksan dersin belki hamaldır. Ama altındaki arabayı gördüğünde biliyorsun ki zengin. Audilerle geziyorlar (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Zengin olmalarına rağmen yoksul bir hayat sürme belki de nasıl yaşayacağını bilememekten de kaynaklanabilmektedir. Katılımcılardan biri kendi tanıdığından yola çıkarak bu durumu şöyle anlatmaktadır:

*Belki o parayı nasıl harcayacağını bilmiyor. Hani o parasının ölçüsünde yaşam kalitesini yükseltemez, belki o şekilde, parası var mesela biliyorum, paraları var ama çocuğu temizlik işine gidiyor. Babanın para alım güçleri çok ama çocukları rahat*

*yaşayamıyor, her istediğini alamıyor, her istediğini alabilmek için temizliğe gidiyor belki bu sonradan görmelik hani var ama yaşam kaliteleri yüksek değil (G.6, Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası).*

Görüldüğü gibi Diyarbakır'daki yeni zenginler zenginliklerini pek çok yolla ortaya koymaktadırlar. Ancak en önemli nokta hayatlarının her alanında gösterişçi bir tüketimle bunu yapıyor olmalarıdır. Lüks araba ve lüks konut en önemli teşhir araçları olarak ön plana çıkmaktadır. Ev dekorasyonu, giyim, altın, boş zaman aktivitelerinde gidilen mekânlar ve alışveriş merkezlerindeki tüketim üzerinden de zenginlik gösterilmektedir. Ancak sahip oldukları zenginlikleri nazar değme korkusuyla gizleyenler de vardır. Ayrıca çok zengin olmalarına rağmen giyimine hiç özen göstermeyen ama arabasında en son modeli tercih edenler de göze çarpmaktadır. Gösterişçi tüketimle kendini ispat etmeye çalışan zenginler bir nevi bu araçlara sahip olarak güçlerini göstermektedirler. Bir başka deyişle gücünü ispat etmekte yarışan bu zenginler için doyumsuzca tüketimle birlikte tüketim eşyalarının en iyisine, en lüksüne ve en son modeline sahip olmak zenginliklerinin alâmet-i farikası olmaktadır. Gösterişçi tüketim çoğu zaman aşağılık kompleksinin dışa yansımaları olarak değerlendirilebilir. Çünkü yaptıkları bu kadar abartılı tüketimin nedenini aşağılık kompleksini yenmek için kendilerinin statüsünün yüksek olduğunu göstermeye çalışmaları olarak ifade edebiliriz.

#### **5.4.4. Yeni Zenginliğin Yeni Zengin Tiplemesi: Türedi Zenginler**

Burjuvazinin özü her şeyden önce maddi zenginliğe dayalı olmakla birlikte, bu yeterli bir koşul olarak görülmemektedir. Ekonomik sermaye, başka sermaye biçimleriyle, yani kültürel ve toplumsal sermaye biçimleriyle meşrulaştırılmalıdır. Zenginlik, kişinin elinde bulundurduğu maddiyatı, sürdürdüğü toplumsal ilişkileri ve edindiği bilgileri meşrulaştıran ve ispatlayan simgesel güçle de ölçülmektedir. Simgesel sermaye yani ailenin soyadı da zenginliğin ifade biçimlerinden en önemlisidir. Bu şekilde sermayeye sahip olan zenginlerin kendine duyduğu güven ve saygının bedeli yoktur (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 18-28). Kısaca zenginliğin maddiyatla yani parayla çok yakın organik bağlara sahip olmakla birlikte aynı zamanda da kültürel bir formasyona sahip (Bora ve Erdoğan, 2005: 56) olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye'de DP'nin uyguladığı liberal iktisat politikası sonucunda 'yeni zenginler' türemiş, bu 'yeni zengin' tüccar ve esnaf sınıfının Anadolu kökenli ve kentli



elitlere göre daha düşük bir eğitim düzeyine sahip olması kentli elitlerin onları küçümseyici bir ifadeyle “Hacı Ağa” olarak anmalarına yol açmıştır (Bali, 2011: 24). Kendilerini köklü zenginler olarak gören “Beyaz Türkler”, bu dönemde ortaya çıkan yeni türedi zenginleri “Siyah Türkler”, “Siyah Zenginler”, “Doğulu Kırolar” şeklinde kategorileştirerek üst tabaka içerisindeki ayrımı ortaya koymaya çalışmışlardır (Türkdoğan, 2011: 204). Bu durum aslında seçkinlerin kendi içinde sınıflaştıklarının da bir göstergesidir. Bali, bu ayrımı, köklü aileler/eski servetler ve yeni zenginler/yeni servetler şeklinde sınıflandırmıştır (Bali, 2011: 39). Frank, Amerika’da köklü zenginlerin yeni zenginleri aşağılamak için onları “sonradan görme” olarak nitelendirdiklerini belirtmektedir. Ona göre yeni zenginler, köklü zenginlerle sadece âşık atmayı temsil ederler (Frank, 2009: 15).

Burada belirtilmesi gereken bir husus da ayrışmanın ve dışlamanın çok yönlü olabileceğidir. Sadece zengin ve üst sınıflar diğerlerinden kendini ayırtıyormuş ve kendi aralarında bir bütünmüş gibi düşünmek eksik bir değerlendirme olabilir. Çünkü çoğu zaman üst sınıf içerisinde zenginliğin sonradan elde edilip edilmemesine göre yani soyluluk kriterine göre ayrışmalar olabildiği gibi diğer alt katmanlar tarafından fazla seçkinci davrandıkları için dışlamalara da rastlanılmaktadır. Örneğin, ülkemizde son yıllarda üst sınıflar kendi kabuğuna çekilerek kültürel bir kast oluşturmakta ve diğer sınıflarla diyaloglarını kesmiş görünmektedirler. Yine bu üst tabaka içerisinde bulunan ve kendini “Beyaz Türk” veya “Euro Türk” gibi sıfatlarla tanımlayan kesimler de kırsal alanlardan gelerek, büyük kentlerde sanayi ve ticaret sektörlerinde atılım yapan Anadolu insanlarını “Eğreti Burjuvalar” veya “Siyah Türkler” olarak takdim etmektedirler (Türkdoğan, 2011: 233). Bir diğer deyişle yeni orta sınıfları toplumdaki diğer kesimlerden ve kendi aralarında ayırtıran özellikler, sahip oldukları gelir seviyesi değil, bu gelirin kaynağı ve bu gelirlerle sürdürdükleri yaşam biçimleri ve kültürel pratiklerdir (Doğuç, 2005: 89-90). Frank da benzer şekilde zenginlerin dışarıdan kendi içinde homojen bir yapı gibi görünmelerine rağmen aslında içeride servetin basamakları arasındaki farklılık sebebiyle bölünme yaşadıklarını belirtmektedir (Frank, 2009: 13).

Diyarbakır’da son yıllarda aileden gelen bir servete sahip olmamasına rağmen zenginliğin kaynaklarında da belirttiğimiz gibi bir şekilde zengin olan yeni bir sınıf ortaya çıkmıştır. Bu yeni servet kültürünün, miras yoluyla zengin olmuş üst sınıf köklü zenginlerden farklı ve kendine has özelliklerinin olduğu söylenebilir (Frank, 2009: 11). Görüşmelerde yeni zenginliğin yeni bir tiplemesi olarak ortaya çıkan, kendine has

özellikleriyle diğerlerinden hemen fark edilen bu insanlar katılımcılar tarafından “sonradan görme”, “türedi”, “buldumcuk” gibi sıfatlarla nitelendirilmektedirler. “Sonradan görme” ve “türedi” terimleri geçmiş olmayan, yeni elde edilen bir zenginliğin ortaya çıkardığı insan tipini betimlemek için halk arasında kullanılan bir deyim olmakla birlikte görgüsüz gibi olumsuz anlamları içerisinde barındırmaktadır.

Görüşmelerde katılımcıların ifadeleri doğrultusunda türedi zenginlerin özellikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Katılımcılar türedi olarak niteledikleri zenginleri kendi çevrelerinden örnekler vererek açıklamaya çalışmışlardır. Görüşmelerde en çok ön plana çıkan özellikler ise tüketim yoluyla kendini ispat etme, gösterişçi bir tüketim, kendini üstün görme, kibir, diğer insanları aşağılama, sadece kendini düşünme, egoistlik, bencillik, tatminsizlik ve doyumsuzluktur.

Veblen’e göre bir kişinin toplumda sınıfsal olarak kendini diğer kesimden ayırabilmesi ve belli bir statüye erişebilmesinin tek yolunun mal/mülk sahibi olabilmesi yani zengin olmasıdır. Ona göre, mal/mülk artık sahibine kahramanca veya kayda değer bir başarıdan daha fazla ün getirmekte ve daha kolay bir tanınma yolu olabilmektedir. Bundan dolayı mal/mülk itibarın temeli olarak görülebilir. Mal/mülk birikimi bu şekilde etkililiğin simgesine dönüşürken varlık sahibi olmak da itibar görmenin olmazsa olmaz bir şartı ve ister bireysel çabayla, isterse miras yoluyla ulaşılmış olsun mal sahipliği, tanınmanın geleneksel temeli olmuştur (Veblen, 2005: 35). Bazı katılımcılar türedi zenginlerin tüketimle kendilerini ispat etmeye çalıştıklarını belirtmektedir. Onlara göre bu insanlar zenginliği sadece maddi refah ve lüks tüketim olarak algılamaktadırlar. Bu tür nesnelere sahip olmak onların adeta üstünlüğünü gösterme yollarıdır. Ayrıca hesap kitap yapmadan ve yarını düşünmeden sınırsızca harcamak bu zenginlerin ortak özelliklerindedir.

*Yeni yeni görmüşler ya. Gitmiş ben önce bunu aliydim şimdi pürsü (porsche) aldım. Bu pürsüyü (porsheyi) gördüğü zaman böyle kendini daha büyük zannediyi. Ama o pürsü (porsche) büyük değil. Önemli olan insanın içindeki olan büyüklük (G.2, Kadın, 47, Ev Hanımı).*

*Evini sürekli yenilemeye çalışan, dış görünüşe önem veren, bir türlü tatmin olmayan, sürekli yeni şeyler almak isteyen bir insan gibi geliyor bana. Belki sürekli bir ispat çabası içerisinde. Ya dış görünüşüyle, ya eviyle, ya arabasıyla, ya da başka bir şeyle (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

*Çok tüketim, çok alışveriş. Mesela geçen biz bir araba bakmaya gittik. Satıcı diyor ki, ben doktora, mühendise, öğretmene araba satana kadar benim alım çatlıyor. Ama diyor Diyarbakır'da toprak ağası ve bir gecede zengin olanlar var geliyor sadece fiyatını soruyor ve alıyor. Biz ona hiç çaba sarf etmiyoruz. Ama doktora mühendise zor satıyoruz. Niye? Adam emeğiyle kazanıyor. Adam emeğiyle kazanmış ve o paraya dikkat etmek zorunda. Tabi düşünerek harcıyor. Bugün bunu yapıyorum alabilir miyim, altından kalkabilir miyim? diye düşünüyor (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Bu yeni zenginlik kültürü kendine has bir insan tipini ortaya çıkarmaktadır. Doyumsuz, sömürücü, yayılımcı ve toplum değerlerinden soyutlanmış, toplumcu kimliği olmayan bireylerin bu yeni kültürün insan tipleri olduğu söylenebilir. Kapitalist yaşantının bir ürünü olarak ortaya çıkan zenginlik kültürü, sürekli harcayan, başıboş tüketim normları ve gösteriş ekonomisinde sivrilmelere yönelik bir yarışma biçimi içinde yaşayan fertlerin yaşam biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır (Türkdoğan, 2011: 164). Katılımcılardan biri de sürekli tüketim yapan bu insanların bir türlü tatmin olamadıklarını, doyumsuzluk hissettiklerini ve böylece açgözlülük yaptıklarını düşünmektedir. Bunu söylerken de halk arasında kullanılan bir deyim olan “sonradan görme gâvurdan dönme” deyimini hatırlatmaktadır.

*“Sonradan görme gâvurdan dönme” diye bir laf var. Sonradan görmeler biraz daha açgözlülük yapıyorlar her şeyde. Bunu da alayım. Bunu da yapayım. Özenti çok fazla oluyor. Tatminsizlik, doyumsuzluk var (G.28, Kadın, 42, Sözleşmeli Memur).*

Zenginler için paranın, yaşamaları için gerekli olan temel ihtiyaçlardan bile daha önemli olduğunu söyleyebiliriz. Ruhsal olarak rahatlık veren itibar kazanmak için yaptıkları gösterişsel israf dolu harcamaları fiziksel iyilik ya da hayatta kalmanın ‘aşağı’ gereklerine hizmet eden harcamaların çoğundan daha vazgeçilmezdir. Kişiler ait olmak istedikleri sınıfların harcama standartlarını benimsemekte ve ona uygun davranmaktadır. Zenginler adeta kendilerine karşı ikaz ve yorumlardan kaçınmak için tüketilen şeylerin çeşit, miktar ve kalitesi ile ilgili kabul görmüş itibar kanunlarına göre yaşamaya kendilerini zorunlu kılmaktadırlar (Veblen, 2005: 77-85). Dolayısıyla pahalı ve ince zevklere, alışkanlıklara sahip olmak yeni zenginler için biraz da zorunludur. Çünkü kendilerini yeni sınıflarına kabul ettirebilmeleri için ne kadar zevkli ve eli açık

olduklarını sergilemeleri gerekmektedir (Duman, 2008b: 112). Ayrıca tüketim toplumunda sosyal statü ölçeğinin simgesinin yapılan harcamalar olduğunu unutmamak gerekir (Frank, 2009: 102). Bir katılımcı tanık olduğu bir olayı anlatarak en pahalı ürünlere sahip olarak üstünlüğünü ispat etmeye çalışan bir türedi zengini şöyle tarif etmektedir:

*Ben genelde esnaflarla konuşuyorum. Halı satan bir esnaf arkadaşımız vardı. Geçenlerde yanında oturmuştum, çay içiyordum. Adamın biri içeriye girdi. Dedi işte “Halılarınız ne kadar? En pahalı halı ne kadardır?” Şimdi en pahalı halı deyince adam dedi “1500-2000 liradır. İşte budur.” Adam diyor ki “Daha pahalı, daha pahalı” yani. Ne yapacak? Ona göre bir halı ne kadar pahalıysa o kadar kalitelidir. O kadar iyidir. Yani gidip diyecek ki bir halıyı 10.000 liraya aldım. Ondan sonra adam çıktığında arkasından baktık. Gitti bir Porsche arabaya bindi. Şimdi belki görseydik ki Porsche arabadan indi geldi. Biz de 1000 liralık halıya 5000 lira derdik (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

Satın alınmış eşyalardan oluşan bir kimliğin cazibesi, harcanan paranın miktarına göre artmaktadır (Bauman, 2013: 26). Aynı şekilde halk arasında bir tabir olan “Ucuz ceket adamı ucuzlatır” sözünde olduğu gibi tüketilen malların ucuzluğu insanın kimliğinin cazibesini yitirmesine neden olmaktadır. Neye sahip olunduğu altında yatan kaynağın büyüklüğünü göstermesi açısından önemlidir. “Ne aldığını neye sahip olduğun belirler” sözü bu duruma anlamlı bir gönderme yapmaktadır. Bahsedilen durumda da kişi en pahalı ürüne sahip olarak oluşturduğu kimliğinin cazibesini arttırmaya çalışmaktadır. Kendini ispat etme çabası, kendilerini “yüksek sosyetenin” bir parçası olarak kabul ettirme isteklerinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla yeni zenginler kendilerini yüksek sosyetenin bir parçası olduğuna inandırmak ve ikna etmek için harcamalarıyla kendilerini ispat etmeye çalışmaktadırlar (Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 106).

Katılımcılardan bazıları bu insanların bazen yaptıkları tüketime paralarının yetişmediğini yine de bankadan kredi çekerek dahi olsa harcamalarına devam ettiklerini belirtmektedir. Bu durum kendilerini diğer zenginlere göre aşağıda hissetmemeleri için geliştirdikleri bir strateji olarak görülebilir. Katılımcılardan bazıları da türedi zenginleri

tasvir ederken sürekli gösteriş yapmak ve alım gücünü ispat etmek için aldığı eşyalardan bahseden insanlar olduğunu belirtmektedir:

*Sürekli aldığı eşyayı söylemesi. Marka söylemesi (G.17, Kadın, 38, Öğretmen).*

*Herkes bence görüldüğünden çok daha fazla yaşıyor. Kimse görüldüğü gibi değil. Daha zor durumda ama daha lüks yaşıyor. Biz de öyle. Kredi kartlarımızla yaşıyoruz. Hepimiz öyleyiz. Eskisi gibi değiliz. Olmayan parayı harcıyoruz (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

*Konuştugu zaman tek konuştuğu araba, altımdaki araba şöyle olacak. Ben böyle gezeceğim. Ben şurada yerim. Ben şurada alışveriş yaparım. Evim şöyledir. Benim kolumdaki altınlara bakın, bakın, bakın. Gün yaparlar. 40 çeşit ikram yaparlar. Çünkü bende para bol. Bak ben böyle masayı donatırım. Aslında hepsi haram olur. Yani yapılır 5 çeşit yapılır. Bazen 40 çeşide varan varmış ya. 40 çeşit nasıl bir mantıktır? Mesela Levent Usta gibi yerlerde toplanıyorlar gün yapıyorlar. Sadece altın günü değil bahsettiğim. Eski mantık değil. Toplanıyoruz. Kafamızı dağıtıyoruz. Mesele sırf ben senden daha çok para harcayabiliyorum onu göstermek için yapıyorlar. Ya ayakkabısı. Nerdeyse parası yetmiyor. Krediyile onla bunla yetiştiriyor. Gerçekten bildiğim için söylüyorum. Yani gösteriş için her şeyi alıyorsan ama her şeyini krediyile döndürüyorsan o tabi ki sonradan görmelik. İşte o yani. Ben oturdum. Ayağımı şöyle kaldırdım. Ayağımın altından markasını görsünler gibi bir şey. O çok var. Aşırı (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Bir katılımcı da yeni zenginlerin paraya sahip olmadan önce çok ezik davrandıklarını ama paraya sahip olduktan sonra da “dünyayı ben yarattım” havalalarına girerek kibirli davrandıklarını belirtmektedir. Bu durum halk arasında bu insanları tarif etmek için kullanılan “küçük dağları ben yarattım havasında” sözünü akıllara getirmektedir. Burada para bir nevi güç sağlayıcı olarak görülmektedir. Kişi paraya sahip oldukça tabiri caizse ezik tutumunu bırakarak güçlü ve kudretli bir profil çizebilmektedir. Ona göre bu durum onların cahilliğinden kaynaklanmaktadır.

*Bizim doğunun insanları şöyle ilk başta çok eziktir. Sonra biraz para gördü mü bir iki basamak yukarı çıktı mı ne oldum delisi olur. Sanki dünyayı onlar yaratmış olur. Bu da onların cahilliğinin bir göstergesidir (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Yeni zenginler eski zenginlerin aksine, zevklere getirdikleri bayağılıklarla köksüz bir kültür geliştirirler (Türkdoğan, 2011: 5). ‘Enderun Zenginleri’ veya ‘türedi tabaka’nın zevk ve eğlence motiflerinin ise bir hedonizm felsefesi ve estetik duygudan yoksun olduğu da söylenebilir (Türkdoğan, 2011: 542). Katılımcılardan biri, kendi komşusundan örnek vererek komşusunun aldığı eşyaların fiyatlarını söyleyerek gösteriş yaptığını düşünmektedir. Zevke hitap etmeyen eşyalarını doğru düzgün kullanmadığı halde gösteriş yapan bu insan, hem kendinin hem de çocuklarının giyimine yeterince özen göstermemektedir.

*Bir komşum vardı. Kendisi beni evine çağırdı. Gittim evine. Bak perdelerimi 8 milyara diktirmişim. İşte mobilyamı 20 milyara almışım. Bana göre de o kadar zevksiz perdeler ve mobilyalardı ki. Hani kendi kendime içten içe sonradan görme dedim. Evet çok para görmüş. Çok da para var. Bu 20 milyar benim olsaydı asla o eve, o mobilyayı almazdım. Çok daha güzelini çok ucuza alırdım. Ama aşağıya indiği zaman üstü başı, çocukları çok kötü. Ama ben biliyorum ki onlar milyarder. Eşi mesela çok şey. Altında Mercedes. 150 milyarlık araba. Eşinin arabasının bile daha doğru dürüst ne olduğunu bilmeden. Para var ama evini yalnızca gösterip kapatan, kullanmayan insanlar (G.9, Kadın, 34, Müşteri Temsilcisi).*

*Görgüsüzlük. Çok belli oluyolar zaten. Hani diyoruz ya ev var ama yaşamayı bilmiyorlar. Evi eşya doldurup yaşamayı bilmemek. Ne bileyim yakışanı yapmamak. Bunlar sonradan görmelik. Mesela Gökkuştağı’nda çok var sonradan görme bence. Ev beş oda. Yetmemiş balkonu kapatıyor. Ne yapacaksın bu kadar mobilyayı? Bu kadar eşyayı ne yapacaksın ya? O kadar büyük evde ne yapıyorsun? Ve acayip gösteriş (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

Günlük dilde ‘bu bir zevk meselesi’ ya da ‘tam bir görgüsüzlük örneği’ deyip geçtiğimiz çeşitli beğeni ölçüleri ve kültürel pratiklerin, aslında aile çevresinde ve eğitim sürecinde edinilen ve kuşaktan kuşağa aktarılan bir tür ‘sembolik sermaye’ olarak nitelendirmek mümkündür. Sembolik sermaye, spor tercihlerinden ev duvarlarını süsleyen resimlere, müzik dinleme alışkanlıklarından yemek menülerine kadar çok çeşitli göstergeler yoluyla somutlaşır, toplumsal kesimleri birbirinden ayırıştırır ve yukarıdan aşağıya sıralar (Öncü, 1999).

Bourdieu, aktörlerin yiyecek, giyim, sanat, spor, müzik meselelerinden bedensel duruş gibi önemsiz görünen bütün meselelere kadar gündelik seçimlerini yönlendiren estetik hassasiyetin, toplumsal benzerlikleri ve farklılıkları sembolize eden bir araç işlevi gördüğünü belirtir (Weininger, 2014: 131).

Bazen giyime özen göstermeme bilgisizlikten de kaynaklanabilmektedir. Bir katılımcı bu insanların önce bilmediklerini ama etraflarındaki insanlardan göre göre yavaşça öğrendiklerini, bir başka deyişle diğerlerine bakarak taklit ettiklerini söylemektedir.

*Sonradan görme birkaç tane zengini biliyorum. Mesela bu arsa karşılığı zengin olan birkaç tane arkadaş çevrem var. Giyim tarzları şey değil. Böyle yavaş yavaş öğrenme durumu var. Mesela uzun süre pazardan normal bir şey alırlar. Bilmedikleri için. Daha sonra lüks mağazalara yönelme durumu oluşuyor (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

*Yani şimdi önceden senin giyindiğin ayakkabının markasını bile tanımayan veya bir “nayk”ı bile “nike” olarak sana söyleyen kişilerken bunlar iki yıl sonra gerçekten komik geliyor ama iki yıl sonra senden öğrene öğrene bir şeyleri işte bak bende ayakkabı aldım “nayk” diyebiliyorlar, yani bunu çok bariz hissettiriyorlar. Ve yahut da evindeki mobilyanın rengi, çiçekli desenlerinden tutun düz desenine kadar, senin yaptığın duvar kağıdından onun yaptığı duvar kağıdına kadar taklit edilebilir bir hal alıyor. Sürekli seni inceliyorlar sonra düzeltmeye çalışıyorlar kendilerini. Belki de para çok, ne yapacaklarını bilememek olayı. Biz arttırdığımız parayı bir kenara çocuklarımızın geleceği için endişelenerek ayırırken onların öyle bir endişesi yok. Bir sonraki sene başka hangi eşyayı alabiliriz endişesi var (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Zenginlik normunu temsil eden kişiler, sürekli para peşinde koşan, serveti üzerine servet yağın bitip tükenmeyen bir sürecin içindedirler. Üst zenginlerin önemli bir grubunda gözlemlenen merhamet duygusundan arındırılmış egoizm veya ‘ben merkezli yaşam biçimi’ çevreye karşı duyarsız kalmasına neden olmaktadır (Türkdoğan, 2011: 181). Kendini üstün görme, kibir, bencillik ve diğerlerini hor ve hakir görme durumu katılımcılara göre türedi zenginlerin ortak özelliklerindedir.

*Kimseyi beğenmeyen, kimsenin durumunu anlamayan, ben ancak ben diyenlerdir. Kendinden başka kimseyi gözü görmüyor o kadar (G.3, Kadın, 35, Ev Hanımı).*

*Valla bizim apartmandakiler aklıma geliyor benim. Yani “buldumcuk” gibi. Artık kibirlenmeler, selam vermemeler... Allah’ın selamı bu şey yapılamaz. İnsaniyetle ilgilidir. Parayla maddiyatla ölçülmez de hani. Merhaba denildiği zaman karşılığında merhaba denilir normalde. Kafalarını direk şey yapıp geçiyorlar. Çok değişiyorlar yani yürüyüşleri bile değişiyor (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

*İnsanları hor, hakir gören, kendini bir şey nane, fasulye zanneden, gereksiz yere para harcayan, giymeyi bilmeyen ama marka takılan, konuşmayı bilmeyen, bencil insanlar, yardımlaşmadan haberi olmayan insanlar. Kendinden başkasını düşünmeyen bohem insanlar. Lüks düşküni, vicdanını yitirmiş (G.20, Erkek, 35, Öğretmen).*

*Sonradan? Hani kişiliği oturan biri sonradan görme olmaz. Adam kendine çalışıp kazanabilir. Ama hareketleridir. Ukalaca hareketleri, kibirdir. Kendini insanların üstünde görmesidir. Bu hareketlerini gördüğüm zaman diyoruz ki sonradan görmedir. Yaramaz bir adamdır. Tamam parası olabilir ama her şey parayla ölçülmez ki. Tavırlarıyla yani. En önemli şeyleri kibir (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi, Müteahhit).*

Katılımcılardan bazıları yeni zenginlerin paraya kavuştuktan sonra eski dostlarıyla ve tanıdıklarıyla görüşmeyi bıraktığını belirtmektedir. Bu durum onların ait oldukları eski sınıfla bütün bağlarını koparma isteği olarak düşünülebilir. Ayrıca bu durum halk arasında türedii zenginleri tasvir etmek için söylenen “Civciv yumurtadan çıkmış, kabuğunu beğenmiyor” sözünü akıllara getirmektedir.

*Bir küçümseme hali var. Daha önceden sahip oldukları kültürel yaşamı küçümseme hali var. Sanki o orada hiç yaşamamış gibi (G.11, Kadın, 30, Sosyolog).*

*Sonradan görme yani görüyor şaşırıyor. Mesela sonradan görmüş birden bire kendini kaybediyor. Yüksekten bakıyor. Eskiden konuştuğu dostlarıyla görüşmüyor (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Kültürel sermaye ve toplumsal sermaye, paradan daha az görünür olan, ancak toplumsal pozisyonun belirlenmesinde en temel faktörlerdendir (Pinçon ve Pinçon-



Charlot, 2012: 15). Davranışlar, hal ve hareketler, konuşmalar, giyim ve kuşam türedi zenginleri hemen ele verebilmektedir. Ekonomik sermayesinin yüksek olduğunu hem yaptıkları tüketimle hem kullandıkları lüks otomobille hem de oturdukları lüks konutlarla ispat eden yeni zenginler kendilerini konuşma, davranış ve hareketlerindeki ukalalık, şımarıklık ve yaptıkları kaprislerle ele vermektedirler. Bu durum da bazen onların zenginlik kültürünü daha hazmedememiş olmaları bazen de kültür çatışması yaşayan, ne yapacağını bilmeyen, arada kalmış kimseler olarak değerlendirilmelerine neden olmaktadır.

*Sonradan görülen zenginlik gerçekten kötü. Hani insanlarda bir kültür çatışması meydana geliyor. Bilmediği yapmadığı bir şeyleri sonradan gördüğü zaman gerçekten biraz adam ne yapacağını şaşırıyor. Ne tepkide bulunabileceğini de bilemiyor. O yüzden kötü bir durum bence (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

*Sonradan görme zenginlik biraz kaba oluyorlar belli yani para bende deyip böyle ukala oluyorlar öyle söyleyeyim (G.8, Kadın, 33, Doktor).*

*Bu daha çok konuşmalara, hareketlere yansıyor. Genellikle konuşmalarından, üzerindeki giysiden bile anlaşılıyor. Giysisi üzerinde sanki eğreti duruyor. Konuşması, tavrı, insanlara bakışı, ne bileyim birisini çağırışı onu hissediyorsun. Başkasını böyle hor görme durumu var (G.21, Erkek, 45, Öğretmen).*

*Bana göre şöyle kişiliği tam oturmamış, köklü bir aileden gelmiyor. Dolayısıyla kaygıları yok. Kişiliği ile ilgili çok büyük değer yargıları yok. Para kazanınca da her gücün oradan geldiğine inanıyor. Nüfuslu olduğunu sanıp ne yapar paylaşmaz, çevresine faydası olmaz. Buna derim ben. Oturuşundan, kalkışından ya da bir olaya verdiği tepkiden hemen anlayabiliyorsun (G.33, Erkek, 40, Müteahhit, Mimar).*

Kimi katılımcılar da bu insanların zengin olmadan önceki hayatlarıyla şimdiki hayatları arasında bir değişiklik olmadığını sadece hayatlarında değişen şeyin para ve lüks otomobil olduğunu belirtmektedir. Başka bir deyişe ekonomik sermayesi artan bu insanların diğer sermaye türlerine sahip olamadıklarını belirtmektedirler.

*Hayatlarında çok bir değişiklik olmuyor para dışında. Sadece lüks arabaya biniyorlar benim gördüğüm. Onun dışında çok fazla bir değişiklik yok. Ya evleri de değişiyor. Mental olarak aynılar (G.27, Erkek, 33, Müteahhit).*

Sürekli tüketim yaparak tatmin olmaya çalışan bu insanlar aslında huzuru ve mutluluğu bulamamaktadırlar. Diğer insanlardan üstün olma ve geri kalmama kaygısıyla tüketime yönelerek içlerindeki kıskançlık duygusuyla sürekli bir doyumsuzluk, huzursuzluk ve memnuniyetsizlik hissetmektedirler. Bunun nedeni de ne kadar para kazanırlarsa kazansınlar onlardan daha çok kazanan olması ve bir türlü kendilerini güvende hissedememeleridir. Bu bağlamda Frank onları “huzursuz elitler” olarak, bu zenginliği de “kaygılı zenginlik” olarak tanımlamaktadır (Frank, 2009: 161-162).

*Sadece harcıyor bu insanlar ve hiçbir zaman mutlu olmuyorlar. Bakıyorsun dışarıdan aslında çok mutlu olması lazım evi var kadının. Ev hanımı altında arabası var bir dediği iki olmuyor cebinde tonla parası var ama ağzını açsa hep şikayet hep şikayet. Eşinden şikayet ediyor. Bir de kıskançlık var. Onda bu var bende niye yok gibi. Ya memnun olmuyor. Biz bu siteye taşındığımız zaman site yeni yapılmıştı. Çok da lüks bir site. Daha bir sene dolmadan insanlar taşınmaya başladılar daha lüks bir siteye. Bir türlü memnun olmuyorlar geri kalmama hissinden dolayı. Bir türlü mutlu olmuyorlar yani. Ama okumuş bir insan olsa böyle olmaz (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

Bir katılımcı da benzer şekilde sürekli olarak bir tatmin elde etmek için harcayan bu insanların aslında mutluluk aradıklarını ancak bulamadıklarını, ruhlarının aç olduğunu ve onu doyurmaya çalıştıklarını belirtmektedir.

*Onları öyle gördükçe ben Allah'a daha çok şükretmek istiyorum. Hani diyorum ki ya Rabbim mutluluk bu değil aslında. İnsanların ruhları ne kadar aç ki bunlarda mutluluk arıyorlar. Ben aslında daha farklı şeylerle mutlu olmamız gerektiğini hissediyorum gerçekten. Kanaatkâr olmanın önemini anlıyor insan (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

Bauman, “Yaşam Sanatı” adlı eserinde mutluluğun ardında koşan milyonlarca insanın daha mutlu olabilmek için tüketim yaptığını belirtmektedir. Ancak yapılan araştırmalarda, mutlu bir yaşamın temel aracı olarak görülen zenginlik artışı ile mutluluk artışı arasında hiçbir bağlantı olmadığı ortaya çıkmıştır. Ona göre insanların gelirlerini arttırarak mutlu olma stratejisi işe yaramamaktadır (Bauman, 2013: 10-11).

Yapılan görüşmelerde türedi zenginlerin özellikleri ile ilgili benzer ifadeler yer almaktadır. “Sudan çıkmış balık gibi” (G.36, Erkek, 38, Gelir Uzmanı), “niteliksizlik”, “hor görme”, “üstünlük”, “seviyesizlik” (G.37, Erkek, 50, Memur), “kibirli”, “eğitimsiz” (G.38, Erkek, 49, Maliyeci), “hiçbir ortama ayak uyduramayan” (G.39, Erkek, 44, Memur),” bol harcama” (G.42, Erkek, 38, Memur), “kalitesiz ve yavan bir zenginlik” (G.44, Kadın, 27, Gelir Uzman Yardımcısı), “yaşamayı bilmeyen” (G.47, Kadın, 43, Memur),” nasıl kazanmaya başladıklarını bile anlayamadan düşüncesizce para harcayan” (G.49, Kadın, 36, Gelir Uzmanı), “kendini kaybetmiş” (G.50, Kadın, Gelir Uzmanı) ve “şehir yaşamına ayak uyduramayan” (G.51, Kadın, 36, Gelir Uzmanı) gibi tanımlamalar türedi zenginlerin özellikleridir.

Görüldüğü gibi ekonomik sermayesini bir şekilde elinde bulunduran ancak hem zenginliğin kaynağı hem de zenginlik tecrübesinin tarihselliği olarak eski-köklü-zenginlerden ayrılan yeni zenginler, katılımcılar tarafından “sonradan görme”/“türedi” olarak nitelendirilmektedir. Türedi zenginlerin en önemli özelliği şüphesiz paraya sahip olmalarıdır. Yarını düşünmeden sınırsız bir şekilde lüks tüketim yapan bu insanlar, kendilerini başkalarına ispat etme çabası içerisinde. Sürekli lüks tüketimin nedeni, diğer insanlardan geri kalmama ve kıskançlık duygularından kaynaklanmaktadır. Bu durum çoğu zaman onların zenginlik ve tüketimle tatmin olamamalarına ve doyumsuzluk hissi yaşamalarına neden olmaktadır. Mutluluğu tüketimle ve zenginlikle arayan bu insanlar bir süre sonra mutluluğu bulamamalarının yanı sıra huzursuz ve kaygılı bir zengin olacaklardır.

İnsanlar için türedi zenginlerin elde ettikleri zenginlik kötü olarak görülmemekte, ancak zenginliğin onlarda ürettiği davranış kalıpları, yaşayış biçimi ve kullanma biçimleri kötü olarak görülmektedir. Türedi zenginler diğer insanlara üstünlüklerini kanıtlamak istercesine en lüks ve pahalı ürünlere sahip olmaya çalışmaktadırlar. Bu durumun altında yatan etkenlerin ayrıcalıklı olma ve eşitsizlik isteği olduğunu söylemek mümkündür. Sürekli yaptığı tüketim üzerinden konuşan bu insanlar, çoğu zaman kibirli, bencil ve kaprisli davranmakta, başka insanları ise hor, hakir ve küçük görerek aşağılamaktadırlar. Zenginliklerini yeni elde eden türedi nasıl yaşayacaklarını bilmedikleri için çoğu zaman diğer zenginlere bakarak, taklit etme yoluyla bu kültürü edinmeye çalışmaktadırlar. Bu nedenle katılımcılar, türedi zenginlerin zenginlik kültürünü hazmedemediğini ve kültür çatışması yaşadığını belirtmektedir.

#### 5.4.5. Yeni Zenginliğin/Zenginlerin Ahlak Anlayışları

Zenginlik kültürünün temel özelliklerini John Kenneth Galbraith'in "*Kuşku Çağı*" eserine atıfta bulunarak tanımlayan Türkdoğan, bu yeni 'para kıvıran sınıfın davranış biçimi ve ahlak anlayışının' gelişen ekonomik sisteme göre şekil aldığını belirtmektedir. Bu bağlamda dünya nimetlerine daha çok değer veren, kibirli, teşhire meraklı ve barbarca gösteriş tüketimi içine giren yeni bir insan tipi ortaya çıkmıştır. Bu yeni tipi ise Rhode Island'daki Newport evlerinde yaşayan insanlara benzetmektedir. Newport evlerinin amacının, içlerinde yaşanması, dinlenilmesi veya soy üretilmesi değil, sakinlerinin para değerinin ilan edilmesiyle ün saldığını belirten Türkdoğan, zenginlerin temel uğraşlarının, servetlerinin itinalı bir biçimde teşhir edilmesi, kişinin boş vakitlerinin çokluğu ve gösteriş için yaptığı gereksiz aşırı tüketim olduğunu belirtmektedir (Türkdoğan, 2011: 60-61).

Sombart, kapitalist zihniyeti, burjuva ve kapitalizmin oluşmasını iki aşamalı bir olgu şeklinde değerlendirmektedir. Değişen ahlak anlayışlarını değerlendirdiği eserinde birinci dönemin burjuvaları çoğunlukla namuslu, dürüst, dinine bağlı, kanaatkâr, çalışkan, aklın gösterdiği yoldan ayrılmayan insanlardır. Bu dönem yaklaşık 14. yüzyıldan 19. yüzyılın başı ya da ortalarına kadar gitmektedir. Sanayileşmiş kapitalizmle birlikte devasa şirketlerin ortaya çıkması büyük burjuvazinin ahlak anlayışında radikal bir dönüşüme yol açmıştır. Sombart'a göre kapitalizmi ayakta tutan olgu küçük burjuvazinin sahip olduğu ahlak ilkelerine uygun bir yaşam sürdürüyor olmasıdır. Başka bir deyişle kapitalizm sanayileşme aşamasında bir bakıma mecburen ahlaksızlaşmak zorunda kalmış gibidir (Sombart, 2011: 10).

Diyarbakır'da sonradan elde edilen bir zenginliğin doğurduğu hayat tarzlarındaki değişime paralel olarak ahlak anlayışının da değişip değişmediğini öğrenmek için katılımcılara "*Sizce zenginlik burada yaşayan insanlara yeni bir ahlak anlayışı getirmekte midir?*" sorusu sorulmuştur. Katılımcıların çoğu yeni zenginlerin aniden değişen hayatlarında bir karmaşa yaşadıklarını ve bunun neticesinde yeni bir ahlak anlayışı geliştirdiklerini ifade etmektedirler. Ancak bu ahlak onlar için olumlu anlamlar ifade etmemektedir.

Aristoteles'e göre, bütün yeni zenginler kibirli ve küstahtır. Ona göre yeni zenginler ile eski zenginler arasında büyük bir fark vardır. Yeni zenginler bu zenginliğin nasıl kullanılacağı konusunda eğitilmedikleri için, servetin getirdiği ahlaksızlığı eskilerden çok daha büyük boyutlarda yaşamaktadırlar (Frank, 2009: 87).

Katılımcılardan bazıları yeni zenginliğin insani ve ahlaki değerlerin kaybolmasına neden olduğunu belirtmektedir. Onlara göre özellikle de gençler arasında ahlaki bir yozlaşma olmaktadır.

*Bir arkadaşım var onun üzerinden örnek vereyim. Zengindiler İstanbul'a gidince daha bir zengin oldular. Yani onlar kendilerini çok farklı görüyorlar. Ben bunlardan daha üstünüm, ben bunlardan daha zenginim. Kendilerini biraz daha beğeniyorlar biraz daha ukalalık var onlarda (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Zenginlik çoğu durumda toplumun değerlerine ve problemlerine kayıtsızlığı da beraberinde getirebilmektedir (Bilgin, 2004). Bir katılımcı da özellikle gençlerin kendi toplumuna yabancılaştığını ve aynı kaygıları taşımadıklarını belirtmektedir. Burada kaygılanılması istenen durumun Kürt sorunu olduğu anlaşılmaktadır.

*Tabii ki değerlerde bir yozlaşmayı da beraberinde getiriyor. Yaşam tarzının değişmesinin kendine göre şekillendirdiği insan tipleri üzerinde, yani gençlere baktığımızda gençler hani şöyle çok ortak değiller yani. Yetişkin bireylerle aynı kaygı, aynı şeyde değiller dolayısıyla kendilerine göre yeniden bir şey de yaratıyorlar (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

Amed (2014) Kürt sorununa yeterli ilgiyi göstermeyen ve desteklemeyen Kürt burjuvazisini bu konuda ağır bir dille eleştirmektedir.

*“Ama asıl değinilecek mesele yoksulların, ezilenlerin yaşam savaşı içinde burjuvaların, ezilenlerin sırtına basarak kendini var etmesi ve bu varoluşlarını en aşağılık bir şekilde ortaya koymasıdır. Örnek verecek olursak son birkaç gündür Amed (Diyarbakır) il sınırları içinde gelişen...eylemleri “şiddet gösterisi” adı altında aşağılayarak itibarsızlaştırmaya çalışanlar yine bu Kürt burjuvazisidir. Eylemlerde yakılan iş makinelerini örnek göstererek “araç kasko ve sigortaları Amed'de çok yüksek, bunun nedeni bu araç yakmaları” diyerek cebinden çıkacak 2 kuruş fazla kasko parasını ölümlere değişebilecek kadar aşağılaşmış bir burjuvazi var.”*

Bu durum zenginleştikçe siyasi bilincin azalması olarak okunabilir. Yapılan gözlemlerde de Diyarbakır'da yapılan siyasi eylemlerde Bağlar Mahallesi gibi yoksul semtlerde siyasi eylemlere katılım oranı çok yüksekken Diclekent ve Metropol civarında bu oranın çok düşük olduğu görülmektedir. Dolayısıyla zenginlik arttıkça siyasi eylemlere katılımda azalma olduğunu söylemek mümkündür.

Simmel'e göre para, şeylemiş bir sosyal dünya yaratmakla kalmayıp; niceliğin nitelik üzerindeki hâkimiyetini artırmaktadır. Ayrıca para herşeyin özünü niceliğe indirgemekte bireyselliğin önemini azaltmaktadır (Simmel, 2014: 13). İnsani değerlerin kaybolduğunu yaşadığı bir örnekle anlatan bir katılımcı ekonomik/maddi değerlerin insani değerlerin önüne geçtiğini şöyle ifade etmektedir:

*Ekonomik olarak düzey geliştikten sonra, sokakta dilenen herhangi birine birçoğunun bakış açısı şu oluyor mesela, sadakamı vereyim vicdanen kendimi rahat hissedeyim o kadar. Önüne birkaç kuruş para atayım. Yani orada kendi vicdanını rahatlatması için yeterli olacağını düşünüyorum. Ama evvelinde o mahallede o fakirlerin yoğun olarak yaşadığı yerde yaşadığı zaman o insanın durumunu daha da içselleştiriyor. Yazık evi yok, acaba bir şeyler mi yapsak. Belediyeye mi konuşsak? Ama bir düzey gelişince çoğu zaman görmüyor bile orada dilenen. Ya da sadece bir sadaka vermekle yetiniyor. Mesela bugün Ofiste CEMO diye bir yer var. Alışveriş merkezinin girişinin sağ tarafında Suriyeli bir kadın yanında çocukla oturmuş bir durumda dileniyor falan. İki tane başörtülü böyle giriyordu, belli yani gelir düzeyleri çok yüksek falan, baktım biri diğerine dedi ki ya görüyor musun şunları şehrimizi batırdılar, her gördüğümüz yerde bunlar var. Ne kadar çirkin bir manzara falan dedi. Yani normalde dindar birinin böyle düşünmemesi lazım. Ama nedir ekonomik gelirdir bunlar bazen insani değerlerin önüne geçebiliyor. Yani görüntü kirliliği olarak görmek...(G.11, Kadın, 30, Sosyolog).*

Wright Mills'in "İktidar Seçkinleri" adlı eserinde belirttiği gibi para, toplum hayatındaki her türlü başarının göstergesi ve temel ölçüğü olmuştur. Para, bu kadar önemli olunca, para sahipleri bu parayı ne yolla kazanmış olurlarsa olsunlar, toplum kendilerine saygı göstermektedir. Halk arasında söylenen 'Para, milyonu bulunca, günah kalmaz' sözü bu duruma çarpıcı bir örnektir (Türkdoğan, 2011: 62-68). Zenginlikle beraber maddi gücün kendisinde olduğunu hisseden yeni zenginler artık her

şeyin kendisine meşru olduğunu düşünmekte, önceden yapmayacağı şeyleri bile kolayca yapabilmektedir. Zenginlikle beraber yeni zenginlerde “her şeyi yapabilirim”, “her şey bana mubahtır” algısının oluştuğu, kendilerini her konuda özgür hissettikleri bazı katılımcılar tarafından şöyle belirtilmektedir:

*Sanki her şey mubahtır anlayışı oluşuyor insanlarda. Eskiden o kadar dindar insan para hırsına girdikçe, mal mülk hırsına girdikçe haram olan faizi mesela mubah olarak görebiliyor. Daha kolay ona sarılabiliyor. O sanki ahlaki değerlerde bir yozlaşmaya sebep oluyor (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

*Olumsuz yönde getiriyor. Çünkü insanlar artık böyle biz özgürüz diyorlar. Özgürlük kavramının içine farklı şeyler yüklüyorlar. O isim altında çok şey yapabiliyorlar artık. Bu da işte sonradan görmeliğin bir neticesidir bence. Her anlamda yanlış yaşıyorlar bunu (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

*Yani zenginlik her şeyi yapma özgürlüğü değil. Bizim toplumumuzun bazı değerleri var. Hepimizin. Hani sanki onlara her şey meşru oluyor. Yani kötü yönde, iyi yönde pek yok. Hani muhakkak iyileri de vardır. İyi işler yapan insanlar da vardır. Ama genelde kötü yönde etkilediğini görüyoruz maalesef. Sanki her şey mubahmış gibi şunu da yaparım. Bunu da yaparım. Belki biraz şey olacak ama. Bizim bu bölgede adamın parası oldu mu hemen ikinci bir eş alıyor.(Önce arabayı sonra karısını) veya metres hayatı. Çok affedersiniz. Maalesef birçoğunda da böyle şeyleri görebiliyorsunuz. Toplumu bozan şeyler (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi- Müteahhit).*

Benzer şekilde elde ettiği yeni zenginlikle birlikte eşlerini değiştiren insanlar olduğunu söyleyen bazı katılımcılar bu durumu ahlaksızlık olarak nitelendirmektedirler.

*Evet, biraz ahlaksızlık yönünde oluyor. Genelde erkeklerde oluyor bayanlarda olmuyor. Parayı gördükleri zaman eşlerini değiştiriyorlar (G.8, Kadın, 33, Doktor).*

*Popüler kültür hem zengin olanı hem olmayanı dejenere etmiş. Dolayısıyla zengin olan ahlaki bir değişime uğruyor mu? Mutlaka uğruyor. İçinde kalan bazı eksiklikleri tamamlamak için bazen ahlaksız davranışlar sergileyebiliyor, ahlaksız ortamlara girebiliyor. Dolayısıyla bir tahribat var öyle diyebilirim (G.33, Erkek, 40, Müteahhit-Mimar).*

Katılımcılardan bazıları da eski değerlerin yok olduğunu belirterek Diyarbakır'da çok önemli olan aile, akraba, eş-dost ziyaretlerinin yok olduğunu, gençlerde bencillik duygusunun çoğaldığını belirtmektedir. Bu durum geleneksel kültürel kodlarda da çözümler olduğunun bir göstergesi olarak görülebilir.

*Mesela eski alışkanlıkları yavaş yavaş terk etmeye başlıyor insanlar. Birbirlerini sormayı, birbirlerine gidip gelmeyi, akraba ziyaretleri eskisine göre daha az. Gençlerde daha çok kendini düşünme var (G.21, Erkek, 45, Öğretmen).*

*Ben mesela gördüm yani. Daha böyle lüks evi gördüler, lüks giyimi gördüler, çocuklarına harcamayı gördüler. Değişiyorlar. Eskiden görüştüğü insanlarla görüşmüyorlar. Biz daha farklı olduk diye düşünüyorlar yani. Var öyle insanlar. Akrabasına bile bir tabak yemeğini vermiyor. Bir harçlığını vermez yani. Bir fitresini vermez (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Doğu toplumlarında ataerkil toplumun bir getirisi olarak kadınlar özellikle de kız çocuklarının “namus” kavramı adı altında baskı altında tutulduğuna, hatta namus kavramın sık sık kullanılarak erkekler tarafından kadına yönelik şiddete hatta kadın cinayetlerine başvurulmasına rastlamaktayız. Geleneksel kültürel normlar ve bunların altında yatan değerler yoluyla üretilen namus algısının, toplumda var olan sınıf ilişkilerindeki değişimlerden ziyade bireycilik, rasyonalizm ve sekülerleşmenin yayılmasıyla ilişkili hızlı geleneksizleşmeden etkilendiğini söylemek mümkündür (Pakulski, 2014: 213). Bir katılımcı değişen ahlak anlayışlarından bahsederken bu kadar tutucu ve baskıcı bir toplumun yumuşadığını ve artık kız çocuklarının çok rahat davranabildiklerini, oturduğu sitesinde yaptığı gözlemlere dayanarak ifade etmektedir. Katılımcı bu insanların geri kafalı olmadıklarını ve modern bir insan olduklarını ispatlamak için böyle davrandıklarını belirtmektedir.

*Ben bakıyorum 12-1'e kadar kız çocukları aşağıda. Ellerinde çok pahalı telefonlar. Erkeklerle. Ben inanmıyorum Diyarbakır'da eskiden bir ailenin 12-1'e kadar lisede okuyan bir çocuğu aşağıda ya da şuralarda dondurma almaya gitmesine izin verdiğini. Evlenmeden önce bayağı bayağı ilişkileri geliştiriyorlar. Ben burada büyümedim ama buranın da böyle bir yer olduğunu düşünmüyorum. Herkes çok rahat. Erkek arkadaşı konusunda ses çıkarmıyorlar. Aşağıda görüyorum yani belli erkek arkadaşı. Yukarıdan da annesi görüyor yani mutlaka. Babası yukarıda, annesi*



*yukarıda. Burada şey var. Aaa bunlar geri kafalı denmesin diye bile insanlar başkalarının yanında farklı görünebiliyor. Biz geliştik, biz modern insanlarızı kanıtlamaya çalışıyorlar (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Yaşam çevrelerinin sunduğu rahatlığa bağlı olarak insanların da rahatladığını belirten bir katılımcı artık katı kuralların gevşediğini, önceden karşı çıkılan davranışlar ya da durumların şimdilerde çok rahatlıkla kabul gördüğünü belirtmektedir. Bu durum yaşadıkları site ortamının rahat, özgür, mahalle baskısından uzak ve kendi özel dünyalarında yaşamalarını sağlamasıyla da açıklanabilir. Bir ölçüde site yaşamının insanlara bireyselleşme ve özgürlük sunduğunu (Alver, 2013: 63) söylemek mümkündür. Ayrıca mekânın değişimiyle yaşamların ve zihniyet yapısının değiştiğini de söyleyebiliriz.

*Bunu babam da gördüm. Babam sert bir insan normalde. Yani eski mahallemizdeyken mesela çok katı biriydi. Saat yediden önce evde olmamız gerekiyor falan yani. Bu kuralları bile koyan biriydi. Ama Diclekent'e taşındığımızda erkek kardeşimin küpe takmasına dahi izin verdi. Oradaki insanları gördü. Takabilir ne olabilir ki dedi. Abimin geç saatte eve gelmesine, benim geç saatte eve gitmeme aynı şekilde kardeşimin ya da bir arkadaşımın bile kalmama müsaade edebiliyor şu an. Mesela Bağlar kötü bir yer olarak biliniyor. Diclekent'e baktığın zaman ha iyiymiş buralar deniyor (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Bir katılımcı kendi içlerinde çatışma yaşayan yeni zenginlerin nasıl yaşayacaklarını bilmedikleri için hayatlarının tüketimle anlam bulduğunu söylemektedir. Tüketimle kendi kimliğini oluşturan bu zenginler satın aldıklarıyla kendini üstün görerek, büyülenme ve kibirli davranışlar sergilemektedirler. Benzer şekilde Frank da, eski zenginlerin tevazu, gelenek, halka hizmet, hayır işleri ve kültürel uğraşlarla gururlandıklarını, buna karşılık yeni zenginlerin ise, kendi kazandıkları servet ve büyük harcamalarla övündüklerini belirtmektedir (Frank, 2009: 90).

*Şimdi bu zenginlik çok yeni. Belki zamanla ahlaklarında olumlu değişimler olacak. Ama şu anda bir problem yaşıyorlar. Çatışma içindeler yani. Kaldıramıyorlar.. Nasıl yaşayacaklarını bilmiyorlar. Bir anda zengin oldukları için neye para*

*harcayacaklarını bilmiyorlar. Sürekli ev değiştireyim, alışveriş yapayım, o bunu giyiniyor, çok lüks giyiniyor, ben de giyeyim, benim neyim eksik diye düşünüyorlar (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

*Kesinlikle diyorum ya kendisini ispat çabasından sonra böyle bir bakışlar. Takıp takıştırmalar sanki elindeki altın, ya da giyip kuşandığı şey ona büyük bir değer katmış o olmaktan çıkmış da başka bir insan olmuş gibi. Böyle görüyoruz etraftan (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri yeni zenginlerin en lüks eve sahip olmalarının altında yatan nedenin herkese gücünü ispatlama isteği olduğunu belirtmektedir. Ona göre daha lüks evlere taşınan kişilere karşı insanların bakışları bile değişmektedir. Ayrıca Diyarbakır'daki yeni zenginlerde başkalarının hayatlarını gözlemlemenin çok fazla olduğunu da belirtmektedir.

*Mutlaka var tabi. Bir de Diyarbakır'da şöyle bir şey de var. İşte en lüks site. Herkesin bakışı değişiyor. Oturan da havaya girebilir yani. Biraz o var Diyarbakır'da. Ev değiştirdince insanların yorumları bile değişiyor. Herkes her şeyle ilgileniyor. Evini, evindeki değişikliği herkes fark ediyor bizde (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

Bir katılımcı da yeni zenginleri malıyla ve gücüyle övünen Firavunlara benzetmektedir. Bu insanlar adeta Firavunların insanlara zulüm ettiği gibi yanında çalıştırdıkları insanlara zulüm ettiklerini belirtmektedir.

*Sen zenginlikle cennete de gidiyorsun cehenneme de gidiyorsun. O da var. Zenginler görmüşüz. Bugün benim param var. Şuna muhtaç değilim, buna muhtaç değilim. Kabarıyor, kabarıyor. Firavun gibi şey oluyor. Yani millete tepeden bakıyor. İşçisine zulüm ediyor. Mesela çok adam görmüşüm böyle zengin olanlar ha. Bir işçi gitmiş bekçilik yapmaya. Benim gibi sonradan kapıcı olacak ha. Demiş ona “Namazın kazası var, işin kazası benim yanımda yok” öyle insanlar da var (G.31, Erkek, 39, Kapıcı).*

Tim Blixseth, yeni zenginlerin parayla birlikte değiştiğini “Para, gerçeklik ilacına benziyor. İnsanların gerçek yüzünün ortaya çıkmasını sağlıyor. Eğer kişi aslında

*görgüsüzse, zengin olduktan sonra daha da görgüsüzleşiyor” sözleriyle belirtmektedir (Frank, 2009: 67). Zenginliğin getirdiği değişimin sadece Diyarbakırlı insanları değil bütün insanları etkileyebildiğini söyleyen bir katılımcı zenginliği insanlar için bir imtihan ve şaşırma noktası olarak tarif etmektedir.*

*Ya onu burada yaşayan insanlar için sınırlayamayız zenginlik her zaman insanın şaşma noktasıdır yani bir müminin şaşma noktasıdır her insanın sınanma yeridir. Zenginlikle birlikte mutlaka değişiklikler oluyordur her yerde. Sadece Diyarbakır için sınırlayamayız (G.6, Kadın, 37, Kuran Kursu Hocası).*

Zenginliğin yaşamda olumlu yönde değişiklikler getirdiğini düşünenler de vardır. Hem site hayatına alışma, hem dünya hırslarının azalarak dine yönelenlerin artması hem de eğitim seviyesinin yükselmesi bazı katılımcılar tarafından zenginliğin getirdiği olumlu değişiklikler olarak görülmektedir.

*Daha derli toplu olur insanlar. Farklı yaşam koşullarıyla müstakil bir evde yaşamının konforuyla, rahatlığıyla bir sitede yaşamının rahatlığı bir olmaz tabi. Burada biraz daha derli toplu olacaklar (G.27, Erkek, 33, Müteahhit).*

*Yani bazı şeylerin hırsı azalıyor. Gerçi bu kişiden kişiye değişiyordur ama. Bazı kişilerde azalıyor. Artık dünyanın bütün nimetlerinden faydalanyorum biraz da dinime döneyim, namazıma dikkat edeyim diyenler var. Bir iki tane öyle şahit oldum (G.28, Kadın, 42, Sözleşmeli Memur).*

Katılımcılardan biri de zenginlerin çocuklarının eğitimiyle ilgilendikleri için kültür seviyesinin arttığını belirtmektedir. Zengin çocuklarını zararsız olarak niteleyen bu katılımcı, sokak eylemlerinde bile bu insanların kültürel yapısının gereği olarak daha düzeyli eylem yaptıklarını şöyle ifade etmektedir:

*Bazı insanlar çok zengindir. Çocuklarını okutuyorlar. Onları doktor yapıyorlar. Çocukları yüksek lisans yapıyor. Böyle olunca haliyle kültür artıyor. Bunlara kültürlü insanlar diyorlar. Ne mutlu bir zengine ki çocuklarını okutuyorsa. Genelde de okutuyorlar. Hatta kazandırıyor hem halka hem millete. Zengin çocukları zararsızdır burada. Her şeyi çocuklarının üzerinden düşünüyorlar. Sokak eylemleri olduğunda*

*zengin çocukları da sokağa dökülüyor. Ama onlar eylemi de yapsa kültürlü bir eylem yapıyorlar yani. Gerçekten ha. Öyle genelde kültürleri yüksek insanlardır (G.31, Erkek, 39, Kapıcı).*

Görüldüğü gibi katılımcılar yeni zenginlerin zenginlik tecrübelerini yaşamalarıyla birlikte hayatlarında değişiklikler meydana geldiğini, buna paralel olarak da düşünüş biçimlerinden tutun da kişilik özelliklerine ve ahlaki davranış kalıplarına kadar değişim yaşadıklarını belirtmektedirler. Ekonomik sermayeye kısa sürede sahip olan yeni zenginler arada kalmışlık duygusuyla nasıl yaşayacaklarını bilememekte ve bir şaşkınlık dönemine girmektedirler. Dolayısıyla elde ettikleri zenginlik doğrultusunda nasıl konuşacağını, nasıl davranacağını ve nasıl yaşayacağını bilemeyen bu yeni zenginlerin yeni bir ahlak anlayışı geliştirdikleri söylenebilir.

Katılımcılar yeni zenginliğin insani ve ahlaki değerlerin kaybolmasına neden olduğunu belirtmektedirler. Ahlaki bir yozlaşma yaşanmakta, maddi değerler insani değerlerin önüne geçmektedir. Bu durum kapitalist zihniyetin insanların hayatına egemen olmasıyla da açıklanabilir. Sürekli para kazanma isteği ve çılgınca tüketim, kapitalist ekonominin insanların hayatlarında yarattığı değişimin bir sonucudur. Yeni zenginler elde ettikleri paranın getirdiği güçle birlikte, adeta “her şeyi yapabilirim” düşüncesiyle ahlaki değerleri önemsemeden sınırsız bir özgürlük anlayışıyla hareket etmektedirler. Yeni elde edilen bu zenginlik, insanların kişilik özelliklerinde de değişime neden olmaktadır. Yeni zenginler çoğu durumda bencil, egoist, kaprisli, hedonist, bohem, cimri, kibirli ve kendini beğenmiş tipler olarak tasvir edilmektedir.

Zenginlik çoğu durumda Diyarbakır’ın geleneksel kültürel normlarından kopuşu da beraberinde getirmekte, çok önemli olan aile ve akrabalık bağlarının gevşediği görülmektedir. Zenginlik, daha rasyonel düşünmeyi ve bağımsız hareket etmeyi sağlamakta, dolayısıyla insanlar arasında daha bağımsız ve mesafeli ilişkiler kurulmaktadır. Zenginlik arttıkça samimiyet ve özveri azalmaktadır. Bazen de katılımcılar için yeni zenginlik olumlu özellikler getirebilmektedir. Katılımcılar, şehir hayatına uyum sağlama, dine yönelme ve yoksullara yardım etme gibi durumlarda zenginliğin olumlu gelişmeler sağladığını ifade etmektedirler.

#### 5.4.6. Diyarbakır'daki Yeni Zenginlerin Başka Şehirdeki Zenginlerle Farklılıkları / Benzerlikleri

Michéle Lamont'a göre beğeniler ve tercihler, ekonomik ve kültürel imkânlarla (sermayeyle) belirlendiğinden bir sınıftan diğerine farklılık gösterirler. Dolayısıyla kişi kendisine benzeyen kimseleri arkadaş olarak seçtiğinde, sınıf yapısının yeniden üretimine dolaylı yoldan katkıda bulunmuş olur (Lamont, 1992: 182; Mağgönül, 2006: 120). Mübeccel Kıray, sosyal tabakalaşmada en üst kesimlere doğru çıktıkça birçok farklılığın yani din, dil, etnisite gibi farklılıkların etkisini azalttığını belirtmektedir (Mağgönül, 2006: 48). Bu bağlamda zengin ve seçkin kişi din, dil, etnisite gibi faktörlere bağlı kalmaksızın kendi gibi yani ekonomik sermayesi olan insanlarla iletişime geçtikçe diğerlerinden ayrılmakta ve bu durum devam ederek sınıf yapısı güçlenmektedir.

Benzer ekonomik düzeye sahip olan insanların yaşam tarzının aynı olduğunu belirten Bourdieu'ye göre, toplumsal uzamdaki her konum belli bir "sınıf durumuna" tekabül ederken, aynı sınıf konumunda yer alan bireyler homojen tavır ve eylemler sergilerler (Karadağ, 2010: 41). Diyarbakır'daki zenginlerle başka şehirlerde yaşayan zenginler arasında bir farklılık olup olmadığını anlamaya yönelik olarak katılımcılara "Diyarbakır'daki yeni zenginleri diğer şehirlerdeki zengin olarak gördüğünüz insanlarla karşılaştırdığınızda benzer veya farklı yönlerini tarif eder misiniz?" sorusu yöneltilmiştir. Zenginliğin evrensel normlarının olduğuna işaret eden bazı katılımcılar, zengin sınıfın dünyanın neresine gidilirse gidilsin aynı davranış kalıplarına ve yaşam tarzına sahip olduğunu belirtmişlerdir:

*Her şehirde zenginliği ile övünmeyen mütevazı aileler de var, sonradan görme diyebileceğimiz zenginliği sınıfsal bir seviye olarak gören aileler de var bence bu bir şehir ile sınırlandırılmaz (G.5, Kadın, 30, Öğretmen).*

*Ben çok fark görmüyorum, içinde bulunduğumuz ortamda Diyarbakır'ı dile getirmiş oluyoruz ama oralarda da aynı kültür, aynı anlayış. Biz burayı biliyoruz, ama arkadaşlarımızla konuştuğumuzda onlardan da aynı şeyleri duyuyoruz, eski yerlileri sayılı kalmıştır, kaliteli insanlar sayılı kalmıştır. Onlarda aynı şeylerden yakınıyorlar (G.12, Kadın, 56, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan biri, Diyarbakır'ın kendi değerlerinden olan yardımseverlik, yoksulu gözetmek ve paylaşmanın yeni gelen zenginlikle beraber azaldığını belirtmektedir. İnsanların bu tür durumlarda soğukkanlılaştığına dikkat çeken bu görüşmeci, Diyarbakır'ı İstanbul'la kıyaslayarak her ne kadar İstanbul'daki zenginler kadar olmasa da Diyarbakır'daki zenginlerin de o yolda hızla ilerlediğini ve duyarsızlaştıklarını belirtmektedir.

*Ya aslında zengin zengin yani. Ben onu anladım. Mesela ben İstanbul'da ilk görmüştüm bu kadar soğukkanlılığı. Bir de Diclekent'e geçtikten sonra. Dedim ki ha demek ki ortak özellik zengin olmak ya da bir iş gücü sahibi olmak. Ben ona yordum çünkü ondan sonra insanların tavrı çok değişiyor. Mesela İstanbul'da herkes iş gücü sahibi ya da malı mülkü var. Kimse kimseye el atayım, el uzatayım, yardım edeyim çabasında değildi. Yere düşsen, bayılsan herhalde kimse el uzatmaz. Diyarbakır'da da Diclekent o yolda. Aslında İstanbul'a göre çok daha iyiler. Ama yavaş yavaş o yolda sanki (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

Bourdieu'ye (1997) göre üst sınıflar kendilerini alt sınıflardan ayırt etmek için sermaye çeşitlerinden kültürel sermayeyi kullanmaktadırlar. Kültürel sermaye belli bir toplumsal düzlemde eşit olarak dağıtılmayan kültürel kaynak ve gücü içerir. Bu ise formel eğitimin yanı sıra, cisimleşmiş ve nesnelleştirilmiş biçimlerde olabilir. Cisimleşmiş hali, düşünsel ve bedensel tavırlar olarak görülür. Nesnelleştirilmiş biçimi resimler, kitaplar, müzik aletleri, makineler gibi kültürel nesnelere içerirken, kurumsallaşmış hali formel eğitime dayalı niteliklere işaret etmektedir (Karadağ, 2010: 47). Bourdieu'ye göre, kültürel sermaye ekonomik eşitsizlikler ile açıklanamayan kültürel pratikler ve eğitimsel performanstaki farklılıklardır. Kültürel sermaye sözel beceri, genel kültürel farkındalık, estetik tercihler, eğitim gibi geniş çeşitlilik gösteren olanakları kapsamaktadır (Akarçay, 2013: 289).

Katılımcılardan bazıları Diyarbakır'daki zenginliğin köksüz, belli bir geçmişi olmayan, yeni elde edilmiş, sonradan kazanılmış bir zenginlik olduğu için bu insanların henüz bu durumu hazmedemediğini ve zenginlik kültürünün oluşmadığını ifade etmektedirler. Kültürel alt yapısı olmayan bu zenginlik ise sadece tüketim odaklı faaliyetlerde kendisini gösterebilmektedir. Diğer şehirlerden farklı olarak alışveriş yapma ve lüks eşya tüketimiyle zengin olduğunu ispatlamaya ve kendilerini üstün ve

ayrıcalıklı göstermeye çalışan bu zenginler katılımcılar tarafından “sonradan görme”, türedi, görgüsüz gibi ifadelerle betimlenmektedir.

*Zenginliklerini ev eşyası, lüks ev, lüks araba o şekilde gösteriyorlar. Diğer insanlarla aralarındaki fark da işte asansörü kullanma şekilleri (çocukların asansöre tuvaletlerini yapmalarından bahsediyor) Büyükşehirlerde görmüş geçirmiş diğer insanlar hiçbir zaman asansörü o şekilde kullanmazlar (G.1, Kadın, 33, Kuran Kursu Hocası).*

*Mesela bizim Kürtler içinde karşılaştıracak olursak bizim İstanbul'da çevremiz var, Mersin'de çevremiz var. Açıkçası zenginler ama Diyarbakır'daki gibi tüketime yönelik bir zenginlik yok. Yani Diyarbakır'da çok hızlı bir tüketim çılgınlığı var. Bu nedir böyle? Bizi de etkiliyor açıkçası. Bu kültür müdür bilmiyorum (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

*Birden bire zengin olmayla belli bir süreci geçirerek hazmederek zengin olmanın arasında fark var. Birden bire zengin olmanın sıkıntısı var yani yaşıyor Diyarbakır'da. Herkes bunu söylüyor (G.13, Erkek, 37, Öğretmen).*

*Fark şöyle benim bildiğim zengin sınıfı sadece malı mülkü değil biraz da kültürel yapısı, davranış kalıpları, insani zenginliği de olan. Elit diyoruz ya bunun kültüre de yansımaları gereken bir şey. Diyarbakır'da o kültürel elit şey yok. Eskiden Avrupalılarda kullanılan burjuva sınıfı tabirini kullanamayız bunlar için. Bunlarda kültürel şey yok, eğitim seviyesi üniversite mezunu bile olsa o anlamda bir elit yapıları yok. Daha çok tüketime dayalı bir zenginlik. Öyle diyebiliriz (G.21, Erkek, 45, Öğretmen).*

*Şimdi Diyarbakır'daki zenginlere baktığımız zaman yaşanılmamış bazı şeyler vardır. Diyelim ki Avrupalı bazı uzun evreler geçirmiş, okumuş, bir yerlere gelmiş, devlet sistemleri farklıdır. Adamların gelecek kaygısı yoktur. Olmadığından dolayı da adamlar gayet güzel bir şekilde yaşıyorlar. Mesela adam Türkiye şartlarında diyelim ki asgari ücretli bir iş alsaydı bile, çalıştırsa bile adam tatili bir zorunluluk olarak görüyor. Dünyanın istediği ülkesine tatil yapmaya gidiyor. Burada bazı insanlarımız var. Trilyonerdir. Ama tatilin boş bir iş olduğunu, işlevsiz olduğunu düşünüyor veya farkında değildir (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

Bu durum halk arasında söylenen bir söz olan “Yemiş yutmuş, kimisi de yemeden yutmuş” sözünü hatırlatmaktadır. Hazım edilmemiş bir zenginlik olgunlaşmamış yani ham bir zenginliktir. Bu nedenle de sahipleri üzerinde eğreti durduğunu söylemek mümkündür.

Frank’a göre yeni zenginler, hayal ettiklerinin çok üstünde paralar kazanmalarına ve istedikleri her şeyi almalarına rağmen bu başarılarının tadını çıkartabilmek için tabiri caizse göbekleri çatlamaktadır. Sürekli çalıştıkları için dinlenmeye ve eğlenmeye hasret olan bu insanlar ona göre pek de mutlu değildir (Frank, 2009: 57). Diyarbakır’daki zenginlerin yaşamayı bilmediğini belirten bazı katılımcılar bu insanların sadece gösterişe önem verdiklerini, ev, araba ve alışveriş etkinlikleriyle kendilerini etraflarına ispatlamaya çalıştıklarını, daha çok biriktirdiklerini, gayrimenkule yatırım yaptıklarını ama bu zenginliği yaşayamadıklarını ifade etmektedirler. Katılımcılar lüks içinde yaşamının zenginlik olmadığını, başka bir deyişle zengin gibi yaşamının sadece lüks eşyalar kullanarak olmadığını belirtmektedirler:

*Yaşamayı bilmediklerini düşünüyorum. Belki biz de öyleyiz. Dışarıdaki Batı’daki adam geziyor, tozuyor. Giyiniyor yani. Biz biriktiriyoruz, ev alıyoruz, eşya alıyoruz. Ev borcumuz bitiyor, daha lüks bir ev için tekrar çalışmaya başlıyoruz. Ömrümüz krediyle geçiyor. Sonra onun içine eşya doldurmak için çalışıyoruz. Ama Batı’ya gidiyorsunuz insanların evi küçük, mütevazî. Ama onların yaşadığı sosyal hayatı biz yaşayamıyoruz. Yurt dışına da gidiyor, tatiline de gidiyor. Sinemasına da gidiyor. Ama biz yemeyip içmeyi ev ve eşya alıyoruz. Sadece gösteriş. Bütün hayatımız onunla geçiyor (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

*Diyarbakır’da vitrin çok önemli. Burada zenginlik mesela şöyle gösterilemiyor. Ben Antalya’da yaşadım. Antalya’da bu kadar lüks ev yok biliyor musun? İnsanlar yiyip içip geziyor. Çocuğuyla geziyor. Zenginlik o onlar için. Bir arabaları var, evleri var. Eşya o kadar yok. Mümkün değil. Gelse benim bir arkadaşım oradan çok şaşırır. Mesela ben de evlenirken hepimiz ben de dahil eşya istedik mesela. Çünkü buranın şartlarında var. Kimsenin altına inmek istemiyorsun. Orada yok. Mümkün değil. Burada farklı yaşıyorsun. Burada insanlar tamamen vitrin. İçini de gör. Daha kendisi için hiçbir şey yapmamış. Gezmemiş. Ailesiyle vakit geçirmemiş. Ama burada belli markaları giyeceksin. Belli yerlerden alışveriş yapacaksın. Eşyan güzel olacak. Beyaz*



*çıktı. Beyaz eşya alacaksın. Git bak evlere hepsi bembeyaz olmuş. Ama yarın kahverengiye dönerse tekrar gidiyorlar rengini değiştiriyorlar. Kılıfını falan değiştiriyorlar. Bu bana çok komik geliyor yani. Sadece o konuda geri kalmama başka konuda değil yani (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

Katılımcılardan biri de Diyarbakır'daki zengin kadınların yaşam tarzlarıyla diğer şehirlerdeki zengin kadınların yaşam tarzlarını kıyaslamaktadır. Ona göre Diyarbakırlı bir kadın ne kadar zengin de olsa bu zenginliği yaşayamamakta yine ev eksenli hayatına devam etmektedir. Tek fark sadece içinde yaşadığı evin ve eşyalarının çok lüks olmasıdır.

*Çok fark var çok. En başta Diyarbakır'daki zengin bir kadın yani zengin bir adamın, eşi bu kadar rahat giyinip kuşanıp ondan sonra altında Mercedes sportla gidip bir alışveriş merkezinde işte deri bir çantayla istediği alışverişini yapıp özgürce orada bir bowling oynayıp ve yahut da bir briç klübüne takılıp lüks bir yerde tek başına bir yemek yiyip çıkıp gelemiyor. Ha buradaki kadın kocasından dolayı çok zengindir. Hadi hasb-el kader araba da almıştır. Fakat buraya kadardır. Sonra ya kendi kardeşiyle ya da annesiyle ya da işte eşiyle birlikte gider bir alışverişini yapar, sonra sosyal olan diğer boyutlarını fazla yaşayamadan evine gelir ama evi çok lüktür. Yani eşyaları çok lüktür. Ev eksenli yaşar ama mesela bir batıdaki, özellikle Antalya'daki bayanların turizmden dolayı çok zengin iş adamlarının zengin eşlerini görüyorsun alışveriş merkezinde, onların yaşamlarına baktığında az evvel anlattığım tarzda yaşıyorlar. Bir de tam tersine onlar hiç ev eksenli yaşamıyorlar. Zaten o ev eksenini çeviren bir yardımcıları mutlaka vardır. Onlar dışarı eksenli yaşamayı çok seviyorlar. O yüzden de çok mutlular (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

Bir katılımcı da Diyarbakır'ı Kayseri, İnegöl, Gebze gibi şehirlerle kıyaslayarak oradaki zenginlerin birleşerek şehirleri için çalıştıklarını, fabrikalar açtıklarını ve şehirlerini kalkındırdıklarını belirtmektedir. Diyarbakır'da ise zenginler daha çok bireysel davranmakta ve kendi zenginliğini daha da artırmanın yollarını aramaktadırlar. Katılımcı bu durumu bencillik olarak görmektedir.

*Diyarbakır'daki zenginler tamamen bireyseldir. Yani kolektif bir çalışma yok, Bir araya gelip bu şehre bir katkı sağlama çabası yok. Sadece çok bencilce bir yaklaşım var. Mesela Kayseri'de görüyoruz. 3-5 işadamı bir araya gelip bir tesis kurabiliyor. Binlerce insana istihdam sağlayabiliyor. Bu Gebze'de, İnegöl'de de böyle. Sanayisi gelişmiş olan bütün şehirlerde böyle. Diyarbakır'da sanayi gelişmemiş. Yillardır hep devletten beklendi. Çünkü önceden devlet sanayiye kuruyordu. Gelişen yüzyılda artık teknoloji ilerledikçe artık insanlar bireysel olarak sanayiye girmeye üretime girmeye karar verdiler. Ama Diyarbakır'da henüz bu tam olarak oturmadı. Daha çok bencilik var (G.33, Erkek, 40, Müteahhit-Mimar).*

Görüldüğü gibi katılımcılar Diyarbakır'daki zenginleri başka şehirlerde yaşayanlarla kıyaslayarak Diyarbakır'da yeni, köksüz ve tarihi olmayan bir zenginlik olduğunu belirtmişlerdir. Böyle bir zenginlik de beraberinde kültürel bir alt yapısı olmayan, sindirilmemiş, kendine has bir zenginlik kültürü ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla gösteriş yapmayı seven, kendini üstün gösterme ve ispat çabası içinde olan bu insanlara daha çok görgüsüz, “sonradan görme”, “türedi zengin” gibi yakıştırmalar yapılmaktadır. Beraberinde rafine ve steril davranışlar getirmeyen bu zenginlik, kültürel alt yapısı olmayan sadece ve sadece tüketim odaklı bir zenginliktir.

Bu yeni zenginler de zenginliklerini daha çok gösterişli evler, lüks arabalarla teşhir etmekte fakat asıl zenginliği yaşayamamaktadırlar. Veblen'in de vurguladığı gibi zenginliğin alamet-i farikası olan boş zaman etkinlikleri ve çalışmama durumu Diyarbakır'daki zenginler için söz konusu değildir. Katılımcıların sık sık Diyarbakırlı zenginlerin yaşamayı bilmediklerini ifade etmelerinin sebebinin bu durum olduğunu söyleyebiliriz. Sürekli ev, araba ve eşya alan bu yeni zenginler, bunları elde edebilmek için sürekli çalışmakta, ne boş zaman etkinlikleri ne de kültürel faaliyetlere katılmaktadırlar. Bu durum statüyü ve gücü kaybetme endişesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle de para, ün ve itibarını korumak için çok çalıştıkları söylenebilir.

#### **5.4.7. Yeni Zenginlerin Din İle İlişkileri**

Pinçon ve Pinçon-Charlot (2012: 112)'a göre zenginler arasında hangi mezhepten olursa olsun dini alışkanlıkların oranı yüksektir. Ona göre Katolikler kiliseye, Protestanlar tapınaklara ve Yahudiler de sinagoglara giderler. Bilgin (2014), dinin çoğu zaman zenginlerin zenginliklerini yoksullara karşı bir meşrulaştırma aracı

olarak görerek dini kullandıklarını ve din ile her zaman yakın ilişkide bulduklarını belirtilmektedir. Bilindiği gibi Marksizm'e göre dinin kendisi istismar ürünü olarak anlaşılmaktadır. Marx'a göre din, halkın afyonu, Engels'e göre kitleleri köleleştiren bir araçtır. Bu bağlamda din, ezenlerle ezilenlerden ibaret olan toplumda ezenlerin ezilenleri uyuşturmak için kullandıkları bir tür afyon, burjuvazinin bir sömürü aleti, sınıf çatışmasının da bir eseri olarak düşünülmektedir (Okumuş, 2005: 71).

İnsanların bütün yaşam alanlarını kuşatan ve onların yaşam tarzlarında, dünya görüşlerinde etkin olan dinin yeni zenginlerin hayatlarında da etkili olup olmadığını öğrenmek için katılımcılara sorduğumuz “Yeni zenginlerin din ile ilişkilerini nasıl tanımlarsınız?” sorusuna katılımcıların çoğu zenginlerin dine sadece inanç boyutuyla inandıklarını belirtmektedirler. Ancak dinin dünya hayatıyla ilgili pratik boyutunun çoğu zaman göz ardı edildiği düşünülmektedir.

*Aslında zenginlik arttıkça dinden uzaklaştıklarını görüyorum. Çünkü malayaniyat (dünya işleri) dediğimiz şeyle o kadar ilgileniyorlar ki evinin süsü püsü derken aslında o ev tamam bize verildi ama başka şeyler için. Bir misafir ağırlayayım değil mi? Evin bereketi artsın, bolluğu artsın. Bakıyorsun evinin süsünün püsünün temizliğinden ya da aman kırılmasın dökülmesin diye misafir almıyor. Aslında bu onu vermekten insan ilişkileri kurmaktan uzaklaştırıyor. Bu beni üzüyor. Eve harcadığı zaman, alışverişe harcadığı zaman aslında dini görevlerini yerine getirmekten de uzaklaştırıyor. Namaz kazaya kalıyor mesela üzülüyor. Devamlı alışveriş merkezlerinde. Halbuki ne var ki o da yapılabilir. Ben bakıyorum sanki zenginleştikçe din biraz ihmale geliyor. İnsan zenginleştikçe sanki Rabbinden uzaklaşıyor (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

Daha önce de zenginleri sınıflandıran bir katılımcı sınıflandırdığı bu zenginlerin dine karşı tutumlarını şöyle belirtmektedir.

*3 kesim dedik ya. Köyden gelenler zaten muhafazakâr bir yapıya sahip. Onların gerçekten dinlerini iyi bir şekilde devam ettirebildiklerini görüyoruz. Orta sınıf da aynı şekilde. Ama bir üst sınıfa çıktığımız zaman onların da dinden biraz koştukları görülebiliyor. Orada bulunduğumuz işten dolayı doktorları görüyoruz. Bunlar zaten üst sınıf. Mesela benim gördüğüm bu doktorların yüzde üçü beşi dinlerini çok güzel yaşıyor*

*ama geri kalan yüzde doksan beşi çok kopuk. Ben orda çalışırken Ramazan'da oruç tutuyordum. Bana "eh ne yapacaksın orucu" diyebiliyorlardı (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

Bir katılımcı alışveriş merkezlerinin artık insanlar için bir rahatlama yeri ve huzur bulma yeri olduğunu ifade etmektedir. İnsanlar sırf deşarj olmak veya kendilerini mutlu ve huzurlu hissetmek için alışverişe gitmektedirler. Bu durumda artık ibadet yeri olan caminin işlevlerini alışveriş merkezlerinin üstlendiğini söylemek mümkün görünmektedir. Bir nevi insanlar caminin verdiği iç huzuru artık alışveriş etkinliklerinde ve alışveriş merkezlerinde aramaktadırlar. Bundan dolayı alışveriş merkezlerini dinsel mabetlere benzeten bir katılımcı aynı şekilde psikolojik olarak rahatlama yaşamak için insanların psikiyatra gittiğini belirtmekte, sekülerleşen bir dindarlığın geliştiğini ifade etmektedir.

*Ben büyük alışveriş yerlerini dinsel mabetlere benzetiyorum. Her insanın özellikle belli bir ekonomik geliri olan her insanın kendilerini deşarj edecekleri bir mekânın olması lazım. Bu mekânlar alışveriş merkezleridir bana kalırsa. Din metafizik bir şeydir. İnsanın vicdaniyla alakalı bir durum olduğu için kişilerin bu vicdani rahatlama haline alışveriş merkezlerinde, modern mabetlerde giderme durumu söz konusu oluyor. Yine bu ekonomik durumu iyi olan insanların bu ihtiyaçlarını gidermeleri için, psikolojik bir rahatlama hali yaşamaları için psikiyatrlar da aynı işlevi görüyor. Bir arkadaş söylemişti. Ben camiye gittiğimdeki rahatlama halini psikiyatra gittiğimde tercih ediyorum. Psikiyatrlar bana daha hitap eden bir şey. Benim gelirim benim düzeyime, beni çevreme gibi. Burada bile bir farklılık şeyi var. Bir de Diyarbakır'da zengin olup da dindar olanların bir de zengin olup ta seküler yaşayanların ne kadar çok olduğuna bakmak lazım. Ama genelde zengin olup da seküler yaşayanların ağırlıkta olduğunu görüyoruz. Zaten onların da dinle pek bir şeyleri yok. Gelenekseldirler. İşte Ramazan'da oruç tutma hali de çoğu zaman yok ama bir hürmet hali var. Ama işte kandillerdir, Cumalardır gibi böyle de dinsel bir şey var hayatlarında. Atamadıkları. Sekülerleşen bir dindarlık anlayışı var (G.11, Kadın, 30, Sosyolog).*

George Ritzer, alışveriş merkezlerini tüketim katedralleri olarak adlandırmaktadır. Ona göre, bu mekânlar tüketim dininin uygulanması amacıyla hacca gider gibi gidilen yerlere dönüşmüştür (Ritzer, 2011: 76). Kowinski de benzer şekilde

insanların alışveriş merkezlerine “tüketim dini”ni yerine getirmek için gittiklerini düşünmektedir. Ona göre geleneksel uygarlıkların din merkezleriyle alışveriş merkezlerinin ortak yönleri bulunmaktadır (Günindi Ersöz, 2013: 521).

Bilindiği gibi dinin sekülerleşeceği tezi Emile Durkheim ve Max Weber’in çalışmalarındaki modern toplumlarda dinin çöküşünü beraberinde getiren bir dünyevileşmenin, bir din dışlaşmanın varlığı düşüncesine dayanmaktadır. Onlara göre ekonomik gelişim ve toplumsal değişim, hayatın kutsallaştırıcı unsurlarından soyutlanmasına ve din-dışı bir düşünce ve yaşam biçiminin doğmasına neden olmaktadır. Ancak sekülerleşme modern topluma damgasını vuran bir olgu olarak dinin toplumdaki nüfuzunu olumsuz yönde etkilemişse de tam olarak nüfuzunu ortadan kaldırdığını söylemek mümkün değildir. Hatta dinin farklı biçimlerde ortaya çıkarak dini canlanma da sayılabilecek durum veya olayların yaşandığı görülmektedir. Sekülerleşmeyle birlikte birçok toplumda dinin güç ve etkisini kısmen yitirmesine rağmen yeni kurumsal biçimleriyle, yeni inanç ve ibadet biçimleriyle ve bazen de aşırı dinsel ifadelerle dönüşmüş haliyle bireylerin hayatlarındaki yerini muhafaza ettiğini söylemek mümkündür (Okumuş, 2005: 107-109).

Bir katılımcı da Diyarbakır’daki yoksullara yardım etmeyen zenginlerin din ile hiçbir ilişkilerinin olmadığını düşünmektedir. Çünkü ona göre dindar bir insan yoksullara yardım edendir.

*Hiç ilişkileri yok. Din ile ilişkileri olsaydı insanlara yardımcı olurlardı. Ama din ile ilişkiliymiş gibi görünebilirler. Bunu bir imaj olarak kullanıyorlar. Mallarının zekâtını verselerdi Diyarbakır’da fakir kalmazdı (G.20, Erkek, 35, Öğretmen).*

Bazı katılımcılar da yeni zenginlerin iktidara göre görünüm değiştirdiğinden bahsetmekte, şu anki durumda ise dindar görünmeyi tercih ettiklerini belirtmektedir. Bir nevi iktidarın dini görüşü yeni zenginlerin de dini görüşü olmaktadır.

*Bu biraz dönemle alakalı bir şey. Şimdi zaman o zaman olduğu için herkes dindarmış gibi görünüyor. Kim dindar, kim değil belli değil (G.18, Kadın, 38, Mimar).*

*Şimdi zenginin aslında dini olmaz. İdeolojisi olmaz. Yani o anki konjonktör neyi gösteriyorsa zengin onun yanındadır (G.23, Erkek, 42, Emlakçı).*

Din, grup içinde eşitsiz güç ilişkilerini haklılaştırmada ve meşru bir zemine oturtmada kullanılmaktadır. Din, yüksek statüye sahip olanların durumlarını, üstünlüklerini, onların neden bu konumda olduklarını izah ederek geçerli kılmaktadır (Okumuş, 2005: 51). Kimi katılımcılar da insanların dini meşrulaştırıcı bir araç olarak kullandıklarını düşünmektedirler. Hem dindar görünüp hem de dinin yasakladığı her türlü işi yapan bu insanların bir nevi dini kullandıklarına ve onu istismar ettiklerine inanmaktadırlar.

*Dindarlar, hem ibadetlerini yapıyorlar hem de her işi yapıyorlar artık Allah kabul ediyor mu bilemem (G.3, Kadın, 35, Ev Hanımı).*

*Diyarbakır'da dine bağlılık var. Hani en kötü işlerde çalışanlar bile "Allah Peygamber" derler. Dilde vardır. İcraatta da var. Namazlarını da kılarlar. Ona da şahit olmuşum ama o zenginler derken her tür işi yapan zenginlerden bahsediyorum. Kaçakçılık olsun her tür şeyi yaparlar ama Allah Peygamber demeye de devam ederler (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

Din istismarı, dini su-i istimal etme, dinin sırtından yararlanma, dini değerleri kullanarak dindar kişilerden maddi ve manevi çıkar sağlama gibi anlamlara gelmektedir. Okumuş (2005: 67-69), seçkinlerin çoğu zaman din istismarı yoluyla toplumun dindar kesimlerinden yararlanma yoluna gittiklerini ve dini araçsallaştırdıklarını belirtmektedir.

Diyarbakır'ın muhafazakâr bir yapıya sahip olduğunu söyleyen bazı katılımcılar bu bölgede dindar insanların çok olduğunu belirtmektedir. Başka şehirlerle özellikle de batı şehirleriyle karşılaştırma yapan bazı katılımcılar, Diyarbakırlı zenginlerin her şeye rağmen dinine bağlı ve dindar olduklarını şöyle ifade etmektedir:

*Valla bizim bu bölgede dindar çoktur. Bizim bu bölgeyi Batı kesimle karşılaştırırsan dindar çoktur. Daha iyidir (G.26, Erkek, 32, Emlakçı).*

*Benim tanıdıklarım dindardırlar. Değildirler desem yalan olur. Çünkü namazlarını da kıyorlar. Hani şeydir böyle fazla kimsenin hakkını da yemezler. Bir olayları olmuştu. Oradan bile dindar olduklarını fark ettim. Seyrantepe'de bir otel yapıyorlardı. Otelde bir anlaşmazlık oldu. İşçilerin hepsinin parasını tereddütsüz bir şekilde kat kat fazla verdiler. Dediler ki Allah'tan korkuyoruz yarın önümüze gelir. Ve*

*ben dedim ki bunlar böyle iyiler, temizler ki Allah onlara vermiş (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

*Bölge olarak muhafazakâr bir bölge zaten. Bu zenginler çok da kayıtsız değiller yani. O konuda. Cemaatler var. Herkes bir tarafından bir şeyler yapıyor (G.35, Erkek, 40, Müteahhit).*

Katılımcılardan biri de gençlerin dine karşı tutumlarının olumsuz olduğunu belirtmektedir. Kadınların ise son zamanlarda açılan cami ve Kuran kurslarına gittiklerini ve buralarda sosyalleştiklerini ifade etmektedir. Bu açıdan ev eksenli bir hayat yaşayan kadınların sosyalleştiği, kendilerine bir yaşam alanı açtığı bir mekân olarak Kuran kursları ve camilerin önemli bir rol üstlendiğini söyleyebiliriz. Çoğu zaman dışarı dahi çıkmasına izin verilmeyen kadınlar, söz konusu mekân cami veya Kuran kursu olduğunda rahatlıkla dışarı çıkabilmektedir. Bu açıdan bu mekânların kadınların kamusal alana girdikleri, rahatladıkları ve nefes aldıkları ev dışı bir alan olarak görebiliriz. Aynı zamanda bu kadınların burada dini öğrenerek dindarlaştıklarını da söylemek mümkündür.

*Gençlerde biraz daha uçuk. Gençlerin çok fazla dini yaşadıklarını söyleyemeyiz ama bu civarda camiler çok aktif ve camiden de faydalanıyorlar. Kadınlar mesela camide sosyal bir ilişki kurmuşlar (G.10, Kadın, 40, Sosyolog).*

Görüldüğü gibi katılımcılar Diyarbakır'ın muhafazakâr bir yapıya sahip olduğunu belirterek yeni zenginlerin çoğunun dindar ve dinine bağlı olduklarını belirtmektedir. Ama bu dindarlık çoğu zaman inanç boyutunda kalmakta pratiğe taşınmamaktadır. Dinin meşrulaştırıcı gücünün etkisiyle yeni zenginler, zenginliklerinin kaynağını meşrulaştırmada dini kullanabilmektedirler. Gayri meşru yollarla kazanılan paralara dinin adı kullanılarak itibar kazandırılmaya çalışılmaktadır. Bazı durumlarda dine bağlı olma ya da olmama iktidarla şekil alan bir duruma dönüşmüştür. Bazı katılımcılar buradaki yeni zenginlerin dönemin iktidarının dini tutumları çerçevesinde davrandıklarını belirtmektedir.

Katılımcıların bazılarına göre tüketim toplumunun bir getirisi olarak günümüzde tüketim, dinin sağladığı işlevleri, alışveriş merkezleri de caminin sağladığı işlevleri yerine getirmektedir. Artık günümüz tüketim toplumunun yeni dini tüketim, ibadet

yerleri ise alışveriş merkezleridir. Dolayısıyla Ritzer'in de belirttiği gibi alışveriş merkezlerinin adeta bir tüketim katedraline dönüştüğünü söylemek mümkündür. Ancak yapılan gözlemlerde katılımcıların bu olumsuz ifadelerine rağmen Diyarbakır'da dinin toplumda önemli bir rol oynadığını söylemek mümkündür. Özellikle son yıllarda cami ve Kuran kurslarının sayısının artmasıyla (hemen hemen her mahallede ve sokakta bir tane cami veya Kuran kursu) dindarlık kadınlar arasında çok yaygınlaşmıştır. Ev dışında kadınların sosyalleştiği bir mekân olarak cami ve Kuran kurslarının dindarlığın artmasına neden olduğunu söylemek mümkündür. Nitekim Kutlu Doğum Haftası etkinlikleri<sup>21</sup> veya İslam Peygamberi Hz. Muhammed'e yapılan hakaretleri kınamak için düzenlenen "Peygambere Saygı Mitingleri"nde<sup>22</sup> Diyarbakır halkı ve örneklemimiz olan Diclekent ve Metropol sakinlerinin de yoğun bir şekilde katıldıkları gözlemlenmiştir. Bu da dini hassasiyetlerin ve dindarlığın hala yoğun bir şekilde yaşandığının bir göstergesi olarak düşünülebilir.

#### 5.4.8. Yeni Zenginlerin Yoksullar İle İlişkileri

İnsanlar arasındaki farklı gelir düzeylerinin oluşumu yani eşitsizlikler, zengin-fakir gibi kategoriler oluşturmakta, hatta bazen bu ayırım sınıf farklılıklarına kadar gidebilmektedir. Bu bağlamda toplumsal yelpazenin bir kutbunda ayrıcalıklar birikirken diğer kutupta da engellerin çoğaldığını söylemek mümkündür (Göksu ve Demirel, 2008: 93; Pinçon ve Pinçon-Charlot, 2012: 16). Birilerinin asla sahip olamayacaklarına sahip olmanın, yoksun ve yoksul olmamanın bilincine (Kıvanç, 2008: 6) sahip olan zenginlerin, kendilerinin sahip olduklarından mahrum olanlara karşı tutumları nasıl olmaktadır? Yoksullar onların servetlerine göz diken potansiyel bir tehlike mi yoksa bir şekilde paraya ulaşması engellenen ve yardım edilmesi gereken bir kesim midir?

Ülkemizin %1'ini oluşturan en zengin 143.000 aile, toplam gelirden yaklaşık 6,5 milyon ailenin aldığı payı almaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin en zengini ile en yoksulu arasındaki farkın 236 kat olduğu söylenebilir (Türkdoğan, 2011: 205-206). DİE'nin 2013 yılında yaptığı bir araştırma, kentlerdeki en üst gelir grubunun oluşturduğu %20'lik kesimin gelirden aldığı payın %46,6 düzeyinde olmasına karşılık en düşük

<sup>21</sup> Bkz. "Diyarbakır'da 150bin kişilik kutlu doğum mitingi"  
[http://www.radikal.com.tr/turkiye/diyarbakirda\\_150\\_bin\\_kisilik\\_kutlu\\_dogum\\_mitingi-1130538](http://www.radikal.com.tr/turkiye/diyarbakirda_150_bin_kisilik_kutlu_dogum_mitingi-1130538)

<sup>22</sup> Bkz. "Diyarbakır'da Peygamber'e Saygı Mitingine 100 bin Kişi Katıldı"  
<http://www.cnnturk.com/fotogaleri/turkiye/diyarbakirda-peygambere-saygi-mitingine-100-bin-kisi-katildi>



gelire sahip ilk gruptakilerin toplam gelirden aldığı payın %6,1 olması gelir dağılımının yapısının ne denli bozuk olduğunu ortaya koymaktadır.

Frank, Amerikalı zenginlerin yaşamını tasvir ettiği “Zenginistan” adlı çalışmasında zenginistanlıların hayır işlerini gösteriş yapabilecekleri en ucuz yol olarak gördüğünü belirtmektedir. Hayır işlerini yaparak kendilerine statü satın alanlar olduğu gibi hayatlarının sonuna kadar bitiremeyecekleri servetlerinin şımarık varislerine kalmasını istemeyenlerin de olduğunu ifade etmektedir (Frank, 2009: 131). Pinçon ve Pinçon-Charlot (2012: 113)’a göre ise zenginler her zaman hayır işleri yapmışlardır. Hayır işleri, yardımseverlik, insanseverlik, her zaman ayrıcalıkları yani zenginlikleri meşrulaştırmakta kullanılan bir yöntem olmuştur.

Günümüzde sadece “satın almak” veya “sahip olmak”la ilgili bir kavram gibi gözüken statünün aslında “vermek”le de çok yakından ilişkili olduğunu söyleyebiliriz. Yoksullara veya hayır kurumlarına hesapsızca para yatıran hayırsever zenginler, esasen bu yardımlarıyla herkesin kendisine imrendiği yüksek statü elde etmeyi amaçlamaktadırlar.

Diyarbakır’daki zenginlerin yoksullara karşı tutumlarının, yoksula ve yoksulluğa karşı bakış açılarının nasıl olduğunu, onlara yardım edip etmediklerini anlamak için katılımcılara “Yeni zenginlerin burada yaşayan yoksullara karşı tutumu nasıl?” sorusu yöneltilmiştir. Katılımcılar ekonomik sermayesi yüksek olan tabiri caizse “tuzu kuru” da diyebileceğimiz bu insanların çoğunun yoksullara yardım ettiğini belirtmişlerdir. Kimisi buranın halkının yardımsever olduğu için daha çok yardım ettiğini belirtmektedir.

*Halk, buranın halkı yapıyor yani belki şimdi batıdan gelenler falan belki yapmıyabilir buranın halkı yapıyor kendine (G.3, Kadın, 35, Ev Hanımı).*

*Bence iyidir. Benim yapmam dediğim şeyleri onlar yapıyor mesela. Mesela kapıya gelen dilenciye kimisi kapıyı açmaz kimisi de fazlasıyla yardım eder. Yani hatırlıyorum annem içeriye bile aldı yemek verdi falan. Karnını doyurdu. Yanına da bir şeyler verdi gönderdi (G.7, Erkek, 23, Öğrenci).*

*Valla ben ediyorum ama her ay sadaka veriyorum. Bir de yeğenim var ona yardım ediyorum. Diğerlerini çok fazla bilmiyorum ama arkadaşım ediyor mesela. 5 tane öğrenci okutuyor. Beş tane öğrenci okutuyorlar, köyden seçmişler. (G.17, Kadın, 38, Öğretmen).*

Katılımcılardan biri de Diyarbakır'da çok yoksul olduğu için yardım ettiklerini fakat yetişemediklerini belirtmektedir.

*Yoksul çok. Yoksula bakarsan işin içinden çıkamazsın. Cebine 100 milyon koyman lazım buraya bazen geliyorlar seçiyoruz yani artık. Gözümüz kimi kesiyorsa ona veriyoruz (G.27, Erkek, 33, Müteahhit).*

Bir katılımcı ise zenginliğin ve paranın insanı mutlu etmediğini, ancak paylaşarak ve yardımlaşarak mutlu olunabileceğini belirtmektedir:

*Bakıyorum zenginliğin bu saatten sonra bana kazandıracığı bir şey yok. Ama ne olur? Hayır işleri olur. Bir iş kurup insanlar senin yanında çalışsın o insanların hakkını tam ver, zamanında ver. Bu olabilir. Yani ben bunun dışında bir yol görmüyorum. Ben kendi adıma söylüyorum. Daha çok param olsun, daha çok malım olsun değil. Bakıyorum ki bu beni mutlu etmeyecek. Ben bunu görebiliyorum. Ama nedir? İnsanlara faydan olacaksa iş yap. Bunun sana zararı olmaz (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi-Müteahhit).*

Bazı katılımcılar da yoksullarla zenginlerin ilişkilerinin kopuk olduğunu belirtmektedir. İlişki kopukluğunun nedeni ise çoğu zaman güvenli sitelerin içeriye yabancıların girmesine engel olması gösterilebilir. Kendilerine steril bir ortam yaratan zenginler zaten görmek istemedikleri insanları kendi yaşam alanlarının dışında tutmaktadır. Bu durumun doğal sonucu olarak da zengin ve yoksul insanların birbirleriyle karşılaşması mümkün olmamaktadır. Bu bağlamda yükselen duvarların toplumsal sınıflar arasındaki iletişimi azalttığı, mekânsal ve sosyal dışlanmanın toplumsal bölünmeye neden olduğu söylenebilir (Es, 2010: 78).

*Pek önemsemiyorlar. Şimdi güvenli bir site olduğu için yoksullar da giremiyorlar. Görmüyoruz bile. Karşılaşmıyoruz onlarla (G.28, Kadın, 42, sözleşmeli Memur).*

*Bence yoksullarla ilişki kopuk da diyebilirim. Burada kadınların çoğunun kendi arabası var. Çalışsa da çalışmasa da. Kendi arabası değilse bile eşinin arabası altında geziyor. Ben çok fazla ilişkide olduklarını da düşünmüyorum. Çünkü çok ihtiyaç sahibini görmüyoruz. İçeri giremiyor zaten. Bir de etrafımızda durumu çok kötü aile*

*yok. Yani burada oturuyorsa durumu çok kötü olma ihtimali yok. E şimdi onları görme görme bir süre sonra o insanların varlığını da unutuyor musun unutmak mı istiyorsun? Değişik bir duygu oluşuyor. Sanki herkesi durumu böyle iyi gibi oluyor. O da olabilir (G.32, Kadın, 30, Ev Hanımı).*

*Ben çok iyi değil diye düşünüyorum. Olumlu olsaydı zaten şu anda fakir olmazdı. Yoksul olmazdı. Arka mahallelerde çok var. Belki burada yardım edecek kimseyi görmüyoruz, bulamıyoruz ama arka mahallelere gittiğin zaman orada tanıdıklarımız oturuyor. Ekmeğe muhtaç, çocuğuna yemek götüremeyenler var. Veya hastanede hastası var minibüs parası yok cebinde oraya gitsin. Bunları biz duyuyoruz. Yakın zamanda duyuyoruz. Bize acayip geliyor. Maalesef böyle insanlar da var (G.34, Erkek, 43, İnşaat Mühendisi-Müteahhit).*

Bir katılımcı da Diyarbakır'daki yoksulların başka şehirlerden daha çok olduğunu belirtmekte ve Diyarbakır'daki durumu da "Yoksulun yoksula faydası olmaz, zengin kimseden haberi olmaz" özdeyişiyle betimlemektedir.

*Diyarbakır'da gördüğüm yoksul sayısını daha önce gördüğüm hiç bir ilde görmedim. Yoksulun yoksula faydası olmaz, zengin kimseden haberi olmaz (G.36, Erkek, 38, Gelir Uzmanı).*

Kimi katılımcılar da insanların zenginleştikçe cimrileştğini, malını daha çok biriktirmek ve daha da zenginleşmek için yoksullarla paylaşmadığını ifade etmektedir. Bu durum zenginlerdeki hastalıklı para tutkusundan kaynaklanmaktadır. Sonradan elde edilen zenginlik, kaybetme korkusuyla elde tutulmak istenmekte ve dolayısıyla kullanılamamaktadır.

*Sanki ben çok zengin olmayan insanların daha kanaatkâr ve verici olduklarını düşünüyorum. Çünkü benim yakınımnda çok durumu düşük insanlar var. En ufak şeyde bir sadaka verebiliyor. Daha gururlu, daha kanaatkâr, daha elindekinin kıymetini biliyor. Sanki zenginleştikçe insan veremiyor. Sanki onlar peygamber diyor bir çuval unun olsa bir tane daha istersin. Hakikaten öyle ya. Onu verdiğinde azaldığını düşünüyor. Halbuki vermenin arttırdığını bilmiyor. Verdiğinde sanki ondan eksiltecek kaybedecek duygusunu yaşıyor (G.14, Kadın, 31, Öğretmen).*

Bir katılımcı da Diyarbakır'daki zenginlerin kendi şehrinin yoksuluna yardım etmemesinin sebebi olarak kaynağı belli olmayan bir zenginliğe sahip olmalarını göstermektedir. Ona göre helal yoldan kazanılmamış kirli bir zenginliğin zekâtı da olmamaktadır.

*Etmiyorlar. Sıfır. İstanbul'dan, İzmir'den, Adana'dan gelip Diyarbakır'daki fakirlere yardım edenler varken buradaki zenginler kendi şehirlerinin fakirine yardım etmiyorlar. Oradakiler alınının teriyle helal kazanmış. Buradakiler de kirli işler. Zaten helal kazanmıyor zekâtını düşünmez (G.20, Erkek, 35, Öğretmen).*



**Resim 15.** Lüks Bir Kafede Oturanlardan Yardım İsteyen Bir Dilenci Kadın Ve Orada Varlığını Bile Görmeden Muhabbetine Devam Eden İnsanlar.

Kendi hayatından örnek vererek Diyarbakırlı zenginlerin hiç de yardımsever olmadığını söyleyen kapıcılık yapan bir katılımcı bu durumu şöyle anlatmaktadır:

*Mesela ben örneği kendimden veriyorum. Ben şimdi bir kapıcıyım. Bu binanın kapıcısıyım. Ha ben kendimi sakinlerin yerine koysaydım mesela onlar işverendir şu anda. Derdim ki benim bir kapıcım varsa demek ki benim kapıcım muhtaçtır 960 milyonla maaş alıyor. 960 milyonla 6 kişilik bir aileyi gel de geçindir. Üniversite hazırlık var. Dershane parası var, servis parası var. Biz aydan aya borç artırıyoruz. Hiç çıkmadık. Yalnız demiyorlar benim kapıcım yoksuldur. Hele ben bir yardımda*

*bulunayım. Çocukları okuyor. Ama bakıyorum mesela o hayırseverliği görmüyorum. O kadar bayram geçti seyran geçti ben görmedim. Belki yapıyorlardır dışarıda yapıyorlardır. Ben görmedim. Dince de senin en yakın komşun açken sen tok yatamazsın. Ben sabahı düşünürken servis parası yok mesela bunu düşünürken bizi komşu gecelerde bir yemek parası milyarlarca harcıyor bu adaletsizliktir değil mi? Çöplere dökülen artıklar biz onunla kendimizi besleyeceğiz. Ben görüyorum çöpleri döktüğü yiyecek ve malzemeyi dökmese temiz halde bize verse biz evde yemek yapmayız. Öyle insanlar var. Diyarbakır'da yemek ekmek çok çöpe gidiyor. Yazıktır yani (G.31, Erkek, 39, Kapıcı).*

Katılımcılardan biri de kendilerinin maddi güce sahip olmalarına rağmen yoksullara yardım etmediklerini söyleyerek bir nevi özeleştiri yapmaktadır:

*Kimse yardım etmiyor ki yoksullara. Hani kim yardım ediyor? Olsa bile etmiyorlar. Halbuki o bir yoksulu doyursa Allah-u Teala katında ne kadar hayırlıdır. Biz de biliyoruz yani. Desek yapmışız yalandır. Yapmamışız. Biz de bile var. Ben eşime hep söylüyorum. Ailede bir dulunuz var. Hepinizin durumu iyidir. Her biriniz bu kadına ayda 100 lira verseniz bu kadın parada kalır. Sadece birleşip ona bir ev aldılar. Yalan olmasın. Herkes 3er 4er milyar verdi. Ona bir ev aldılar. Kaloriferli, asansörlü bir ev. O çocuklarıyla o evde stara olmuş. Ama paralarını vermiyorlar. Keşke de verseler. Veriyorlar desek yalan olur (G.29, Kadın, 45, Ev Hanımı).*

Amed (2014) ise, Diyarbakır'daki yoksulluğun ve yoksulların durumunu şu şekilde betimlemektedir.

*“Kentın gerçek yüzü ise Suriçi, Şehitlik, Ben u Sen, Alipaşa, Mardinkapı, Aziziye, Seyrantepe, Fiskaya, Bağlar, Fatihpaşa, İskenderpaşa, Melikahmet, Saraykapı, Yenikapı, Balıkçılarbaşı, Çifhavuzlar, Yanıkköşk, Yeniköy ve onlarca mahalle. Bu mahallelerin tamamı yoksulluk haritasında Amed'in en yoksul mahalleleri. Bu mahallerin sakinlerinin %90 nı günde tek öğün yemekle karnını doyuruyor. %90'ı kahvaltıyı tek çeşit ürünle yapıyor. (sadece zeytin, sadece peynir gibi) %90ının evine giren gelir, aylık 500 lira ve altı. %90 işsizlik oranının hâkim olduğu bu mahallelerde sakinlerin %90'ının internet gibi bilişim alanından haberi yok. Mahalleler burjuvazi tarafından o denli öteki haline getirilmiş ki geçim kaynağı neredeyse “hırsızlık ve*

*uyuşturucu satışı” üzerinden geliyor. Çocuk nüfusunun dünya standartlarının üzerinde olduğu mahallelerde STK, belediye ve valilikler tarafında nerdeyse hiçbir çalışma yok. Belediyeler tarafından “oy deposu” olarak görülen bu gettolara ne yazık ki belediyelerin, belediyecilik hizmeti de yok denecek kadar az.”*

Zenginlik/varsıllık, ürettiği nüfuz, iktidar/güç, sınıfsallık, hiyerarşi vb. ile görece daha nötr olan “sosyal çevre”den farklılaşmakta, varısl–yoksul ilişkisi ise genelde dışlama, hiyerarşi, ötekileştirme, fiziksel/sembolik şiddet, iktidar ilişkileri gibi süreçlerle birlikte okunabilmektedir (İlhan, 2013: 200). Katılımcılardan bazıları da zenginlerin yoksullara yardım etmesi bir yana onlara aşağılayıcı ve küçümseyici baktıklarını belirtmektedir. Kimisi bu hor görmenin sebebini “sonradan görmelik”le ilişkilendirirken kimisi de yoksulların insanların iyi niyetini su-i istimal ettiği için yaşadıkları güvensizlikten kaynaklandığını belirtmektedir.

*Ben kendi çapımda görebiliyorum ancak. Bizim aynı şekilde komşumuz vardı. Sonradan gördü ve aşırı derecede zenginliğin sahibi olduktan sonra hiç kimseyi beğenmez bir hal aldı. Ben kendi açımdan söyleyeyim. Ben yoksul gördüğüm zaman dayanamayan ve sürekli yardım eden bir insanım Allah’a hamd olsun. O ise dalga geçebilen bir insan. Bu yine dediğim gibi zenginlikle alakalı değil bu kişinin annesinden ve babasından ve ailesinden gördüğü zenginlikle alakalı bir şey (G.15, Kadın, 38, Öğretmen).*

*Daha sert ya. Hani dedim ya bu sonradan görmelik diyoruz. Ama böyle olmayanlar başından beri varlık içinde yaşayanlar daha mütevazidirler. Ama böyle çok gariban bir durumdan çok lüks yaşantıya geçen insanların zamanında kendi durumlarında olan insanlara tutumları daha sert. Sanki onlar nereden gelmiş? Geldikleri yerleri çok çabuk unutabiliyorlar. Bizden daha sertler bilmiyorum. E bu da sonradan görmüşlüğün bir neticesi bence (G.19, Kadın, 29, Öğretmen).*

*Bazen yoksullara kötü davranan insanlara da rastlıyorum. Aslında biraz da güvensizlikten kaynaklanıyor. Karşı tarafı sui istimal etme durumu çok olduğu için hani hor görme değilde bazen aşağılama oluyor (G.30, Erkek, 38, Kuyumcu).*

Görüldüğü gibi katılımcılar kendi gözlemlerinden yola çıkarak Diyarbakır’daki zenginlerin bir kısmının yoksullara yardım ettiğini bir kısmının ise onlara karşı yardım

etmek bir yana aşığlayıcı, küçümseyici bir tavır takındığını belirtmektedir. Bu durumu “sonradan görmelik”le veya su-i istimalden kaynaklanan bir güvensizlikle ilişkilendirenler olmuştur. Zenginliğin kaynağının gayri resmi yollardan elde edildiğini düşünen bazı katılımcılar için zaten helal olmayan bir paranın hayır işleri için kullanılması mümkün olmamaktadır. Yine de yardımseverliği ile tanınan Diyarbakır insanının diğer şehirlere göre yoksullara yardım ettiğini düşünenler de vardır. Çoğu durumda Diyarbakır’da zenginlerle yoksullar hiç karşılaşmamaktadırlar. Bunun nedeni ise çoğu zaman güvenli sitelerin içeriye yabancıların girmesine engel olması olarak gösterilebilir. Kendilerine steril bir ortam yaratan zenginler zaten görmek istemedikleri insanları kendi yaşam alanlarının dışında tutmaktadır. Bu açıdan mekânsal olarak ayrılan sınıflar arasındaki ilişki kopukluğunun toplumsal mesafeyi artırdığı söylenebilir.



## SONUÇ

Diyarbakır'daki Yeni Zenginliğin Mekânsal ve Toplumsal Yansımaları” adlı çalışmamızda son yıllarda Diyarbakır'da gözlemlenen ekonomik canlılıkla birlikte ortaya çıkan yeni zengin sınıfın mekânsal ve kültürel farklılaşması anlamaya çalışılmıştır. Zenginliğin beraberinde getirdiği kültürel ve mekânsal tezahürler araştırmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Araştırmada Diyarbakır'da yükselen yeni iktisadi sınıfın sosyo-kültürel dünyasına ışık tutularak zenginliğin mekânı ve hayatı biçimlendirmesi, ortaya çıkan yeni zenginliğin farklı yönleriyle anlaşılması ve tüketimle olan organik bağlarının sosyolojik bir perspektiften açıklanmasına çalışılmıştır.

Toplumsal dokuyu anlamak için yapılan araştırmalarda üst sınıfların ve zenginlerin doğasını anlamaya yönelik çalışmaların ne kadar az ve sınırlı olduğu göz önüne alınırsa toplumun üst kesimlerinin hayatlarına ışık tutmayı amaçlayan bu araştırma, bu alandaki sınırlı bilgiye küçük de olsa bir katkı sunması bakımından önem arz etmektedir.

Bu araştırmada zenginlerin yalnızca kendilerinin izin verdiği ölçüde görme ve bilme imkânı bulabildiğimiz dünyaları nitel araştırma yöntemleri kullanılarak anlaşılmaya çalışılmıştır. Diyarbakır'da ortaya çıkan yeni zenginliğin mekânsal ve toplumsal yansımalarını odak noktası olarak alan bu araştırma, Diyarbakır'daki diğer semtlerden hem mekânsal hem de kültürel yapısıyla ayrıışan Diclekent ve Metropol semtleri üzerine yoğunlaşmıştır.

Diyarbakır çok eski tarihe sahip bir şehir olmakla birlikte son yıllarda hem mekânsal yapısında, hem de şehrin sosyo-ekonomisinde gözle görülür hızlı bir değişimde küresel ve yerel dinamiklerin etkisi söz konusu olduğunu söyleyebiliriz. Gerek 1980 sonrası tüm dünyada etkisini hissettiren küreselleşmenin kent mekânına etkilerinin, gerek 1970 sonrası kapitalizmin girdiği kriz neticesinde neoliberal politikalarla sermayenin kentsel mekâna kaymasının ve gerekse 1990'larda bölgede hâkim olan terör nedeniyle köylerin boşaltılarak bölge kentlerinin yoğun bir zorunlu göç dalgasına maruz kalmasının, Diyarbakır'daki mekânsal değişimin başlıca dinamikleri olduğunu ifade edebiliriz.

Diyarbakır'daki konut piyasası 2000'li yıllardan itibaren önemli bir değişim geçirmektedir. Gerek 1990'lı yıllarda gerçekleşen zorunlu göçle gelen büyük insan kitesinin ortaya çıkardığı konut sorunu ve yetersizliği, gerekse toplumun artan sosyo-



ekonomik statülerine bağı olarak değişen yaşam tarzı isteklerini karşılayabilecek konut talepleri Diyarbakır'ın konut piyasasını önemli ölçüde etkilemiş ve dönüştürmüştür.

Sosyal, kültürel, politik, ekonomik alanda ve dolayısıyla kentsel mekânların yapılanmasında önemli değişim ve dönüşümlere neden olan küreselleşmenin etkileri Diyarbakır kent mekânında açık bir şekilde görünmektedir. Sermayenin kent topraklarına yönelerek lüks konut inşasına önem verilmesi de bu açıdan değerlendirilebilir. Bir meta haline gelen kent mekânının zenginliğin yoğunlaştığı alanlar olarak küreselleşmenin kazanımı olarak ilan edilmesi küreselleşmenin kent mekânını yapılandıran ideolojik söylemidir.

Aynı şekilde kentsel mekân neoliberal politikaların üretiminde, dönüşümünde ve yeniden yapılandırılmasında stratejik öneme sahiptir. Bu politikaların sonucunda kentsel alan yatırıma açılarak kaynak sağlanmakta ve kent toprağı üzerinde birikim yaratılmaktadır. Lüks inşaat projeleri, alışveriş merkezleri gibi büyük projeler neoliberalizmin mekân üzerindeki yapılanışı olarak görülebilir. Küreselleşme ve neoliberal politikaların etkisiyle zenginliğin ve modernliğin yoğunlaştığı mekânlar olarak Diclekent ve Metropol semtleri sakinlerine sunduğu lüks yaşam tarzlarıyla ve nezih ortamlarla Diyarbakır'ın en gözde mekânları olarak görülebilir.

Diclekent ve Metropol semtleri kent içi sosyo-mekânsal farklılaşmanın sınıf temelinde cisimleştiği bir alan olarak karşımızda durmaktadır. Bu semtler içerdiiği güvenli lüks siteler, rezidanslar, lüks ve modern kafe, restoran ve alışveriş merkezleriyle zenginliğin yoğunlaştığı ve burada yaşayanların kendilerini diğer alt sınıflardan ayırıştırdiiği mekânlardır. Sonuç olarak sosyo-ekonomik refah düzeyleri yüksek insanların yoğunlaştığı alan olmasıyla ve toplumun üst kesimlerini burada barındırmasıyla Diclekent ve Metropol, kentsel mekândaki sınıfsal ve mekânsal ayrışmayı en çarpıcı şekilde gözler önüne sermektedir.

Araştırma bulgularına göre, katılımcıların kent içi mekânsal hareketlilikleri yani geçmiş mekânsal yaşantıları birbirlerine benzerlik göstermektedir. Geçmiş yaşantılarında ikamet edilen önceki mahalleleri üç kategoriye ayırabiliriz. Birincisi kendilerini sınıfsal olarak üst seviyede gören yerli ve köklü aileler, dönemin lüks ve modern yapıları olmasına bağı olarak mekânsal olarak da farklılaşma istekleri doğrultusunda Suriçi, Ofis veya Yenişehir semtinden sonra Diclekent ve Metropol semtlerine gelmektedirler. İkincisi, Bağlar gibi düşük ekonomik seviyeye sahip insanların yaşadiiği, gecekonduların yoğun olduğu semtlerde yaşayanlar da ekonomik

durumlarının iyileşmesine paralel olarak mekânsal olarak lüks ve iyi olarak gördükleri Diclekent ve Metropol semtlerine gelmeyi tercih etmişlerdir. Üçüncüsü ise son yıllarda başka illerden özellikle de ülkemizin batı bölgelerinden Diyarbakır'a iş nedeniyle gelenlerin çoğu güvenlik gibi nedenlerle direkt olarak Diclekent ve Metropol semtlerine yerleşmektedirler.

Modern toplumun risklerle dolu olduğunu belirten Ulrich Beck, risk kavramının postmodern toplumun tanımlayıcı özelliği olarak görmektedir. Güvenliği sağlayarak hayatta kalmanın tek amaç olduğu risk toplumunun genel özellikleri Diyarbakır'daki kent içi hareketliliği etkileyen önemli bir faktördür. İnsanların hayat standardı yükseldikçe bu kez de kendilerini daha fazla risk altında hissetmektedirler. Dolayısıyla Diyarbakır'da hırsızlık, kapkaç suçları ve sokak olaylarının getirdiği gerilimli kentsel mekânın risk barındıran yapısı Diclekent ve Metropol semtlerine olan rağbeti artırmaktadır.

Güvenliğin kent içi mekânsal hareketlilikte önemli bir neden olmasında neoliberal ekonomi politikalarının güvenlik piyasası üzerinden işliyor olmasının payının büyük olduğunu söyleyebiliriz. Çünkü güven, neoliberalizmle birlikte herkesin ulaşamayacağı ve alınıp satılabilen bir hizmet olmuştur. Bir anlamda güven üzerinden piyasa oluşturan neoliberalizmin kent mekânının şekillenmesinde ve kentsel hareketlilikte etkili bir unsur olduğu düşünülebilir.

Diclekent ve Metropol sakinlerinin profilini ekonomik seviyesi yüksek üst düzey memurlar, yerel yönetimde ve bölgesel siyasette aktif olan şahsiyetler, Diyarbakır'ın köklü aileleri, müteahhitler, arsa sahipleri, köyden gelen zenginler ve sonradan paraya kavuşan türedi zenginlerin oluşturduğu heterojen bir kitle olarak çizebiliriz.

Diclekent ve Metropol semtlerinin tercih edilme nedenlerinin en başında Diyarbakır'ın diğer semtlerine göre daha nezih, modern, geniş, yeni ve lüks evlerin oluşuyla zenginliğin yoğunlaştığı mekânlar olmasıdır. Eğitim seviyesi yüksek elit kesimin burada ikamet etmesiyle kültürel ayrışmanın mekânı olması, ferah, havadar, temiz ve yeşil alanların bol olduğu site yaşamının cazip gelmesi ve şehir merkezinin tekinsizliğine karşı güvenli bir mekân sunması gibi nedenler de tercih edilmesinin diğer önemli başlıklarıdır. Ayrıca kooperatif sistemi ve konut kredileriyle ev sahibi olanlar da burayı tercih etmektedirler.

Mekânsal değişim, yaşam tarzlarındaki değişimi de beraberinde getirmektedir. Güvenlikli siteler, sakinlerine sunduğu güvenli, rahat, huzurlu, seçkin ve ayrıcalıklı

yaşam tarzlarıyla, değişimin bütün çıplaklığıyla görüldüğü mekânlardır. Yaşam tarzlarındaki değişim insanların konuşma biçimlerinden giyim tarzına kadar etki edebilmektedir. Buna karşılık gerek komşuluk ilişkilerindeki değişimler gerekse başka bir şehirden gelmenin beraberinde getirdiği kültürel adaptasyon sorunları olumsuz değişimler olarak görülebilir.

Yaşam tarzlarındaki değişim en çok komşuluk ilişkilerindeki farklılıklarla belirginleşmektedir. Katılımcılar arasında bu değişimin kaynağı hakkında gerek yaşadıkları mekânların bireyselliği ön plana çıkarmasıyla yalnızlaşmanın arttığını düşünenlerin olması gerekse cemaat yaşantısını andıran ilişkilerin olduğunu düşünenlerin olmasıyla bu konuda tam bir fikir birliğinin olmadığı görülmektedir. Katılımcıların çoğu kendini rahat, huzurlu, mutlu ve güvende hissederken, buna karşılık bir kısmı da mutsuz, yalnız ve asosyal hissetmektedir. Bu durumun komşuluk ilişkilerindeki değişimin seyrine göre şekil aldığını söylemek mümkündür.

Diclekent ve Metropol semtleri, Diyarbakır'da ayrıcalıklı ve seçkin bir semt olarak ön plana çıkmaktadır. Bu semtler seçkinliği, hem zengin, lüks ve ihtişamlı mekânsal yapılarıyla hem de kendine has kimlik oluşum süreçleriyle bünyesinde barındırmaktadır. Bu semtin sakinleri de kendilerini seçkin ve özel hissetmektedirler. Bire bir sözlerle ifade edilmiş olmasa da yapılan gözlemlerde örtülü bir şekilde bundan memnuniyet duydukları, giyim ve kuşamlarıyla, arabalarıyla ve sahip olmaya çalıştıkları evlerle kendilerini ayrıcalıklı hissettikleri gözlemlenmektedir. Ayrıca sürekli ev ve araba değiştiren yeni zenginlerin bu faaliyetlerinin altında yatan nedenin daha üstün ve ayrıcalıklı olma isteği olduğu görülmektedir.

Mekân orada yaşayan bireylerin yaşamları üzerinde etkide bulunurken bu bireylerin paylaştığı kimlikleri de taşır hale gelmektedir. Mekâna atfedilen özelliklerin orada yaşayan insanları biçimlendirmesine güzel bir örnek olarak göreceğimiz Diclekent ve Metropol semtleri, barındırdıkları seçkinlik, ayrıcalıklı olmak gibi özelliklerle burada yaşayan insanların da bu kimliğe sahip olmalarını sağlamıştır.

Araştırma verilerine göre ilk izlenimler, katılımcıların şehir merkezinden ve şehrin diğer mahallelerindeki kalabalık, yoğunluk, keşmekeş, gürültü ve güvenlik sorunundan bir nevi kaçış olarak Diclekent ve Metropol'e geldikleridir. Bu açıdan katılımcıların Diyarbakır kent merkezine ve diğer semtlere dair görüşlerinin olumsuz olduğu izlenimi doğmaktadır. Bununla birlikte oturdukları semte yönelik Diyarbakır

için nitelendirdikleri sıfatların tam tersini kullanmışlar ve tamamen olumlu bir resim çizmişlerdir.

Ofis ve Yenişehir, bir zamanlar zengin ve seçkin kesimi barındıran yapısıyla üst kesime hitap eden Diyarbakır'ın en yeni ve lüks binalarının olduğu semtlerdi. Ancak zamanla bu semtlerin kalabalıklaşması, konut yapılarının insanların istek ve ihtiyaçlarına cevap verememesi, iş yerlerinin bu semtlerde yoğunlaşması, bina aralıklarının çok az olmasıyla sıkışıklık hissi yaratması, gürültünün yoğun olması, betonarme yapıların hâkim olduğu bir bölge olmasıyla yeşil alanların hemen hemen hiç olmaması gibi sebepler Diyarbakırlıların Ofis ve Yenişehir'den Diclekent'e gelmelerine neden olmuştur. Bu durum Chicago Okulu'nun kentsel ekoloji yaklaşımında Burgess tarafından geliştirilen ve kentsel büyüme sürecini açıklayan ortak özekli çemberler kuramına dayanarak açıklanabilir. Bu kurama göre Ofis ve Yenişehir semti, kentin en iç halkasında yer alan yoğun iş ve ticaret merkezlerini barındırmasıyla yaşam alanlarının şehrin dışına kaydığı bölge olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bağlar, kapitalizmin kentsel çelişkilerinin billurlaştığı bir alan olarak karşımızda durmaktadır. Bir yanda zenginlik ve lüks, diğer yanda yoksulluk ve sefaletin yoğunlaştığı bu semtleri, kapitalist kentin çelişkileri olarak da görebiliriz. Tüketim toplumuna ait değerler, kentin Diclekent ve Metropol semtlerinde en açık şekilde görünürken ve bu mekânlar tüketim etrafında örgütlenirken, Bağlar semti ise daha çok kentin tüketimden dışlananlar, yoksulluğun ve suçun yoğunlaştığı alanlar kısmını temsil etmektedir. Chicago Okulu'nun kent ve suç ilişkisini inceledikleri çalışmalarında belirttikleri gibi suçluluk kentin belirli bölgelerinde yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda Diyarbakır kentinde Bağlar semti, kentin mekânsal farklılaşmasının negatif kutbunda yer alarak suçun ve yoksulluğun yoğunlaştığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Diyarbakır'ın dünya kenti olma ideali, küreselleşmenin kent söyleminin etkisiyle açıklanabilir. Küreselleşme söylemi yeni bir mekânsal oluşumu yönlendirerek bir küresel bir kent hiyerarşisi oluşturmakta; kentler küresel ekonomide gösterdikleri performansa göre bu hiyerarşide yükselip düşebilecekleri bir "rekabet birimine" dönüşmektedir. Büyük kentlerde kullanım değeri yaratan mekânlar, değişim değeri yaratan mekânlara dönüşmektedir. Kentleri, küresel turizm sektörünün bir parçası haline getiren yatırımlar, küresel üretim ve tüketim kültürünün uygun yeni merkezi iş alanları ve lüks konut yatırımları kentleri sermaye için çekici hale getirmektedir.

Diyarbakır kent mekânının da küreselleşme söylemin etkisiyle şekil aldığını söyleyebiliriz. Aslında Diyarbakır'ın dünya kentleriyle kıyaslanması eskiden beri var olan bir durumdur. Diyarbakır'ın “Doğu'nun Paris”i olarak görülmesi ve hatta uzun yıllar şehir girişinde “Doğu'nun Paris'ine Hoşgeldiniz” tabelasının durmasını bu bağlamda değerlendirebiliriz. Ayrıca Diyarbakır'ın mekân üzerinden kendini dönüştürerek küresel sermayeyi çekmek için dünya kenti olma yolunda emin adımlarla ilerlediğini söyleyebiliriz.

Günümüzde kapitalizmin kentsel mekândaki dönüştürücü etkisiyle, mekânın kendisi bir tüketim nesnesi haline gelmekte, kent bir tüketim merkezi olarak yeniden düzenlenmektedir. Kent mekânı gerek sermaye açısından gerekse turistik açıdan cazip bir yer olarak pazarlanmaktadır. Bu durum kentte alışverişe yönelik yapıların sayısındaki artışta ve asli işlevi tüketim olmayan mekânların birer tüketim mekânına dönüşmesinde kendini göstermektedir. Mekânın görselliğinin sağladığı çekicilik nedeniyle lüks ve ihtişamın gösterildiği bu alanlar bir nevi röprezantatif (gösteriş) mekânları olarak da değerlendirilebilir.

Şehir merkezinin kalabalığının, yoğunluğunun ve gürültüsünün çok olması, iş yerlerinin yaşam alanlarını kısıtlaması ve güvenlik problemlerinin çok olmasına karşılık; Diclekent ve Metropol semtleri, sakin, huzurlu, derli toplu, düzenli, modern, temiz, gelişmiş, iş yerleri ve kalabalığın olmadığı keşmekeşlikten uzak, çocuklar ve gençler için uygun yaşam alanları olan, belli kesimden insanların oturduğu güvenli bir yeri temsil etmektedir. Katılımcılar, Ofis ve Yenişehir semtlerini yoğun iş ve ticaret merkezi olarak, Suriçi ve Bağlar semtlerini yoksulluğun ve suçun merkezi olarak, Diclekent ve Metropol semtlerini de zenginliğin ve lüksün mekânı olarak tasvir etmişlerdir. Diclekent semti içerisinde yer alan 75 metre ise zenginlik ve lüksün daha da yoğunlaşarak ayrıştığı bir ayırık mekân olarak resmedilmektedir.

Bu yapıyla Diyarbakır'ın Lefebvre'nin deyiimiyle toplumsal sınıflar tarafından şekillendirilen ve sosyal kutuplaşmalarla bölünmüş “ikili yapıda kentler” görünümüne büründüğünü söylemek mümkündür. Kentlerin küresel süreçlerden etkilenmesiyle oluşan bu sosyal kutuplaşma giderek kent mekânında bölünmeye dönüşmektedir. Diyarbakır kenti de bu durumu en açık biçimiyle yaşamaktadır. Kent, bölünmüş yapıyla bir tarafta yoksulluğu ve sefaleti en acımasız şekilde yaşarken, diğer yanda ise lüks ve sefaleti en ihtişamlı şekilde sergilemektedir.

Diyarbakır’da da tüketim toplumunun yansımaları en açık şekilde mekânda billurlaşmaktadır. Tüketimle dönüştürülen kent mekânı, kişisel zevkler ve tercihlere hitap eden mimarisiyle yeniden yapılandırılarak pazarlama stratejileriyle ticarileştirilmekte ve farklı gelir gruplarına hitap eden yaşam alanı, konut, eğlence ve iş mekânları inşa edilmektedir. Bu farklı sınıflara hitap eden konut ve yaşam alanlarının inşa edilmesiyle mekânsal düzlemdeki ayrışmalar, sınıfsal ayrışmalara yol açmaktadır. Bu bağlamda ortaya çıkan mekânsal ayrışmaların yeni bir kültür ve mekân anlayışı yarattığı da görülmektedir.

Site sakinlerinin kendi sitelerine ilişkin görüşleri genelde memnuniyet olarak tezahür etmektedir. Ancak katılımcılar ikamet ettikleri siteden memnun olmalarına rağmen daha lüks bir siteye taşınmak istemektedirler. Buna karşılık hem evinin yeterince lüks olduğunu düşünenler hem de daha lüks bir konutta oturmak istemeyenler de mevcuttur. Katılımcıların çoğu sağladığı rahatlık, ayrıcalık, lüks ve güvenlik imkânlarıyla site yaşamını yakınlarına tavsiye etmektedir. Ancak insanların daha lüks bir konuta taşınma isteği sürekli ev değiştirmelerine neden olmakta, bu durum da komşuluk ilişkilerinin gelişmesini engellemektedir. Sonuçta eski mahalleye ve komşulara duyulan özlem artmaktadır. Katılımcıların sitelerden beklentileri daha çok güvenlik, site yaşamına uyum sağlama ve komşuluk ilişkilerinin artması yönündedir. Katılımcıların çoğu yaşadığı yerde kendini güvende hissetmekle birlikte Diyarbakır şehrinin güvensiz ortamı çoğu zaman huzurunu kaçırabilmektedir. Toplu yaşama kurallarına uymak, ortak yaşama kültürüne sahip olmak, saygılı, hoşgörülü, kültürlü ve ekonomik düzeyi yüksek olmak katılımcılar tarafından site sakinlerinin taşıması gereken ortak özellikler olarak belirtilmiştir.

Mekânsal pratiklere ilişkin görüşlerine baktığımızda kadınların daha çok ev eksenli bir hayat yaşadıkları görülmekte, kamusal alana katıldıkları yerler ise sitedeki sosyal aktiviteler, Kuran kursları, parklar ve alışveriş merkezleridir. Erkekler ise daha çok lüks restoran ve kafelerin müdavimi olmaktadır. Sınıfsal statü ve konumlarını yükseltmek veya göstermek için bu lüks mekânlara takılan müdavimler, sahip oldukları imkânları korumak ve sağlamlaştırmak için çok çalışmaktadırlar. Çok çalışan ve boş zamanlarını da bu tür mekânlarda geçiren bu insanlar çoğu zaman evlerini sadece geceleri uyumak ve dinlemek amaçlı kullanmaktadırlar. Bu durum da Amerika’daki örneğinde olduğu gibi “yatakhane kentler” benzetmesini akıllara getirmektedir.

Diclekent ve Metropol sakinleri, tüketim pratiklerinde odak nokta olan alışverişlerini daha çok büyük alışveriş merkezlerinde yapmayı tercih etmektedirler. Tüketim pratiklerinde büyük alışveriş merkezleri onlar için çoğu zaman bir statü ve prestij kaynağı olabilmektedir. Yeteri kadar tükettiğini göstermek, kaliteli ve pahalı ürünleri almak için bu merkezler tercih edilmekte, semt pazarları ve küçük marketlerde alışveriş yapmanın statülerine ve oluşturmak istedikleri kimliğe zarar verdiği düşünülmektedir. Tüketici olarak yetersizlik algısının oluşmasını engelleme isteği, çoğu zaman katılımcıların alışveriş etkinliklerini yönlendiren bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Yine son zamanlarda sanal alışverişin tüm dünyada ve ülke genelindeki gelişimine paralel olarak semt sakinleri de bu alışverişini sıklıkla kullanmaktadır.

Tüketim pratiklerinin yoğunlaştığı alanlar, yeme-içme, eğitim, giyim, kredi borçları, ev ve araba olarak ortaya çıkmaktadır. Yeme içme pratikleri Diyarbakırlılar için vazgeçilmez bir durum olarak görülmekte ve bu alan tüketimin en çok yoğunlaştığı alan olmaktadır. Çocuklarının eğitimine çok önem veren bu insanların çoğu çocuklarını özel okula göndermektedirler. Çünkü eğitim kültürel sermayenin aşılmasında önemli bir araç olarak görülmektedir. Yine giyim, insanların statü ve kimliğini sergileyen bir araç olarak görülmekte, lüks ve markalı giyim şeklinde tezahür etmektedir. Evin teşhirinde önemli olan ev dekorasyonu da Diyarbakırlı zenginlerin önemli harcama alanlarından. Gösterişçi tüketimde ev sahibinin zenginliğini, statüsünü ve zevkini sergileme ev dekorasyonu önemli işlevler üstlenmektedir. Katılımcılar tarafından sık sık vurgulanan lüks otomobil tutkusu, Diyarbakır'da çok fazladır. Bu durum otomobilin kendi kullanım alanı dışında kimlik ve statü inşasında önemli işlevler üstlendiğinin de bir göstergesidir.

Diyarbakır'da tüketimin gösterişçi bir tüketime tekabül ettiğini söylemek mümkündür. Prestij sağlama, üstün olma, geri kalmama ve insanları kıskandırma gibi duygularla yapılan bu tüketim etkinlikleri çoğu zaman amaçlanan mutluluğu sağlayamamaktadır. Bazı katılımcılar tarafından vurgulanan bu durum "doyumsuzluk sendromu" olarak da tanımlanmaktadır. Doyumsuzca alışveriş ve tüketim isteğinin nedeni olarak bu insanların öteden beri içlerinde hissettikleri eksiklik duygusu olarak belirtilmektedir. Başkalarından üstün olma ve kendini ispat etme yarışıyla tüketim yapan insanlar, kendilerini diğerlerinden ayırmak için pahalı ve lüks ürünlere yönelmektedirler. Veblen'in de vurguladığı tüketimde "pahalı" olma unsurunu sıkça

kullanan yeni zenginler, en pahalı ve en lüks ürünlere sahip olmak için adeta birbirleriyle yarışmaktadırlar.

Tüketimde en lüks ve en pahalı ürünlere yönelme, en lüks evde oturma ve en son model arabaya sahip olma isteği bölgedeki aşiret yapısının izlerinin bir işareti olarak görülebilir. Çünkü aşiretlerde en zengin kişi sayılan ağanın en güzel ev ve en güzel ata sahip olması vs., onun gücünün bir simgesi olarak görülmektedir. Bu nedenle yeni zenginlerin de en lüks eve ve en son model arabaya sahip olmak istemelerinin gücü elinde tutma isteği olarak aşiret yapısının bir yansıması olduğunu söylemek mümkündür.

Diyarbakır'da yeme-içme etkinlikleri zenginlerin hayatında önemli bir yer tutmaktadır. Kaliteli ve nezih ortamlar, şık ve lüks restoranlarının müdavimi olan bu insanlar daha çok damak tadına önem vermektedirler. Yaptığımız gözlemlerde de tüketim pratikleri içerisinde Diyarbakır'da yeme-içme etkinliklerinin çok yoğun olduğunu söylemek mümkündür. Bu semtlerde son zamanlarda lüks restoran ve kafelerin yoğun bir şekilde açılması ve bu mekânların her daim müşterilerle dolu olması bunun bir göstergesi olarak görülebilir. Katılımcıların nezih ve kaliteli yerlere gittiklerini özellikle belirtmeleri onların bu mekânları sadece yeme-içme etkinliği için değil aynı zamanda statü mekânları olduğu için tercih ettikleri görülmektedir.

Araştırmada katılımcıların bazıları giyimde markadan ziyade kaliteye, şıklığa ve rahatlığa önem verdiklerini, bazıları da zaten kendinde kaliteyi barındıran marka ürünleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ancak katılımcıların bu söylemlerine rağmen yapılan gözlemlerde giyimde markalı ürünlere rağbetin çok fazla olduğu görülmüştür. Çünkü markalı giyim kişinin statü ve mevkisi hakkında en kolay ipuçlarını veren bir unsurdur.

Diyarbakır'da dikkat çeken bir diğer tüketim nesnesi olarak lüks otomobil, kimliği ve statüyü belirleyen bir gösterge olarak kullanılmaktadır. Sahip oldukları otomobillerle kimlik inşa etmeye çalışan zenginler, en lüks ve en son model arabalar için adeta birbirleriyle yarışmaktadırlar. Bazı katılımcılar da kredi olanaklarıyla da olsa bu imkânlara sahip olmak istemektedir. Lüks otomobilin Diyarbakırlılar için çok önemli olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan gözlemlerde de Diyarbakır trafiğinde çok lüks ve son model arabalara yoğun bir şekilde rastlanmıştır.

Sağlık hizmetlerinin tercihinde daha çok özel hastaneler ön plana çıkmaktadır. Bu durumun son yıllarda Diyarbakır'da özel hastanelerin sayılarının fazlaca artmasıyla



doğru orantılı olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca özel hastanelerin Türkiye’de tanınmış doktorları uçuk ücretler karşılığında getirip hastane kadrosunu en iyi şekilde yaparak müşterilerine sunması, hasta tercihlerinin bu yönde olmasını etkileyen bir durumdur.

Araştırma bulgularına göre Diyarbakırlı yeni zenginler, çocuklarının eğitime çok önem vermekte, Diyarbakır şartlarında en iyi okul, en iyi eğitim, en iyi öğretmen ve en güzel okulu bulmaya çalışmaktadırlar. Çünkü eğitim durumu toplumsal konumun tayininde etkili olmakta ve bir bakıma yüklü ekonomik sermayeyi ama ona göre daha az kültürel sermayeyi elinde tutan zenginler çocuklarına kazandıracakları iyi bir eğitimle kültürel sermayeye de sahip olmaya çalışmaktadırlar.

Yurt dışı seyahatlerine gitme Diyarbakırlılar için ender bir durum olarak görülebilir. Katılımcılardan çoğunluğunun hiç yurt dışına gitmediğini de belirtmek gerekmektedir. Yurt dışına çıkanların ise genellikle akrabalarını ziyarete gitmek için gittikleri, gezi ve turistik seyahatlerin daha az olduğu görülmektedir. Ancak yakın zamanda bu ziyaretlerin de çoğalacağını sinyalleri alınmaktadır. Gösterişçi tüketimi bütün formlarıyla yaşayan Diclekent ve Metropol sakinleri yurt dışı seyahat ve tatilleriyle de gösterişçi tüketimlerini yakın zamanda iyice pekiştireceklerdir.

Diclekent ve Metropol mahalleleri Diyarbakır’ın diğer semtlerinden tüketimden -özellikle de gösterişçi tüketimden- beslenen hayat tarzlarıyla farklılaşmaktadır. Bu semtte en basitinden en karmaşığına kadar bütün faaliyetlere tüketim olgusu damgasını vurmaktadır. Binalardan tutun da restoranların mekânsal özelliklerine kadar, insanların giyiminden tutun da duruşuna kadar tüketimin ihtişamını belki de en güzel bu semtlerde görebilmek mümkündür.

Semt sakinlerinin kültürel faaliyetlerinde daha çok sinema ön plana çıkmakta, tiyatro ve konserlere gidenler de olmaktadır. Ancak hem iş yoğunluğundan dolayı zaman bulamama hem de çocuklu ailelerin çocuklarıyla bu tür faaliyetlere katılamaması kültürel faaliyetleri kısıtlamaktadır. Gözlemlerimize dayanarak hem tiyatro salonlarının biletlerinin önceden tükenmesi ve boş yer kalmaması, hem de AVM’lerdeki sinema salonlarının tıka basa dolu olmasının bu faaliyetlerin çok olduğunun bir göstergesi olduğunu söyleyebiliriz.

Araştırma verilerinden elde edilen bilgiler ışığında katılımcıların zihinlerindeki zengin tasavvuru, parayı elinde bulunduran ve özellikle lüks tüketim yapan kişilerdir. Ancak aileden gelen köklü bir zenginlik kültürüne sahip olmayan yeni zenginlerin kendilerinin gücü elinde bulundurduklarını ispat etmek istercesine lüks tüketime

yönelmesi, onların görgüsüz veya “sonradan görme” olarak nitelendirilmelerine neden olmaktadır. Zenginliğini israf boyutunda lüks tüketimle gösteren yeni zenginlerin, zenginliği daha hazmedemediği ve onların üzerinde bu zenginliğin yakışmadığı belirtilmektedir. Onlara göre zenginlik belli bir eğitim, görgü ve kültürü gerektirmektedir. Başka bir deyişle zenginlik sadece ekonomik sermayeye sahip olmak değil, bunun yanı sıra diğer sermaye türlerine de -kültürel, sosyal ve sembolik- sahip olmaktır. Ayrıca zenginlik sadece maddiyatla ifade edilmemeli, paranın asıl amacı olan mutluluğa sahip olma, sağlık ve huzur, zengin olmanın en önemli göstergesi olarak görülmelidir.

Araştırma verilerinden yola çıkarak Diyarbakır’daki yeni zenginleri, öncelikle arsa sahipleri, inşaat sektörüyle ilgili meslek olan müteahhitler ve kaynak kullanımında sık sık onlarla işbirliği yapan tefeciler oluşturmaktadır. Ayrıca eğitim seviyesi yüksek memurlardan özellikle doktorlar ve avukatlar ilk sıralarda yer almaktadır. Bu durum son yıllarda Diyarbakır’da çok sayıda özel hastanelerin açılmasıyla doğru orantılıdır. Avukatlar ise son yıllarda hem KCK davalarından hem de köyleri yakılan ve zorunlu göçe maruz kalan köylülerin davalarından elde ettikleri yüksek miktarlarla zenginleşmişlerdir. Kredi kullanımı da özellikle memur kesimler için lüks ve zengin hayatın bir anahtarı olarak görülmektedir. Geleceğini ipotek altına alarak görünüşte zengin bir hayata kavuşan ama zenginlerin hayatlarını çok yakından izlemek zorunda kalan bu kesim ise yaşadığı hayatın bedelini her ay geri ödemelerde zorlanarak yaşamakta, altına girdiği büyük borcun altında ezilmektedir. Bu durum da neoliberalizmin borç merkezli yaşamı getirmesinden kaynaklandığını söyleyebiliriz. Çünkü neoliberalizmin yeni insan tipi borçlandırılmış bir insan figürüdür.

Diyarbakır’daki yeni zenginlerin yüksek miktarda paraya sahip olmakla birlikte bu zenginliği kullandıkları söylenemez. Bu durum hem hazmedilmemiş ve sindirilmemiş bir zenginlik olmasından hem de yeni zenginlerin hastalıklı bir para tutkusuna sahip olmalarından kaynaklanabilmektedir. Yeni zenginler sürekli para biriktirme çabası içerisinde oldukları için bu parayı yeterince kullanamamaktadırlar. Katılımcılar davranış kalıplarına bakarak kendilerini hemen ele veren yeni zenginlerin nasıl davranması gerektiğini tam olarak kestiremediklerini ve kendilerini ispat etmek için çok fazla tüketim yapmaya çabaladıklarını düşünmektedir.

Zenginliğin bir kültür meselesi olduğunu söyleyen katılımcılara göre Diyarbakır’daki yeni zenginlerin kültürel bir alt yapısı olmadığı için zenginlik onlarda

bir boy büyük durmaktadır. Başka bir ifadeyle eğreti bir zenginliğe rastlanmaktadır. Kültürel sermayenin sunduğu rafine zevk, beğeni ve tercihler, dolayısıyla bu doğrultuda bir yaşam tarzı yeni zenginlerde rastlanmamaktadır. Yeni zenginlerin yaşantılarındaki çirkin sahnelere işaret eden bazı katılımcılar, bu durumu bir anda çok paraya sahip olmanın bir getirisi olarak yaşanan şaşkınlıkla ilişkilendirmektedir.

Zenginliğin tarihselliğine göre zenginlik formları farklılaşmaktadır. Katılımcılar Diyarbakır'daki eski zenginlerin daha çok mütevazı, yardımsever ve misafirperverlikleriyle ön plana çıktıklarını düşünmektedir. Zenginlik kültürünü hazmetmiş, aileden gelen bir görgüye sahip olan eski zenginlerin aksine yeni zenginler seviyesiz, görgüsüz ve "sonradan görme" olarak betimlenmektedir. Eski zenginlerle yeni zenginlerin, zenginliğin elde edilme biçimleri, hal ve davranışlarla kendini belli eden zenginlik kültürü ve zenginliğin teşhir edilme biçimleri konusunda farklılaştığı söylenebilir. Ekonomik sermaye yönünden homojen bir görünüm sergileyen zenginler kendi aralarında hem zenginliğin tarihselliği bakımından hem de görgü gibi kültürel araçlarla ayrılmaktadır.

Diyarbakır'daki yeni zenginliğin kaynaklarının hem aileden miras kalan hem de çeşitli yollardan sonradan elde edilen zenginlik olduğu görülmektedir. Aileden miras kalan zenginliği toprak ve arazi sahipleri oluşturmaktadır. Sonradan elde edilen zenginliğin ise çok çeşitli kaynaklarının olduğu ifade edilmektedir. Sonradan elde edilen zenginlik, hem eğitim seviyesinin yüksekliğine bağlı olarak üst düzey görevlerde çalışarak ve kazanarak elde edilen zenginlik, hem arazi ve toprağa bağlı inşaat sektöründe çalışarak elde edilen bir zenginlik hem de yasa dışı yani gayri resmi yollarla -arazi mafyalığı, uyuşturucu, kadın ticareti, bahis, kara para aklama gibi- elde edilen bir zenginlik olarak karşımıza çıkmaktadır. Ama şu husus da belirtilmelidir ki aileden miras kalarak zengin olanları yani arazi zenginlerini de sonradan zengin olanlar sınıfına ekleyebiliriz. Çünkü onların sahip olduğu zenginliğin tarihi de çok yenidir. Her ne kadar toprakları aileden miras kalsa da zenginlik kültürü altında yetişemedikleri için bunun sonradan elde edilen bir zenginlik olduğu görülmektedir.

Diyarbakır'daki yeni zenginler zenginliklerini pek çok yolla ortaya koymaktadırlar. Ancak en önemli nokta hayatlarının her alanında gösterişçi bir tüketimle bunu yapıyor olmalarıdır. Lüks araba ve lüks konut en önemli teşhir araçları olarak ön plana çıkmaktadır. Ev dekorasyonu, giyim, altın, boş zaman aktivitelerinde gidilen mekânlar ve alışveriş merkezlerindeki tüketim üzerinden de zenginlik

gösterilmektedir. Ancak sahip oldukları zenginlikleri nazar değme korkusuyla gizleyenler de vardır. Ayrıca çok zengin olmalarına rağmen giyimine hiç özen göstermeyen ama arabasında en son modeli tercih edenler de göze çarpmaktadır. Gösterişçi tüketimle kendini ispat etmeye çalışan zenginler bir nevi bu araçlara sahip olarak güçlerini göstermektedirler. Bir başka deyişle gücünü ispat etmekte yarışan bu zenginler için doyumsuzca tüketimle birlikte tüketim eşyalarının en iyisine, en lüksüne ve en son modeline sahip olmak zenginliklerinin alâmet-i farikası olmaktadır. Gösterişçi tüketim çoğu zaman aşağılık kompleksinin dışa yansımaları olarak değerlendirilebilir. Çünkü yaptıkları bu kadar abartılı tüketimin nedenini aşağılık kompleksini yenmek için kendilerinin statüsünün yüksek olduğunu göstermeye çalışmaları olarak ifade edebiliriz.

Ekonomik sermayesini bir şekilde elinde bulunduran ancak hem zenginliğin kaynağı hem de zenginlik tecrübesinin tarihselliği olarak eski-köklü- zenginlerden ayrılan yeni zenginler, katılımcılar tarafından “sonradan görme”/“türedi” olarak nitelendirilmektedir. Türedi zenginlerin en önemli özelliği şüphesiz paraya sahip olmalarıdır. Yarını düşünmeden sınırsız bir şekilde lüks tüketim yapan bu insanlar, kendilerini başkalarına ispat etme çabası içerisinde. Sürekli lüks tüketimin nedeni, diğer insanlardan geri kalmama ve kıskançlık duygularından kaynaklanmaktadır. Bu durum çoğu zaman onların zenginlik ve tüketimle tatmin olamamalarına ve doyumsuzluk hissi yaşamalarına neden olmaktadır. Mutluluğu tüketimle ve zenginlikle arayan bu insanlar bir süre sonra mutluluğu bulamamalarının yanı sıra huzursuz ve kaygılı bir zengin olacaklardır.

İnsanlar için türedi zenginlerin elde ettikleri zenginlik kötü olarak görülmemekte, ancak zenginliğin onlarda ürettiği davranış kalıpları, yaşayış biçimi ve kullanma biçimleri kötü olarak görülmektedir. Türedi zenginler diğer insanlara üstünlüklerini kanıtlamak istercesine en lüks ve pahalı ürünlere sahip olmaya çalışmaktadırlar. Bu durumun altında yatan etkenlerin ayrıcalıklı olma ve eşitsizlik isteği olduğunu söylemek mümkündür. Sürekli yaptığı tüketim üzerinden konuşan bu insanlar, çoğu zaman kibirli, bencil ve kaprisli davranmakta, başka insanları ise hor, hakir ve küçük görerek aşağılamaktadırlar. Zenginliklerini yeni elde eden türedi nasıl yaşayacaklarını bilmedikleri için çoğu zaman diğer zenginlere bakarak, taklit etme yoluyla bu kültürü edinmeye çalışmaktadırlar. Bu nedenle katılımcılar, türedi zenginlerin zenginlik kültürünü hazmedemediğini ve kültür çatışması yaşadığını belirtmektedir.

Yeni zenginler, zenginlik tecrübelerini yaşamaya başlamalarıyla birlikte hayatlarında değişiklikler meydana gelmekte, buna paralel olarak da düşünüş biçimlerinden tutun da kişilik özelliklerine ve ahlaki davranış kalıplarına kadar evrim geçirmektedirler. Ekonomik sermayeye kısa sürede sahip olan yeni zenginler arada kalmışlık duygusuyla nasıl yaşayacaklarını bilememekte ve bir şaşkınlık dönemine girmektedirler. Dolayısıyla elde ettikleri zenginlik doğrultusunda nasıl konuşacağını, nasıl davranacağını ve nasıl yaşayacağını bilemeyen bu yeni zenginlerin yeni bir ahlak anlayışı geliştirdikleri söylenebilir.

Yeni zenginliğin insani ve ahlaki değerlerin kaybolmasına neden olduğunu belirten katılımcılar, ahlaki bir yozlaşma yaşandığını, maddi değerlerin insani değerlerin önüne geçtiğini belirtmektedirler. Bu durum kapitalist zihniyetin insanların hayatına egemen olmasıyla da açıklanabilir. Sürekli para kazanma isteği ve çılgınca tüketim kapitalist ekonominin insanların hayatlarında yarattığı değişimin bir sonucudur. Yeni zenginler elde ettikleri paranın getirdiği güçle birlikte, adeta “her şeyi yapabilirim” düşüncesiyle ahlaki değerleri önemsemeden sınırsız bir özgürlük anlayışıyla hareket etmektedirler. Yeni elde edilen bu zenginlik, insanların kişilik özelliklerinde de değişime neden olmakta; yeni zenginler çoğu durumda bencil, egoist, kaprisli, hedonist, bohem, cimri, kibirli ve kendini beğenmiş tipler olarak tasvir edilmektedir.

Zenginlik çoğu durumda Diyarbakır’ın geleneksel kültürel normlarından kopuşu da beraberinde getirmekte, çok önemli olan aile ve akrabalık bağlarının gevşediği görülmektedir. Zenginlik, daha rasyonel düşünmeyi ve bağımsız hareket etmeyi sağlamakta, dolayısıyla insanlar arasında daha bağımsız ve mesafeli ilişkiler kurulmaktadır. Zenginlik arttıkça samimiyet ve özveri azalmaktadır.

Diyarbakır’daki zenginlik başka şehirlere kıyasla yeni, köksüz ve tarihi olmayan bir zenginliktir. Böyle bir zenginlik de beraberinde kültürel bir alt yapısı olmayan, sindirilmemiş, kendine has bir zenginlik kültürü ortaya çıkarmaktadır. Dolayısıyla gösteriş yapmayı seven, kendini üstün gösterme ve ispat çabası içinde olan bu insanlara daha çok görgüsüz, “sonradan görme”, “türedi zengin” gibi yakıştırmalar yapılmaktadır. Beraberinde rafine ve steril davranışlar getirmeyen bu zenginlik, kültürel alt yapısı olmayan sadece ve sadece tüketim odaklı bir zenginliktir.

Bu yeni zenginler de zenginliklerini daha çok gösterişli evler, lüks arabalarla teşhir etmekte fakat asıl zenginliği yaşayamamaktadırlar. Veblen’in de vurguladığı gibi zenginliğin alamet-i farikası olan boş zaman etkinlikleri ve çalışmama durumu

Diyarbakır'daki zenginler için söz konusu değildir. Katılımcıların sık sık Diyarbakırlı zenginlerin yaşamayı bilmediklerini ifade etmelerinin sebebinin bu durum olduğunu söyleyebiliriz. Sürekli ev, araba ve eşya alan bu yeni zenginler, bunları elde edebilmek için sürekli çalışmakta, ne boş zaman etkinlikleri ne de kültürel faaliyetlere katılmaktadırlar. Bu durum statüyü ve gücü kaybetme endişesinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle de para, ün ve itibarını korumak için çok çalıştıkları söylenebilir.

Muhafazakâr bir yapıya sahip olan Diyarbakır'ın yeni zenginlerinin de çoğunun dindar ve dinine bağlı oldukları görülmektedir. Ama bu dindarlık çoğu zaman inanç boyutunda kalmakta pratiğe taşınmamaktadır. Dinin meşrulaştırıcı gücünün etkisiyle yeni zenginler, zenginliklerinin kaynağını meşrulaştırmada dini kullanabilmektedirler. Gayri meşru yollarla kazanılan paralara dinin adı kullanılarak itibar kazandırılmaya çalışılmaktadır. Bazı durumlarda ise dine bağlı olma ya da olmama iktidarla şekil alan bir duruma dönüşmektedir.

Tüketim toplumunun bir getirisi olarak günümüzde tüketim, dinin sağladığı işlevleri, alışveriş merkezleri de caminin sağladığı işlevleri yerine getirmektedir. Artık günümüz tüketim toplumunun yeni dini tüketim, ibadet yerleri ise alışveriş merkezleridir. Dolayısıyla Ritzer'in de belirttiği gibi alışveriş merkezlerinin adeta bir tüketim katedraline dönüştüğünü söylemek mümkündür. Ancak yapılan gözlemlerde katılımcıların bu olumsuz ifadelerine rağmen Diyarbakır'da dinin toplumda önemli bir rol oynadığını söylemek mümkündür. Özellikle son yıllarda cami ve Kuran kurslarının sayısının artmasıyla dindarlığın kadınlar arasında çok yaygınlaştığını belirtebiliriz. Ev dışında kadınların sosyalleştiği bir mekân olarak cami ve Kuran kursları dindarlığın artmasında önemli bir faktör olarak görülebilir.

Araştırma bulgularına göre Diyarbakır'daki zenginlerin bir kısmının yoksullara yardım etmekte bir kısmı ise onlara karşı yardım etmek bir yana aşağılayıcı, küçümseyici bir tavır takınmaktadırlar. Bu durumu "sonradan görmelik"le veya su-i istimalden kaynaklanan bir güvensizlikle ilişkilendirenler olmuştur. Zenginliğin kaynağının gayri resmi yollardan elde edildiğini düşünen bazı katılımcılar için zaten helal olmayan bir paranın hayır işleri için kullanılması mümkün olmamaktadır. Yine de yardımseverliği ile tanınan Diyarbakır insanının diğer şehirlere göre yoksullara yardım ettiğini düşünenler de vardır. Çoğu durumda Diyarbakır'da zenginlerle yoksullar hiç karşılaşmamaktadırlar. Bunun nedeni ise çoğu zaman güvenli sitelerin içeriye yabancıların girmesine engel olması olarak gösterilebilir. Kendilerine steril bir ortam

yaratan zenginler zaten görmek istemedikleri insanları kendi yaşam alanlarının dışında tutmaktadır. Bu açıdan mekânsal olarak ayrışan sınıflar arasındaki ilişki kopukluğunun toplumsal mesafeyi artırdığı söylenebilir.

Sonuç olarak Diyarbakır'daki iktisadi ve sosyo-kültürel değişim kentsel mekânın ve sosyo-kültürel hayatın şekillenmesine etki etmektedir. Ekonomik zenginleşme beraberinde yeni bir zengin sınıfın ortaya çıkmasını sağlamakta; ortaya çıkan yeni zenginler ise yerel dinamiklerin de etkisiyle kendilerine ait bir zenginlik kültürü oluşturmaktadır. Yeni zenginliğin mekânsal, kültürel ve sınıfsal olarak Diclekent ve Metropol semtlerinde cisimleştiğini söylemek mümkündür.



## KAYNAKÇA

- AKARÇAY, Erhan (2013) “Gıda ve Beslenme Sosyolojisi Bağlamında Eskişehir’de Orta Sınıfın Tüketim Örüntüleri”, *Uluslararası Katılımlı VII. Ulusal Sosyoloji Kongresi Yeni Toplumsal Yapılanmalar: Geçişler, Kesişmeler, Sapmalar, Bildiri Kitabı II*, Ed. Muammer TUNA. 06.05.2015 tarihinde <http://www.sosyolojidernegi.org.tr/glob/wp-content/uploads/2014/03/7-kongre-bildiri-kitabi-cilt-2.pdf> adresinden erişildi.
- AKÇALI İÇİN, Selda (2006) “Günelik Yaşamda Reklam ve Büyülenmiş Tüketiciler”, (Yay. Haz. S. İçin Akçalı) *Günelik Hayat ve Medya Tüketim Kültürü Perspektifinden Okumalar*, Ankara: Ebabel Yayınları.
- AKGÜN, Aliye Ahu (2012) “Korumalı Yerleşimlerin Pazarlama Söyleminde Kültür ve Mekân”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S: 6, Ankara: Ankara Okulu. ss.208-223.
- AKGÜN, Gürkan, ÇALIŞKAN, Çare Olgun, KAYA, Esra ve KOCA, Aysun (2014) “Önsöz ve Teşekkür”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- AKGÜN, Gürkan (2014) “Kentsel-Toplumsal Hareketlerin İmkân ve Açmazları: Böyle Gitmez!”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- AKIN, Mahmut Hakkı (2012a), “Türkiye’de Kent Sosyolojisi Alanında Yeni Bir Katkı: Kent Dindarlığı Meselesi”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- AKIN, Mahmut Hakkı (2012b) “Siyasetin Mekânı Kent”, *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- AKSOYLAR, Gökçe (2014) “Lüks Konutların Kente Düşey Yayılımı -Zenginliğin Yeni Mabedi: Rezidanslar-”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.



- AKTAR, Ayhan (1998) “Şark Ticaret Yıllıklarında “Sarı Sayfalar”: İstanbul’da Meslekler ve İktisadi Faaiyetler Hakkında Bazı Gözlemler, 1868-1938, *Toplum ve Bilim Dergisi*, S.76. ss. 105-142.
- AKTAŞ POLAT, Yeliz, (2013) “Küreselleşme Sürecinde Yeni Bir Kentsel İç Mekân Örgütlenmesi Olarak Güvenlikli Siteler: Malatya Örneği, *II. Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi*, 19-20 Nisan 2012, Malatya: İnönü Üniversitesi, ss. 1245-1263. <http://iys.inonu.edu.tr/webpanel/dosyalar/1427/file/yelizapolat.pdf> adresinden 03.06.2014 tarihinde erişildi.
- AKTUĞ, Handan Gültekin (2007) Yeni Sosyal ve Kültürel Kimliklerin Oluşumunda, Tüketimin Değişen Anlamları Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AKYOL, Özgür (2012) “Meta-Simge ve Sermayenin Denetim Yetisi” *Birikim Sermaye, Burjuvazi, Tahakküm*, Sayı 278-279, İstanbul: Birikim Yayınları. ss.99-113.
- AKYOL ALTUN, Didem (2010) “Kapalı Konut Siteleri ve ‘Mahalle’ Kavramı”, *İdealkent: Mahalle*, S.2, Ankara: Adamor, ss. 216-244.
- AKYOL ALTUN, Didem (2012) “İzmir’de Yeni Bir Konut Üretim Süreci Olarak Kapalı Konut Siteleri”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S. 6, Ankara: Ankara Okulu. ss.40-61.
- ALKAN, Ayten (2009) “Giriş: Cinsiyet Dinamiklerinin Peşinden Mekânın İzini Sürmek”, *Cins Cins Mekân*, (Der. Ayten Alkan), İstanbul: Varlık Yayınları.
- ALPMAN, Polat Sait (2012) “Bir Tasarım, Bir Temenni, Şimdinin “Hakiki” Burjuvazisi ve Eleştirisi”, *Birikim Sermaye, Burjuvazi, Tahakküm*, Sayı 278-279, İstanbul: Birikim Yayınları. ss.38-45.
- ALTUNTUĞ, Nevriye (2010) “Geleneksel Tüketim Olgusunun Kırılma Noktası: Yeni bir Tüketim Paradigmasına ve Tüketici Kimliğine Doğru”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 2, S. 2. ss.111-118. [http://www.sosbilko.net/dergi\\_YBD/arsiv/2010\\_2/13nevriye\\_altuntug.pdf](http://www.sosbilko.net/dergi_YBD/arsiv/2010_2/13nevriye_altuntug.pdf) adresinden 17.02. 2015 tarihinde erişildi.
- ALVER, Köksal (2010a) *Siteril Hayatlar*, Ankara: Hece Yayınları.
- ALVER, Köksal (2010b) “Mahalle: Mekân ve Hayatın Esrarlı Birlikteliği”, *İdealkent: Mahalle*, S.2, Ankara: Ankara Okulu, ss. 116-139.

- ALVER, Köksal (2012) “Kent İmgesi”, *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- ALVER, Köksal (2013) *Mahalle –Mahallenin Toplumsal ve Mekânsal Portresi-*, Ankara: Hece Yayınları.
- AMED, Uğur (2014) “*Amed Yoksulluk Haritası Burjuvalar ve Yoksullar*”, <http://www.bestanuce1.com/haber/107538/amed-yoksulluk-haritasi-burjuvalar-ve-yoksullar> adresinden 02.06.2014 tarihinde erişildi.
- ANDERSEN, H. S. (2003) *Urban Sores: On The Interaction Between Segregation, Urban Decay and Deprived Neighbourhoods*, England: Ashgate Publishing Limited.
- ARIK, Hülya (2009) “Kahvehanede Erkek Olmak: Kamusal Alanda Erkek Egemenliğinin Antropolojisi”, *Cins Cins Mekân*, (Der. Ayten Alkan), İstanbul: Varlık Yayınları.
- ARIKANLI ÖZDEMİR, Maya (2005) “Kentsel Dönüşüm Sürecinde Eski Bir Gecekondu Mahallesi: Karanfilköy Kentlere Vurulan “Neşter”ler”, *İstanbul’da Kentsel Ayrışma*, (Haz. Hatice Kurtuluş), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- ARLI, Alim (2012) “Şehir Sosyolojisi: 1970 Öncesi Tartışmalar Hakkında Bir Yeniden Değerlendirme”, *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- ASLAN, Şükrü (2014) “Kentsel Dönüşüm ve Toplumsal Hareketler”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- ASLANOĞLU, Rana A. (2000) *Kent, Kimlik ve Küreselleşme*, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- ATLI, Mehmet (2014a) “Kürt Orta Sınıfların Mekânsal Teşekkülü: Diyarbakır Diclekent’in Dönüşümü Örneği: Ortaokuldan Terklerin Orta Sınıf Çocukları”, *Birikim Orta Sınıf*, Sayı 306, İstanbul: Birikim Yayınları. ss.83-86.
- ATLI, Mehmet (2014b) *Hepsi Diyarbakır –Herkesin Bildiği Kimsenin Bilmediği-*, İstanbul: İletişim Yayınları.

- AYATA, Sencer (2003) “Yeni Orta Sınıf ve Uydu Kent Yaşamı”, *Kültür Fragmanları – Türkiye’de Gündelik Hayat-*, (Yay. Haz. Kandiyoti, D, Saktanber A.), (Çev. Zeynep Yelçe), İstanbul: Metis Yayınları, ss. 37-56.
- AYDIN, Ayhan (2009) *Yaşama Sanatı*, Ankara: Pegem Akademi.
- AYDIN, Seda (2012) “İstanbul’da ‘Orta Sınıf’ ve Kapalı Siteler”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S: 6, Ankara: Ankara Okulu. ss.96-123.
- AYDEMİR, Mehmet Ali (2012) “Süper Kent: Hipergerçekliğin Kent Mitosu”, *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- AYDOĞAN, Filiz (2009) “Tüketim Kültürünün Gölgesinde Kentler”, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt XXVII, Sayı II, ss. 203-215. <http://dosya.marmara.edu.tr/ikf/iib-dergi/2009-2/aydogan.pdf> adresinden 18.01.2015 tarihinde erişildi.
- AYTAÇ, Ömer (2006a) “Mekân(ın) Sosyolojisi: Toplumsalın Yeniden Kuruluşu”, *Sosyoloji ve Coğrafya*, (Yay. Haz. Ertan Eğribel, Ufuk Özcan), İstanbul: Kızılelma Yayıncılık.
- AYTAÇ, Ömer (2006b) “Tüketimcilik ve Metalaşma Kıskaçında Boş Zaman”, *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: 1 ss. 27-53.
- AYTAÇ, Ömer (2012) “Kent Mekânlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası” *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- AYTAÇ, Ömer, İLHAN, Süleyman (2013) “Önsöz”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- AYTAÇ, Ömer. (2013a) “Giriş”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- AYTAÇ, Ömer (2013b) “Yoksulluk, Kentsel Sınıfsal ve Sosyal Dışlanma: Modern Kentlerde Sınıfsal/Mekânsal Yarıma ve Suçlaştırılma Mekanizmaları”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- BABAN, Ece (2010) “Gösterişçi Tüketim ve Gizli Lüks”, <http://www.trendus.com/blog/ecebaban/yorumlar/2802/gosterisci-tuketim-ve-gizli-luks.html> adresinden 20.02. 2015 tarihinde erişildi.

- BACHELARD, Gaston (2013) *Mekânın Poetikası*, (Çev. Alp Tümertekin), İstanbul: İthaki Yayınları.
- BALİ, Rifat N. (1999) “Yeni Aristokratlar: Köşe Yazarları” [http://www.rifatbali.com/images/stories/dokumanlar/yeni\\_aristokratlar\\_kose\\_yazarlari.pdf](http://www.rifatbali.com/images/stories/dokumanlar/yeni_aristokratlar_kose_yazarlari.pdf) adresinden 25.09.2014 tarihinde erişilmiştir.
- BALİ, Rifat N. (2011) *Tarz-ı Hayattan Life Style'a Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BALTA PAKER, Evren (2008) “Sovyet Sonrası Rusya’da Zenginlik ve Para Yoksulsuz Ütopya”, *Birikim Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, S. 232-233, İstanbul: Birikim Yayınları.
- BALTA PAKER, Evren (2012) *Küresel Güvenlik Kompleksi-Uluslararası Siyaset ve Güvenlik-*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- BARIŞIK, İlkyay (2010) Tüketim Kültürü Bağlamında Üniversiteli Gençlerin Kimlik ve Yaşam Tarzı Oluşturmasında Reklamların Rolü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BARTU, Ayfer (2001) “Kentsel Ayrışım: İstanbul’da Yeni Yerleşimler ve Kemer Country Örneği”, *21. Yüzyıl Karşısında Kent ve İnsan*, (Yay. Haz. Firdevs Gümüşoğlu), İstanbul: Bağlam Yayınları, ss. 145-149.
- BATI, Uğur (2008) “Kentın Postmodernitesi: Postmodern Tüketim Kültürü Işığında Hedonik bir Biçim Olarak Kent Tasarımı”, *İstanbul Kültür Üniversitesi Güncesi*, Cilt 6, S.1, [http://acikerisim.iku.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11413/264/1/JournalofIstanbulKulturUniversit2007\\_U%C4%9FurBat%C4%B1.pdf](http://acikerisim.iku.edu.tr:8080/jspui/bitstream/11413/264/1/JournalofIstanbulKulturUniversit2007_U%C4%9FurBat%C4%B1.pdf) adresinden 14.01.2015 tarihinde erişildi.
- BAUDRİLLARD, Jean (1998) *Kötülüğün Şeffalığı*, (Çev. Işık Ergüden), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUDRİLLARD, Jean (2004) *Nesneler Sistemi*, (Çev: O. Adanır, A. Karamollaoğlu), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.
- BAUDRİLLARD, Jean (2010) Tüketim Toplumu, (Çev: Hazal Deliceçaylı ve Ferda Keskin), İstanbul: Ayrıntı.

- BAUDRİLLARD, Jean (2014) *Simülakrlar ve Simülasyon*, (Çev. Oğuz Adanır), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- BAUMAN, Zygmunt (1999) *Çalışma, Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*, (Çev. Ümit ÖKTEN), İstanbul: Sarmal Yayınevi.
- BAUMAN, Zygmunt (2001) *Parçalanmış Hayat: Postmodern Ahlak Denemeleri*, (Çev. İsmail Türkmen), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAUMAN, Zygmunt. (2013) *Yaşama Sanatı*, (Çev. Akın SARI), İstanbul: Versus Kitap.
- BAUMAN, Zygmunt, (2014) *Küreselleşme: Toplumsal sonuçları*, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BAYAT, Asef (2014) “Tersyüz Olmuş Şehir’de Siyaset”, *Mekân Meselesi*, (Çev. ve Ed. Soner Torlak ve Önder Kulak), İstanbul: Tekin Yayınevi.
- BAYHAN, Vehbi (2012) “Postmodern Kentte Yaşam Alanlarının Ötekileştirilmesi: ‘Yoksul Gettolar Versus Varsıl Siteler’, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- BECK, Ulrich (2011) *Risk Toplumu: Başka Bir Modernliğe Doğru*, (Çev. Kazım Özdoğan ve Bülent Doğan), İstanbul: İthaki Yayınları.
- BEGEL, Egon Ernest (2012) “Kentlerin Doğuşu”, (Çev. Özden Arıkan), *Cogito Kent ve Kültürü*, Sayı 8, Yaz 1996, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- BERGER, John (2012) *Görme Biçimleri*, (Çev. Yurdanur Salman), İstanbul: Metis Yayınları.
- BERKÖZ, Lale (2012) “Güvenlikli Yerleşimler: Konut Kullanıcılarının Yaşam Tercihlerindeki Değişim”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S: 6, Ankara: Ankara Okulu. ss.172-189.
- BIÇKI, Doğan (2013) “Kentsel Yoksulluğun Kültüralist Okumaları: O Lewis, C. Murray ve D. Massey”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- BİLGİN, Vejdî (2004) “Dini Yaşantı Bağlamında Yoksulluğun Ve Zenginliğin Değişen Anlamı”, *Köprü Dergisi*, Sayı: 88, <http://www.koprudergisi.com/index.asp?Bolum=EskiSayilar&Goster=Yazi&YaziNo=640> adresinden 14.04.2015 tarihinde erişildi.

- BİLGİNER, Ayşe (2008) Tüketim Kültürü, Medya Ve Meta Estetik, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BİNAY KURULTAY, Ayşe, PEKSEVGİN, Burcu. (2012) “Markalı Güvenlikli Site Reklamlarında Türk Orta Sınıf Hayali”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S: 6, Ankara: Ankara Okulu. ss.190-207.
- BİRİKİM (2008) Ağustos-Eylül, 232-233, İstanbul: Birikim yayınları.
- BOCOCK, Robert (2009) *Tüketim*, Ankara: Dost Yayınevi.
- BORA, Tanıl, ERDOĞAN, Necmi (2005) “ Zenginlik: “Zengin” Bir Araştırma Gündemi “Yoksul” Bir Literatür”, *Toplum ve Bilim*, S:104, İstanbul: Birikim Yayınları.
- BOTTON, Alain de (2010) Statü Endişesi, (Çev. Ahu Sıla Bayer), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- BOURDIEU, Pierre (1984) *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, (Translated by: Richard Nice), United States of America: Routledge.
- BOZKULAK, Serpil (2005) “Gecekondu’dan “Varoş”a: Gülsuyu Mahallesi”, *İstanbul’da Kentsel Ayrışma*, (Haz. Hatice Kurtuluş), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- BRAUDEL, Fernand (2008) *Akdeniz, Tarih, Mekân, İnsanlar ve Miras*, İstanbul: Metis Yayınları.
- BREEN, Richard (2014) “Neo-Weberci Sınıf Analizinin Esasları, (Çev. Ümit Akıncı), *Sınıf Analizine Yaklaşımlar*, (Ed. Eric Olin Wright), (Çev. ve Ed. Vefa Saygın Öğütle), Ankara: Notabene Yayınları.
- BRUCE, Duncan, HARVEY, David (2010) *Marka Bilmecesi Markanızın Sırlarını Çözmek*, (Çev. Aslı Özer), İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- CANER, Cantürk (2010) “Paradigma Dönüşümü İçinde Kentin İşlevi ve İktidarla İlişkisi”, *Mekân, Kültür ve Yönetim Perspektifinde 21. Yüzyıl Kentleri*, (Ed. Elif Karakurt Tosun), Bursa: Ekin Yayınevi.
- CANSEVER, T. (2012) “Şehir”, *Cogito Kent ve Kültürü*, Sayı 8, Yaz 1996, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- CASTELLS, Manuel (1979) *The Urban Question: A Marxist Approach*, Cambridge: MIT Press.

- CASTELLS, Manuel (1997) *Kent, Sınıf, İktidar*, (Çev. Asuman Erendil), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- CASTELLS, Manuel (2002) The Urban Ideology, In Ida Susser (Ed.) *The Castells Reader on Cities and Social Theory*, s.34-44.
- CHANEY, David (1999) *Yaşam Tarzları*, (Çev. İrem Kutluk), Ankara: Dost Kitabevi.
- COŞGUN, Melek (2012) “Popüler Kültür ve Tüketim Toplumu”, *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, Cilt 1, Sayı 1, ss. 837-850.  
<http://www.yasambilimleridergisi.com/makale/pdf/1356289075.pdf>  
adresinden 20.02.2015 tarihinde erişildi.
- COŞGUN, Serdal (2013) Kentsel Tasarım Kapsamında Kentsel Peyzaj Tasarımı ve Diyarbakır Kayapınar Örneğinde İrdelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- ÇAKIR, Serpil (2009) “Osmanlı’da Kadınların Mekânı”, *Cins Cins Mekân*, (Der. Ayten Alkan), İstanbul: Varlık Yayınları.
- ÇAVUŞOĞLU, Erbatur (2014) “Düzenin Harcı ve Tuğlası: İnşaat Sektörü”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- ÇELİK, Zafer (2010) “ ‘İstanbul, Kentsel Dönüşüm ve Mahalle’ Üzerine Prof. Dr. Uğur Tanyeli İle Söyleşi”, *İdealkent: Mahalle*, S.2, Ankara: Ankara Okulu, ss. 10-37.
- ÇELİK, Zafer (2012) “ ‘Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler’ üzerine Prof. Dr. Nezar Al Sayyad İle Söyleşi”, *İdealkent: Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler*, S. 7, Ankara: Ankara Okulu, ss.10-20.
- ÇETİN, İhsan (2012) “Kentsel Ayrışma ve Mekânsal Kümeleşme Biçimleri”, *İdealkent: Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler*, S. 7, Ankara: Ankara Okulu, ss.160-186.
- ÇILGIN, Kumru (2014) “İMÇ’ye ‘Prestij’li Dönüşüm”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- DAĞTAŞ, Banu, DAĞTAŞ, Erdal. (2009) “Tüketim Kültürü, Yaşam Tarzları, Boş Zamanlar ve Medya Üzerine Bir Literatür Taraması”, *Medya, Tüketim*

- Kültürü ve Yaşam Tarzları*, (Der. Banu Dağtaş ve Erdal Dağtaş), Ankara: Ütopya Yayınevi.
- DANIŞ, Didem (2001) “İstanbul’da Uydu Yerleşmelerin Yaygınlaşması: Bahçeşehir Örneği”, *21. Yüzyıl Karşısında Kent ve İnsan*, (Yay. Haz. Firdevs Gümüsoğlu), İstanbul: Bağlam Yayınları, ss. 151-160.
- DEBORD, Guy. (2012) *Gösteri Toplumu*, (Çev. Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- DEMİRKAN, Tarık. (2012) “Tarih Boyunca Kuşatılan Özgürlük Adaları; Kentler”, *Cogito Kent ve Kültürü*, Sayı 8, Yaz 1996, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, ss.17-23.
- DİKEN, Şeymus (2010) “Diyarbakir “Hangi Mahle?”, *İdealkent: Mahalle*, S.2, Ankara: Ankara Okulu, ss.246-254.
- DOĞAN, Ali Ekber (2002) “Yeni Bir Uluslararası Göç Dalgasının Eşiğinde: ‘Dünya Kentlerine Göç’, *Kentleşme Göç ve Yoksulluk* (7. Ulusal Sosyal Bilimler Kongresi) (Ed. Ahmet Alpay Dikmen), Ankara: İmaj Yayınları ss. 19-53.
- DOĞAN, Seda (2012) “Fiziksel Duvarlar, Sembolik Sınırlar ve Yamalı Bir Şehir Olarak İstanbul”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S: 6, Ankara: Ankara Okulu ss. 154-171.
- DOĞUÇ, Seçil (2005) “Yeni Orta Sınıfların Gözünden Zenginlik ve Yoksulluk”, *Toplum ve Bilim*, S:104, İstanbul: Birikim Yayınları.
- DÖVÜCÜ, Gonca, YAVUZER, Esra (2012) “Metinlerde Ütopyalar ve Ütopik Kentler”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- DUMAN, Zeki (2006) “Tüketim Toplumunda Özgürlük Sorunu”, *Sosyoloji Dergisi*, Sayı 16, ss. 17-33.
- DUMAN, Alper (2008a) “Zenginlerden Nefret Edin, Sağlığınıza İyi Gelir”, *Birikim Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, Sayı 232-233, İstanbul: Birikim Yayınları, ss.60-62.
- DUMAN, Anıl (2008b) “Doğu Avrupa’nın Yeni Zenginleri”, *Birikim Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, Sayı 232-233, İstanbul: Birikim Yayınları, ss.108-112.
- DUMAN, Betül, ALACAHAN, Osman (2012) “Getto Tartışmasına Bir Metropolden Bakmak”, *The Journal of Academic Social Science Studies, International Journal Of Social Science*, V. 5, I. 2, ss. 55-74.



- [http://www.jasstudies.com/Makaleler/2067652413\\_Bet%20c3%bc1%20Duman-Osman%20Alacahan\\_55-74.pdf](http://www.jasstudies.com/Makaleler/2067652413_Bet%20c3%bc1%20Duman-Osman%20Alacahan_55-74.pdf) adresinden 5.01.2015 tarihinde erişildi.
- DURAKBAŞA, Ayşe, CİNDÖĞLU, Dilek (2003) “Tezgâh Üstü Karşılaşmalar- Toplumsal Cinsiyet ve alışveriş Deneyimi- *Kültür Fragmanları –Türkiye’de Gündelik Hayat-*, (Yay. Haz. D. Kandiyoti, , A. Saktanber), (Çev. Zeynep Yelçe), İstanbul: Metis Yay.,ss. 84-100.
- DURAKBAŞA, Ayşe (2010) Taşra Burjuvazisinin Tarihsel Kökenleri, *Toplum ve Bilim*, Sayı: 118, İstanbul: Birikim Yayınları, ss.6-38.
- DURKHEIM, Emile (2006) *Toplumsal İşbölümü*,(Çev. Özer Ozankaya), İstanbul: Cem Yayınları.
- DÜZENLİ, Yahya (2012) *Modern Dünyanın Nekropolleri: Güvenlikli Siteler*, <http://yahyaduzenli.blogspot.com.tr/2012/07/modern-dunyanin-nekropolleri-guvenlikli.html> adresinden 06.08.2014 tarihinde erişildi.
- ERAYDIN, Ayda (1988) “Sermaye Birikim Sürecinde Kentler”, *Defter Dergisi*, Sayı:5 , <https://defterdergisi.wordpress.com/2012/11/05/sayi-5/> adresinden 23.12.2014 tarihinde erişildi.
- ERDER, Sema (2001) “Yoksulluğun Düzenlenmesinden Zenginliğin Düzenlenmesine Kentleşme Ve Kentsel Kurumlar”, *21. Yüzyıl Karşısında Kent ve İnsan*, (Yay. Haz. Firdevs Gümüšoğlu), İstanbul: Bağlam Yayınları, ss. 121-128.
- ERMAN, Tahire (2010) “Kent Çeperindeki Bir ‘Devrimci’ Mahalle: 1970’lerden 2000’lere Mahallenin Değişen Anlamı”, *İdealkent: Mahalle*, S.2, Ankara: Ankara Okulu, ss. 170-195.
- ERMAN, Tahire (2012) “Yıkılan Gecekonular, Yapılan TOKİ Toplu Konut Projeleri: Kent Yoksulunun Yeni Yaşam Çevresi Olarak Karacaören TOKİ Sitesi”, *İdealkent: Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler*, S. 7, Ankara: Ankara Okulu, ss. 38-63.
- ERMAN, Tahire (2013) “Kent ve Gecekondu”, *Türkiye Perspektifinden Kent Sosyolojisi Çalışmaları*, (Ed. Ö. Uğurlu), İstanbul: Örgün Yayınevi.
- ES, Muharrem (2010) “21. yy. Kentlerinde Göçe Bağlı Olarak Ortaya Çıkan Mekânsal ve Sosyal Ayrışma”, *Mekân, Kültür ve Yönetim Perspektifinde 21. Yüzyıl Kentleri*, (Ed. Elif Karakurt Tosun), Bursa: Ekin Yayınevi.
- FEATHERSTONE, Mike (2005) *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*, (Çev. Mehmet Küçük), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- FİDAN, Ali (2013) “Burjuvanın Dönüşümü: Arayışlar, Elitler ve Türkiye Ekonomisi”, *II. Türkiye Lisansüstü Çalışmalar Kongresi Bildiriler Kitabı II*, Bursa: Star Ajans Matbaacılık.
- FİRİDİN ÖZGÜR, Ebru (2006) Sosyal ve Mekânsal Ayrışma Çerçevesinde Yeni Konutlaşma Eğilimleri: Kapalı Siteler İstanbul- Çekmeköy Örneği, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- FİRİDİN ÖZGÜR, Ebru (2014) “Tüketemediklerinden misiniz?”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- FOLEY, Michael (2012) *Saçmalıklar Çağı*, (Çev. Algan Sezgintüredi), İstanbul: Domingo Yayıncılık.
- FRANK, Robert (2009) *Zenginistan*, (Çev. Ayfer Ünalın), İstanbul: Doğan Kitap.
- FRIEDRICH, Jürgen (2005) “Social Inequality, Segregation and Urban Conflict: The Case Hamburg, *Urban Segregation and The Welfare State: Inequality and Exclusion in Western Cities*, (Ed. Sako Musterd, Wim Ostendorf), London and New York: Routledge Publishers, pp.168-190. [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=K5wrEE87BYgC&oi=fnd&pg=PP1&dq=segregation,+polarisation+musterd&ots=jTObmNDkTf&sig=SzrMuf8X\\_Eo8VSGQHeVHJS6Ous0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=segregation%20%20polarisation%20musterd&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=K5wrEE87BYgC&oi=fnd&pg=PP1&dq=segregation,+polarisation+musterd&ots=jTObmNDkTf&sig=SzrMuf8X_Eo8VSGQHeVHJS6Ous0&redir_esc=y#v=onepage&q=segregation%20%20polarisation%20musterd&f=false) adresinden erişildi.
- FROMM, Eric (1982) *Sahip Olmak Ya da Olmak*, (Çev. Aydın ARITAN), İstanbul: Arıtan Yayınevi.
- FROMM, Eric (2006) *Sağlıklı Toplum*, (Çev. Yurdanur Salman ve Zeynep Tanrıseven), İstanbul: Payel Yayınevi.
- FUREDİ, Frank (2001) *Korku Kültürü-Risk Almamanın Riskleri-*, (Çev. Barış Yıldırım), İstanbul: Ayrıntı Yayınları
- GENİŞ, Şerife (2012) “Takdim”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S: 6, Ankara: Ankara Okulu.
- GENİŞ, Şerife, ÇELİK, Zafer (2012) “Takdim”, *İdealkent: Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler*, S. 7, Ankara: Ankara Okulu.

- GIDDENS, Antony (2000) *Tarihsel Materyalizmin Çağdaş Eleştirisi*, (Çev. Ümit Tatlıcan), İstanbul: Paradigma Yayınları.
- GOLDSMİTH, Mark (2010) *Bilim Dedektifleri*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- GÖKA, Şenol (2001) *İnsan ve Mekân-Bir Bütünün İki Farklı Görüntüsü-*, İstanbul: Pınar Yayınları.
- GÖKSU, Davut, DEMİREL, Haşmet (2008) “Atlas ve Çul: Zenginliğin Dikotomisi ve İslami Sosyete”, *Birikim, Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, S. 232-233, İstanbul: Birikim Yayınları.
- GÖNÇ ŞAVRAN, T. (2012a) “Nicel ve Nitel Araştırmalarda Kullanılan Araştırma Teknikleri”, *Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Ed. Temmuz GÖNÇ ŞAVRAN, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- GÖNÇ ŞAVRAN, T. (2012b) “Örneklem Seçimi ve Ölçüm”, *Sosyolojide Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Ed. Temmuz GÖNÇ ŞAVRAN, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- GÖNLÜGÜR, Emre (2008) “Kentsel Ayrışmanın Yeni Alâmet-i Farikası Kapılı Cemaatler”, *Birikim, Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, S. 232-233, İstanbul: Birikim Yayınları.
- GÜÇLÜ, Sevinç (2012) “Mekân Sosyolojisi ve Kentsel Mekân”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- GÜN, Servet (2014) “Sokakta Çalışan Çocukların Kısa Bir Hikâyesi”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün'lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- GÜNİNDİ ERSÖZ, Aysel (2013) “Boş Zaman, Tüketim ve Alışveriş Merkezleri”, *Uluslararası Katılımlı VII. Ulusal Sosyoloji Kongresi Yeni Toplumsal Yapılanmalar: Geçişler, Kesişmeler, Sapmalar, Bildiri Kitabı III*, (Ed. Muammer TUNA) <http://www.sosyolojikongresi.org/ekitap/Cilt%203.pdf> adresinden 06.05.2015 tarihinde erişildi.
- GÜZEL, Serkan, GÜZEL, Eylem (2012) “Toplumsal 1 Laboratuvar: Sosyolojinin Kentleri”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.

- GÜZEY, Özlem (2012) “Türkiye’de Kentsel Dönüşüm Uygulamaları: Neoliberal Kent Politikaları, Yeni Kentsel Aktörler ve Gecekondu Alanları”, *İdealkent: Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler*, S. 7, Ankara: Ankara Okulu, ss. 64-83.
- HARVEY, David (1989) “From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation of Urban Governance”, *Geografiska Annaler, Series B, Human Geography*, 71(1), p.3-17.
- HARVEY, David (2010) *Postmodernliğin Durumu –Kültürel Değişimin Kökenleri*, (Çev. Sungur Savran), İstanbul: Metis Yayınları.
- HEIDDEGER, Martin (2012) “Kentın Felsefesi”, (Çev. Olcay Kunal), *Cogito Kent ve Kültürü*, Sayı 8, Yaz 1996, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- HELLE, Hans Jürgen (2012) “Kentlileşmiş İnsan”, (Çev. Zeynep Aygen), *Cogito Kent ve Kültürü*, Sayı 8, Yaz 1996, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- HIZ, Gülay (2011) “Gösterişçi Tüketim Eğilimi Üzerine Bir Alan Araştırması (Muğla Örneği)”, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 3, Sayı 2, ss. 117-128. [http://www.sosbilko.net/dergi\\_YBD/arsiv/2011\\_2/gulay\\_hiz.pdf](http://www.sosbilko.net/dergi_YBD/arsiv/2011_2/gulay_hiz.pdf) adresinden 20.02.2015 tarihinde erişildi.
- HILLIER, Bill, HANSON, Julienne (1984) *The Social Logic of Space*, New York: Cambridge University Press. <http://tr.scribd.com/doc/204874528/Bill-Hillier-Julienne-Hanson-the-Social-Logic-of-Space#scribd> adresinden erişildi.
- HOFFER, Eric (1988) *Kesin İnançlılar*, (Çev: E. GÜNÜR), İstanbul: Akran.
- IŞIK, Oğuz (1994) “Değişen Toplum/Mekân Kavrayışları: Mekânın Politikleşmesi, Politikanın Mekânsallaşması”, *Toplum ve Bilim Dergisi*, Sayı 64-65.
- İÇLİ, Gönül (2012), “Kentsel Dönüşüm, Politikalar, Uygulamalar”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- İLHAN, Süleyman (2007). “Yeni Kapitalizmin Karanlık Yüzü: İnsanlık Ve Ahlâkılık Söylemlerinin Sahiciliği Üzerine”, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C17 ss. 283-306.
- İLHAN, Süleyman (2013). “Kent Yoksulluğunun Anlam Dünyası”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.

- İNSEL, Ahmet (2008) “Dünyanın Zenginleri ve Zenginliğin Şiddeti”, *Birikim Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, S. 232-233, İstanbul: Birikim Yayınları.
- JAMESON, Fredric (1991) “Postmodernism or The Cultural Logic of Late Capitalism”, [http://flawedart.net/courses/articles/Jameson\\_Postmodernism\\_cultural\\_logic\\_late\\_capitalism.pdf](http://flawedart.net/courses/articles/Jameson_Postmodernism_cultural_logic_late_capitalism.pdf) adresinden erişildi.
- KAHVECİOĞLU KAYA, Yasemin (2010) “Geç Kapitalizm, Tüketim Toplumu ve Kent”, *Mekân, Kültür ve Yönetim Perspektifinde 21. Yüzyıl Kentleri*, (Ed. Elif Karakurt Tosun), Bursa: Ekin Yayınevi.
- KAMACI, Ebru (2014) “Kent-içi Hareketlilik ve Sosyo-Mekânsal Değişim: 2000 Yılı İstanbul’una Bakış”, *ARTIUM*, Cilt 2, Sayı 1, ss.1-15, [http://www.artiumjournal.com/arsiv/2\\_1/2\\_1\\_1.pdf](http://www.artiumjournal.com/arsiv/2_1/2_1_1.pdf) adresinden 15.01.2015 tarihinde erişildi.
- KARADAĞ, Meltem (2010) “Taşra Kentlerinde Yaşam Tarzı Alanı: Kültür Ve Ayrım”, *Toplum ve Bilim Sayı*, 118, İstanbul: Birikim Yayınları, ss.39-58.
- KARADAĞ, Meltem (2012) “Gaziantep “Muhafazakâr Burjuvazisi”nin Yaşam Tarzları, Tüketim Pratikleri ve Öznellikleri, “Muhafazakâr Anadolu Burjuvazisi”- Bir Kesit” *Birikim Sermaye, Burjuvazi, Tahakküm*, Sayı 278-279, İstanbul: Birikim Yayınları. ss. 55-60.
- KARAKURT TOSUN, Elif (2010a) “Giriş”, *Mekân, Kültür ve Yönetim Perspektifinde 21. Yüzyıl Kentleri*, (Ed. Elif Karakurt Tosun), Bursa: Ekin Yayınevi.
- KARAKURT TOSUN, Elif (2010b) “Kentsel Yaşam Kalitesinin Artırılmasına Yönelik Bir Araç Olarak Kentsel Dönüşüm Projelerinin Eleştirel Bir Bakışla Değerlendirilmesi”, *Mekân, Kültür ve Yönetim Perspektifinde 21. Yüzyıl Kentleri*, (Ed. Elif Karakurt Tosun), Bursa: Ekin Yayınevi.
- KAYA, Esra (2012) “Zenginliğin Gayrı resmi Gündemi”, *Birikim Sermaye, Burjuvazi, Tahakküm*, Sayı 278-279, İstanbul: Birikim Yayınları. ss. 90-98.
- KAYGALAK, Sevilay (2009) *Kentin Mültecileri-Neoliberalizm Koşullarında Zorunlu Göç ve Kentleşme-*, Ankara: Dipnot Yayınları.
- KAYPAK, Şafak (2013) “Modernizmden Postmodernizme Değişen Kentleşme”, *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı 4, ss. 80-95. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/gumusgjebs/article/view/5000006277/5000006749> adresinden 14.01.2015 tarihinde erişildi.

- KEAT, R., WHITELEY, N. And ABERCROMBIE, N. (1994) *The Authority of the Consumer*, London: Routledge.
- KEPES, Gyorgy (2012) “Kent Ölçeğinde Dışavurum ve İletişim Üzerine Notlar”, (Çev. Bahar Öcal Düzgören), *Cogito Kent ve Kültürü*, Sayı 8, Yaz 1996, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- KESİRİKLİOĞLU, Fatma (2010) “Küreselleşme Sürecinde Değişen Etik ve Kent Etkileşimi”, *Mekân, Kültür ve Yönetim Perspektifinde 21. Yüzyıl Kentleri*, (Ed. Elif Karakurt Tosun), Bursa: Ekin Yayınevi.
- KATZNELSON, Ira (1981) *City Trenches: Urban Politics and Patterning of Class in the United States*, New York: Pantheon Books.
- KEYDER, Çağlar (2000) “Enformel Konut Piyasasından Küresel Konut Piyasasına” *İstanbul, Küresel ile Yerel Arasında*, (Der. Çağlar Keyder), İstanbul: Metis Yayınları, ss. 171-191.
- KEYMAN, E. Fuat, KOYUNCU LORASDAĞI, Berrin (2010) *Kentler: Anadolu'nun Dönüşümü, Türkiye'nin Geleceği*, İstanbul: Doğan Kitap.
- KEYMAN, E. Fuat (2011) “Kapitalizm-Oryantalizm ekseninde Küreselleşmeyi Anlamak: 11 Eylül, Modernite, Kalkınma Ve Öteki Sorunsalı”, *Doğu Batı Düşünce Dergisi*, Sayı: 18, Şubat, Mart, Nisan 2002, Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- KING, Anthony D. (2012) “Çeperlerin Merkeze Dâhil Edilmesi (2) Sömürgelerde Kent Planlaması”, (Çev. Yurdanur Salman), *Cogito Kent ve Kültürü*, Sayı 8, Yaz 1996, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- KINSELLA, Sophie (2011) *Alışverişkolik ve Amerikan Rüyası*, (Çev. Bige Turan), İstanbul: Artemis Yayınları.
- KIVANÇ, Ümit (2008) “Şunun adını Koyalım Ona Göre Davranalım”, *Birikim Sınırsız Eşitsizlik: Neo-Zenginlik*, ss. 232-233, İstanbul: Birikim Yayınları.
- KOCA, Aysun (2014) “Kentsel Dönüşümün Dönüşümü”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün'lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- KOÇ, Taylan (2010). “Kapitalist Kent Olgusu ve Kentsel Siyaset Üzerine Yaklaşımlar”, *Eğitim Bilim ve Toplum Dergisi*, Cilt 8, Sayı 29, ss. 39-52.

<http://www.egitimbilimtoplum.com.tr/index.php/ebt/article/viewArticle/374> adresinden 13.01.2015 tarihinde erişildi.

- KOÇAK, Hüseyin, TOLANLAR, Melek (2008) “Kentsel Dönüşüm Uygulamaları (Aydın ve Afyon Karahisar Örnekleri)”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C.X, S II, [http://www.iibfdergi.aku.edu.tr/pdf/10\\_2/20.pdf](http://www.iibfdergi.aku.edu.tr/pdf/10_2/20.pdf) adresinden 13.06.2014 tarihinde erişildi.
- KONG, Lily, YEOH, Brenda (1995) “The Meanings and Making of Place: Exploring History, Community and Identity”, in *Portraits of Places: History, Community and Identity in Singapore*, (Eds.)B. Yeoh and L. Kong, Singapore: Times Editions, p.12-23.
- KÖMEÇOĞLU, Uğur (2001) “Geçmişte Bir Heterotopya: Kahvehaneler”, *21. Yüzyıl Karşısında Kent ve İnsan*, (Yay. Haz. Firdevs Gümüsoğlu), İstanbul: Bağlam Yayınları, ss. 93-103.
- KÖSE, Ahmet Haşim, KARAHANOGULLARI, Yiğit (2005) “Türkiye’de Faktör ve Varlık Gelirlerinin Sınıfsal Temellerine İlişkin Gözlemler”, *Toplum ve Bilim*, S.104, Ankara: Birikim Yayınları.
- KUPPINGER, Patrick (2012) “Dışlayıcı Yeşillik: Kahire’de Yeni Güvenlikli Siteler”,(Çev. Şerife Geniş), *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S. 6, Ankara: Ankara Okulu. ss. 10-39.
- KURTULUŞ, Hatice (2005a) “Bir “Ütopya” Olarak Bahçeşehir”, *İstanbul’da Kentsel Ayrışma*, (Haz. Hatice Kurtuluş), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- KURTULUŞ, Hatice (2005b) “İstanbul’da Kapalı Yerleşmeler Beykoz Konakları Örneği”, *İstanbul’da Kentsel Ayrışma*, (Haz. Hatice Kurtuluş), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- KURTULUŞ, Hatice (2013) “Kent Sosyolojisinde Değişen Kavrayışlar ve Türkiye’nin Kentleşme Deneyimi”, *Türkiye Perspektifinden Kent Sosyolojisi Çalışmaları*, (Ed. Ö. Uğurlu), İstanbul: Örgün Yayınevi.
- KUŞ, Elif (2009) *Nicel-Nitel Araştırma Teknikleri Sosyal Bilimlerde Araştırma Teknikleri Nicel mi? Nitel mi?*, Ankara: Anı Yayıncılık.
- KÜÇÜKERDOĞAN, Rengin (2013) “Öndeyiş Lükse Övgü...”, *Lüks ve Markalama - Tüketici Davranışlarında Lüks İmgesi-*, (Yaz. Işıl Zeybek), İstanbul: Beta.
- KÜMBETOĞLU, Belkıs (2005) *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*, İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

- KÜNTAY, Esin (2001) “Önsöz”, *21. Yüzyıl Karşısında Kent ve İnsan*, (Yay. Haz. Firdevs Gümüšođlu), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- LAMONT, Michéle (1992) *Money, Morals and Manners, The Culture of the French and American Upper-Middle Class*, Chicago and London: The University of Chicago Press.
- LAZZARATO, Maurizio (2014) *Borçlandırılmış İnsanın İmali –Neoliberal Durum Üzerine Deneme-*, (Çev. Murat Erşen), İstanbul: Açılım Kitap.
- LEFEBVRE, Henri (2010) *Gündelik Hayatın Eleştirisi I*, (Çev. Işık Ergüden), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- LEFEBVRE, Henri (2013) *Kentsel Devrim*, (Çev. Selim Sezer), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- LEFEBVRE, Henri (2014) *Mekânın Üretimi*, (Çev. Işık Ergüden), İstanbul: Sel Yayıncılık.
- MACKAY, Hugh (1997) *Consumption and Everyday Life*, (Ed. Hugh Mackay), London: Sage Publications Ltd.
- MAĞGÖNÜL, Zeynep (2005) “Teşvikiye-Nişantaşlıların Serveti”, *Toplum ve Bilim*, S:104, İstanbul: Birikim Yayınları.
- MAĞGÖNÜL, Zeynep (2006) ‘Seçkin’ Sementin ‘Seçkin’ Sakinleri, *Teşvikiye-Nişantaşı*, İstanbul: Kitabevi.
- MARCUSE, Peter (2001) *Enclaves Yes, Ghettos No: Segregation and The State*, [http://www.urbancenter.utoronto.ca/pdfs/curp/Marcuse\\_Segregationandthe.pdf](http://www.urbancenter.utoronto.ca/pdfs/curp/Marcuse_Segregationandthe.pdf) adresinden erişildi.
- MARCUSE, Peter (2002) “The Shifting Meaning of the Black Ghetto in the United States”, *Of States and Cities The Partitioning of Urban Space*, (Ed. Peter Marcuse and Ronald van Kempen, Cambridge, UK: Oxford University Press, pp. 109-142.
- MAYRING, Philipp (2011) *Nitel Sosyal Araştırmaya Giriş: Nitel Düşünce İçin Bir Rehber*, (Çev. Adnan Gümüş ve M. Sezai Durgun), Ankara: Bilgesu Yayıncılık.
- MEDER, Mehmet, ÇİÇEK, Zuhâl (2012) “Çağdaş Toplumda Kent ve Kentsel Mekânların Tüketimi”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.



- MERT, Ceren (2010) “İstanbul’da Bir Üçüncü Mekân Okuması: ‘Pozitif Titreşimler ve Babylon’”, *İdealkent: Mahalle*, S.2, Ankara: Ankara Okulu, ss. 86-112.
- MUSTERD, Sako, OSTENDORF, Wim (2005) “Segregation, Polarisation and Social Exclusion in Metropolitan Areas”, *Urban Segregation and The Welfare State: Inequality and Exclusion in Western Cities*, (Ed. Sako Musterd, Wim Ostendorf), London and New York: Routledge Publishers, pp.1-14.  
[https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=K5wrEE87BYgC&oi=fnd&pg=PP1&dq=segregation,+polarisation+musterd&ots=jTObmNDkTf&sig=\\_SzrMuf8X\\_Eo8VSGQHeVHJS6Ous0&redir\\_esc=y#v=onepage&q=segregation%2C%20polarisation%20musterd&f=false](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=K5wrEE87BYgC&oi=fnd&pg=PP1&dq=segregation,+polarisation+musterd&ots=jTObmNDkTf&sig=_SzrMuf8X_Eo8VSGQHeVHJS6Ous0&redir_esc=y#v=onepage&q=segregation%2C%20polarisation%20musterd&f=false) adresinden erişildi.
- NEUMAN, W. L. (2009) Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar I-II,(Çev. Sedef ÖZGE), İstanbul: Yayın Odası.
- ODABAŞI, Yavuz (2004). *Postmodern Pazarlama Tüketim ve Tüketici*. İstanbul: Kapital Medya.
- ODABAŞI, Yavuz (2006) *Tüketim Kültürü, Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- OKUMUŞ, Ejder (2005) *Dinin Meşrulaştırma Gücü*, İstanbul: Ark Yayınları.
- OMAY, Umut (2013) “Statü Göstergesi Olarak Beslenme”, *Uluslararası Katılımlı VII. Ulusal Sosyoloji Kongresi Yeni Toplumsal Yapılanmalar: Geçişler, Kesişmeler, Sapmalar, Bildiri Kitabı III*, (Ed. Muammer TUNA.), 06.05.2015 tarihinde <http://www.sosyolojikongresi.org/ekitap/Cilt%203.pdf> adresinden erişildi.
- OSKAY, Ünsal (2010) *XIX. Yüzyıldan Günümüze Kitle İletişiminin Kültürel İşlevleri Kuramsal Bir Yaklaşım*, İstanbul: Der Yayınevi.
- ÖĞÜTLE, Vefa Saygın (2014) *Sınıf Analizine Yaklaşımlar*, (Ed Eric Olin Wright.), (Çev. ve Ed. Vefa Saygın Öğütle), Ankara: Notabene Yayınları.
- ÖKTEM, Binnur (2005) “Küresel Kent Söyleminin Kentsel Mekânı Dönüştürmedeki Rolü Büyükdere- Maslak Aksı”, *İstanbul’da Kentsel Ayrışma*, (Haz. Hatice Kurtuluş), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- ÖKTEM, Binnur (2013) “Küresel/Dünya Kenti”, *Türkiye Perspektifinden Kent Sosyolojisi Çalışmaları*, (Ed. Ö. Uğurlu), İstanbul: Örgün Yayınevi.
- ÖNCÜ, Ayşe (1999) “İdeal Ev Mitolojisi Sınırları Aşarak İstanbul’a Ulaştı”, *Birikim*, Sayı: 123, Temmuz 1999.

- ÖNGEL, F. Serkan (2014a) “Pazarlanan Kentler ve Emek”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- ÖNGEL, F. Serkan (2014b) “Kapitalizmin Dekorü Olarak Kent”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- ÖTKÜNÇ, Arbil, COŞKUN, Burcu Selcen (2012) “Bir Yaratıcı Küme Örneği: Galata”, *İdealkent: Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler*, S. 7, Ankara: Ankara Okulu, ss. 84-109.
- ÖZBOLAT, Abdullah (2012) “Postmodern Perspektifte Tüketimin Toplumsal Anlamına Sosyolojik bir Bakış”, *Fırat Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 17: 1, ss. 117-129.
- ÖZCAN, Burcu (2007) “ ‘Rasyonel Satın Alma’ ve ‘Boş Zaman Sürecine Ait Alışveriş’ Eylemlerinin Birlikte Sergilendikleri Mekânlar: Alışveriş Merkezleri”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt IX, Sayı: 2, ss.39-68.  
<http://kutuphane.dogus.edu.tr/makale/13021265/2007/cilt9/sayi2/M0000662.pdf> adresinden 2.03.2015 tarihinde erişildi.
- ÖZDEMİR, Eylem (2012) “Kentın Tanımlanmasında Sosyolojik Yaklaşımlar”, *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları, ss. 151-177.
- ÖZENSEL, Ertan (2012) “Kentleşme ve Suç”, *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- ÖZGENCİL YILDIRIM, Sercan (2010) “İstanbul: Dünden Bugüne Kamusalın Özelin Tahakkümüne Doğru Genel Bir Bakış”, *İdealkent: Mahalle*, S.2, Ankara: Ankara Okulu, ss. 38-63.
- ÖZGÜR, Ertuğrul Murat, YASAK, Üzeyir (2009) “Şehir İçi İkametgâh Hareketliliğine Kuramsal Bir Bakış”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 7 (1), ss.39-50,  
<http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/33/956/11829.pdf> adresinden 15.01.2015 tarihinde erişildi.
- ÖZSAN, Gül (2010), “Eşraf Ailelerinin Statü Kazanma Mücadelelerinde Kadınların Rolü”, *Toplum ve Bilim Sayı*. 118, İstanbul: Birikim Yayınları, ss.59-91.

- ÖZTÜRK, Nurettin, FİTÖZ, Esra (2009) “Türkiye’de Konut Piyasasının Belirleyicileri: Ampirik Bir Uygulama”, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 5, Sayı 10, ss.21-46. <http://apache.beun.edu.tr/index.php/zkesbe/article/view/197/146> adresinden 15.01.2015 tarihinde erişildi.
- ÖZTÜRK, Musa (2012) “Kamusallık, Tüketim Kültürü ve AVM’ler”, *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- ÖZTÜRK, Musa (2013) “Kapitalizmin Arzu Üzerinden Üretimi ya da Arzunun Nesneleş(tiril)mesi”, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 12, Sayı: 44, ss. 151-180. <http://dergipark.ulakbim.gov.tr/esosder/article/view/5000068574> adresinden 20.02.2015 tarihinde erişildi.
- ÖZYURT, Cevat (2007) “Yirminci Yüzyıl Sosyolojisinde Kentsel Yaşam”, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, C. 10, S. 18, ss. 111-126. <http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c10s18/makale/c10s18m6.pdf> adresinden 03.06.2014 tarihinde erişildi.
- PAKULSKİ, Jan (2014) “Bir Sınıf-Sonrası Analizin Esasları”, (Çev. Barış Yıldırım), *Sınıf Analizine Yaklaşımlar*, (Ed. Eric Olin Wright), (Çev ve Ed. Vefa Saygın Öğütle), Ankara: Notabene Yayınları.
- PALABIYIK, Adem (2012) “Muş: Bir Kentsel Mekân Okuması”, *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- PARETO, Vilfredo (2013) *Seçkinlerin Yükselişi ve Düşüşü –Kuramsal Bir Sosyoloji Uygulaması-* (Çev. Merve Zeynep Doğan), Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- PAQUOT, Thierry (2010) *Lükse Övgü*, (Çev. Orçun Türkay), İstanbul: Can Yayınları.
- PEROUSE, Jean François, DANIŞ, A. Didem (2005) “ Zenginliğin Mekânda Yeni Yansımaları: İstanbul’da Güvenlikli Siteler”, *Toplum ve Bilim*, S:104, İstanbul: Birikim Yayınları.
- PEROUSE, Jean François (2012) “Kapalı Dikey Rezidanslar ve Üst Sınıfların Merkeze Koşullu Dönüş Eğilimi: Eleştirel Bir Değerlendirme”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S. 6, Ankara: Ankara Okulu, ss. 84-95.

- PINARCIOĞLU, Nihal Şirin, KANBAK, Ayşegül, ŞİRİNER, Makbule (2013) “Kent Kuramları”, *Türkiye Perspektifinden Kent Sosyolojisi Çalışmaları*, (Ed. Örgen Uğurlu), İstanbul: Örgün Yayınevi.
- PINÇON, Monique, PINÇON- CHARLOT, Michel (2012) *Burjuvazinin Sosyolojisi*, (Çev. Hande Turan Abadan), Ankara: Epos Yayınları.
- PROLE. INFO (2013) *Ev Canavarı*, (Çev. Deniz Esen), (Yay. Haz. Melis İnan ve Arzu Taghan), İstanbul: Otonom Yayıncılık.
- RİTZER, George (2011) *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek –Tüketim Araçlarının Devrimcileştirilmesi-*, (Çev. Şen Süer Kaya), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ROBİNS, Kevin (1999) *İmaj. -Görmenin Kültür ve Politikası*, (Çev: N. Türkoğlu), İstanbul: Ayrıntı.
- ROITMAN, Sonia (2010) “Gated Communities: Definitions, Causes and Consequences”, *Urban Design and Planning* 163, p. 31-38. [http://www.academia.edu/3617458/Roitman\\_S.\\_2010\\_Gated\\_Communities\\_definitions\\_causes\\_and\\_consequences\\_.Urban\\_Design\\_and\\_Planning\\_IC\\_E\\_Vol.\\_163\\_DP1\\_March\\_pp.\\_31-38](http://www.academia.edu/3617458/Roitman_S._2010_Gated_Communities_definitions_causes_and_consequences_.Urban_Design_and_Planning_IC_E_Vol._163_DP1_March_pp._31-38) adresinden erişildi.
- SABAH KIYAN, Şenay (2013) “Kimlik ve Tüketim İlişisini Tersinden Düşünmek: Lüks Ürünlerin taklitleri ile Kimlik Oluşturma”, *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 5, Sayı 1, ss. 53-78. <http://betadergi.com/uploads/pdf/kimlik-ve-tuketim-iliskisini-tersinden-dusunmek-luks-urunlerin-taklitleri-ile-kimlik-olusturma-1.pdf> adresinden 20.02.2015 tarihinde erişildi.
- SALA, Bedir (2009) *Türkiye’de Seçkin Sınıflar ve Siyasal Yapı*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- SAM, Neslihan, SAM, Rıza (2012) “Örgütlenemeyen Bağımlı Kentlerin Kronikleşen Benzerlikleri”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- SAVAŞ YAVUZÇEHRE, Pınar, ŞAHİN, Murat (2012), “Türkiye’den Kentsel Dönüşüm: Gelişimi, Hukuki Dayanakları ve Sorunları”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- SENNETT. Richard (2008) *Ten ve Taş, Batı Uygarlığında Beden ve Şehir*, (Çev. Tuncay Birkan), İstanbul: Metis Yayınları.

- SENNETT, Richard (2010) *Kamusal İnsanın Çöküşü*, (Çev. Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SIMMEL, Georg (1999) *Sociologie*, PUF, Paris.
- SIMMEL, Georg (2012) “Metropol ve Zihinsel Yaşam”, (Çev. Bahar Öcal Düzgören), *Cogito Kent ve Kültürü*, Sayı 8, Yaz 1996, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- SIMMEL, Georg (2014) *Paranın Felsefesi*, (Çev. Yavuz Alagon ve Öykü Didem Aydın), İstanbul: İthaki Yayınları.
- SİPAHİ, Esra Banu (2012) “Yeni” Liberalizmin “Yeni” Yaşam alanları Olarak Güvenlikli Siteler: Konya Örneği”, *İdealkent: Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler*, S. 7, Ankara: Ankara Okulu, ss. 110-135.
- SMITH, Adam (2011) *Ulusların Zenginliği II*, (Çev. Metin Saltoğlu), Ankara: Palme Yayıncılık.
- SOMBART, Werner (2011) *Burjuva –Modern Ekonomi Dönemine Ait İnsanın Ahlaki ve Entelektüel Tarihine Katkı*, (Çev. Oğuz Adanır), Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- SOJA, Edward (1996) “Afterword”, *Stanford Law Review* 48 (5), ss. 1421-1429.
- SØRENSEN, Aage B. (2014) “Rant Temelli Bir Sınıf Analizinin Esasları”, (Çev. Aydın Gelmez), *Sınıf Analizine Yaklaşımlar*, (Ed. Eric Olin Wright), (Çev. ve Ed. Vefa Saygın Öğütle), Ankara: Notabene Yayınları.
- SÖYLEMEZ, Yüksel (2013) *Görgüsüzlük Çağı*, Ankara: ODTÜ Yayıncılık.
- SUĞUR, N. (2008) “Eğitim ve Toplumsal Hareketlilik”, *Eğitim Sosyolojisi ve Felsefesi*, (Ed. A. Boyacı), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ŞAHİN, Burak, AÇIKALIN, Neriman (2012) “Güvenlik Mitinin Mekânsal Tezahürü Olarak Güvenlikli Siteler: La Zona Analizi”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S. 6, Ankara: Ankara Okulu, ss.242-255.
- ŞEN, Besime (2005) “Soylulaştırma: Kentsel Mekânda Yeni Bir Ayrışma Biçimi”, *İstanbul’da Kentsel Ayrışma*, (Haz. Hatice Kurtuluş), İstanbul: Bağlam Yayınları.
- ŞENGÜL, Tarık (2010) “Diyarbakır Paris Olmasın!”, [http://www.birgun.net/writer\\_2010\\_index.php?category\\_code=1263903725&news\\_code=1290603352&year=2010&month=11&day=24](http://www.birgun.net/writer_2010_index.php?category_code=1263903725&news_code=1290603352&year=2010&month=11&day=24) adresinden 7.06.2013 tarihinde erişildi.

- ŞİMŞEK ÇAĞLAR, Ayşe (2003) “İki Elde Bir Sehpa”, *Kültür Fragmanları – Türkiye’de Gündelik Hayat-*, (Yay. Haz. Kandiyoti, D, Saktanber A.), (Çev. Zeynep Yelçe), İstanbul: Metis Yayınları, ss.293-307.
- TANÜLKÜ, Başak (2012) “Güvenlikli Siteler Arası Rekabet: “Ahlaklı Kapitalizm”in Kimlik Üzerindeki Etkisi”, *İdealkent: Güvenlikli Siteler, Sosyo-Mekânsal Ayrışmanın Yeni Biçimleri*, S. 6, Ankara: Ankara Okulu, ss.124-153.
- TAŞÇI, Hasan (2014) *Bir Hayat Tarzı Olarak Şehir, Mekân, Meydan*, İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- THEODORE, Nik, PECK, Jamie, BRENNER, Neil (2012) “Neoliberal Kentçilik: Kentler ve Piyasaların Egemenliği” (Çev. Şerife Geniş), *İdealkent: Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler*, S. 7, Ankara: Ankara Okulu, ss. 21-37.
- THRİFT, Nigel (2002), “The First Telematic City?”, *Breathing Cities: The Architecture of Movement*, Ed. Nick Barley, 102 - 107, Basel: Birkheuser Press.
- TORLAK, Ömer (2000) *Tüketim, Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü*, İstanbul: İnkılab.
- TORLAK, Soner (2014) “Mekân Meselesine Bir Giriş”, *Mekân Meselesi*, (Çev. ve Ed. Soner Torlak ve Önder Kulak), İstanbul: Tekin Yayınevi.
- TUNCER, Emrah (2014) “İktidarın Mekânsal Fantazmagorisi Alışveriş Merkezleri”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- TURNER, Bryan (1988) *Status*, England: Open University Press.
- TURNER, Bryan (2013) *Eşitlik*, (Çev. Bahadır Sina Şener), Ankara: Dost Kitabevi.
- TÜMTAŞ, Mir Sertaç (2012) *Kent, Mekân ve Ayrışma: Kentsel Mekânda Ayrışma Dinamikleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- TÜRKDOĞAN, Orhan (2011) *Günümüzde Aydınlıktakiler Karanlıktakiler*, İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- TÜRKEŞ, A. Ömer, (2005) “Milenyum Çağı İnsanları”, *Toplum ve Bilim*, S. 104, İstanbul: Birikim Yayınları.
- TÜRKÜN A, KURTULUŞ Hatice (2005) “Giriş”, *İstanbul’da Kentsel Ayrışma*, (Haz. Hatice Kurtuluş), İstanbul: Bağlam Yayınları.

- UĞURLU, Örgen, PINARCIOĞLU, N. Ş, KANBAK, A ve ŞİRİNER, M. (2013) *Türkiye Perspektifinden Kent Sosyolojisi Çalışmaları*, İstanbul: Örgün Yayınevi.
- UĞURLU, Örgen (2013) “Kentlerin Tarihsel Gelişimi”, *Türkiye Perspektifinden Kent Sosyolojisi Çalışmaları*, (Ed. Örgen Uğurlu), İstanbul: Örgün Yayınevi.
- URRY, John (1999) *Mekânları Tüketmek*, (Çev. Rahmi G. Öğdül), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- UYSAL, Ülke Evrim (2012) “Sulukule: Kentsel Dönüşüme Etno-Kültürel Bir Direniş”, *İdealkent: Neoliberalizm ve Kentsel Eşitsizlikler*, S. 7, Ankara: Ankara Okulu, ss. 136-159.
- VEBLEN, Thorstein (2005) *Aylak Sınıfın Teorisi*, (Çev. Zeynep Gültekin ve Cumhur Atay), İstanbul: Babil Yayınları.
- VEREL, Oktay (2013) “Söyleşi Tadında Bir Öndeyiş”, *Lüks ve Markalama -Tüketici Davranışlarında Lüks İmgesi-*, (Yaz. Işıl Zeybek), İstanbul: Beta.
- WALLACE A. Ruth, WOLF, Alison (2012) *Çağdaş Sosyoloji Kuramları Klasik Geleneğin Genişletilmesi*, (Çev. Leyla Elburuz ve M. Rami Ayas), Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- WALLERSTAIN, Immanuel (2007) “11.Yüzyıldan 21.Yüzyıla Kavram ve Gerçeklik olarak Burjuvazi”, *Irk, Ulus, Sınıf –Belirsiz Kimlikler-*, (Ed. Etienne Balibar ve İmmanuel Wallerstein), (Çev. Nazlı Ökten), İstanbul, MetisYayınları, ss. 165-187.
- WATTANASUWAN, Kritsadarat (2003) *The Young Nouveau Riche and Luxury-Brand Consumption*, <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba097/Article/JBA97Kritsadarat.pdf> adresinden erişildi.
- WEBER, Max (2000) *Şehir Modern Kentin Oluşumu*, (Ed. Don Martindale, Gertrud Neuwirth),( Çev. Musa Ceylan), İstanbul: Bakış Yayınları.
- WEININGER, Elliot B. (2014) “Bourdieu’nün Sınıf Analizinin Esasları”, (Çev. Gökçen Ertuğrul), *Sınıf Analizine Yaklaşımlar*, (Ed. Eric Olin Wright), (Çev ve Ed. Vefa Saygın Öğütle), Ankara: Notabene Yayınları.
- WERNICK, Andrew (1996) *Promosyon Kültürü*, (Çev. Osman AKINHAY), Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- WIRTH, Louis (1938), “Urbanism as a Way of Life”, *The American Journal of Sociology*, Vol. 44, N. 1, ss. 1-24. <http://www.uni->

[leipzig.de/~sozio/mitarbeiter/m19/content/dokumente/614/Wirth\\_1938.pdf](http://leipzig.de/~sozio/mitarbeiter/m19/content/dokumente/614/Wirth_1938.pdf)

adresinden erişildi.

- YALÇINTAN, Murat Cemal. (2014) “Yeni Sermaye Birikim Rejimleri ve Kentleşme Süreci”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- YANIK, Celalettin (2012), “Kent Sosyolojisi ve Bölgesel Sabitleme Kavramsallaştırması”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- YANIKLAR, Cengiz (2006). *Tüketimin Sosyolojisi*, İstanbul: Birey.
- YANIKLAR, Cengiz (2010) “Tüketim Kültürü, Kapitalizm ve İnsan İhtiyaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Tartışma”, *C. Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, C. 34, S. 1, ss. 25-32.
- YARDIMCI, Sibel (2014) “Sakatlık ve Mekân İlişkisi Üzerine”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- YASAK, Üzeyir (2012) “Zamansal ve Mekânsal Bir Süreç Olarak Ev”, *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- YAŞAR, M. Ruhat (2013) “Yoksulların Konutla İmtihani: Konut Yoksulluğu”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- YEŞİLIRMAK, Asuman (2014) “Dönüşe Dönüşe Tüklenen ve Yeniden Üretilen Kent ile Kentli”, *Kentleri Savunmak-Mekân, Toplum ve Siyaset Üzerine BirGün’lük Yazılar-*, (Yay. Haz. Gürkan Akgün, Çare Olgun Çalışkan, Esra Kaya ve Aysun Koca), Ankara: Notabene Yayınları.
- YILDIRIM, Ergim (2013) “Yoksul Ailelerde Değerler Değişim: İstanbul Örneğinde Bir Araştırma”, *Kentsel Yoksulluğu Yeniden Düşünmek*, (Ed. Ömer Aytaç ve Süleyman İlhan), Ankara: Birleşik Yayınevi.
- YILDIRIM, H. ve ŞİMŞEK, A. (2005) *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- YILDIZ, Mehmet Zeydin, ZÜMRÜT, M. S. (2012) “Toplu Konut İdaresi(TOKİ)’nin Kentsel Dönüşüme Etkisi ve Konut Üretim Faaliyetlerine Eleştirel Bir Bakış



- (Diyarbakır Kenti Örneği), *Kent Sosyolojisi*, (Ed. Köksal Alver), Ankara: Hece Yayınları.
- YILGÜR, Egemen (2012) *Nişantaşı Teneke Mahallesi Teneke Mahalle Yoksulluğundan Orta Sınıf Yerleşimine*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- YİĞİT, Emin (2012) “Küreselleşen Dünyada Kentsel Alanlar: Mekânla İmtihan”, *Sosyo-Kültürel Farklılık ve Alaşım Mekânları*, (Ed. Neslihan Sam, Rıza Sam), Bursa: Ezgi Kitabevi.
- YURTTAŞ, Sedat (2014) “Diyarbakır-Hazar: “Göl olmasa buralarda yaşayamam”, *Sayfiye Hafiflik Hayali*, (Der. Tanıl Bora), İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- YÜCEŞAHİN, Mustafa Murat, ÖZGÜR, Ertuğrul Murat (2006) “Türkiye’nin Güneydoğusu’nda Nüfusun Zorunlu Yerinden Oluşu: Süreçler ve Mekânsal Örüntü”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 4 (2), ss. 15-35. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/33/139/971.pdf> adresinden 15.01.2015 tarihinde erişildi.
- YÜCEŞAHİN, Mustafa Murat, TUYSUZ, Suat (2011) “Ankara Kentinde Sosyo-Mekânsal Farklılaşmanın Örüntüleri: Ampirik Bir Analiz”, *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 9 (2), ss. 159-188. <http://dergiler.ankara.edu.tr/dergiler/33/1641/17556.pdf> adresinden 15.01.2015 tarihinde erişildi.
- ZENGİN, H. Salih (2015) “85 Zengin= Dünyanın Yarıısı”, Sabah Gazetesi(Pazar), 25 Ocak 2015, s.14
- ZEYBEK, Işıl (2013) *Lüks ve Markalama -Tüketici Davranışlarında Lüks İmgesi-*, İstanbul: Beta.
- ZORLU, Abdulkadir. (2006a) *Üretim Kapitalizminden Tüketim Kapitalizmine Üretim ve Tüketim Teorileri*, Ankara: Glocal Yayıncılık.
- ZORLU, Abdulkadir (2006b) *Modern Tüketim Tarihinden Tüketim Araştırmalarına Tüketim Sosyolojisi*, Ankara: Glocal Yayıncılık.
- ZORLU, Abdulkadir (2008) *Alışveriş Merkezlerini Anlamak*, Ankara: Glocal Yayıncılık.
- ZUKIN, Sharon (2000) Whose Culture? Whose City? In R. T. LeGates & F. Stout (Ed.) *The City Reader*. London and NewYork: Routledge.

## İnternet Kaynakları

“Gelir ve Yaşam Koşulları Araştırması, 2013”  
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16083> adresinden  
 14.02.2014 tarihinde erişildi.

“Diyarbakır’da arsa Fiyatları Uçtu”,  
<http://www.dunyabulteni.net/?aType=haber&ArticleID=149575>  
 adresinden 7.06.2013 te erişildi.

<http://www.haberturk.com/gundem/haber/926221-iste-kurtce-egitim-verecek-ilk-okul>

<http://www.hurriyet.com.tr/egitim/24842820.asp>

<http://www.gecehayati.biz/diyarbakir/>

<http://www.izlesene.com/video/inna-diyarbakira-geliyor/7540347>

<http://www.diyarbakirgundem.com/magazin/inna-diyarbakira-geliyor-h12866.html>

<http://www.ensonhaber.com/ahmet-hakanin-diyarbakir-izlenimi-tango-yapan-kurtler-2014-06-08.html>

<http://www.bugun.com.tr/son-dakika/diyarbakirda-mucize-filminin--haberi/1418898>

“Diyarbakır Kayapınar İlçesi”, <http://tr.wikipedia.org/wiki/Kayap%C4%B1nar>  
 28.04.2015 tarihinde erişildi.

“Diyarbakır’da 150 bin Kişilik Kutlu Doğum Mitingi”,  
<http://www.radikal.com.tr/turkiye/diyarbakirda-150-bin-kisilik-kutlu-dogum-mitingi-1130538> adresinden 14.04.2015 tarihinde erişildi

“Diyarbakır’da Peygamber’e Saygı Mitingine 100 bin Kişi Katıldı”  
<http://www.cnnturk.com/fotogaleri/turkiye/diyarbakirda-peygambere-saygi-mitingine-100-bin-kisi-katildi> adresinden 14.04.2015 tarihinde erişildi

“Türkiye’de Servetin Yüzde 78’i En Zengin Yüzde 10’da”  
<http://www.ensonhaber.com/turkiyede-servetin-yuzde-78i-en-zengin-yuzde-10da-2014-10-14.html> adresinden 14.10.2014 tarihinde erişildi.

“5393 Sayılı Belediye Kanunu 69. Maddesi”  
<https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k5393.html> adresinden 06.05.2015 tarihinde erişildi.

“Diclekent Ataköy Gibi Yükseliyor”, <http://www.diyarinsesi.org/haber/diclekent-atakoy-gibi-yukseliyor-24786.htm> adresinden 6.05.2015 tarihinde erişildi.

## EKLER

### EK 1. ORJİNALLIK RAPORU



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
DOKTORA TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLIK RAPORU

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Nazife GÜRHAN
Öğrenci Numarası	102210201
Enstitü Anabilim Dalı	Uygulamalı Sosyolojisi
Programı	Sosyoloji
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Prof.Dr.Ömer AYTAÇ
Tez Başlığı (Türkçe)	"Diyarbakır'da Yeni Zenginliğin Mekânsal Yansımaları: Diclekent ve Metropol Örneği"

#### SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam .....390..... sayfalık kısmına ilişkin, ...16.../...09.../...2015..... tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallık raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 7'tir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim. Gereğini saygılarımla arz ederim.

Prof.Dr. Ömer AYTAÇ  
Danışmanın Adı-Soyadı  
(İmzası)

Prof.Dr.Ömer AYTAÇ  
Anabilim Dalı Başkanı  
(İmzası)

#### F.Ü.LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ÖĞRETİM YÖNETMELİĞİ

**Madde 41-** Lisansüstü tezleri ile birlikte teslim edilmesi gereken belgeler şunlardır:

- a) Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ve ilgili makale şartını sağladığına dair belgeleri ile birlikte enstitüye teslim edilir.
- b) **Intihal raporu** ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

**EK 2. MÜLAKAT SORU FORMU**

1. Doğum yeriniz?
2. Yaşınız?
3. Diyarbakır'dan başka yerde yaşadınız mı?
4. Kaç yıldır Diyarbakır'da yaşıyorsunuz?
5. (Diyarbakır'a başka bir yerden gelmişse)Diyarbakır'a taşınmaya nasıl karar verdiniz?
6. Mesleğiniz nedir? Varsa eşinizin mesleği nedir?
7. Evinizde hangi dil/diller konuşuluyor?
8. Eğitim durumunuz nedir?
9. Daha önce nerede(hangi mahallede) oturuyordunuz? Ne kadar süre oturdunuz?
10. Önceki konutunuzun nitelikleri nasıldı?
11. Bu semte taşınma nedeniniz? Neden burayı tercih ettiniz?
12. Eski mahallenizden (eski oturduğunuz apartmandan) bu siteye geldiğinizde yaşamınızda ne gibi değişimler oldu?
13. Eski mahallenizdeki/semtinizdeki hayatınızla buradaki hayatınızı karşılaştırabilir misiniz?
14. Kendinizi burada nasıl hissediyorsunuz?
15. Kendinizi tanıtırken sitenin adıyla mı tanıtıyorsunuz? Nerde oturuyorsun derken site adını mı mahalle adını mı söylüyorsunuz?
16. Bu sitede yaşadığınız için kendinizi farklı (seçkin, özel vb.) hissediyor musunuz? (diğer insanlara göre)
17. Bu siteyi kentteki diğer mahalle/semtlere göre nasıl değerlendiriyorsunuz?
18. Oturduğunuz siteyi kentin diğer yerlerine göre nasıl tarif edersiniz?
19. Siteden beklentileriniz neler?
20. Sitenizden memnun musunuz veya siteden taşınmayı düşünüyor musunuz?
21. Tekrar bir tercih yapmanız gerekirse yine bu siteyi mi tercih edersiniz?
22. İmkânınız olsa daha lüks bir konuta taşınmak ister misiniz?
23. Site yaşamını yakınlarınıza tavsiye ediyor musunuz?
24. Sizce sitede oturanların taşınması gereken ortak özellikler var mı? Nelerdir? Peki siz sitenin içinde bulunduğu mahalleyi ve mahalle sakinlerini nasıl değerlendiriyorsunuz?

25. Komşularınızla ilişkileriniz nasıl? Ne sıklıkla görüşüyorsunuz?
26. Az veya hiç görüşmediğiniz komşularla görüşmeme nedeniniz?
27. Eski oturduğunuz mahalleyle şimdi oturduğunuz semt arasında komşuluk ilişkilerini karşılaştırabilir misiniz? Farklılıklar, benzerlikler neler?
28. Mahalleyle olan ilişkileriniz nasıl?
29. Eski oturduğunuz mahalleyle şimdi oturduğunuz mahalleyi karşılaştırabilir misiniz?
30. Sitede kendinizi güvenli hissediyor musunuz?
31. Sizce sitede alınan güvenlik önlemleri yeterli mi?
32. Bu semtte kimler oturuyor? Burada oturanları nasıl tarif edersin?
33. Burada insanlar vakitlerini daha çok hangi mekânlarda geçiriyorlar? Veya hangi mekânlara hiç gitmezler? Neden
34. Burada yaşayan insanlar mekân seçimlerini neye göre yapıyorlar?
35. Siz vakit geçireceğiniz yerleri neye göre seçersiniz? Şehirde nerelere gidersiniz? Neden? Nerelere gitmezsiniz? Neden?
36. Oturduğunuz evden tutun da gittiğiniz kuaför veya yemek yediğiniz restoran seçimini neye göre yapıyorsunuz?
37. Örneğin arkadaşlarınızla buluşmak istediğinizde mekânın neresi olduğu sizin için önemli mi? Önemliyse neden? Önemsizse neden?
38. Alışverişlerinizi nerede yaparsınız?
39. Burada oturan insanlar genellikle alışverişlerini nerede yaparlar?
40. Harcamalarınızdaki en büyük kalem nedir? ( Eğitim, Yeme-içme, seyahat, giyim, otomobil, güzellik, ev dekorasyonu vs.)
41. Sizce burada oturan insanların harcamalarındaki en büyük kalem nedir?
42. Yeme-içme tercihleriniz nasıl?
43. Ailece dışarı çıktığınızda ne tür yerlere gidersiniz?
44. Eğlence mekânlarında nereleri tercih edersiniz?
45. Sağlık hizmetlerinin alımında tercihinizi ne belirler?
46. Giyimde tercihleriniz neler? Özel bir marka tutkunu musunuz?
47. Tatil tercihlerinizi nasıl belirliyorsunuz? Tatilde genellikle nerelere gitmeyi tercih ediyorsunuz?
48. Araba tercihiniz nasıl?

49. Yurtdışı seyahatlerine gider misiniz? Nereleri tercih edersiniz? Ne sıklıkla gidirsiniz?
50. Herhangi bir kulübe üyeliğiniz var mı?
51. Kulüp faaliyetlerine katılır mısınız?
52. Sinema, tiyatro, konser, festival gibi faaliyetlere katılır mısınız?
53. Ne sıklıkla katılırsınız?
54. Sizce burada yaşayan insanlar bu tür faaliyetlere sık katılırlar mı?
55. Özel bir koleksiyona sahip misiniz?
56. Çocuğunuzun/çocuklarınızın eğitiminde nelere dikkat edersiniz?
57. Sizce bir zenginlik özellikleri nelerdir? Tarif eder misiniz?
58. Diyarbakır'daki yeni zenginliği nasıl tanımlayabiliriz? Kimdir bunlar?
59. Sizce Diyarbakır'daki zenginlik aileden miras kalan mı yoksa sonradan elde edilen bir zenginlik midir?
60. Siz yukarıda anlattığınız durumda kendinizi nerede görüyorsunuz?
61. Kendinizi mensup gördüğünüz sınıfın özellikleri nelerdir?
62. Sizce sonradan görme zenginliğin özellikleri nelerdir? Tarif eder misiniz?
63. Buraya taşındıktan sonra tavırları ve kişilikleri değişen komşular görüyor musunuz?
64. Sizce burada oturmak ya da zengin olmak eskiye oranla dünyaya bakışınızda veya karakterinizde bir değişiklik yarattı mı?
65. Diyarbakır'daki yeni zenginleri diğer şehirlerdeki zengin olarak gördüğünüz insanlarla karşılaştırdığınızda varsa benzer veya farklı yönlerini tarif eder misiniz?
66. Diyarbakır'daki yeni zenginlerin zenginliklerini daha çok ne üzerinden gösterdiklerini düşünüyorsunuz? (Mekân mı, tüketim mi vs. )
67. Bu tanımladığınız zenginlerin din ile ilişkilerini nasıl tanımlarsınız?
68. Dinle aranınız nasıl? Dini görevleri yerine getiriyor musunuz?
69. Kendinizi dindar olarak görüyor musunuz?
70. Burada oturanların dini hassasiyetleri var mı?
71. Sizce zenginlik burada yaşayan insanlara yeni bir ahlak anlayışı getirmekte midir?
72. Yoksul insanlar hakkında ne düşünüyorsunuz?
73. Yoksullara yardım eder misiniz?

74. Burada yaşayanların yoksullara karşı tutumu nasıl?
75. Herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye misiniz? Üye iseniz aktif olarak faaliyetlere katılıyor musunuz?
76. Herhangi bir siyasi partiye üye misiniz? Üye iseniz aktif olarak faaliyetlere katılıyor musunuz?



## EK 3. KATILIMCI LİSTESİ

Kod	Yaş	Cinsiyet	Doğum yeri	Eğitim Durumu	Meslek/Eşinin Mesleği	Kaç yıldır Diyarbakır'da Yaşiyor?	Diyarbakır'a Taşınmaya nasıl karar verdi?	Evde konuşulan dil veya diller	Nerede oturuyor?
G.1	33	Kadın	Ergani	Üniversite	Kuran Kursu Hocası/ Avukat	11 yıl	İş ve evlilik dolayısıyla	Türkçe/Kürtçe	Diclekent/Şark Konakları
G.2	47	Kadın	Diyarbakır merkeze bağlı Üçok köyü	İlkokul	Ev hanımı/ Elektrik Elektronik bölümü	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe/Kürtçe Eşle Kürtçe, Çocuklarla Türkçe	Hevidar 2 Sitesi
G.3	35	Kadın	Azerbaycan	Üniversite	Ev hanımı/ Müteahhit	12 yıl	Eşinden dolayı burada işi.	Türkçe, Azerice, Kürtçe	Ataşlar sitesi
G.4	32	Kadın	Diyarbakır-Hazro	Üniversite	Arkeolog/Memur	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe/Kürtçe	
G.5	30	Kadın	Mersin	Yüksek Lisans	Öğretmen	5 yıl	Tayin nedeniyle	Genelde Türkçe	
G.6	37	Kadın	Erzurum	Üniversite	Kuran Kursu Hocası/ Aile ve Sosyal Politikalar İl Müdürü	6 yıl	Eşimin işi nedeniyle	Türkçe	
G.7	23	Erkek	Nusaybin	Üniversite Öğrencisi	Öğrenci	17 yıl	Babasının işinden dolayı	Türkçe/Kürtçe	
G.8	33	Kadın	Isparta	Üniversite	Doktor/ Müteahhit	8 yıl	Eşi ve işi gereği	Türkçe	Mega İnşaat Eyüp Anday Sitesi 75 Metre
G.9	34	Kadın	Ergani	Üniversiteden terk.	Peuogut müşteri ilişkileri/veteriner hekim	11 yıl	İş gereği	Türkçe Kürtçe bilmiyorlar	Green Park 1
G.10	40	Kadın	Muş-Varto	Üniversite	Sosyolog/Öğretmen	16 yıl	Kendimize yakın gördüğümüz şehir olduğu için	Türkçe/Kürtçe	
G.11	30	Kadın	Adıyaman	Üniversite	Sosyolog/Sosyolog	8 yıl	Eşimin memleketi	Türkçe/Kürtçe	
G.12	56	Kadın	Diyarbakır	Lise	Ev Hanımı/Doktor	30 yıl	Memleket	Ana dili Kürtçe/ Türkçe	
G.13	37	Erkek	Diyarbakır-Çermik	Üniversite	Öğretmen/Öğretmen	9 yıl	Tayin nedeniyle	Türkçe, çok nadiren Zazaca	75 Metrede



G.14	31	Kadın	Diyarbakır	Üniversite	Öğretmen/Öğretmen	Doğduğundan beri	Memleket	Sadece Türkçe. Annesi Kürtçe, kayınvalidesi Zazaca	Metropol
G.15	38	Kadın	Siirt-Eruh	Üniversite	Öğretmen/Özel Sektör	15 yıl	Eşinin memleketi	Türkçe. Sadece eşinin akrabaları olunca Zazaca	Metropol
G.16	42	Erkek	Diyarbakır	Üniversite	Öğretmen/Öğretmen	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe ve Kürtçe	
G.17	38	Kadın	Diyarbakır	Üniversite	Öğretmen/ Bilgisayar Mühendisi	20 Yıl	Memleketi olduğu için	Sadece Türkçe( Kürtçe Bilmiyorlar)	75 Metre Eva 21 Sitesi
G.18	38	Kadın	Şanlıurfa-Siverek	Üniversite	Mimar/ Öğretmen	30 yıl	Eşi ve işi dolayısıyla	Ağırlıklı Türkçe, biri gelince Kürtçe	Gök Kuşağı Evleri
G.19	29	Kadın	Diyarbakır	Üniversite	Öğretmen	Doğduğundan beri	Memleket	Zazaca ve Türkçe	Welat sitesi
G.20	35	Erkek	Diyarbakır	Üniversite	Öğretmen/Öğretmen	25 yıl	Aile Büyükleri ve kardeşler/ Memleket	Zazaca ve Türkçe	
G.21	45	Erkek	Diyarbakır'a bağlı Şahapoğlu Köyü	Üniversite	Öğretmen/ Ev Hanımı	17 yıl	Memleket	Türkçe	75 Metre
G.22	44	Kadın	Diyarbakır Bismil	İlkokul	Ev hanımı	Doğduğundan beri	Memleket	Kürtçe-Türkçe	
G.23	42	Erkek	Diyarbakır	Üniversite	Emlakçı (Öğretmen)/ Ev hanımı	Doğduğundan Beri	Memleket	Kürtçe- Türkçe	75 Metre
G.24	50	Erkek	Mardin	Ortaokul	Emlakçı/Ev hanımı	35 yıl	İş dolayısıyla	Kürtçe/Türkçe	
G.25	55	Erkek	Diyarbakır	İlkokul	Emlakçı/ Ev hanımı	Doğduğundan beri	Memleket	Kürtçe/Türkçe	
G.26	32	Erkek	Diyarbakır	Lise	Emlakçı/ Ev hanımı	Doğduğundan beri	Memleket	Kürtçe/Türkçe	75 Metre
G.27	33	Erkek	Ergani	Üniversite	Müteahhit/ Doktor	Ergani'den Diyarbakır merkeze 1997 yılında geldi. (17 yıl)	İş dolayısıyla	Türkçe	75 Metre Mega İnşaat Eyüp Anday Sitesi
G.28	42	Kadın	Bismil	Lise	Sözleşmeli Memur/Memur	5 yıl	Tayin nedeniyle	Türkçe/ Zazaca	75 Metre
G.29	45	Kadın	Diyarbakır	İlkokul	Ev Hanımı/ İş Makineleri şirketi var. İhale yapıyor.	Doğduğundan beri	Memleket	Kürtçe/Türkçe (Ağırlıklı Kürtçe)	

G.30	38	Erkek	Diyarbakır	Üniversite	Kuyumcu, Marangoz, İnşaat teknikeri, Bilgisayar, Elektrik-elektronik/ Ev Hanımı	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe/Kürtçe (Ağırlıklı Türkçe)	
G.31	39	Erkek	Diyarbakır-Silvan	Lise-Açıktan okuyor	Kapıcı/ Ev hanımı	8 yıl	Tütün üretiminin devlet tarafından kotalaştırılmasıyla işsiz kalmış. İş nedeniyle Diyarbakır'a gelmiş	Kürtçe/Türkçe (Kürtçe Ağırlıklı)	
G.32	30	Kadın	Elazığ	Üniversite	Ev Hanımı/ Elektrik Elektronik Mühendisi	10 yıl	Eşinin Memleketi	Türkçe	Çeysa 6
G.33	40	Erkek	Mardin- Kızıltepe	Üniversite	Müteahhit/Mimar	14 yıl	İş nedeniyle	Türkçe	Gök kuşağı evleri
G.34	43	Erkek	Mardin	Üniversite	İnşaat Mühendisi, Müteahhit/ Ev hanımı	Doğduğundan beri	İş nedeniyle	Türkçe/Kürtçe (Ağırlıklı Türkçe)	
G.35	40	Erkek	Diyarbakır- Bismil	Üniversite	Müteahhit/ Ev hanımı	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe/Kürtçe (Ağırlıklı Türkçe)	
G.36	38	Erkek	Mardin	Üniversite	Gelir Uzmanı/memur	6 yıl	Tayin	Türkçe	
G.37	50	Erkek	Diyarbakır	Üniversite	Memur/ Ev hanımı	10 yıl	Çocukların okumaları için	Türkçe ve Kürtçe	
G.38	49	Erkek	Diyarbakır	Üniversite	Maliyeci/ Ev Hanımı	47 yıl	Memleket	Türkçe ve Kürtçe	
G.39	44	Erkek	Diyarbakır	Yüksekokul	Memur/memur	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe	
G.40	46	Erkek	Diyarbakır	Üniversite	Memur/ ev Hanımı	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe ve Kürtçe	
G.41	45	Erkek	Diyarbakır	Lise	Memur/Memur	30	Memleket	Türkçe	
G.42	38	Erkek	Diyarbakır	Lisans	Memur/ev hanımı	25	Memleket	Türkçe ve Kürtçe	
G.43	58	Erkek	Ergani	Üniversite	Memur	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe ve Kürtçe	
G.44	27	Kadın	Diyarbakır	Yüksek Lisans	Gelir Uzman Yardımcısı	2 yıl	İş dolayısıyla	Türkçe ve Kürtçe	

G.45	43	Kadın	Hakkari	Üniversite	Memur/memur	5 yıl	Eş durumundan	Türkçe ve Kürtçe	
G.46	47	Kadın	Hilvan	Açık Öğretim	Memur	Doğduğundan beri		Türkçe ve Kürtçe	
G.47	43	Kadın	Diyarbakır		Memur/Bankacı	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe	
G.48	48	Kadın	Diyarbakır	Yüksekokul	Memur/memur	35 yıl	Memleket	Türkçe ve Kürtçe	
G.49	36	Kadın	Diyarbakır	Lisans	Gelir Uzmanı/SMMM	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe	
G.50		Kadın	Diyarbakır-Hani	Önlisans	Memur	Doğduğundan beri	Memleket	Türkçe ve Kürtçe	
G.51	36	Kadın	Cizre	Üniversite	Gelir uzmanı	18 yıl	Babasının tayini dolayısıyla		

## ÖZGEÇMİŞ

1983 tarihinde Kırıkkale’de dünyaya geldim. İlk, orta ve lise eğitimimi Kırıkkale’de tamamladım. 2003 yılında Dicle Üniversitesi İlahiyat Fakültesini bitirdim. 2005 yılında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Eğitimi Bilim dalında tezsiz yüksek lisans yaptım. 2005 ve 2009 yılları arasında Kırıkkale ve Diyarbakır’ın çeşitli okullarında Din Kültürü ve Ahlak Bilgisi öğretmenliği yaptım. 2010 yılında Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı Din Sosyolojisi bilim dalında yüksek lisansımı bitirdim. 2011 yılında Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim dalında başladığım doktora eğitimime halen devam ediyorum.

2009 yılından beri Mardin Artuklu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Sosyoloji Bölümünde araştırma görevlisi olarak çalışmaktayım. Evli ve bir çocuk annesiyim.