

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM TASARIMI VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ ANABİLİM
DALI
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE REKLAMCILIK BİLİM DALI

MEKÂN VE İDEOLOJİ BAĞLAMINDA KİMLİK: KOCAELİ
ÖZELİNDE ÜST KÜLTÜR MEKÂNLARINA YÖNELİK SÖYLEM
ÇÖZÜMLEMESİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Merve TİĞCİOĞLU

KOCAELİ 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM TASARIMI VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ ANABİLİM
DALI
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE REKLAMCILIK BİLİM DALI

MEKÂN VE İDEOLOJİ BAĞLAMINDA KİMLİK: KOCAELİ
ÖZELİNDE ÜST KÜLTÜR MEKÂNLARINA YÖNELİK SÖYLEM
ÇÖZÜMLEMESİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Merve TİĞCİOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Akın DEVECİ

KOCAELİ 2019

T.C. KOCAELİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İLETİŞİM TASARIMI VE BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ ANABİLİM DALI
GÖRSEL İLETİŞİM TASARIMI VE REKLAMCILIK BİLİM DALI

MEKÂN VE İDEOLOJİ BAĞLAMINDA KİMLİK: KOCAELİ ÖZELİNDE ÜST
KÜLTÜR MEKÂNLARINA YÖNELİK SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

Tezi Hazırlayan: Merve TİĞCİOĞLU

Tezin Kabul Edildiği Enstitü Yönetim Kurulu Karar ve No: 26.06.2019/18

Jüri Başkanı: Dr. Öğr. Üyesi Alan Deniz Akman

Jüri Üyesi: Prof. Dr. Emel Karagöz

Jüri Üyesi: Dr. Öğr. Üyesi Fatih Turan Yaman

KOCAELİ 2019

İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	i
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
SİMGE VE KISALTMALAR.....	v
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KENT, MEKÂN VE KİMLİK İLİŞKİSİNE YÖNELİK KAVRAMSAL ÇERÇEVE	3
1.1. CHİCAGO OKULU KENT YAKLAŞIMI.....	13
1.2. KENT VE MEKÂN İLİŞKİSİ	16
1.3. ÇOK KİMLİKLİLİK VE TOPLUMSALLAŞMA.....	20
1.4. TOPLUMSALLAŞMA VE MEKÂN İLİŞKİSİ	26
1.4.1. Kıraathaneler	31
1.4.2. İbadethaneler	35
1.4.3. Kamusal Alan	37
1.4.4. Eğlence ve Yaşam Alanları.....	40
1.5. İDEOLOJİ VE MEKÂN İLİŞKİSİ.....	43
1.6. TOPLUMSALLAŞMADA İDEOLOJİ VE MEKÂN ETKİSİ.....	49

İKİNCİ BÖLÜM

2. TOPLUMSALLAŞMADA TÜKETİM ANLAYIŞINA YÖNELİK KAVRAMSAL ÇERÇEVE	60
2.1. TOPLUMSALLAŞMA SÜRECİNDE MEKÂN TÜKETİMİ.....	63
2.2. MODERN VE POSTMODERN DÖNEMDE MEKÂN TÜKETİMİ...67	
2.3. KENT MEKÂNLARININ METALAŞMASI.....	70
2.4. TOPLUMSALLAŞMA VE YAŞAM TARZI İLİŞKİSİ	74
2.4.1. Yaşam Tarzı ve Tüketim İlişkisi	80

2.4.2. Tüketim Nesnesi Olarak Mekân Kullanımı.....	82
--	----

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMANIN AMACI	87
3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	87
3.2. KOCAELİ YERELİ ÜST KÜLTÜR MEKÂNLARINA YÖNELİK SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİ	88
3.3. ÇÖZÜMLEME SONUÇLARI.....	89
SONUÇ	121
KAYNAKÇA	126

ÖZET

Üretim ilişkilerinin değişmesi, toplumların kültürel biçimlenişinin de değişmesine sebep olmuştur. Kent ve kentli olmak kavramlarının önem kazanması, kentsel mekânların da önem kazanmasına, mekânların birer tüketim nesnesine dönüşmesine imkân vermiştir. Kent kültürünün bireyler üzerindeki tahakkümü sonucu, modern dönemde bireylerin kimlik ve yaşam tarzı ile kendilerini ifade ettikleri görülmektedir.

Bu bağlamda hazırlanan çalışmanın ilk bölümünde, kent, mekân ve kimlik kavramları sosyolojik açıdan ele alınarak, toplumsallaşma sürecine olan etkileri açıklanmıştır. İkinci bölümde, tüketim anlayışına bağlı olarak, bireylerin gerçekleştirdikleri mekân tüketimleri ve bu tüketime bağlı olarak yaşam tarzının, tüketim ile olan ilişkisi açıklanmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise ilk iki bölüm temel alınarak, Kocaeli içerisinde tüketim nesnesi haline gelen mekânların, bireyler tarafından ne amaçla kullanıldığı, bireylerin yaşam tarzlarını ifade edebilmek için seçtiği mekânlar ve bu mekânları seçmelerindeki sebepler araştırılmıştır. Veri toplama yöntemi olarak görüşme tekniği kullanılarak, farklı yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve meslek gruplarına sahip olan on katılımcı ile görüşülmüş, elde edilen bilgiler söylem çözümlemesi tekniği ile analiz edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: kent, tüketim, kimlik, yaşam tarzı, söylem, söylem analizi

ABSTRACT

Changes in production relations, caused changes in communities cultural formation. The importance of town concept and urbanizations concept, being importance also urban places, enabled the places turn into of consumptions objects. Consequences on individuals of urban culture, seem in the modern period they mean individuals identity and lifestyle tih themselves. Consequences on individuals of urban culture, seem in the modern period they mean individuals identity and lifestyle on themselves.

İn this context prepared study first part it is disclosed ,city, urban place and identity concept in sociologically effects on socialization process. Second part, it is disclosed the relationship between lifestyle and consumption individuals perform place consumption and it depending of consumption. İn the third part of study first and second part based on, it was investigated their reasons, of choose the urban places, used as consumption object of urban places in Kocaeli, as used by individuals what purposes and choose urban places can to phrase for lifestyle on individuals. İt selecting interview technique as data collecting method, it analyzed with discourse analysis to obtained informations, ten participant was interniewed different has their age, gender, educational status and job groups.

Key Words: town, consumption, identity, lifestyle, discourse, discourse analysis

SİMGE VE KISALTMALAR

AVM: Alışveriş Merkezi

Vb.: Ve benzeri.

Vs.: Ve saire.



GİRİŞ

Kültür kavramının yüzyıllar boyu insanoğlunun hayatında önemli ve kimi zamanda belirleyici konumda bulunması, toplumların yaşayış biçimlerini oluşturmalarının da temel dinamiğini oluşturmaktadır. Bireyin kimlik inşasının oluşumunda da önemli etkisi olan kültür kavramının bileşenlerine baktığımızda, karşımıza çıkan dini inanış, ideoloji ve kimlik gibi kavramların birbirlerinden etkilendikleri görülmektedir.

Sanayi devrimi ile olgunlaşma sürecine girerek kendisinden daha çok bahsettiren modernizm kavramının, mevcut toplumsal yapılanmanın formasyona uğraması, kültürel yaşantının da kökten değişmesine sebebiyet vermiştir. Ulaşım, iletişim ve teknoloji alanlarında gerçekleşen tüm yenilikler ve dönüşümler, en temelde insanoğlunun daha iyi ve rahat yaşam koşullarına sahip olabileceği düşüncesi ile ivme kazanarak, toplumların evrilme sürecini başlatmıştır. Yaşanan tüm bu yenilikler toplumların birbirlerinden haberdar olmalarına ve birbirleri hakkında bilgi sahibi olmalarına imkân vererek farklı toplumların bir araya gelmelerini de sağlamıştır.

Yaşam alanlarının kırsaldan kentsel düzeye geçmesi, kırsal alandaki yaşayış pratiklerinin kentsel alana yorumlanarak gerçekleşmesi sağlamış, sanayi devrimi ile ortaya çıkan modern kentler toplumların bu yönde değişmelerini gerekli kılmıştır. Aydınlanma ile başlayan modern sürecin, insanoğlunun yaşadığı dünya üzerindeki tüm olayları akılcı bir yolla açıklayabilme ve kontrol edebilme düşüncesi, hâkimiyet hissi ve ihtiyacından dolayı tek tip bir toplum yaratma arzusunun ortaya çıkmasına sebep olmuştur. En basit hali ile kişinin kendisini ifade etmesi olarak tanımlanabilecek olan kimlik kavramı, modern öncesi dönemde tek başına din olgusuna tekabül ederken, modern dönemde çok boyutlu olarak ele alınmaya başlanmıştır.

Modern dönemde toplum tarafından bireye aktarılan bir kavram olmaktan çıkarak, bireyler tarafından inşa edilmesi gerekli kılınan kimlik kavramı, bireyin kültürel öğretilerinden, dini inanışından, ideolojisinden beslenerek, bireyin kendisini sosyal yaşantı içerisinde sunumlamasına olanak vermiştir. Post modern dönem ile birlikte yerel kültürlerin önem kazanması dolayısıyla ile kimliklerin de çoğulluğu ön plana çıkarak farklılıkların bir arada yaşamaları ve toplumsal biçimlenişin de yeni bir hal aldığı görülmüştür.

Kent kavramı ile birlikte değişen toplumsal biçimleniş, sosyal yaşamda bireylerin gündelik pratiklerini de etkilemiş, tüketim anlayışlarının ve uygulamalarının da değişmesine imkân vermiştir. Tüketim artık bireyler için kimliklerini ifade edebildikleri, sosyal yaşama katılabilmenin ön koşulu olarak görülmüş ve bireylerin gerçekleştirmeleri gereken bir gereklilik haline dnşmştir. Modern kentler içerisinde çeşitli ihtiyaçlara yönelik olarak kurgulanan ve bireylerin katılım sağladıkları mekânlar, birer kullanım nesnesi olmaktan çıkararak tüketim nesnesine dönüşerek metalaşmaya başlamış, bireyler için bir mütekabiliyet aracı olmuştur.

Kimliği ile kendisini sosyal yaşama adapte eden birey için yaşam tarzı kavramının da iyice ön plana çıkması ile birlikte, sosyal yapıda bir statü elde edebilmek ve bunu koruyabilmek bireyler için önemli hale gelmiştir. Bu bağlamda modern kent mekânları bireylerin yaşam tarzlarını ifade edebilecekleri, statü kazanacakları mekânlar haline gelerek, bireylerin psikolojik ihtiyaçlarının giderilmesi amacı ile kullanılmaya başlanmıştır. Eğitim durumu, meslek grubu, yaş, ekonomik seviye gibi unsurların bireyin statü sağlama sürecine olan etkileri, bireylerin mekân tercihlerinde ve eylemlerinde kendisini göstererek seçmiş oldukları yaşam tarzı kalıplarına göre ön plana çıkmaya başlamıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KENT, MEKÂN VE KİMLİK İLİŞKİSİNE YÖNELİK KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kent kavramı antik çağlardan beri insanoğlunun yaşamında önemli bir yere sahiptir. O dönemlerde ekonomik, sosyal ve siyasal yaşamın merkezi olarak görülen kentler aslında günümüzde hala daha bu işlevlerini sürdürmektedir. Ortaçağ da kırsal alan ile tam olarak ayrımı yapılmaya başlandıktan sonra günümüze daha yakın bir tarihe geldiğimizde, sanayi devrimi ile kentler için yeni bir dönem başlamıştır diyebiliriz.

Her üç kavramın da (kent, mekân ve kimlik) dünya çapında büyük etkiler yaratan ve toplumsal düzeni değiştiren sanayi devrimi sonrası önem kazanması, aslında kavramların birbirleri ile olan bağıntıları hakkında ipucu vermektedir. Sanayileşme sonucu toplumsal çerçevede sanayi kentlerinin kurulması, kırsal alandan kentsel alana bir göçe sebep olmuştur. Kente göçen kitlelerin artık burada kendilerine yerleşik bir hayat kurma çabaları, kurulan kentlerin tabiatıyla uyumlu olmak zorunda olduğu için sosyal alanda farklılıklar göze çarpmaya başlamıştır. Kırsal alanda daha çok kültürel yaptırımlarla süregiden grupların birlikte yaşama durumları, kentsel alanda sanayi devrimi sonucu ortaya çıkan modernizm ile bu kez modern dönemin yaptırımlarıyla devam etmek zorunda kalmıştır. Bu da haliyle kişi ve gruplarda var olan toplumsal düzene ayak uyduramama sorunsalını ortaya çıkarmıştır.

Daha öncesinde içinde buldukları grupta herkesin aynı pratik, aynı düşüncelerle sosyal yaşamı idame ettirdikleri düzen artık modern kişi ve grupların içinde onlar gibi olabilmeyi gerekli kılmaktadır. 18. Yüzyılda aydınlanma ile birlikte kendinden söz ettirmeye başlayan modernizm, kapitalizmin 19.yüzyılda sanayi devrimi ile olgunlaşması ve gelişmesi sonucunda ortaya kentleşmiş sanayi toplumlarını çıkarmıştır. Aydınlanma, akıllı ve dikkatli bir toplum yerine, dar, pragmatik bir rasyonalite biçimi ile belirlenen bir dünyaya yol açmıştır (Smith, 2007: 70). Aydınlanmanın amacı; istenen söylenceleri dağıtmak, kuruntuları bilgi yoluyla

yıkmaktı (Adorno, Horkheimer, 2014: 19). Toplumsal yaşamın inançlar, hurafeler, yazılı olmayan normatif gerçeklikler, geleneksel kültür aracılığıyla devam etmesi değil, her şeyin akıl; insan akli yoluyla algılanabileceği gerçeğinin ortaya çıkarılması beklenirken aslında aydınlanmanın bu şekilde ilerlemediğini birçok düşünür savunmuştur. Aydınlanma, başlangıcından bu yana yalnızca birlik çerçevesinde kavranabilen olayları ya da varlıkları dikkate alır (Adorno, Horkheimer, 2014: 23). Dolayısı ile toplumun genelini ilgilendiren, toplumun büyük bir kısmının etkilendiği olaylar veya varlıklar aydınlanmanın önemli dinamiklerinden birini oluşturarak, bunların akıl çerçevesinde hesaplanabilir ve kavranabilir hale getirilmesi önemli bir sorun haline gelmiştir.

Bir yeniliği, değişimi ifade ederken aynı zamanda da tek tipleşmeyi, aynılaşmayı içeren Modernite tek tipliliği benimsemektedir. İçerisinde alternatiflere yer olmaksızın aslında her şey bellidir, modern insanın ne giyeceği, ne yiyeceği, nerelerde vakit geçirip nelerle uğraşacağı. Tam olarak bu noktada aydınlanmanın totaliter olduğu ifade edilmektedir (Adorno, Horkheimer, 2014: 23). Benimsemiş olduğu bu tek tipliliği standardize ederek, toplumların gelenekselden, kırsaldan, büyük kentleşmiş nüfusa/topluma geçişlerinde birbirlerine benzer özellikler taşıyan ve birbirleri ile uyum içinde olan bir toplum yaratmayı hedeflemektedir. Çünkü farklılıkları bir araya toplamak da, onların bir arada yaşamalarını sağlamak da aslında zordur. Bu yüzden modern dönemin asıl amacı, herkesin, her şeyin aynı olması; olayların tekdüze devam etmesini sağlayarak bir sistem oluşturmak ve kişileri bu sisteme dâhil edebilmektir.

Modernite ile birlikte önemi artan kent, mekân ve kimlik kavramları artık toplumsal yaşamda kişi ve grupların neden ve nasıl varlıklarını göstermeye çalıştıklarının çabasını göstermektedir. Kentler, mekânlar ve kimlikler kurmaca, yapay bir oluşumdur. Olması gerekli olduğu düşünülen konumda bir kent kurulur, içerisine o kente ait mekânlar kurgulanır ve buralarda bireysel olarak varlık gösterilebilecek kimliklere ihtiyaç duyulmaktadır.

Kentler sadece insanların bir arada yaşadığı fiziksel mekânlar değildir (Kaya, 2003: 40). İçinde bulunanların, kültürünü, ideolojisini, davranış kalıplarını, fikirlerini, alışkanlıklarını vs yansıtan, her an her dakika tüketilen ve aynı zamanda yeniden üretilen kurmaca bir olgudur. Kent bir kültür ve hayat tarzı haliyle insanda yansır

(Alver, 2010: 12). Kent topluluk olarak yaşayan insanların, ortak yaşamlarından doğan ve onların yaşam biçimleri ile şekillenen mekânlardır (Kaya, 2003: 7). İçerisinde yaşayanlardan şekillendiği gibi aynı zamanda içerisinde yaşayanları da şekillendirebilme özelliğine sahiptir.

Kent, içerisindeki toplumun/toplumların sahip olduğu kültürü hem somut hem soyut alanlarda yansıtan mekânlardır. Şehir yapay bir olgu veya önceki düzenin kalıntılarının düzenlenmesi değildir, tam tersine şehir, insan doğasının gerçek niteliğini bünyesinde barındırır (Park, Burgess: 2015: 33). Kentin mimarisi, görsel yapısı, fiziki imkânları toplumsal yapısına uygun olarak oluşturulmuştur ve bunlar doğrultusunda gelişmeye de devam etmektedir. Mekân bir kurgu ile yaratılmış olsa da yine de değerini, toplumsal kullanım aracılığı ile kazanmaktadır.

Burada kentin ele alındığı nokta sadece kentin ne olarak tanımladığı değildir. Tarihsel süreçte dünya çapında büyük bir devrim sonucu günümüz kentleri olarak anılmasına bir anlamda olanak sağlayan, sanayi devrimi ile beraber dünya çapında yayılan kent kültürü de değinilmesi gereken bir konudur.

Kentle kültür arasındaki ilişki o kentin kimliğini kurar ya da oluşturur (Taşçı, 2014: 94). Bilinen kültür kavramından biraz farklılık gösteren kent kültürü, hem kendi normlarını oluşturur hem de bunun daimi için içinde bulunan kişi ve grupları bu konuda değişime zorlar. Nasıl ki bir okulda uyulması gereken kurallar varsa ve öğrenci grubu buna uymak zorundaydı, kentte de bu tip kurallar yaratılarak, kişilerin bunlara uymaları zorunlu tutulmuştur. Kent kültürü direkt olarak kentli yaşamını da etkilemektedir. Kentsel yaşam biçiminin belirgin nitelikleri olarak çoğunlukla, toplum bilimsel olarak, birincil ilişkilerin yerini ikincil ilişkilerin alması, akrabalık bağlarının zayıflaması, ailenin toplumsal açıdan öneminin zayıflaması, komşuluğun kaybolmaya başlaması ve toplumsal dayanışmanın geleneksel temelini zayıflaması gösterilmektedir (Wirth, 2002: 101). Bireyin en yakın çevresini oluşturan aile ve komşuluk ilişkileri ve bunlar ile olan bağları, kendi davranışlarını değiştirmesinin en etkili yoludur. Bu sayılan ilişkiler zayıflasa da, ilişki takibi zayıflamamış hatta daha da önem kazanmış durumdadır. Kişiler birbirlerini gözlemleyerek, olumlu buldukları eylem pratiklerini kendilerine dâhil edebilmek için çaba sarf etmektedirler.

Kent yaşamının başlıca özelliklerinden bir tanesi zaman kavramının önem kazanması ve kavramın asıl anlamını yitirmesidir. Geleneksel yaşamda çalışmanın, dinlenmenin, yemek yemenin belirli bir zamanı varken, kent yaşamında bu, saat ile nitelendirilir hale gelmiştir. Fakat önemli olan konu, olayların saat ile ifade edilmesi değil, insanın mekanik bir aygıt misali saat bazında eyledikleridir. Kentte zaman iş gücü, ekonomik üretim ilişkileri açısından akmaktadır. Öncelik üretmek, tüketmek ve yeniden üretmektir.

Modern çağ öncesi kültürlerde geleceği düşünmek genellikle birikmiş deneyimleri tümevarımsal olarak kullanmak ya da kâhinlere başvurmak anlamına gelirken (Giddens, 2014: 49), modern kent kültüründe geleceği düşünmek, sosyal yaşam içerisinde dışlanmamak, kendini kabul ettirebilmek ve en azından en düşük sosyal statü grubu içerisine girebilmek anlamına gelmektedir. Bu noktada kişi ve gruplar kendilerini ilk olarak ekonomik düzeyleri ile daha sonrasında ise, toplum geneline yayılmış beğeniler, seçimler ve yazılı olmayan fakat toplumsal alanda neredeyse kural haline gelmiş kesinlikleri benimsemek ve uygulamakla sergilemeye çalışmaktadırlar. Kamunun hayranlığı da kullanılacak ve tüketilecek bir şeydir ve bugünkü dille söylersek, yiyecek nasıl bir gereksinmeyi karşılamaktaysa statüler de bir ihtiyaca karşılık gelirler (Arendt, 2013: 100).

Bir statü grubuna sahip olduğunu düşünen kişi, sosyal çevresinde belirli ayrıcalıklara sahip olacak, adından söz edilecek ve itibar kazanacaktır. Bu sayede kişi sosyal çevresinde aidiyetini pekiştirerek eylemlerine devam edecektir. Toplumdaki egemen ideoloji bu statünün kazanılması için önemli bir etkidir. Bu yaygın düşünce yapısı ile birlikte kişi, hem geleneksel bağları hem de egemen düşüncelerin gerektirdiği eylem yapıları ile sosyalleşme sürecinin önemli bir parçası haline gelecektir. Mekân tercihi, kullanımı, kullanım sıklığı, kimliğin simgesel yolla ifadesi gibi etkenler kişinin statü kazanımı için gerekli olan konulardır.

Kent kavramının kolları olarak nitelendirebileceğimiz mekân ve kimlik kavramları tek başına kullanıldığında birbirinden bağımsız gibi görünseler de aslında birbirlerini tamamlayan kavramlardır. Yer, pozisyon, uzam olarak Türkçeye geçen mekân kelimesi, tarihte bilinen en eski kaynaklardan olan Atabet-ül Hakayık' ta yer, konum olarak nitelendirilmiştir. Kelime anlamı dışında bakıldığında, modern

dönemde; kişinin sosyal yaşamında artık neredeyse kişisel benliklerin yansıtıldığı ve kimliklerin edinimine katkı sağlayan alanlar olarak işlevde bulunmaktadır. Lefebvre, mekânın üretilen ve yeniden üretilen mit olduğunu düşünmektedir (Alver, 2010: 25).

Modernizm ile birlikte artık sıradanlaşan ve birbirlerine benzeyen kentler, insanları bir girdap gibi içerisine çekmektedir. Kırsaldan kente göçen/evrilen sanayi toplumları artık kent yaşamının gerektirdiklerine uyacak, toplum bu yeni düzende şekillenecektir. Modernite gündelik toplumsal hayatın doğasını kökten değiştirir ve yaşantılarımızın en kişisel yanlarını bile etkiler (Giddens, 2014: 11). Bir kenti paylaşan insanlar aynı şeylerden hoşlanacak, aynı yerlere gidecek, aynı şeylerden mutlu olacaklardır. Çünkü oluşturulan bu yeni sistemde gerekli kılınan budur. Onaylanmak, saygı görmek, tanınmak, sevilme isteyen kişi oyunu kurallarına göre oynamaya çalışacaktır. Modern kent yaşamı ile beraber daha da önemli hale gelen mekânlar, toplumların olmazsa olmazlarını oluşturmaya başlamıştır. Mekân kentin kültürel yüzeyini yansıtarak, toplumun kültürel pratiklerini de ortaya koyar. Kişi sahip olduğu kültürel birikimini, seçmiş olduğu ve dönemin bir getirisi olarak seçmek zorunda kaldığı kimlik veya kimlikleri ile toplumsal yaşamında eyleme dökmektedir.

Genel bağlamda kimlik kavramına bakıldığında, tanınma ve nitelik amaçlı kullanıldığı kanısına varılmaktadır. Fakat kimlik bu kadar basit veya tek düze bir olgu değildir. İnsanoğlunun var olduğu her yerde, onun yaşamsal süreç dinamikleri ile karşılaşılması nasıl olağan ise, toplumsal biçimlenme dâhilinde kimlik ile karşılaşılması da bir o kadar doğal hale gelmektedir. Kimlik birçok parametreden oluşan, karşılaştığı süreçler içerisinde değişip dönüşebilen esnek bir yapıya sahiptir. Fakat esnek bir yapıya sahip olsa da belirlemcilik konusunda keskin sınırları da mevcuttur. Birçok alt başlık ile açıklanabilen kimlik kavramının buradaki önemi, toplumsal biçimlenme ile birlikte şekillenerek sosyal yaşamda bireyler tarafından oluşturulan anlamıdır. Bu bağlamda açıklık getirilmeye çalışılan nokta bireysel, kolektif ve kent kimliğinin toplumsal yaşamdaki önemi ve konumudur. İkinci bölümde, yaşam tarzlarının toplumsallaşmanın önemli bir dinamiği olması nedeni ile tüketici kimliği konusu da irdelenecektir.

Kimlik doğadaki herhangi bir canlıyı veya objeyi başka canlı veya objelerden ayıran, öncelikle onu görsel, işitsel vb diğer duyularla algılanan, kendine özgü olma

durumudur (Es, 2007: 47). Kimlik tarihsel süreç boyunca, insanın var oluşundan itibaren kendisini gösteren bir kavramdır. Sadece belirli süreçlerde ön plana çıkarttığı dinamikleri değişikliğe uğramaktadır. İlk kimlik edinme veya edindirme girişimlerine ilkin inanç sistemleri ile başlanmıştır (Altındal, 2010: 20). Feodal toplumlarda genellikle dinsel olarak kendisini belirten kimlik, kapital toplumlarda modernitenin ulus-devletlerini oluşturmasının sonucunda ulusal kimlikleri oluşturarak görünürlük kazanmıştır. Tabii kimlik sadece bu iki olgudan oluşmamaktadır. İnsanoğlunun var olduğu her yerde kimlik kavramından bahsediliyorsa, bu durumda bireysel kimlik konusu da önem kazanmaktadır. Kimliğin oluşumu birden veya kendiliğinden değildir. Araştırmasında Türkiye toplumsal yapısını da inceleyen Jean François Bayart için kimlik; olsa olsa kültürel, siyasal veya ideolojik bir inşa, yani eninde sonunda tarihsel bir inşadır (Bayart, 1999: 9).

Kültürü oluşturan parametrelerden bir tanesi olarak nitelendirilen kimlik kavramı, kültür kavramı tarafından şekillendirilmektedir. Bu bağlamda kimliğin oluşumunun tarihsel bir süreci içerdiği daha kolay anlaşılabilir. Stuart Hall'ün işaret ettiği gibi kimliği, tamamlanmış tarihsel gerçekler olarak düşünmek yerine, asla tamamlanmamış, daima süreç halinde olan ve daima temsilin dışında değil, içinde inşa edilen bir üretim olarak düşünmek gerekir (Akca, 2007: VII). Bu süreç içerisinde kimlik belirli argümanları seçerek kendisini tamamlama yoluna gider. Seçtiği argümanlar aynı zamanda kültürünü de yansıtan, onunla paralel bir şekilde işlerliği bulunan özelliklere sahiptir. Bireyin kimliği yaşadığı çevre içinde olgunlaşır (Es, 2007: 48). Sosyal yaşamda meydana gelen değişim ve dönüşümler, yenilikler açısından bakıldığında kimlik sabit kalan bir olgu olmamakla beraber tüm bu değişimlerden etkilenen ve kendisini yenileyen, dönüştüren veya kimi zaman bocalayan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde daha çok ulus odaklı bir kavram olan toplum (Bilgin, 2007: 20) içerisinde, mevcut meşru toplumdaki farklı kimliklere sahip bireylerin bulunması, toplumsallaşma sürecinde çok kimlilik ile karşılaşılması sosyokültürel anlamda toplumların değişimine zemin hazırlamaktadır. Modernleşmenin insanları bir arada tutan sosyal bağı gevşeten ve toplumsal değerleri parçalayan (Bilgin, 2007: 21) gücü haliyle bireylerin kimlik edinimleri ve davranış pratiklerini de etkilemiştir. Bu, modernizmin bireyin atalarından kendisine miras kalan kimliğini yok etmiş olması

anlamına gelmemektedir. Sosyal yaşam sürecinde birey topluma uyum sağlayabilmek adına çeşitli kimlikler edinmek zorunda kalmıştır. Bireyin toplumda karşılaştığı ötekine, iyi görünmek istemesi, toplumsal biçimlenmenin onu şekillendirebilmesinin ön koşullarından biridir. Sosyal olarak fark edilmek, diğerlerinin gözünde az çok muteber bir yere sahip olmak, insanın temel ihtiyaçları arasında sayılabilir (Bilgin, 2007: 28). Zihinde kurgulanan kişi olabilmek, ötekinin kabulünden geçmeli, onaylanmalıdır.

Kimlik kişiler veya gruplar arası ilişkilerde inşa ve hatta icat edilir (Bilgin, 2007: 35). Bu noktada konuya kültür kavramı eklenmektedir. Kimliğin kurucu argümanlarından bir tanesi olan kültür, kimliğin şekillenmesi konusunda başat rol oynamaktadır. Üretim ilişkilerinin değişmesinin bir sonucu olarak, yaşanan toplumsal değişimler, toplumların heterojen bir yapıya sahip olmaları ile sonuçlanmıştır. Kırsaldan kente veya herhangi bir kentten başka bir kente göçen topluluklar, süreç içerisinde kentin meşru kültürünü de etkilemektedir. Özellikle modern toplumlarda farklı kültürlerin birbirleri ile karşılaşmaları, bir arada yaşamaları çoklu kimliklerin sosyal yaşama dâhil olmalarını gerektirmiştir.

Kendisinde olmayan bir argümanla karşılaştığı zaman, kendisini bir argümanını daha da baskın hale getirerek korumaya çalışır. Fakat daha önce de bahsedildiği gibi, bireyin toplumdan dışlanma korkusu ya kendisine bu ortamda farklı kimlikler edinme ya da mevcut kimliğini savunabileceği cemaat ortamına girmesi ile sonuçlanır. Tönnies cemaat-cemiyet kavramlarını köyler ve kentlere uyarlayarak mekân temelli hayat tarzı incelemesi ile karşımıza çıkmaktadır (Alver, 2010: 25). Modern öncesi dönemde belirli ideoloji, kültür vb etkenler çerçevesinde bir araya gelen kişilerin oluşturmuş olduğu cemaat; modern dönemde kavramın bir nevi eliteleştirilerek, cemiyet haline dönüşmesi ile sonuçlanmıştır. Modern kent yaşamında cemaat kavramı kişi veya gruplar için olumsuz bir anlam ifade ederken, cemiyet kavramı ise içinde bulunulması hayal edilen, arzulanan, önemsenen, takip edilen ve haz duyulan bir anlam ifade etmektedir.

Modern olarak nitelenen toplumlarda sosyal roller geleneksel toplumlardan farklıdır. Rol, söz konusu duruma has, uygun olan ve beklenen bir davranış (Sennet, 2002: 54) olarak tanımlanır. Sosyal yaşamda çoğalan ve çeşitlenen bu roller aynı

zamanda kimliklerin de çoğalmasını beraberinde getirmiştir. Geleneksel toplumlarda birey kesinlikle yoktur (Aktaran, Giddens, 2014: 103). Oysa modern toplumda en başta üretim ilişkilerinin değişmesi sonucu yeniden biçimlenen toplumsal yaşam, bireyi ön plana çıkarmıştır. Bunun sonucu olarak yerleşik biz sorumlulukları, ben sorumluluklarına dönüşmüştür. Bireyler biz olduklarında sosyal yaşam süreçleri daha kolay gerçekleşmekte fakat ben olduklarında bu kadar farklı çeşitliliğin ortak bir payda da toplanması gerekmektedir.

Suavi Aydın, kimliğin iki temel bileşeni olduğunu söyler, bunlardan ilki tanımlama ve tanınma, ikincisi ise aidiyettir (Akça, 2007: 5). Kimlik öyle küçümsenecek bir kavram olmamakla birlikte aslında beraberinde birçok sorunu da getirebilmektedir. Kişinin ben kimim, neyim sorularının cevabı olarak kullandığı fakat bunu aynı zamanda kanıtlamak zorunda olduğu bir kavramdır. Temelindeki bir gruba dâhil olabilmiş olmak ve aidiyet ihtiyacı, kavramı biraz karmaşıklaştırabilmektedir. Aidiyet duygusu, bizi belirleyen ortak yönleri, aynılıkları ortaya koyduğu kadar, bizden farklı olanları, yani ötekileri de belirler (Akca, 2007: 8). Bu noktada kimliğin kendisini öteki üzerinden tanımladığı söylenebilir. Smith'e göre de kimlik, bireysel ya da kolektif düzeyde, kendilerinin ne olduğunu düşünen insanların gerçekte kim olduklarını bunun kültürel olarak nasıl inşa edildiğini ifade etmektedir (Aktaran, Aytaç, 2012: 522).

Kimlik salt kendiliğinden oluşan veya orada durup kullanılmayı bekleyen bir olgu değildir. Tarihsel süreç içerisinde kurulum, eklemlenir ve kendisine sosyal yaşamda söylemler aracılığı ile hayat bulur. Kimlik daima oluşum halindedir (Hall, 1998: 71). Her kişinin kimliği, resmi kayıtlarda görünenlerle kesinlikle sınırlı olmayan bir yığın ögeden oluşur (Maalouf, 2016: 16). Kişinin kolektif bilincini oluşturan; dini, dili, ideolojisi, eğitimi, kültürü bu öğelerden sadece bir kaçıdır. Kolektif bilinci oluşturan toplumsal bellek aynı zamanda toplumdaki bireyleri de şekillendirebilme özelliğine sahiptir. Bununla bağlantılı olarak bireysel kimlik grup ve toplum kimliğini oluşturur (Es, 2007: 49).

Bireyin kolektif yaşam sürecinde, topluma karşı hissetmiş olduğu aidiyet hissi, toplumsal değişim ve dönüşümler sonucu farklılıklar gösterebilir. Kimlik, dışarıda biçimlenen ve sonra bizim hakkında öyküler anlattığımız bir şey değildir, kişinin kendi

benliğinde öykülenen bir şeydir (Hall, 1998: 72). Kimlik kavramını oluşturan birçok parametre olduğu göz önüne alındığında, aidiyet duygusu da zaman zaman koşullar dâhilinde seçilen öğeler üzerinden kurulmak zorunluluğu taşımaktadır. Kimlik oluşumu sürecinin önemli bir noktasını oluşturan sosyal roller, kişinin toplumsal yaşama dâhil olduğu anda ona verilmiş olan kimi kimliklerin seyrini de belirleyici niteliktedir. Örneğin cinsiyetimizi sosyal çevremiz belirlemese de bu aidiyetin yönünü belirlemektedir (Maalouf, 2016: 25).

Burada bir diğer önemli nokta da bireyin kendisini, mevcut gruba dâhil hissedebilmesinden ziyade, grubun bireyi kendi içerisinde meşru olarak kabul etmesidir. Bu bağlamda bu meşru kabul edilim belirli somut olaylarla kanıtlanma zorunluluğunu içerebilmektedir. Üniversite içerisine girerken öğrenci kimliği gösterilme pratiği buna bir örnek teşkil etmektedir. O mekânın kullanımı, öğrenci grubu içerisinde olma zorunluluğunu gerektirmektedir. Mekân kullanımı çoğu zaman bu kadar somut kurallar oluşturmaya da kimi kamusal mekân kullanımlarında bu gereklilikler ile karşılaşmaktadır. Bu açıdan bakıldığında kamu mekânları da bir nevi tahakküm içermektedir. Toplumun genelini ilgilendiren, toplumun genelini kullandığı, kullanımına açık olduğu mekânlarda da belirli yaptırımlar bulunmaktadır. Bunlar kimliğin gösterimi sunulması ile ortadan kaldırılabilir. Kent içerisinde parklar, bahçeler, alışveriş merkezleri vs neredeyse tüm alanlar kamu mekânı olarak görünüm kazanmakta iken, o mekânın kullanıcıları ile beraber kamusal mekân halini almaktadır.

Toplumdaki değişimler ve kent yaşamı içerisinde farklı kültür, kimliklerin karşılaşması mevcut yaşam tarzını etkilemektedir. Kimlik bu değişimlerle karşılaştığında kendisini oluşturan öğeler üzerinden farklı aidiyetlerini ön plana sürerek ya mevcut yaşamı meşrulaştırmaya ya da değişimi kabullenerek şekillenmeye yönelir. Kolektif kimliğin bu seçim üzerindeki etkisi azaldığında kimlik değerlerini tamamen değiştirmek zorunda kalarak parçalanma ile karşı karşıya kalır (Taşçı, 2014: 97).

Kent, mekân ve kimlik kavramları birbirlerinden ayrı özelliklere, dinamiklere sahipmiş gibi dursa da, her üç kavram da modernite ile beraber ele alınca kurmaca bir kavramdır. Modern dönem ile beraber gündelik yaşamda daha fazla ön plana çıkan bireysel kimlik, bireyin dönem içerisinde eski geleneksel bağlarının zayıflaması

sonucu neredeyse bir zorunluluk olarak ortaya çıkmıştır. Durkheim için, modern toplumların ortaya çıkışıyla ve daha özelden iş bölümünde farklılaşmayla birey ilgi odağı haline gelmiştir (Aktaran, Giddens, 2014: 103). Modernleşme ile birlikte bireysel kimliklerin önem kazanması bu noktada yaşam politikalarının değişimini de vurgulamaktadır.

Kimlik özdeşleşme sürecini, bu onunla aynı şey ya da biz hepimiz aynıyız deme sürecini ifade eder ya da çağırıştırır (Hall, 1998: 71). Aynı zamanda kendisini, kendinde olmayan, kendisinden farklı olan ile tanımlama çabasıdır. Ben ötekinin bakışında yazılıdır (Hall, 1998, 71). Bu, kimliğin ötekileştirme sürecidir. Kimlik bir süreç olarak, bir anlatı olarak, bir söylem olarak daima ötekinin konumundan anlatılır (Hall, 1998: 72). Kimliğin oluşumunda farklılık temel bir rol oynar çünkü kimlik ancak, başka kimliklerle olumsuzluk ilişkisi içinde, başka kimliklerle farklılıkların kalıcılaştırılması yoluyla kurulabilir (Aytaç, 2012: 522).

Bireysel kimliğin oluşumuna etki eden değerler olduğu gibi, kent kimliğinin temel değerlerini de tarihsel ve kültürel birikim oluşturur (Yayınoğlu, Susar, 2008: 18). Kimliğin oluşumunun bir inşa olduğu, tarihsel bir süreci içerdiği göz önüne alındığında kent kimliği de uzun bir zaman dilimi içinde biçimlenir (Es, 2007: 48).

Kent kimliği bir bileşendir ve belli başlı aktörlerin ortaklaşa ürettiği bir zemindir (Alver, 2012: 19). Gelenek göreneklerden, ideolojiden, heterojen topluluğun bir çıktısı olarak çeşitli yaşamsal pratiklerden ve kentin kendisini tanımlama yöntemlerinden etkilenir. Kent, kendisinde bulunan belirli özellikleri ön plana çıkararak kendisine bir kimlik oluşturur ve toplumların kullanımına hazır hale getirir. Kent kimliği denildiğinde, o şehrin kuruluşundan itibaren tarihi süreç içerisinde, çeşitli kırılmalardan geçerek oluşmuş, mekânla bütünlük arz eden şartlar ve özelliklerinin bütünü kastedilmektedir (Taşçı, 2014: 96).

Kentsel kimlik bir kentin, çevrenin, doğal ve yapay elemanları ve sosyokültürel özellikleri ile tanımlanır (Es, 2007: 48). Kent içerisindeki toplumsal biçimlenme, sosyal yaşam pratikleri bu etkenlere bağlı olarak değişir ve yenilenir ve toplumsal yaşam içerisinde sürekli yeniden üretilir. Bireysel ve kolektif kimlik öğeleri dini inanışlar, ideolojiler, gelenek görenek ve adetler bir toplumun biçimlenme sürecinin önemli elemanlarıdır. Bunlar dâhilinde oluşan toplumsal davranışlarda kentsel

kimliğin oluşumunu etkilemektedir. Kent kimliğinin pekişmesi, kentsel mekânlarda bireyin bu oluşuma katılması ile gerçekleşebilmektedir. Bir kent mekânında birey, gerçekleştirmiş olduğu davranış pratikleri ile hem bireysel kimliğini sergiler hem de kent kimliğinin pekişmesini sağlayarak kent kimliğini sergiler.

Birey aynılar içinde farklılığını çeşitli yollarla topluma sunmaya çalışarak, kendisini bir kargaşanın da içerisinde bulur. Bu konu ilerleyen başlıklarda tekrar irdeleneceğinden genel kavramda konuya şu şekilde açıklık getirmeye çalışmaktayım. Modernitenin çok yönlülük sunup tek çeşitlilik yaşatması bireylerde tek kimlik yerine, birden fazla, çoklu kimlikler ile sosyal yaşamda görünürlük sunma konusunu ortaya çıkarmıştır.

Toplumsal baskı daima kolektif olarak uygulanan baskının özelliklerini taşır (Adorno, Horkheimer, 2014: 42). Genel anlamda kent kimliği olarak anılan, bir kimlik alt başlığı olsa da her kentte edinilen ve uygulanan kimlik temsilleri farklılıklar göstermektedir. Her kentin kendine özgü yönleri ya da ayırıcı vasıfları ona belirli bir kimlik kazandırır (Kaya, 2003: 41). Bir sahil kenti, turizm kenti veya sanayi kentinde, kişilerin yansıttıkları kimlikler içinde buldukları koşul ve imkânlara göre değişmektedir. Aynı şekilde kentsel mekân olarak adlandırılan, kent içerisindeki çeşitli mekânlarda bu koşul ve imkânlar doğrultusunda farklılaşmaktadır. Bir sahil kentinde daha salaş ve daha yerel mekânlar ile karşılaşırken, turizm kentinde maddi olarak daha yüksek, çeşitlilik olarak global mekânlarla karşılaşmaktayız. Bu doğrultuda kent ve kent mekânları ekonomi ilişkileri ile olan bağını da ortaya çıkarmaktadır.

1.1. CHİCAGO OKULU KENT YAKLAŞIMI

Kent konusunda dönemin getirdiği sorunları anlayabilmek ve çözüm üretebilmek adına Amerika'da kurulan ve adından söz ettirebilmeyi başaran Chicago Okulu, 1920'li yıllarda Chicago şehrinin yaşadığı hızlı değişimleri; şehir konusuna ekolojik ve sosyal psikolojik bir yaklaşımla eğilen sosyologlar Chicago Okulu adı ile anılan yaklaşımları ile bilinmektedir (Tuna, 1987: 55). Okul yüksek finansal gücüyle dönemin önde gelen araştırmacı ve profesörlerini toplar ve dünyanın 1920'lerde sosyal bilimlerde en etkili araştırmalarının yapıldığı üniversitesi haline gelir (Arlı,

2015: 18). Şikago okulu sosyologları için şehir, insanın yonttuğu ve insanı yontan heykeltıraş için bir heykeldir (Arlı: 2015: 27).

Chicago da sanayileşme sonucu yaşanan büyüme ile ortaya çıkan toplumsal problemler şehir sosyolojisinin en önemli okulunun kurulmasına olanak hazırlamıştır (Alptekin, 2012: 53). Kenti sadece fiziki yönden değil toplumsal ve kültürel yönden ele alan okul, mekânsal organizasyonun kültürel bir mesele olduğu, belli bir hayat tarzından kaynaklandığı meselesinin üzerinde durmaktadır (Alver, 2010: 25).

Okulun kent çalışmaları alanında Park, Wirth ve Burgess yer almaktadır. Park, özel kültürel tipleriyle bir kültürel alanı temsil etmesi anlamında şehrin medeni insanın doğal yaşama alanı olduğu görüşünü benimsemektedir (Aktaran: Alver, 2010: 25). Wirth, toplumsal bir varlık olarak kent ve bir hayat tarzı olarak kentlilik konuları ile ilgilenir (Alver, 2010: 25).

Chicago kentinin 1830-1930 yılları arasında çok hızlı bir nüfus artışı yaşayarak büyümesi, inceleme nesnesi haline gelmesinin en önemli sebeplerinden birisidir. Yaşanan bu büyümenin en büyük sebebi kentin Orta Batı Amerika'ya açılan ticaret, finans, üretim ve taşımacılık merkezi olarak sahip olduğu jeopolitik konumudur (Aktaran Serter, 2013: 68).

Sanayi devriminin Amerika'da ulaşım ile birlikte ekonominin de gelişmesine olanak tanınması ve iç savaş sonrasında Chicago'nun finans ve kültür merkezi olarak Amerika'nın ikinci büyük kenti olması gerçekleşmiştir (Aktaran, Serter, 2013: 69). Kentin bu dönüşümü beraberinde mevcut toplumsal biçimlenmenin de formasyona uğrayarak yeni bir biçimlenme oluşumunun adımlarını başlatmıştır. Hem ekonomik hem de kültürel alanda oldukça hızlı bir büyüme kaydeden kent bir cazibe noktası haline gelerek, farklı kültürden, farklı kimlikten kişilerin bir arada yaşamaya başlamalarına olanak tanımıştır.

Tahmin edilen kısa bir sürede beklenenden çok daha hızlı bir gelişim gösteren kent, farklı toplumlarca cazibe merkezi olmasının yanı sıra; çok hızlı göç alması, etnik çatışmalar, evsizlik gibi toplumsal huzursuzlukların yaşandığı mekân haline gelmiştir (Serter, 2013: 69). Yaşanan bu sorunlara bir çözüm bulabilmek adına bu sefer de araştırmacıların ilgi odağı haline gelmiş ve günümüzde hala etkisini sürdüren Chicago Okulu kurularak, kentte bireylerin hareketleri ve özelliklerinin gözlemlenmesi yolu ile

kentteki problemleri açıklama girişimleri başlamıştır (Serter, 2013: 69). Okul üyelerinden Robert Ezra Park için şehir daha çok bir düşünce hali, gelenek ve göreneklerin ve bunlardan aktarılan veya bunlara bağlı örgütlü tutum ve duyguların bir birliğidir (Tuna, 1987: 59). Okulun diğer bir araştırmacısı olan Ernest W. Burgess modern toplumun en çarpıcı olayını şehirlerin büyümesinde bulur (Tuna, 1987: 61). Onun için şehir, daha ziyade bir ruh haline, birtakım gelenek ve adetlere ve bu adetlerin özünde yer alan düzenlenmiş davranışlara ve duyarlılığa karşılık gelir (Park, 2015: 37). Bu sebeple şehir ortamında bireylerin davranışlarının incelenmesi için oluşturmuş oldukları topluluğun, kültürel özelliklerinin incelenmesi gerektiğini vurgulamaktadır.

Okulun kent mekân ve kimlik dâhilinde konu açısından önemi L. Wirth' in şehri bir yaşam tarzı olarak ele alması ve bu doğrultuda getirmiş olduğu açıklamalardır. Wirth okulun genel çerçevesi içinde kalmakla birlikte şehrin boyutları dışına çıkarak çağdaş uygarlıkla şehir arasında bir bağ kurmaya çalışır (Tuna, 1987: 62). Wirth şehri anlamaya yönelik yayınlamış olduğu ilk makalesinde göçebe toplum, yerleşik toplum ve aydınlanma çağı sonucu oluşan modern toplum formülasyonu ile kentlerin doğal oluşum sürecinin Avrupa kıtasında gerçekleştiği ve bu bağlamda değerlendirilmeleri gerektiğini belirtmiştir (Serter, 2013: 69).

Her mevsimde başka bir işkolunun aktif olduğu şehirde, mobilya, kâğıt, gıda, makine ve soğutma fabrikaları Amerikalı girişimcilerin ihtiras dolu hikâyeleriyle birleşerek, bütün doğal kaynakların sömürüldüğü ve göçmen toplulukların bir araya gelmesiyle oluşan kentsel bir toplum ve birey ortaya çıkıyordu (Arlı, 2012: 126). İnsan oluşumu olan kent, yine insan topluluğunun bir araya gelme zorunluluğu ile beraber ekonomik ve toplumsal ilişkiler bazında sürekli yeniden üretilmektedir.

Wirth, kenti geniş, yoğun ve çeşitli bir nüfus olarak tanımlamış, nüfusun bu özelliklerinin gayri şahsi, yüzeysel ve geçici bir yaşam biçimi oluşturduğunu belirtmiştir (Özdemir; 2012: 159). Wirth' ün tanımladığı kent, modern dönemde bir sanayi kenti olmasının yanı sıra, toplumsal düzeyde karmaşık ve çeşitli bir yapıya sahiptir. Günümüz kentleri ile karşılaştırıldığında, toplumsal yaşamda aynı yüzeyselliğin, geçiciliğin ve yoğunluğun bulunduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Bu yoğun ve çeşitli kentlerde çoklu kimlikler ile karşılaşmak daha anlaşılabilir

durumdadır. Farklı grup ve bireylerin oluşturmuş olduğu kendi sosyal yaşam düzenleri var olan meşru toplumsal düzenin, artık sadece tek yönden bir biçimlenme ile değil çeşitlilik üzerinden yeniden biçimlenmesini gerektirmiştir.

1.2. KENT VE MEKÂN İLİŞKİSİ

Modernleşme sürecinde toplumsal yaşam değişmiş, kurulan ve yönetilen kentlerde görünürlük kazanmıştır. Kentleşme toplumların yapısal değişmelerinin en göze çarpan yönüdür (Kıray, 2003: 141). Toplumlar hayatlarını idame ettirebilmek, kurulan düzenin bir parçası olabilmek için kırsal alanlardan kentlere göç etmeye başlamışlar ve buradaki pratikleri uygulamaya başlamışlardır.

Büyük şehirler her daim, ırkların ve kültürlerin kaynaştığı yer olmuştur (Park, 2015: 78). Buralarda insanları çeken bir şeyler muhakkak vardır ki insanlar kitleler halinde buralarda ki yaşam savaşının içine dâhil olmaktadır. Belki paranın gücü belki de sosyal statü kazanımının yaratacağı haz.

Birbiri ile karşılaşan her kültür diğerinden bir özelliği benimseyerek çeşitlilik oluşturmaktadır. Birbirleri ile karşılaşan ve bunun sonucunda ortaya çıkan bu sentez sosyoekonomik yaşamın üretilmesinde önemli bir konumdadır. İnsan topluluğunun başlangıcı, insan doğasının ve ihtiyaçlarının niteliğidir (McKenzie, 2015: 109). En temelde doğasında bir arada yaşama, aidiyet duygusu olan kişiler tarafından oluşturulan topluluklar, bir arada yaşamaya el verecek şekilde belirli kurallar aracılığıyla düzenlenmiştir. Sanayileşmenin sonucu olarak görünürlük kazanmaya başlayan sanayi kentleri, kişileri iş gücü açısından çevreleyerek hayattaki tüm edinim ve kazanımlarını bunun aracılığı ile kazandırmaya çalışmaktadır. Sanayi kentinde geçim ekonomiye, paraya dayanmaktadır. Sosyal yaşam da ekonomi ilişkileri üzerinden yenilenmekte ve sürdürülmektedir. Ekonomik sermayesi ile toplumsal hiyerarşide bir yer edinmeyen kişi, farklı sermaye tipleri ile kendisini, hayatını, hayallerini, kültürünü gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Bireyin reel sermayesi direkt olarak ekonomik sermayesini de içereceğinden, reel sermayesini sunmadığı noktalarda, simgesel sermayesi olarak nitelendirebileceğimiz göstergesel pratiklerle, nesnelere birey toplumsal yaşamın bir unsuru olmaktadır.

Toplumsallaşma sürecinde mekânlar, kent insanının gündelik yaşam pratiklerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Sosyalleşme aidiyet kurma, boş zaman değerlendirme hep bu mekânlar üzerinden görünürlük kazanmaktadır. Bireyin kendisini ifade etmek için kullandığı mekân, mekânlar; gündelik hayatın akışına da hizmet eder. Mekânın en belirgin özelliği değer yüklü olmasıdır (Alver, 2010: 20). Bireyin özündeki yaşam pratikleri artık değişmiştir. Yeme-içme, alışveriş yapma, boş zaman değerlendirme artık bir statü haline gelmiştir. Mekân bu statünün inşası, yansıtılması ve devamında önemli rol oynamaktadır. Bu konumdan bakıldığında statü direkt ekonomi ile ilişkili olduğundan, bunu tam anlamıyla yakalayamayan kişi ekonomi haricinde bir üretim ilişkileri silsilesini seçerek ona yönelmektedir.

Mekânın anlık olarak müdavimlerine yaşatmış olduğu kullanım hazzı, seçmiş olduğu üretim ilişkileri ile birlikte daha da güçlenmektedir. Toplumsal yaşamın önemli bir parçası olan mekân kendisine bir statü yaratarak bunun ziyaretçilerine de aktarılmasını sağlar. Elbette bu statüyü tek başına oluşturmamaktadır. Mekânın jeopolitik konumu, ulaşım kolaylığı, içerisinde kullanılan dekor ürünleri, mimari yapısı ile beraber kendisine çekmek istediği ziyaretçi portföyü de statü oluşturmalarını sağlayan etkenlerdendir.

Kentleşme, artık, yalnızca insanları kent olarak adlandırılan yere çekme sürecini belirtmekle kalmamakta, insanların kentin yaşam biçimini benimsemesi anlamına da gelmektedir (Wirth, 2002: 81). Kent denildiği zaman içinde yaşayan toplumun kültürel birikimi, sosyoekonomik yapısı, değerler bütünü vs hepsi sosyal yaşam pratiklerini anlayabilme noktasında büyük önem arz etmektedir. Kentsel mekânlar, bireyi ve toplumu var eden, onların sosyal yaşamdaki rollerini sergileyebileceği, onlar için çok önemli yerlerdir. Kişi o kentte doğmuştur belki de en mutlu olduğu anını geçirdiği mekân o kenttedir. Hal böyle olunca kişinin kente ve hatta kent mekânına aidiyeti çok daha artmaktadır.

Modern kentlerde yaşayan kişiler, dünlerini, öğrenmişliklerini ve bugünlerini bir arada tutmaya çalışırken haliyle bir çatışma içerisinde kalmaktadır. Ona öğretilen alışkanlık ve davranışlar bütünü başkayken, sosyal yaşamında karşılaştıkları bambaşkadır. Bir de işin içine oldukça karmaşık olan kimlik sorunsalı dâhil olduğunda, kişi topluma da kendisine de yabancıymış gibi bakılmaktadır. Modern

kent insanı yaşadığı yabancılaşıma ve çatışmalar içerisinde kendisine sığınacak, ait olduğunu hissedecek yerler arayışına girer. Mekânlar tam olarak burada büyük önem kazanır. Bugününde aidiyet duygusunu arayan, geçmişi ve bugününü harmanlamaya çalışan birey için bunun aracı mekândır. Mekân hatıralarımızın korunması, kolektif düşüncenin oluşması ve temsili için en uygun koşulları sağlar; bu da toplumsal niteliği ile ilgilidir (Özaloğlu, 2017: 13). Mekânlar bu açıdan bakıldığında, her dönemde toplumların kültürel yansımalarını göstermektedir. Mekânın konumu, dizaynı, ziyaretçileri, çevresindeki ve ait olduğunu hissettiği ve ait olduğunu düşündüğüne dair kültürel ipuçları vermektedir.

Kültürüne sıkı sıkıya bağlı olan toplulukları, kültürün baskıcı ve zorba niteliğine dayanarak; baskıcı bir toplum olarak değerlendirebiliriz. Burada kültürden kasıt sadece geleneksel kültür anlamında kullanılmamaktadır. Kültür özü itibari ile zorlayıcıdır. Normlarına uymayı gerekli kılar. Uyulmadığı takdirde kişileri kötü niteliklere sahip olarak betimler. Bu bağlamda kent kültürü içerisinde de aynı zorlayıcılığın izleri görülmektedir. Bu bağlamda, fazla baskıcı topluluklar yapıt üretiminde çok yaratıcı ve çok zengindirler (Lefebvre, 2015: 24). Geleneksellikten tamamıyla kopmamış bir toplum olduğumuz varsayımından yola çıkarak, neredeyse ülkenin her şehrinde devasa yapıtlarla, mekânlarla karşılaşmak şaşırılmayacak bir gerçeklik olarak görünürleşmektedir. Geleneksel kültür dâhilinde değerlendirildiğinde, İslam inancını simgeleyen yapıtların ve mekânların varlığı yadsınamayacak kadar yoğun bir biçimde gözlemlenebilmektedir. İdeolojinin de kimlik belirlenimi konusunda önemli bir öge olması, bireyin sosyal yaşamında bocalamasının açıklanmasına yardımcı olabilmektedir. Birey kimliğini en temelde kültürü ve ideolojisi ile oluşturur. Kent içerisinde mekân seçme, kullanma sahip olduğu kimlik ile örtüşmek zorunda olduğu kadar, kentli kimliği ile de örtüşmek zorundadır. Bireyin hayalindeki konuma ulaşabilmesi, çoğunu hiç tanımasa da içinde bulunduğu toplumda kendisini toplumla harmanlayabilmesi ve en önemlisi toplumdan dışlanmaması eylem pratiklerinin yönünü belirlemektedir.

İster geleneksel ister modern olsun her topluluk birbirinden ayrı gibi dursa da, işlevsel olarak benzer özelliklere sahiptir. İnanış açısından bile baktığımızda her din, kendisinden bir önceki dinin ya değişmiş hali görünümündedir ya da belirli nitelikler açısından farklılık gösterir. Bu sebeple; her toplum da aslında bir anlamda birbirinin

yansımalarıdır. Sadece gerçekleştirdikleri eylemler ve politikaları ile birbirlerinden farklılaşmaktadırlar. Nasıl ki her bireyin kendisini tanıtmada belirli farklılıklar varsa her toplumda kendisini olumlarken belirli özellikleri ile ön plana çıkmaktadır. Her toplum mekâna kendi hassasiyetlerini yüklediği için, her kültürde şehrin belli özellikleri öne çıkar (Alptekin, 2012: 77). Bu özellikler kentin belirli noktalarında hayat bulur ve mekânlar bunların sağlamaştırıcı güçleri konumuna gelirler.

Kent mekânları ve bu mekânlara yüklenen anlamlar toplum ve bireyler arasındaki iletişimin en önemli unsurlarıdır (Es, 2007: 47). Çünkü aynı duyguları paylaşırlar, aynı eylemlerde bulunurlar en önemlisi kendileri gibi olduklarını düşündükleri kişiler ile paylaşım sürecine girerler. Bu da kişiye yaşadığı yabancılaşmayı bir nebze de olsa unutturduğu için mekânın kendi yarattığı anlamı dışında bir anlam kazandığını göstermektedir.

Mekân da kent de aslında yeni oluşan kavramlar olmamasına karşın burada açıklanmaya çalışılan anlamları, toplumların yaşam tarzları, dolayısı ile hayattaki tüm davranış kalıplarını etkilemeleri ve ortaya çıkan çeşitlilik üzerinedir. Her mekân gibi kent de kendine özgü bir hayatı, yaşama üslubunu, ritüelleri var eder, bunları yayar (Alver, 2012: 16). Bu bağlamda mekân, kent ile iç içedir. Bütünün bir parçasıdır hem de önemli bir parçası. Kent kültürü bir yaşam politikası oluşturur ve bunun geçerlilik kazanabilmesi için mekânlara ihtiyaç duyar.

Mekân tek başına genel etkiler taşımamaktadır (Urry, 1999: 97). Nasıl ki oluşumu tek başına kendiliğinden değilse, kişilerin yaşam pratiklerini düzenlemesi de çevresi ile kurduğu ilişkiler sonucunda gerçekleşmektedir. Kentin kültürü ile hatta daha genel düzeyde küresel kültür ile de ilişki kurarak kendisini de dönüştürürken, kişiye de bunu edinim olarak sunmaktadır.

Kent, insanlara ait anıların ve geçmişin ambarıdır ve ayrıca kültürel simgeler deposu olarak da işlev görmektedir (Urry, 1999: 42). Bu bağlamda kentte kurulan yapılar, oluşturulan mekânlar daha iyi anlamlandırılabilir. İfadeler artık simgeler yolu ile yaşam alanında gösterime sunulmaktadır. Bu yüzden hedeflediği topluluklara ulaşma sırasında mekânın belirli simgeleri tercih ederek, onlarla bilinirliğini oluşturma ve artırma çabası ortaya çıkmaktadır. Dizaynında kullanmış olduğu materyaller mekânın ideolojisi hakkında bilgi verecek, birey mekâna ziyarette

bulunmasa bile, gözlemlerine ve bilgisine dayanarak nasıl bir mekân olduğu konusunda bir sonuca ulaşabilecektir. Mekân açısından düşünüldüğünde de kendisine hedeflemiş olduğu ziyaretçiyi çekebilmek adına, ziyaretçi topluluğunun nasıl bir mekâna ihtiyaçları olduğunu, hangi kültür, ideolojiye sahip olduklarını bir araya getirerek, bunları harmanlayarak kendine özgü bir mekân dokusu oluşturacak ve ziyaretçileri ile birlikte kültürünü, ideolojisini, kimliğini her an yeniden üretecektir.

Birey mekânı her kullanımda mekânın üretimine katkı sağlayacağı gibi, kendi sosyal biçimlenimini de gerçekleştirecektir. Kent bir mekân olmanın yanında sosyopsikolojik bir ortamdır (Aktaran: Alver, 2012: 18). Kentli olma düşüncesinin bireyde yarattığı veya yaratacağı birey açısından olumlu olan anlam, kent içerisinde mekân aracılığı ile gerçekleştirilerek, birey sosyal konumunda hedefine ulaşarak biçimlenmesini devam ettirecektir.

1.3. ÇOK KİMLİKLİLİK VE TOPLUMSALLAŞMA

Modern sonrası dönem olarak adlandırılan postmodernizm ile kendinden daha çok söz ettirmeye başlayan çok kimliklilik durumu, aslında her zaman var olan fakat durumlara göre bastırılan ya da bastırılmaya çalışılan bir olgudur. Bu dönem itibari ile daha fazla gündeme gelen çok kültürlülük ile ilişkili olan çok kimliklilik, kendisini kuran önemli öğelerden biri olan kültür ekseninde şekillenerek toplumsal yaşam içerisinde karşılaştığı ötekilere sirayet eder.

Sosyolojik ve psikolojik olarak değerlendirilebilecek olan çok kimliklilik kavramı, konu dâhilinde daha makro ölçüde bireysel olarak ele alınarak, toplumsal düzende gerçekleştirmiş olduğu değişiklikler üzerinden açıklanmaya çalışılacaktır. Bir bireyin aynı anda birden fazla kimliğe sahip olma durumu olarak nitelendirilen çok kimliklilik, modern kent yaşamında neredeyse bir zorunluluk haline gelmiştir.

Bu bağlamda modern olarak nitelendirilen dönemin getirisi olan ve artık gereklilik olarak görülen çok kimliklilik toplumsallaşma sürecinde kişiye, kendisi ile benzer olanların ortamında bulunma, ayrı düşüncelere sahip olup aynı davranış kalıplarını sergileme zorunluluğunu ortaya koymaktadır. Çünkü kişi modern dönemde

kendisini evsiz, bulunduğu yerde yabancı gibi hissetmektedir ve kendisi ile benzer olanların çevresinde bu yabancılık duygusunu yenerek aidiyetini pekiştirmektedir. Aitlik kişinin sosyal yaşamını anlamlı kılan ve onu toplumla bir bütün hissettiren önemli bir olgudur. Modern kent yaşamında bireyin yaşadığı kente olan aidiyet ihtiyacı en temelde kolektif kimliği aracılığı ile betimlenir. İbn Haldun, insanın tabiatı gereği topluluk halinde yaşamak zorunda olduğunu belirtirken, buna dayanak olarak gösterdiği ilk gerekçe, insanın çeşitli üretim araçlarına, ürünlere ihtiyaç duyması ve bu çeşitliliği ancak kolektif bir hareket tarzı ile sağlayabileceğidir (Taşçı, 2014: 39). Ekonomik üretim ilişkilerinin toplumsal üretim ilişkilerinin de üretilmesine olan katkısı, sosyal yaşamda kolektif kimlik unsurunun da önemini göstermektedir. Her toplum kendine ait kolektif bir kimlik geliştirir çünkü kimlik; varlıklarını koruyabilen ulusal toplumların temel özelliği konumundadır.

Modern üretim koşullarının hâkim olduğu toplumların tüm yaşamı devasa bir gösteri birikimi olarak görünür (Debord, 1996: 16). Bu kentlerde oluşturulan ilişkiler yüzeysel olmakla beraber birbirlerini etkileyecek düzeyde derin anlamlar da içermektedir. Çünkü bu toplumlarda, toplumsal biçimleşen hayat tarzları ile gerçekleşmektedir. Kültürel imgelerden oluşturulan kimlik, bu gösterinin, gösterim şeklini belirlemede önemli rol oynamaktadır.

Sosyal biçimlenmenin gerekliliklerinin ve toplumsal yaşamın öğrenilmesi olarak tanımlanabilecek olan toplumsallaşma süreci bireyin ilk olarak kendinin farkına varması ve daha sonra çevresini fark etmesi adımları ile ilerlemektedir. Bireyin sadece kamusal alanlarda diğerleriyle etkileşime hazır olması yetmez, aynı zamanda farklı ortamlar ve yerlerde uygun davranışları sergileyebilmesi gerekir (Giddens, 2014: 133). Modern kent ortamında toplumun heterojen bir yapıda olması, içerisinde çok fazla çeşitlilik ve yoğunluk barındırması toplumsal biçimlenmenin de farklılıklar içerisinde kendisine bütünlük oluşturduğunu göstermektedir. Bu farklı ve aynı zamanda bütün olan toplumsal yaşamda bireyin kendini kabul ettirebilmesi de en temelde kimliği aracılığı ile gerçekleşebilmektedir. Dolayısı ile birey, karşılaşmış olduğu çoklu kimliklerin oluşturmuş olduğu toplumda kendisine birden fazla kimlik seçmek ve sosyal yaşamında bunu sergileyebilmek zorunda kalmaktadır.

İnsanlar kendi bireysel kimliklerini biçimlendirirken eylemlerinin özel bağlamları ne kadar yerel olursa olsun, sonuçları ve içerikleri bakımından küresel düzeydeki toplumsal etkilere katkıda bulunur ve bu etkileri doğrudan aktarırlar (Giddens, 2014: 12). Bu kimlikler, içerisinde bulunduğumuz sosyal kültürel yaşantımız boyutlarında şekillenmeye başlar ve toplumda kabul göreceği bilinen şekillerde sahip olunur. Kentler karmaşık ve heterojen yapıda olduklarından çoklu kültür ve kimlik üretme potansiyeli taşırlar (Aytaç, 2012: 523). Farklılık içinde bütünlük yaşayan bu sebeple homojenleşen topluluklar sonucunda insanlar tek bir kimlik sahibi olmak yerine birçok kimlik edinmek zorunda kalırlar. Bu çerçevede toplumlar da çok kimlikli yapılanmaya sahip olarak, bireylerin gündelik yaşamlarındaki değişimlerini etkileyebilmektedir.

Kimlikler değişip dönüşürler, bizim dışımızdaki siyasal ve ekonomik güçler tarafından etkilenip farklı şekillerde eklemlenebilirler. Çünkü seçkinlerin toplumu elde tutabilmek için ürettikleri şey aslen kültürdür. Bu kültürün içine gizlenen kimlikler aracılığı ile toplumsal yaşamda bireyler şekillendirilerek toplumsal yapının üretimi bireyler aracılığı ile devam ettirilir.

Modernitenin, küçük toplulukların ve geleneğin koruyucu çerçevesini yıkması (Giddens, 2014: 52), bireylerin kendilerini artık güvende hissetmemelerine sebep olarak, yeni toplumsal biçimlenmenin temasını belirlemiştir. Zorlayıcı ve baskıcı olsa da geleneksellik, toplumsal yaşamda bireylerin kendilerini rahat ve güvende hissetmelerini sağlamaktadır. Bu güven duygusunun yıkımının bireyde yaratmış olduğu dışlanma ve kabul görememe duygusu bireyin sürekli kendini gerçekleştirmesini gerekli kılmaktadır. Çünkü birey kendisini gösterebildiği ölçüde adından söz ettirecek, topluma dâhil olmuş olabilecektir.

Toplumsal hayatın önemi, ona yüklenen değerler silsilesinde kendisini gösterir. Bireyin yaşamında başat rol üstlenmesi sebebi ile birey beğenilerini, tercihlerini, davranışlarını ve hatta öğrenme sürecini bile bu doğrultuda gerçekleştirerek sosyal yaşamını devasa bir yaşam alanına çevirir. Tüm seçimleri bireyi toplumsal yaşamında belirli konumlara yerleştirir. Birey kendi varlığını toplumda geçerli kılabilmek için kendisinden farklı, kendisinde olmayan fakat toplumda var olan çeşitli kimlikler edinerek sergiler. Kimlik, göze çarpmak; farklı olmak bu fark vasıtasıyla benzersiz

olmak demektir (Bauman, 2016: 22). Zamanının çoğunu ev dışında bir kentsel mekânda geçiren kent insanı bu benzersizliği edinmiş olduğu çoklu kimlikleri aracılığı ile hayata geçirir.

Modernite ile birlikte küreselleşme süreci başlamış, gündelik sosyal yaşam da bu küresellik içinde çok çeşitliliğe sahip olmuştur. Kültürler arası etkileşimlerin artması farklı kimliklerin de birbirleri ile karşılaşmasını olanaklı kılmıştır. Bireyler bu çeşitlilik içerisinde artık kendilerine hayat tarzı seçerek kimliklerini şekillendirmeye başlamışlardır. Kişisel yaşantılar toplumsal koşullara bağlıdır, modernizm toplumu dönüştürdüğünden kişisel yaşamlar da bir dönüşüme uğramıştır.

İnsanların modern birlikte yaşama düzeni Janusvaridir; her biri toplumun farklı bir kesimine dönük olan iki yüzünden biri özgürleştirici, diğeri ise zorlayıcıdır (Bauman, 2016: 32). Özgürleştiricidir çünkü birey toplumsal alanda kendi tercihlerini yapabilir, kendisine verilen bir değer vardır. Zorlayıcıdır; zorlayıcılığı özgürleştiriciliğinden ileri gelir. Birey tercihlerini belirli kalıplar doğrultusunda gerçekleştirmek zorundadır. Bu zorunda olma durumu, toplumsal yaşamında kendini ispatlayabilme duygusu ile gerçeklik kazanmaktadır. Aynı zamanda zorlayıcılık modern yaşamda modernitenin panoptik gücü ile (bireylerin kendilerinin daima izlendiği, rutin dışına çıkılmasının mutlaka görüleceğini düşünmeleri) (Bauman, 2016: 38) gerçekleştiğinden birey bu durumu zorlayıcılıktan ziyade zorunluluk veya toplumsal bir norm olarak gerçekleştirmektedir.

Her şeyin bir nevi, bir rutin çerçevede gerçekleştiği sosyal yaşamda, mutluluk ve ona ulaşma umudu, bireyin topluma katılmasında temel motivasyonu (Bauman, 2016: 89) haline gelmiştir. Mutluluk kavramı burada birey için sosyal yaşamını düzenleme, ilişkilerini kurma bağlamında önemli bir konumdadır. Bireyin topluma katılması, toplumsal yaşamın temel gerekliliği olduğundan, bu katılım bireyin mutluluğu ile doğru orantılı olarak gerçekleşmektedir. Toplumsal yaşamda mutluluğunu, başkalarının nerede ve nasıl mutlu olduğunu gözlemleyerek; öteki olma çabası da bireyin başka kimlikleri edinme gayesini ortaya çıkarmaktadır. Kendi mutluluğunu ötekinin mutluluğunda arayan, kendisini o farklı deneyim sonucu hem mutlu hem de toplumsal yaşamında saygın hissedecek olan birey için kimlik edinmek olağan bir durum haline gelmiştir.

Üretim ilişkilerinin değişmesi ile birlikte değişen toplumsal düzende, eski sadakatler ve kesinlikler yok edildiği için insanlar yeni aidiyetler arar (Bauman, 2016: 106). Fakat bu kendi bireysel kimliğinden sıyrılıp yeni bir kimliğe bürünme anlamına gelmemektedir. Yerel bağlamda yakın çevresi ile olan ilişkilerini sürdürebilmek için eski kimliğine de ihtiyacı olan birey, yeni çevre edinme ve ilişkilerini sürdürebilmek için yeni kimlik arayışlarında bulunur.

Toplumsal biçimlenişin değişimi bireyleri farklılıklar ile yüz yüze getirmiştir. Birey kendisine sunulan karşı konulmaz kimlikler (Bauman, 2016: 71) ile aynı zamanda yeniliğin de bir parçası olarak, kendi yenilenme sürecini de başlatmaktadır. Bu durumda toplumsal yaşamın hala daha değişip dönüştüğü, aynı zamanda bireyleri dönüştürdüğü söylenebilir.

Bireyin çevre yönlendirmesi ile kendini gerçekleştirme (Fromm, 2014: 77) yani kendisine yabancılaşması da, onu farklı kimlik arayışlarına itmektir. İnsanın doğal karakterini değiştiren ve onu, tutkuları ve tatmin edilmemiş arzularıyla yaşayan yabancılaşmış bir varlık haline getiren bizzat toplumdur (Shayegan, 2014: 46). Bireyin kendisi gibi olduğunda sürekli başka bir tarafa doğru yönlendirilmesi, yönlendirildiği konumdaki kimliklerden bir veya birkaçını seçme zorunluluğu hissi uyandırdığından birey kimliksel olarak çoğalmaya başlamaktadır. Bu durum aynı zamanda farklı kimliği içselleştirmeden, o kimliğe sahipmiş gibi davranan bireylerin sosyal yaşamında gerçekleştirdiği davranış pratikleri ile topluma ne yabancı ne de ayak uydurur gözükmesine sebep olmaktadır. Ki bu araştırmanın temel sebebi bireylerin sahip olmadıkları fakat sahiplermişçesine kimlik yansımalarının toplumsal düzende nasıl vuku bulduğudur.

Bireyler sahip oldukları kimlikler aracılığıyla toplumda yer edinir, topluma uyum sağlarlar. Var olan kimliğimizi yitirdiğimizde yenisini ararız. Bu yüzden kimlik bir tür kalıplaşmış davranış biçimi olarak görülebilir. Fakat sürekli gelişen ve dönüşen bir sistem içerisinde kimlik tam olarak tamamlanamaz, bu yüzden bireyler çoklu kimliklere sahiptirler. Bu da kimliğin sürekli yeniden üretim halinde olduğunu gösterir. Modern dünyanın prangası, istese de istemese de herkese takılmış, bu suretle herkes esir alınmış durumundadır. Modern diye tanımlanan karışık dönemde tek kültür altında yaşanılması dayatılsa da, onu izleyen süreçte ortaya çıkan postmodern

dönemde çoklu kültürlerle karşılaşmıştır. Kültürlerin çokluğu ve varlığı beraberinde çoklu kimlik kavramını da getirmiştir. Modern dönemdeki tek kültür tek kimlik anlayışı postmodern dönemde çok kültürlülük ve çoklu kimlikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Modern dönemde görünüm ve içerik tek tabanlı yürütülmeye çalışılırken postmodern dönemde bu teklik anlayışı kırılmaktadır.

Modernite, diğer birçok konudaki kararlar kadar, “nasıl yaşamam gerekir” sorusunun nasıl davranmamız, giyinmemiz ve beslenmemiz gerektiğine ilişkin kararlar içinde cevaplandırılma biçimini de etkileyen, bireysel kimliğin zamanla gelişimi içinde yorumlanan gelenek ötesi bir düzendir (Giddens, 2014: 28). Modernitenin en temel amacının tek tipleştirme olduğu göz önüne alındığında, popüler kültürün yansımaları olarak, göz önünde bulunan seçkinlere öykünen, kimlik parçalanması yaşayan grupların mekân tercihleri de etkilenmektedir. Modern olarak nitelenen toplumlarda, İnsanlara benlikleri tümüyle özgün ve herkesinkinden farklı bir benlik olarak armağan edilir ki, herkesinkiyle aynı olması iyice sağlama alınabilsin (Adorno, Horkheimer, 2014: 31). Bu sayede farklılıklar toplumsal düzende rahatsızlığa sebep olmayacak, toplumsal yaşam olağan seyrinde devam edecektir.

Sosyal yaşamında gerçekleştirmiş olduğu her davranış pratiği bireyin kültürel birikimine dayandığından kentsel mekân tercihi de bu birikimin etkisi bulunmaktadır. Kendisine öğretilmiş, normlaşmış bilgileri dâhilinde sosyal yaşamını gerçekleştiren birey, kendisine öğretilen dönem ile yaşadığı dönem arasındaki farklılıklardan dolayı toplumsal yaşamda çoğu zaman kırılmalar yaşayarak kendisini eski ile yeniye harmanlama gayesi içerisinde bulabilmektedir. Kendi kültürünün olumlamadığı eylemsel pratikler, kent kültürü içerisinde bir gereklilik içermektedir. Kent insanı bu kültür doğrultusunda yeme-içme alışkanlıklarını belirlemiştir, boş zamanını değerlendirmek için kendisine sunulan kent mekânlarında sosyalleşme sürecinin bir parçası olmuştur. Yeniye tam anlamıyla kabullenemeyen, eski içerisinde yaşayan kişi için, kent insanına öykünmek, onun toplumsal yaşamını kendisine kopyalamaya çalışma buradan ileri gelmektedir.

Modern kent yaşamında mekânlarında bir kültür göstergesi olması, bireylerin sosyalleşme süreçlerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Mekân kentin dokusu, kültürü ve kimliği ile beraber kendi varlığını oluşturarak, çeşitlilik arasında seçilmek

için kültürü ve ziyaretçilerinin ona atfettiği kültürü kullanır. Bu durumda kişinin ya da grubun üst kültüre sahip olduğunu düşünerek içerisinde var olmak istediği mekân aynı zamanda bir alt kültürün de göstergesi haline gelir.

1.4. TOPLUMSALLAŞMA VE MEKÂN İLİŞKİSİ

Toplumsallaşma konusunda, toplumsal alanda karşılaşılan her kurum her olgu her düzen, toplumsallaşma biçimini kuran, geliştiren ve değiştiren özelliklere sahiptir. Bireyin sosyalleşme gayesi ve bunun için sergilediği davranış pratikleri, toplumsal boyutta yaşanan değişikliklerin bir sonucudur. Toplumsal hayatın önemi toplumsal yeniden üretim ile var olur. Her tüketildiğinde aslında yeniden üretilen mekânlar, diğer tüketici grupları için alternatifler yaratırlar. Mekân salt kendi kendine oluşan bir ortam değildir, mekânı toplumsal koşullar oluşturur ve şekillendirir. Lefebvre' ye göre mekânın üretiminde üç düzeyle karşılaşılır, mekânın deneyimlenmesi, mekânsal pratikler ve temsil mekânları (Işık, 2009: 21). Ardından daimini sağlamak için mekân da kendisini oluşturan koşullar ışığında değişim, dönüşüm gerçekleştirebilir.

Kent yaşamı içerisinde mekânlar, kurgulanarak yaratıldığı gibi, kentin gündelik yaşam kültürüne bağlı olarak kendiliğinden de oluşabilir. Kent içerisindeki her bir mekânın her gün kullanılması, içinde bulunulması yani yaşanması ve yaşatılması, mekânın varlığını pekiştirerek onun kalıcılığını sağlar. Kurgulanan kent mekânı gerçek anlamını, kullanıcıların bu mekânı nasıl ve hangi amaçla kullandığına bağlı olarak ve mekânı kullananların söz konusu mekânlarla kurduğu ilişkilere göre kazanmaktadır (Yılmaz, 2009: 169)

Bireylerin, kendileri gibi insanlarla ilişki içinde olmaları, onları sadece motive etmez; aynı zamanda, onlara, ortak özellikleri için böyle niteliklerin mevcut olmadığı bir toplumda bulamayacakları manevi desteği de sunar (Park, 2015: 84). Bu da mekânların çeşitlilik kazanmasına, tercih edilebilecek, seçilebilecek nesnelere haline gelmesine sebep olmuştur. Sahip olunan kimliğin sergilenmesi, dışa vurumu için ortak paydaları olduğu düşünülen yerler tercih sebebi haline gelmektedir.

Sosyal yaşam seçtiğimiz ya da bize yüklenen toplumsal rolleri sergilediğimiz bir alandır. Bu rolleri öyle ustaca sergilemeye çalışırız ki, insanı diğer canlılardan ayıran en önemli özelliği olan düşünebilme yeteneği bazen katı kurallarla çevrilmiş davranışlar bütünü olarak karşımıza çıkar. Öyle ki zaman geçirmek ya da bir ihtiyacı karşılamak için seçilen ya da gidilen mekânda bu rollerin ustaca sergilenebilmesi için çaba sarf edilir. Boş zaman değerlendirirken, keyif alınan etkinliklerde bulunulması günlük konuşma dilinde hobi olarak kullanılmaktadır. Hayatı kazanmanın bakış açısından, emekle ilgisi bulunmayan her etkinlik bir hobi olmaktadır (Arendt, 2013: 195). Gündelik yaşamda hobi olarak nitelendirilen davranışların sergilenmesi için seçilen mekânlar bireyleri dönüştürme etkisine de sahiptir. Bu mekânlarda birey, kendi rolü dışında aynı zamanda mekânın da kendisine yüklemek istediği rolleri üstlenerek, bir harman içerisine girmektedir.

Kent, birdenbire ortaya çıkmayıp bir gelişme sürecinin ürünü olduğundan, yaşam biçimi üzerindeki etkilerinde, daha önceki topluluklara egemen olan yaşam biçiminin görmezden gelinemeyeceği düşünülmektedir (Wirth, 2002: 79). Gündelik yaşamda toplumsal biçimleniş kendiliğinden ve birden oluşan bir düzen olmamakla birlikte bir süreç ve insan ürünüdür. Modern olarak tanımlanan kent yaşamında gelenek ve gelenek ötesi düzenin bir arada bulunması, kentsel mekânların ideolojilerini de etkilemektedir. Kentsel mekân, kentten ve toplumdan bağımsız değildir, kent ve toplumun bir ürünüdür. Mekânlar belleğin içinde saklanan bilgiye göre şekillenen nesnelere (Avcı, 2009: 138).

Kent, sokaktan her geçişte, iktisadi, mesleki, toplumsal hayatın hızında ve çeşitliliğinde –ruhsal hayatın duyuşal temelleri bakımından- kasaba ve taşra hayatıyla derin bir karşıtlık oluşturur (Simmel, 2003: 86). Taşra hayatında her şey daha durağan iken kent hayatında her şey fazlası ile hızlıdır. Kişiler bu hızı yakalayabilmek adına daha da hızlı olduklarını göstermeye çalışarak, kimilerine göre az çaba, kimilerine göre ise fazlası ile çaba sarf ederek bir görünürlük kazanma yarışındadırlar. Sık sık yapılan mekân ziyaretleri, bu ziyaretler sırasında bireyin orada olduğunu belirtecek eylem pratikleri mekân kullanım şekli ve nedeni hakkında ipuçları vermektedir.

Kapitalizmin gelişmesi ve olgunlaşması sonucunda, modern olarak adlandırılan, kapitalist dönemin en temel dinamiklerinden olan tek tipleşme kendisini kentsel

mekânlarda da göstermektedir. Dönem değişmesi sonucu kırsaldan kente göçen toplumlar, üst kültür egemenliğinde kurulan ve yönetilen kentlerde sosyal yaşama uyum sağlama çabasıdır. İş, eğitim, konaklama, boş zaman geçirme, modern kentlerde kurulu düzen içerisinde seçilmektedir. Bu seçim kişi veya kişilerin en temelde grupların mevcut kimlikleri ile gerçekleşmektedir.

Mekânın incelenmesi alanında mekânı sadece ekonomik analiz açısından değil, sembolik her alandan incelemek gerekmektedir. Toplum içindeki her kesimin, yaş ayrımının mekâna bakış açısı (mekân algısı, mekân deneyimi) farklıdır. Ekonomik ilişkilerin mekân kullanımında etkin bir öge olmasının yanı sıra, mekânın çeşitli simge ve semboller aracılığı ile gösterime soktuğu ideoloji ve kültürü de mekân ziyaretçileri açısından, mekânın tercih edilmesi konusunda önemli olabilmektedir.

Toplumsal yapının mekânsal pratiklerinin altında soyut iktidar ilişkileri gizlidir (Avcı, 2009: 139). Egemen kültür, ideoloji, bireyin sosyalleşme sürecini, bireyi bu doğrultuda yönlendirerek gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda kent içerisinde özel hayat bağlamında yapılan tercihlerin tarafsız olduğu söylenememektedir.

Bireyin hafızasının bir grup içerisinde değer bulduğu düşünülecek olursa mekân kullanımında toplumsal hafızanın önemi ortaya çıkmaktadır. Toplumsal düşüncenin bireysel düşünceyi geliştirmesi, mekânın toplumsallaşma sürecinde, bireyin mekân değiştirdikçe çevresindeki kişi veya grup portföyünün değiştiğini göstermektedir. Gündelik hayat üzerine çalışanlar, gündelik yaşam pratikleri ve kültürünün üretilmesinde kentin kamusal mekânlarının büyük rolü olduğunu belirtirler (Aytaç, 2012: 506). Bu durumda birey, seçmiş olduğu kent mekânlarında, mekân içerisinde yadırganmayacak ve kendisine seçmiş olduğu kimliklerini sergileyebileceği alternatifler olarak mekân kullanımını gerçekleştirmektedir.

Mekân kent içerisinde hakkında konuşulabilen bir varlık sergileyerek, bireylerin sosyalleşme süreçlerinde önemli öğelerden bir tanesi durumuna gelmektedir. Toplumsal yaşamda bireyler kimliklerini sergileyebilmek ve yeniden üretebilmek adına mekân arayışına girerek, seçmiş oldukları mekânlarda kendilerini ifade eden davranış pratiklerini sergilemektedir. Aynı zamanda mekânın kendisinde bulunan hatırlanabilme isteği, bireylerin davranışlarında gerçekleşebilmektedir. Mekân

yılbaşında, sevgililer gününde, küresel ölçekte kabul görmüş özel günlerde organizasyonlar gerçekleştirerek belirli reklamlar ile bireyin hafızasında yerini sürekli taze tutmaktadır. Bu durum özünde pek de bir anlamı olmasa da mekânın kendi içinde bir ritüel oluşturduğunu ve ziyaretçilerinin de bu ritüelin bir parçası olduğunu gözlemleyebilmekteyiz.

Mekân sınırlı bir zaman içinde sınırsız zaman yaşatabilme çabası sergileyerek, sabitliğini kaybeden zaman kavramını kullanmaktadır. Modern kent yaşamında zaman saat aracılığı ile sınırlıdır. İş saati, uyku saati, dinlenme saati, boş zaman saati, hepsi modern toplum yaratımının bir ögesini oluşturmaktadır. Bu bağlamda bireyler toplumsal yaşama katılma konusunda bu saat örgütlenmesi aracılığı ile biçimlenmektedir. Yoğun iş temposunun ve sürekli bir hareketin, akışın hâkim olduğu modern kentte en değerli zamanlardan biri olarak görülen boş zaman değerlendirme, kent toplumunun egemen kültürünü yansıtan, halk arasında elit olanların ziyarette bulunduğu mekânlarda bulunabilmek, bireyler için bir mekânın tatminkarlık nesnesine dönüşmesini sağlamaktadır. Mekânlar, modernite ile birlikte, modernliğin evden/özel alandan çıkarttığı kitleler için bir sosyal barınak/temsiliyet adası olabildikleri gibi, modernliğe dönük göstergelerin, işaretlerin taşıyıcısı olmaya gönüllü kitlelerin sembolik ifade arayışlarına da sahne olurlar (Aytaç, 2012: 506).

Somut veya soyut ihtiyaçlar doğrultusunda kurgulanarak oluşturulan mekânlar, sosyal yaşamda bir gereklilik yaratmaktadır. Kapitalizmin etkisiyle, kamusal mekânların ticarileşmesi sayesinde, kent mekânları, kitlesel ve yaygın mekânlar haline geldiler (Aytaç, 2012: 516). Örneğin alışveriş merkezinde bulunmak kişinin hem somut hem de soyut ihtiyacını gidermek için seçmiş olduğu mekânlardan biridir. Alışveriş merkezlerinin, içerisinde çeşitlilik bulunduran yapıları sayesinde kişiler hem alışveriş ihtiyaçlarını giderebilmekte, hem fizyolojik bir ihtiyaç olan açlığı giderebilmekte hem de toplumun değişen yapısına ayak uydurabilmektedir. Modern kent yaşamında gündelik hayat neredeyse alışveriş merkezinde akışını sürdürmektedir. Bu durum bireyde, topluma egemen olan bir davranış pratiğini gerçekleştirebilmiş olmanın egemenliğini sürdürmektedir. Aynı anda birden fazla yerde olabilme imkânı sunan bu merkezler, zaman kırılmasının en belirgin örneklerinden birisidir.

Bir mekânı var olan tüm hikâyesi ile tanıyan ve müdavimi olanlar dışında, sadece görünürlük kazanmak ve soyut olarak statü kazandığını düşünerek kişisel tatmin yaşayanlar aslında mekânın o kişiye bahsettiği ölçüde mekânsal elitliği yaşayabilmektedir. Mekân kullanımının gerekliliği bireyin günlük yaşamında karşılaştığı kimseler tarafından sürekli ön planda tutulmaktadır. Bunun yanı sıra bireyin gündelik yaşamında öykündüğü belirli kimliklere ulaşabilme aracı olan mekânlar, bireyin mekân ziyareti ile statü kazanımı doğrultusunda da ön plana çıkmaktadır.

Toplumsal çerçevesiz bireyin, bireysel hafızası da olamaz (Aktaran: Yücel, 2009: 102). Toplumun meşru kültürü, kişinin davranış ve tercih sürecini doğrudan etkilemektedir. Toplumsallığın ve kamusallığın pratikleri mekân kullanımı, mekân seçimi sayesinde belirgin bir hale gelerek, belirli çıkarımlarda bulunmamıza imkân sağlar.

Mekân bir imaj yaratarak, ziyaretçisini müdavimi haline getirene dek imajını sergilemektedir. Müdavimler bu mekânlarda kendilerini bulur, arzu ettikleri yüzleri görür, mekâna ait gösterge, imaj ve işaretleri toplarlar (Aytaç, 2012: 504). Mekân ziyaretçisi aradığı, edinmeye ve tanımlamaya çalıştığı statüsünü sadece o mekânla kazanabileceğini düşündüğü ve bunu davranışlarına yansıttığı noktada artık bir mekân müdavimidir. Mekânda onun sosyal yaşamında, yaşam tarzını yansıtan, kişi için en önemli, farklı düşünce yapıları içindeki kişiler için ise gereksiz bir ayrıntı noktasındadır.

Günümüzde mekân fiziksel konumu, şartları ve içinde bulunanları niteleyen toplumsal statüleri ile okunmaktadır. İnsanın mekânla olan ilişkisi ekoloji, inanç, ticaret vb. somut ve soyut olgulara bağlıdır. Aynı zamanda mekân aidiyet temsili rolünü de üstlenerek kişinin aradığı güvence ve kendisi ile aynı olanlarla birlikte bir arada bulunabileceği özel konum oluşturmaktadır.

Mekân kent içerisinde kurgulandıktan ve sosyal ilişkileri etkiledikten sonra toplumsal mekân konumuna ulaşabilmektedir. Bu durumda; toplumsallaşma süreci mekânı etkilediği gibi, mekân da toplumsallaşma sürecini etkileyen önemli bir etken haline gelmektedir.

1.4.1. Kırathaneler

Sosyal yaşamda kamusal mekânlar içerisinde önemli mekânlardan bir tanesi olan kahvehaneler, sosyalleşmenin, bütünleşmenin, gündelik hayatın sürekliliğinin inşa edilmesinde önemli olduğu kadar bireyin kimlik inşasına da katkısı olan kültürel ve ideolojik mekânlardır. Kahvehaneler, kamusal alanın minör kurumlarıdır ve buralardaki sohbet ve tartışmalar büyük öneme sahiptir (Aytaç, 2012: 506). Toplumsal yapının biçimlenişi, sosyal kurumların işleyişi gibi birçok konuda toplum hakkında bilgi veren, toplumu yansıttığı düşünülen, ayna görevi gören mekânlar olması, toplumsallaşma sürecinde kahvehanelerin önemli konumlarına dikkat çekmektedir.

İlk kez Etiyopya da keşfedilen kahve öncelikle Yemen’ de bir içecek olarak popülerlik kazanmış ve kısa sürede satıldığı mekânlarda deneme amaçlı ikram edilmesiyle bir tüketim mekânı olarak kahvehanelerin oluşmasına yol açmıştır (Alkan, 2009: 170). Yemen’ de tüketimi artan kahve daha sonra Osmanlı topraklarına ulaşmış ve sevilmiştir, ardından kurulan kahvehaneler, kahvenin her türü ile uğraşılan, servisi yapılan yerler haline gelmiştir.

17. yüzyılın ortasında, çoktandır yaygınlaşmış olan çaydan sonra çikolata ve kahvenin de en azından halkın varlıklı kesimlerinin alıştığı içecekler haline gelmesinden sonra levanten bir tacirin arabacısı ilk kahvehaneyi açtı (Habermas, 2002: 100) der Habermas. Tarihsel süreçte tiyatro ve berber dükkânları ile ilintili olduğu bilinen kahvehaneler aynı zamanda kütüphane, kumarhane ile de ilintili olmuş ve siyasal kulüp işlevi de görmüştür: Batı’ da burjuva, monarşik iktidara karşı mücadelesinde kahvehaneleri siyasal bir kulüp gibi kullanmış, eleştirel söylem buralarda filizlenmiştir (Öztürk, 2012: 107).

Fransız devrimi sırasında ve yayıldığı alan itibariyle devrim sonrasında kamusal mekânların en önemlilerinden biri kahvehanelerdi (Ünüvar; 1998: 186). Walter Benjamin e göre, asillerin soyluların kilisenin kendine özgü salonları, kendilerine özgü bir aradalık mekânları vardır ve bu mekânlardaki birlikteliğin havası törenseldir, burjuva kamusallığının prototip tören salonları da kahvehanelerdir (Ünüvar, 1998: 189).

18. yüzyılda İngiltere’ de mahalle kahvesi adı ile toplantı salonları (Mardin, 2006: 151) ortaya çıkmıştır. Birden fazla bulunan bu kahvehaneler, yaşamın gündemini tutmak, toplumsal olaylar hakkında bilgilenmek adına, tek bir kişinin yönetim ve yönlendirmesi ile değil toplumun farklı kesimlerinden insanların bir araya gelmesi ile kullanılmaktaydı. Kahvehane, içerisinde her türlü günlük sohbetin yapılabildiği, ziyaretçilerin fikirlerini beyan ettiği, toplumsal siyasal konuların tartışılabildiği bir mekân olarak toplumsal yaşam içerisinde önemli bir noktadadır. Birçok konunun konuşulabildiği bu mekânlarda, böylece daha önce hayat stiline belirlediği bir yaşamın yerine, aynı fikirlerin yarattığı bir dayanışma ortamı çıkıyordu (Mardin, 2006: 152).

Bazıları marjinalite üretiminin mekânları olsa da, 17. yüzyıl sonlarından itibaren kahvehaneler, çoğunlukla siyasi eleştirinin mekânları olarak göze çarpmaktadırlar (Çokuğraş, 2016: 17). Siyasi konuların tartışılabilmesi ile gündelik yaşamın nabzının tutulduğu kahvehaneler, Osmanlı’ ya girdiği ilk andan itibaren, siyaset yapıldığı gerekçesi ile sürekli denetime tabii tutulmuştur (Öztürk, 2012: 120). Çeşitli siyasi ayaklanmaya yataklık ettiği, yangınlara sebep olduğu, insanları tembelleğe ittiği vb eleştiriler nedeniyle uzun bir süre tepkileri üzerine çeken kahvehaneler, Osmanlı da ancak 18. Yüzyıl’ dan itibaren yerleşiklik kazanmıştır (Ünüvar; 1998: 192).

Bir mekân toplumsal ilişkiler içerisine gömülüdür (Öztürk, 2012: 119). Kahvehane, bu konuda verilebilecek en somut örneklerden bir tanesi olma özelliği ile beraber, her gün müdavimlerinin ziyaretleri ile toplumsal alan içerisindeki konumunu yeniden üretmektedir. Mahalle kültürü tabanında bakıldığında, her mahallenin kendine ait bir kahvehanesi bulunmaktadır. Bu mekânın ziyaretçileri, birbirlerini tanıyan, aralarında tanışıklık olmasa dahi aşinalık bulunan bireylerden oluşmaktadır. Sosyalleşme sürecinin, ilk kurulduğu yıllardan günümüze kadar önemini kaybetmemiş mekânlarından bir tanesi olan kahvehanelerde, ev dışı mekânlarda bireyin hissetmiş olduğu yabancılık duygusu kırılmaktadır. Burada dışarıdan gelen yabancı bir kişi yoktur, bu yüzden içerideki birey kendisini çevresine karşı güçsüz ve savunmasız hissetmemektedir.

Sosyal yaşamın önemli bir kurumu olan evlilik ile bir nevi birbirine yabancı iki insanın bir arada yaşaması beraberinde bir takım anlaşmazlıkları da ortaya

çıkarmaktadır. Günümüz kahvehane kültüründe evli erkeklerin en önemli ve en kolay sosyalleşme ortamlarından bir tanesi kahvehanedir. Çünkü içerisinde sadece erkek ziyaretçiler bulunmaktadır. Bu durum evli erkeğin eşi için bir nebze rahatlatıcı bir durumdur. Bu sebeple kahvehaneler aynı zamanda cinsel kimliğin de yansıtıldığı mekânlardır.

Kahvehane içerisinde günlük hayatın akışının nasıl ilerlediğinin analizi, televizyon programları, mekân içerisindeki basılı yayınlar ve en önemlisi fikirlerini beyan ederek bir tartışma ortamı hazırlayan ziyaretçiler tarafından yapılmaktadır. Toplumda olan bitenin ve gündelik hayatın nabzını tutmak için en uygun mekânlardan biri olan kahvehane toplumsal hareketliliğin ve haberleşmenin merkezinde bir konumdadır (Alkan, 2009: 171). İçerisinde her türlü sohbetin gerçekleşebildiği, sosyal yaşamın çatlaklarının bulunup çözüm yolları üretildiği, kent yaşamının belirli gerekliliklerinin göz ardı edilerek (giyim kuşam vb.) sosyalleşme aracı olarak kullanılmalrı, kahvehanelerin müdavimlerine özgürlük alanı sunması bakımından da önemli bir konumdadır.

Modern kent yaşamının, bireyi ürküten heterojen yapısının, kahvehanelerde homojen bir yapıya dönüşmesi, bireyin kendisini yabancı bir ortamda hissetmeyerek, kendi olabilme şansı yakalayabildiği mekân olması sebebi ile de kahvehaneler toplumsal yaşamın önemli mekânlarından bir tanesi olma özelliğini taşımaktadır. Bireyin aitlik ihtiyacının da karşılandığı mekânlar olma özelliği sayesinde, sosyal yaşamında birey aidiyet bağlarını genişleterek, davranış pratiklerini de bu doğrultuda şekillendirmektedir.

Her mekânın ideoloji ve değer yüklü olduğu gibi kahvehaneler de bu iki olguyu bünyesinde barındırmaktadır. Kahvehanenin sahip olduğu en temel ideoloji, cinsiyet kimliğine vurgu yapması sebebi ile erkeklik/adamlık yani temelde cinsiyetçilik olarak açıklanabilir. İçerisinde türlü konuların konuşularak, tartışmaya hazır hale getirilme aşamasında bile sürekli “erkek adam” vurgusunun yapılması, bireyler için cinsiyetçi kimliğin ediniminde ve onun şekillenmesinde kilit rol oynayan kahvehaneler, ataerkil bir ideolojiye sahip toplulukların en vazgeçilmez mekânlarından bir tanesi olmaktadır. Bu bağlamda kamusal mekânların en önemlilerinden biri olarak kahvehaneler, kimlik inşasına yardımcı olan mekânlardan bir tanesidir.

Toplumsal yaşamda, bireylerin sosyalleşme amaçlı kullandıkları önemli ve kendileri için özel mekânlardan bir tanesi olan kahvehaneler, ideoloji kalıpları ışığında gündelik yaşamda yeniden üretildiklerinden, kendi içerisinde ziyaretçileri ile bir bütünlük oluşturabilmektedir. Bu sayede modern kent yaşamının heterojen yapısını kendi içerisinde homojen bir yapıya dönüştürmeyi başarabilmektedir. Kahvehaneler; modernitenin, tartışmalarda ve hayatın her alanında etkin olduğu uzunca bir dönemin laboratuvarı olarak düşünülebilir (Ünüvar; 1998: 195). Farklı fikirsel yapıda olan ziyaretçileri de bir arada barındırabilmesi, modern insanın toplumsal yaşamdan dışlanma korkusunu gündeme getirerek, egemen ideolojinin üstünlüğünü kurmasına olanak vermektedir. Bu durum aynı zamanda modern yaşam içerisinde karşılaşılan, özgürlük içerisinde özgürsüz olmak durumu ile bağdaşmaktadır.

Geleneksel olarak Türkiye yaşlıların otoritesine dayanan bir toplum olmuştur (Mardin, 2001: 262). Mardin' e göre hala yaşlılara saygı gösterilmekte fakat onlar artık doğrunun kaynakları olarak görülmemektedir. Kahvehane içerisinde de kendinden yaşça büyük kişilerin öğütlerini dinleme geleneği devam etse de, geleneksel ve gelenek sonrası bir dönemin yaşam standartlarının, toplumsal biçimlenişinin birbirine uymaması doğrunun kaynağı olarak değerlendirilememesine sebep olmaktadır.

İnsanların üyesi buldukları gruplar düşüncelerini şekillendiren tek grup değildir, insanların içinde olmak istedikleri, kendilerini içinde saydıkları grubun da düşünce ve eylem üzerinde şekillendirici bir etkisi mevcuttur (Mardin, 2006: 153). Bu bağlamda kahvehanelerin de, kişiyi bu anlamda isteklendirici bir görev taşımış olduğu söylenebilmektedir. Bir aradalık düşüncesi ile sosyoekonomik yaşamında ulaşamayacağı mertebeye dâhil olmuşçasına, toplumdaki çatlakları bulup onları onarma edası ile yapılan sohbetler bu doğrultuda değerlendirilebilmektedir.

Bilgilendirilme ve bilgilendirme mekânları olarak kullanılması, mekânın demografik özelliklerine göre farklı yaş kesimleri tarafından da kullanıldığının bir göstergesi olmaktadır. Genç, orta, yaşlı her kesimden erkeğin, sosyalleşme aracı olarak, biraz da ekonomik temel de düşünüldüğünde bir kafeye oranla daha ucuz olan kahvehane, müdavimleri aracılığı ile sosyoekonomik konumunu sağlamlaştırmaktadır. Geleneksel ideolojinin etkilerinin hala daha izlerini barındıran bu mekânlar, bir nevi

bireyin hayat tarzı görüşünü de yansıtmaktadır, çünkü halk arasında kullanılış biçimine göre; ”erkek adam kahvehaneye gider”.

1.4.2. İbadethaneler

Gündelik hayat içerisinde fazlaca karşılaşılan dini binalar ihtişamlı görünüşleri ile dikkat çeken yapılar olmasının yanı sıra tarihi önemleri ile de kentin kültür ve kimliğini yansıtan, toplumsallaşma sürecinin önemli yapıları arasındadır. Geleneksel kültürün temel yapı taşlarından bir tanesinin din kavramı olması, geleneksel olduğu nitelendirilen toplumların oluşturduğu kamusal alanlarda dini sembolize eden binaların varlığı, onlar için, koruyucu ve dayanak sağlayıcı olma özelliği (Habermas, 2002: 279) taşımaktadır. Sosyal yaşam içerisinde sadece dini inanış çerçevesinde bireylerin ibadet etmek için kullandıkları mekânlar olmalarından ziyade, bu mekânlar gelenek, görenek ve anelerin kuşaktan kuşağa aktarılmasında da önemli rol oynamaktadır.

Modern dönemin, üretim ilişkilerinin bir getirisi olan kent ve kentleşmenin sebep olduğu yabancılaşma, bireylerin sosyal yaşamdaki kimlik ve kültür pratikleri doğrultusunda en aza indirgenmeye çalışılmaktadır. Geleneksel dönem içerisinde bireyin sosyal yaşamı ailesi, akrabaları, komşuları ve yakın çevresi aracılığı ile süregiderken, modern dönemde toplumların ve bununla beraber bireylerin de sosyal yaşamlarını devam ettirdikleri kurumlar değişmiştir. Bireyin kişiliğini, karakterini, hayatını ne üzerine tanımladığı olgusu, toplumsal yaşamında bireye belirli gruplara dâhil olabilme ve kendini güvende hissedebilme durumunu sağlamaktadır. Sosyal yaşamını dini inanış çerçevesinde kuran bireyler için bu binalar, modern dönemin ve hayatın kötülüklerinden, zorluklarından korundukları, kendilerini güvende hissettikleri yapılardır.

Camiler, kiliseler, türbeler, mescitler toplumsal yaşam içerisinde dini inanışın gerektirdiği ibadetleri gerçekleştirme yerleri olarak kullanılırsalar da, dini kültürel yaşantının önemli bir boyutunu oluşturması sebebi ile aynı zamanda toplumda ideoloji yayılması için kullanılan mekânlar olma özelliğini de taşımaktadır. Örneğin İslam ideolojisinde mescitlerde, siyasi faaliyetler yapılmış, devletin idari kararları alınmış,

savaşlar için askeri kararlar verilmiştir (Çelikkol, 2003: 404). Dini inanışın, kent içerisinde egemen ideolojinin temel dayanaklarından biri olması halinde, dini binalar bu ideolojinin topluma yansıtılmasında önemli bir işleve sahiptir.

Din toplumların oluşturulması, kurulması ve toplumsal özelliklerin kuşaktan kuşağa aktarılması konusunda kültürün temel dinamiklerinden birisini oluşturmaktadır. Dini, hâkim paradigmanın dışında ya da üstünde tutmak yerine onu bu paradigmanın organik bir parçası hatta çok kereler bu paradigmanın açıklamasına mahkûm kılmak, kültürel devamlılık arzusunun bir zaafı olarak açığa çıkmaktadır (Subaşı, 2015: 403).

Toplumsal yaşamda farklı kültür ve kimliklerin birbirleri ile karşılaşmaları ve bir arada yaşamaları sonucunda çoklu kimliklerin de görünürlük kazanmaları, modern kent toplumu içerisinde dindar grupların varlığına da işaret etmektedir. Dindar bireyin sosyalleşme sürecinin en önemli mekânlarından bir tanesi olan dini yapıtlar, bireyin kendisini hem manevi anlamda rahatlatılabildiği hem de kendisi gibi olanlarla bir arada bulunarak kendisini güvende hissettiği mekânlardır.

Mekânlar toplumdan bağımsız salt kendiliğinden oluşan yapılar olmamakla beraber, her mekân özünde ideoloji yüklüdür. Bu konuda verilebilecek en somut örneklerden bir tanesi olan dini yapıtlar, dini ideolojinin yansıtıldığı, değer kazandığı ve benimseyen bireylerin bir araya toplanabildiği sosyalleşme mekânları olma özelliğini taşımaktadır.

Kentteki üretim ilişkilerini sürdürebilmek amacı ile toplumun asıl olarak bütünleşme sebebi olarak görülen dini inanış çerçevesinde oluşturulan dini yapıtlar, modern dönem içerisinde turizm amaçlı da kullanılabilir. Kendi inanışı dışında bir inanışa ait olan yapı, merak duygusu uyandırarak farklı kimlik kazanımına da yol açabilir. Hatta bu yapıtlar farklı inanışlar çerçevesinde kıyaslama nesnesi haline gelebilmektedir.

İnsanlık tarihinde Göçebe toplulukların, ilk sosyalleşme mekânları olarak kullanıldığı bilinen dini binalar, yerleşmeye imkân verebilecek özellikte görülmeleri sebebi ile de toplumlar için önem taşımaktadır. Gündelik yaşantısını bu düşünce etrafında şekillendiren birey sahip olduğu inanç ideolojisini karşılaştığı kişiler ile paylaşarak sosyal yaşamında ideolojinin yeniden üretimine katkıda bulunur. İdeoloji,

onu savunan kişinin davranışına bilinçli olarak katıldığı noktada inanca dönüşür (Sennet, 2002: 54). İdeolojisini inanca döndüren birey için gündelik hayatını şekillendirmesi daha kolay olacağından, gerçekleştirdiği her davranış kalıbını manevi açıdan değerlendirerek etkileşime sokmaktadır.

1.4.3. Kamusal Alan

Kamu sözcüğü etimolojik olarak, Almandada kendisinden daha eski bir sözcük olan kamusal, 18. Yüzyıl’ da benzerlik kurularak türetilmiştir (Habermas, 2002: 59). Bunun yanı sıra Antik Yunanda ise kamu; Yunanlıların bilincinde, özel alanın karşısına bir özgürlük ve istikrar âlemi olarak yükselir, her şey ancak kamunun ışığında açığa çıkar, herkesin gözüne orada görünür (Habermas, 2002: 59). Yunanlıların yorumu ile biçimlenerek bize aktarılmış olan kamu modelinin ideolojik ülküsü yüzyıllardır geçerliliğini koruyabilen tarihsel-zihinsel özelliğe sahiptir (Habermas, 2002: 60).

17. Yüzyıl Fransa’ında kamudan anlaşılan, öncelikle saray ve yüksek burjuva tabakasıyla birlikte şehirdeki tiyatro salonlarını dolduran soylulardan oluşan topluluktur (Habermas, 2002: 98). Kamu, özgül olarak, aynı dönemde mal mübadelesinin ve toplumsal emeğin alanı olarak kendi yasalarına göre kurumlaşan burjuva toplumuna aittir (Habermas, 2002: 59). Buna karşın modern yaşam biçiminde, kavramın etimolojik kökenini göz önüne aldığımızda toplumun tüm kesiminin görebildiği, toplumsal doğruların ortaya çıkarak biçimlenmeyi oluşturan ve biçimlenişin temel dinamiklerinden bir tanesi olduğunu söyleyebiliriz.

Kamu sözcüğünün İngilizcede bilinen ilk kullanımı kamuyu toplumun ortak çıkarı ile bir tutmaktadır (Sennet, 2002: 32). Kamu denince akla ilk olarak devlet, iktidar kelimeleri gelse de aslında kavram direkt toplum ile ilgilidir. Kamu terimi, insan eseri bir dünyada birlikte yaşayanlar arasında olup biten meselelerle olduğu kadar, insan elinden çıkma şeylerle, insani yapıyla ilgilidir (Arendt, 2013: 95). Bu bağlamda kavramın devlet, iktidar ve siyasi ideolojiden bağımsız olduğu söylenemez. Toplumun bir araya gelebildiği, fikri özgürlüklerini sunabildikleri kentsel alanlar

olarak tanımlayabileceğimiz kamu alanları, bireylerin sosyokültürel yaşantılarının bir izleğini yansıtmaktadır.

Bireylerin yaşantılarının toplumsal süreçte ideoloji, kültür, kimlik ve inançları doğrultusunda şekillenmesi ve gelişmesi, kamu alanlarının da toplumsal biçimlenmenin önemli dinamikleri olan bu öğelerden etkilenerek kuruldukları söylenebilir. Kamusal hayatın krizlerini temsil eden sorun her zaman kamusal hayatın nasıl sınırlandırılacağı ya da neyi içerip neyi içermeyeceği sorunsalı etrafında anlaşılmıştır (Öğün; 1998: 50). Bu bağlamda kamu alanları belirli normlar içeren, ideolojisine uygun olarak belirli davranış kalıpları üreten ve bunların kullanılmasının beklendiği alanlar olma özelliğini de taşımaktadır.

İnsanlık tarihi süreci boyunca farklı anlamlara sahip olan kamu, modern dönem içerisinde, kentleşme sonucu, kentsel mekânlar dâhilinde, toplumsallaşmadaki önemini korumaktadır. Kamu, aile ve arkadaşlar dışında geçen yaşam anlamına gelmesi ile içerisinde çeşitli, karmaşık toplumsal grupları barındıracağına sinyallerini vermiş ve bu kamusal yaşamın odak noktasını da büyük şehirlere kaydırmıştır (Sennet, 2002: 34). Sanayi devriminin sonucu olarak karşımıza çıkan şehirde, değişen toplumsal koşullar, kamu alanlarının çoğalmasına ve çeşitlilik kazanmasına sebep olmuştur. Habermas şehir için; şehir; burjuva toplumunun yalnızca ekonomik hayat merkezi değildir; her şeyden önce sarayın kültürel-siyasal karşıtı olarak, kahvehanelerde, salonlarda ve yemek davetlerinde kurumlaşan ilk edebi kamudur (Habermas, 2002: 97) yorumunda bulunmuştur.

Kamusal alan insanların normal günlük rutinlerinde ya da dönemsel şenliklerde (festival, bayram) fonksiyonel ve törensel aktiviteleri gerçekleştirdikleri, toplumu birbirine bağlayan bir zemin olarak nitelendirilebilir (Aktaran: Erdönmez, Akı: 2005: 71). Toplumsal yaşam içerisinde toplumun tümünün paylaştığı ve kullandığı alanlar olan kamu alanları, sosyalleşmenin, özel alandan (evden) çıkıldığında içinde gerçekleşen yerlerdir. Kent, kimin oraya ait olup kimin olmadığına ilişkin kurallar koyabilecek denli kendi kimliklerinin farkında olan bireylerden oluşmaktadır (Sennet, 2002: 75). Bireyde bu farkındalığın oluşmasını sağlamada kamu alanlarının da etkisi bulunduğu için, bireylerin sosyalleşme alanlarından bir tanesi olan kamu alanları

kişilerde hâkim imge yaratımını sağlayarak, bireylerin birbirlerine benzemelerini sağlamaktadır.

Toplumsal yaşamda bireysel kimliğin oluşumuna olan katkısı haricinde, kolektif kimlik oluşturarak, toplumsal hafızanın canlı kalması amacı ile egemen iktidar tarafından sıklıkla kullanılan kamu alanları, ideolojinin nesnelleşerek sosyal sürece dâhil olmasını sağlamaktadır. Siyasal ideolojiyi içerdiği kadar, dini ideoloji ve kültürel kodları da barındırabilmesi kamu alanlarının önemli bir özelliğidir.

Bireyin günlük yaşantısında, gündelik rutininde istemsizce bile olsa kullandıkları kamu alanları, bireylerin kimlik sunumu için kullandıkları mekânlar olma özelliği ile toplumsallaşma sürecinde önemli rol oynamaktadır. Toplumu birbirleriyle bağlayabilme özelliği, farklı kimliklere sahip bireylerin bir araya gelebilmesini, çoklu kimliklere sahip olsalar da ortak paydada buluşulabilen alanlar olarak kullanılmasına olanak tanımaktadır.

Modern toplumsal yaşamda bireylerin gündelik hayatlarında sıklıkla kullandıkları yerler olan kamu alanlarında, ideolojiler, kimlikler bireyler aracılığı ile nesnelleşerek toplumsal üretim ilişkilerinin bir parçası haline gelirler. Gördüklerimizi gören, duyduklarımızı duyan birilerinin mevcudiyeti, kendimiz ile dünyanın gerçekliği hakkında emin olmamızı sağlar (Arendt, 2013: 93). Kamu alanlarında gerçekleşen davranış pratikleri kabaca bakıldığında toplum tarafından onaylanma içerdiğinden bireylerin görünürlük sergileyebilmeleri için önemli alanlardır. Bireylerin eyledikleri sosyokültürel yaşantılarının davranışları, bu mekânlarda canlanarak, hem kamu alanının sosyal yaşam boyutunu belirler hem de bu alanın varlığını pekiştirir.

Kamu alanları aynı zamanda devlet otoritesinin de kurumsallaştığı alanlar olma özelliğini taşımaktadır. Otoriter zihniyetin doğal bir çıkarsaması olarak, devlet moderniteyi sahiplendiği ölçüde, kamusal alanın tanımı da devlete düşüyor ve giderek devlet tekeli haline gelerek bir yönetim aracı olarak kullanılıyor (Mahçupyan; 1998: 23). Kamu alanlarının iktidar aracılığı ile izin verilen ve izin verilmeyen kullanış biçimleri, kamu alanının belirli davranış kuralları içermesi ve kamu alanında egemen ideolojinin sergilenmesi, devletin yönetim aracı olmalarına örnek olarak verilebilir.

1.4.4. Eğlence ve Yaşam Alanları

Sosyal hayatın devamı ve sürekliliği için var olan toplumsal ilişkilerin sürekli yeniden üretilmesi gerekmektedir. Bu üretim; kültür, ahlak, eğitim ve ekonomik üretim ilişkilerinin hepsini kapsayan geniş bir yelpazeye sahiptir. İnsan doğasının başlangıcı, insan doğasının ve ihtiyaçlarının niteliğidir (McKenzie, 2015: 109). İnsanın sosyal bir varlık olması, çevresinde sosyal alanlar oluşturmasının en doğal sebeplerindendir.

Toplumsal yaşamı sürdürebilmenin gerekliliği sonucu oluşan, insanoğlunun madde değiş tokuşu ile başlayan, sosyal ve ekonomik paylaşımları gerçekleştireceği belirli toplanma mekânları, tarih boyunca sosyal paylaşım ve ticari aktivitelerle beslenerek kentsel yaşamı yönlendirmiştir (Macit, 2016: 228). Üretim ilişkilerinin değişimi sonucu, ticari aktivitelerin de artması ile bireyin sosyal paylaşımı, kendi tüketimini diğerlerine gösterebilmek için sarf ettiği çaba haline gelmektedir.

Kent içerisinde oluşturulan toplumsal yaşam alanları, kent ve kentli kültüründen bağımsız olarak düzenlenmez. Kültürü edinmenin doğal süreci, kültürün içine doğmakla olur (Burgess, 2015: 95). Kentin yaşam alanlarında sürekli birbirleri ile karşılaşan kültürler, birbirlerinden etkilenerek, birbirlerine eklenerek ortak bir kültür yaratımı sonucunda, bu alanların katılımcıları tarafından sosyal yaşam içerisinde belirli pratiklerle uygulamaya sokulur. Toplumsal yaşam alanlarında, egemen kültürel kodlar ve ideolojiler sürekli tekrarlanarak, mekân katılımcıları sayesinde yeniden üretilirler.

Toplumsal alanın tezahürü, kökeni modern çağın doğuşuna dayanan ve siyasi biçimini ulus devlette bulan görece yeni bir fenomendir (Arendt, 2013: 65). Kentler ve kentsel mekânlar, çok fazla sayıdaki kültürlere ev sahipliği yaptığından heterojen bir yapıya sahiptir. İşlevleri, amaçları, sosyal yaşamda sergiledikleri duruşları birbirine benzer olsa da birbirinden farklıdır. Özellikle büyük kentlerde neredeyse sayılamayacak kadar çok olan alışveriş merkezleri, restoranlar, kafeler görünüm açısından birbirlerine benzeseler de, işlevsel ve içerik olarak birbirlerinden farklılaşırlar. Toplumsal yaşamın içine dâhil olabilme ve 'ben de buradayım' diyebilmek için kullanılan mekânlar, farklı statü gruplarına ev sahipliği yaparlar.

İnsanoğlunun, bütün özelliklerini değilse bile, kendisine atfedilen özelliklerden çoğunu edindiği ortama “toplum” deriz; toplum, Comte’ un da en geniş haliyle tanımladığı gibi “insanlıktır”. (Park, 2015: 147).

Toplum, normalleşmelerini sağlamaya ve kendiliğinden eylemlerde ya da sivilliklerde bulunmayacak biçimde davranmalarına yönelik sayısız ve muhtelif kurallar vazederek üyelerinden belli bir davranış tarzı içinde olmalarını bekler (Arendt, 2013: 81). Toplumsal yaşam alanları bu davranışlar bütününe sergilendiği mekânlar olarak, toplumda kabul görmüş belirli normların uygulama sahasıdır.

Birbirine rakip bireylerden ve birbirleriyle rekabet halindeki gruplara ait bireylerden oluşan bir örgütlenme, istikrarsız bir dengeye sahiptir ve ancak sürekli olarak yeniden düzenlemeye tabi tutuldukça işler (Park, 2015: 54). Toplumsal yaşam alanları bu bireylerin birbirleri ile karşılaştıkları, etkileşimde buldukları mekânlar olarak sosyalleşmenin bir kurumu niteliğinde varlık gösterirler. Sürekli düzenlenişleri egemen ideolojinin buralarda yeniden üretilerek toplumsal biçimlenişe sokulmasından ileri gelmektedir.

Yaşam sürecinin kendi kamusal hâkimiyetini kurduğu yer olan toplumsal alan, doğanın doğal olmayan gelişimine giden yolu (Arendt, 2013: 89) açmıştır. Bu sebeple modern olarak adlandırılan kapitalist sistemde bireyler bütçelerinin el verdiği yaşam alanlarına yönelmektedir. Statü maddiyat ve kültürle doğru orantılıdır. Hangi alışveriş merkezine ya da hangi restorana, hangi statü gruplarının gittiği bellidir. Bunun yanı sıra belirli statü gruplarının da yöneldiği yaşam alanları (kentten hangi semtinde ikamet ettikleri, boş zaman değerlendirmek için kullandıkları bölgeler, dinlenme ve eğlence amaçlı seçilen mekânlar) bellidir. Kentlilerin günlük hayatlarının önemli bir bölümü yollarda geçmektedir (Kaya, 2003: 73). Bu yüzden kent içerisinde bir yaşam alanı olarak nitelendirilen alışveriş merkezlerini genellikle bu yollar üzerinde kurulmuştur. Modern dünya insanının zaman sorunu, kurgulanan bu alanlarla en aza indirgenmeye çalışılmaktadır. Modern insanın sürekli hareket halinde olması, bir yere yetişme zorunluluğu, günün belirli saatlerinde, zamanın bir bölümüne sıkışma duygusu, yaşam alanlarının sunduğu imkânlarla boş vakit değerlendirme noktasında, kişilerin beklentilerini karşılar görünmektedir. Caddeler, sokaklar, binalar, yollar, kaldırımlar, ağaçlandırmalar, parklar, eğlence yerleri, dinlenme yerleri ve alışveriş merkezleri

hepsi birer tasarım ürünüdür (Kaya, 2003: 146). Ve kişiler bu tasarım doğrultusunda şekillenerek sosyal yaşamlarını yeniden üretim sürecine girmektedirler.

Şehir içindeki mekânların tercih sebebi olarak mekânların lokasyonları da önemli rol oynamaktadır. Hızlı ve akışkan bir yaşantıya sahip olan kent hayatı içerisinde sosyalleşme sürecinde, bir yere geç kalmama veya günün çok az bir bölümünde sahip olunan boş zamanın en etkili şekilde değerlendirilmesi adına, arananın kolayca bulunması, birde aramak için zaman kaybedilmemesi önemli bir etken oluşturmaktadır.

Louis Wirth' in şehir ile ilgili düşüncelerinden yola çıkarak şehrin sadece kalabalıktan oluşmadığı söylenebilmektedir. Kentlerin toplumsal yaşam ya da insan üzerindeki etkileri, kentli nüfusun oranının göstereceği etkiden daha büyüktür (Alptekin, 2012: 85). Şehrin kalabalıktan ziyade çekici yönlerinin bulunması gerekmektedir. Siyasal, kültürel, ekonomik, sanatsal; toplumsal yaşamda kişilerin sosyal yaşam deneyimleri edinebileceği ve bunları sergileyebileceği mekânların olması gerekmektedir. Tüm bu gerekli görünen alanlar aslında kişilerin toplumsal yaşam alanlarının bir nişanesidir. Tüm bunlar değerlendirildiğinde Wirth için şehirdeki nüfusun büyük, yoğun ve heterojen olması gibi durumlar insanlar arasında kişisiz bir ilişkinin oluşmasına sebep olur (Alptekin, 2012: 90). Sanayileşmenin artması sonucu, bu gereklilik ile kurulan kentlerde iletişim, geleneksel anlamını, toplumsal biçimlenme yönünde yitireceğinden sağlıklı bir şekilde devam edemeyecektir. Bu durumda da, bütünüyle kamusal alanda, başkalarının gözü önünde geçirilen bir yaşamın bir yerden sonra sığlaşması çok muhtemeldir (Arendt, 2013: 120).

Değişen dönüşen toplumda yeniliğin aynı zamanda içselleştirilmesi ve değişimden önceki alışılmış sosyal yaşam pratikleri ile harmanlanması gereklidir. Bu yapılamadığı zaman yabancılaşma ortaya çıkarak, başıboşluk var olur. Bunun en somut örneğini kentteki toplumsal yaşam alanlarında görebilmekteyiz. Kimliği, benliği; dün, bugün ve gelecek arasında kalan kişi sosyoekonomik hayatında farkında olmasa da davranış pratiklerini bu şekilde gerçekleştirmektedir veya öngörülen bu davranışlara uygun mekânlar oluşturulmaktadır.

Modern kentin toplumsal düzenine hâkim olan tüketim kültürü, toplumsal yaşam alanlarında bireylerin davranış pratikleri ile konumunu sağlamlaştırmaktadır. Birey, tükettikçe elde ettiği mutluluğu, ötekilere gösterebildiği ölçüde toplumda yer edineceğini düşündüğünden mekân, nesne tüketebileceği her şeyi en hızlı ve kolay yoldan tüketmektedir. Tüketim kültürü metropollerde devasa alışveriş merkezleri aracılığıyla yaygınlaşmakta, şehir sakinleri paketlenmiş alışveriş ve eğlence imkânlarının hepsinin bir arada sunulduğu kapitalizmin bu yeni mabetlerinde rafine bir sosyal hayat yaşamaktadırlar (Alver, 2012: 246).

Tüm bunların yanı sıra toplumsal yaşam alanlarının en önemli özelliklerinden bir tanesi bireyin kimliğini sergileyebileceği mekânları barındırmasıdır. Kimliğin mekân bazında doğru kullanımı sonucu, bireyin elde edeceği sosyal statü konumu, sosyal yaşamının büyük bir alanını kapsayacağından, kurgulanan mekânlarda toplumsallaşma birey için önem arz etmektedir.

1.5. İDEOLOJİ VE MEKÂN İLİŞKİSİ

Son dönemlerde gündelik yaşamımızın neredeyse tümünde dillere pelesenk olan bir kavram ile karşılaşmaktayız, ideoloji. Sosyal yaşamımızda her şeyin neredeyse ideoloji ile ilintilendiği göz önünde bulundurulduğunda, kavramın önemi şüphesiz ki ortaya çıkmaktadır. Peki, tüm davranışlarımızı bilerek, isteyerek veya dolaylı yoldan ilgilendiren, dönüştüren ideoloji nedir? Şu ana kadar toplumsallaşma sürecinde kent içerisinde beğenilerin, tercihlerin, kişisel varlığın sergilenmesi konusunda kimlik, mekân ve kent kavramları açıklanmaya çalışılmıştır. Tüm bunların yanı sıra ideoloji de bu seçimlerin bir paydaşı durumundadır.

İdeoloji kavramının tarihsel kökenine baktığımızda, ideoloji kavramı ilk kez Antoine Destutt de Tracy tarafından kullanılmıştır (Özbek, 2000: 31). Ona göre ideoloji, bir bilim dalıdır. İnsanın bilgi ve anlayışına, gerçek doğrultusunu kazandırır (Özbek, 2000: 33). Bu bağlamda ideoloji, ilk olarak doğru düşünme bilimine verilen ad olarak tanımlanmıştır (Mardin, 2006: 22). İdeoloji denince akla ilk olarak siyasi bir kavram gelse de, ideoloji insanın geçmişten günümüze toplumsal yaşam deneyiminde

önemli bir rol oynamaktadır. İdeoloji; zevklerin, beğenilerin, olurların veya olmazların çıkış noktası olarak gösterilebilmektedir.

Marx ideolojiye özel bir tanım verir; ideolojiyi belirli bir toplumsal duruma esas teşkil eden fikir ve inançların bilinçsiz ifadesi olarak yorumlar; oysa Batı’ da genellikle bunun tersine, fikirlerin kendi toplumsal bağlamında bilinçli ve eleştirel ifadesine ideoloji denir (Harvey, 2006: 23).

Toplum çözümleme konusunda Marx’ dan farklılaşan Gramsci, Marx’ ın alt ve üst yapı çözümlemesinde daha çok üst yapıya önem vermektedir. Bu bağlamda üst yapı içerisinde bulunan kültür ve ideoloji kavramları incelemelerinin ana konularını oluşturmaktadır. Geniş anlamıyla Gramsci’ nin ideoloji tanımlamasına yer verilmese de, genel bağlamda konu ile ilgili düşüncelerine değinilecektir. Gramsci, ideolojilerin toplumsal, somut, maddi ilişkilerden kaynaklandığını vurgulamaktadır (Özbek, 2000: 123). Aynı zamanda hegemonya aracılığı ile ideolojilerin kendilerine yaşam alanları bulduğunu ve bu şekilde varlıklarına devam edebildiklerini belirtmektedir.

Yapısalcı bir yaklaşım izleyen Althusser tümden gelim yöntemi ile toplumsal biçimlenmeye açıklık getirmektedir. Ona göre kültür, iktidar ve toplumsal yapı arasında derin bir ilişki vardır. Marx’ın üst yapı kuramı ile burada da karşılaşılır. Althusser üst yapının kapitalizmi olanaklı kıldığını, onun yeniden üretimini sağladığını düşünür. Üst yapının bir dinamiği olarak nitelendirilen ideolojinin ise; kapitalizme meşruiyet sağladığını, insanlara kapitalist sistemin yeniden üretimi için gerekli olan roller ve kimlikleri sunduğunu (Smith, 2007: 79) belirtir. Kar elde edebilmek için sürekli tüketilme gerekliliği toplumda kişilere bir kimlik olarak sunulmakta ve buna uygun davranış kalıpları beklenmektedir. Bu sunum üst yapının bir kurumu olan devletin baskı aygıtları veya devletin ideolojik aygıtları sayesinde gerçekleşir. Konu dâhilinde adından bahsedilecek olan devletin ideolojik aygıtlarıdır. Bunlar (medya, dini kurumlar, okullar) ideolojinin topluma yansıtılmasında başat rol oynamaktadır. Devletin ideolojik aygıtları, toplumun doğası ve örgütlenmesine ilişkin yanılısamalar yayan kurumlardan meydana gelmektedir (Smith, 2007: 80).

Althusser için ideoloji, bireylerin var oluşlarının gerçek koşulları ile hayali ilişkilerini temsil eder (Aktaran: Smith, 2007: 81). Geleneksel bir sistemler kümesinden yetişen kişilerin kapitalist süreçte yaşadıkları buradan ileri gelmektedir.

Sistemin gerekliliği olarak dayatılan kimliklere bürünme sorunsalı ile kişinin kendi kimliğinin bu süreçte erimeye başladığı söylenebilir. Kurulmuş düzenin içinde hayatta kalabilmek, yaşamı daim ettirebilmek için sahiplenilen kimlikler aslında devletin ve sistemin dayattığı ideolojileridir. Bir devamlılık ve doğallık söz konusu olduğundan ideolojinin bu noktada farkına varılmamaktadır (Smith, 2007: 81). Bu bağlamda kitle iletişim araçlarından sosyal medyada kişilerin görünürlük kazanma çabaları da açıklanabilmektedir. Topluma ulaşmanın en kolay ve etkili ve hızlı yollarından biri olan sosyal medya, dönüştürülen kimliklerin gösterilebilmesinin dayanağını oluşturmaktadır. Sosyoekonomik yaşamda görünürlük elde edebilen kişi, bir nevi kişisel tatminkârlığa da ulaşmaktadır. Çünkü sistemin, düzenin bir parçası olabildiği düşüncesi, sosyal hayatını herhangi bir engelle karşılaşmadan yaşayabileceği düşüncesini onamaktadır. Devletin ideolojik aygıtlarının asıl işlevi var olan toplumsal ilişkilerin sürekliliğini sağlayarak, üretim ilişkilerinin yeniden üretimini sağlamaktır (Özbek, 2000: 145).

Bir ideoloji ile birlikte yaşayan birey, ideolojik aygıtın maddi olan pratiklerine katılır, dini bir ideolojiye sahip olan bireyin, ayinlere katılması buna bir örnektir (Özbek, 2000: 151). Bu bağlamda kişinin mekân seçimleri de görünürlük kazanmaya başlayacaktır. Dini inanış çerçevesinde beğenileri, zevkleri şekillenecek, dönüşecektir. Boş zaman geçirme kavramı ile beraber de anılan mekân kullanımları da bu süreçten etkilenecek belki de artık kullanılmayacak mekânlar arasına girecektir. Tam olarak burada, ideoloji insanların her türlü etkiyi, tam anlamıyla kendi etkileri olarak görmelerini sağlar, böylece özne kendini olup bitenin merkezi olarak görür (Özbek, 2000: 152) denebilir. Mannheim' e göre ideoloji insanları yalnız siyasal hayatında etkilememekte, ideoloji toplumsal eylemlerimize yön veren bir şekilde çalışmaktadır (Mardin, 2006: 72).

İnsanlar genel olarak, etraflarındaki dünyayı bir kalıp içinden algırlarlar (Mardin, 2006: 102). Bu Marx' ın da belirttiği gibi toplumun gömülü olduğu gruptan dünyayı algılamaları tezi ile eşdeğerdir. Bir konu, görüş eylemler dizisi empoze edildiği ölçüde geçerlilik kazanarak toplumsal örgütlenmenin işleyişinde yerini sağlamlaştırır.

1974 yılında Türkiye' de küçük bir grup üniversite öğrencisi üzerinde yapılan araştırmada öğrencilerin bir kısmı ideolojiyi sistematik bir fikir yapısı veya anlatısı,

diğer bir kısmı da gerçekleri olduğu gibi yansıtmayan bir fikir yapısı olarak tanımlamıştır (Mardin, 2006: 15).

İdeolojiye çok çalkantılı ve akışı hızlanmış çağdaş devrin bir özelliği (Mardin, 2006: 124) diyecek olursak günümüz kapitalist sosyal yaşamında kişilerin, grupların davranış kalıplarını belirleyen etkenlerin neler olduğu sonucuna da varabiliriz. Verili bir ideolojinin diğerlerine göre iktidarı, kendisinin onaylama ve yasaklamalarıyla belirlenir (Göran, 2008: 47). Toplumsallaşma sürecinde de kişilerin davranış pratiklerini gözlemleyerek bir genellemeye varılabilir. Her şeyin iç içe geçmiş olduğu, insanların, yapıların, giyimin, alışkanlıkların sürekli birbirine benzediği tükettikçe var olduğumuz düşüncesinin aşılandığı ve davranış kalıplarımızın bu yönde evrilmeye başlamış olması dönemsel ideolojinin bir çıktısıdır.

Sosyal yaşam içerisinde davranış pratiklerimizi belirleyen soyut olgular, belirli pratikler sonucu somutlaşarak aslında bir nevi ideolojimizin ne olduğunu belli etmektedir. İdeolojiler özneler neyin var, iyi ve olanaklı olduğunu anlatarak, bunlarla aralarında bağ kurarak ve tanımlarını sağlayarak onları tabi kılar ve nitelik kazandırır (Göran, 2008: 30). Boş zaman geçirmek veya belirli bir sebep ile seçtiğimiz mekânlar bunun için örnek teşkil etmektedir. Örneğin bir restoranı seçen kişi mutfağını beğendiği için seçtiğini söylese de bunun alt dinamiklerinde, dünya mutfağından bir sunum yapan mekânın kendini bu konumlandırışı sebebi ile veya mekâna gelen elit olarak nitelendirilen kişilerin mekân tercihleri sebebi ile bu konuma yükselebilmek gayesi ile bir tercihte bulunabilmektedir.

İnsanların toplumsal yaşamlarını belirleyen temel ögelerden biri, bu insanların içinde yaşadıkları toplumu algılama şekilleridir (Mardin, 2006: 19). Bu anlamda kültür ile ideolojinin bağı ortaya çıkmaktadır. Biliyoruz ki gerçekleştirdiğimiz her davranış kalıbının ardında bir nevi dayatma olarak nitelendirebileceğimiz kültür kavramı vardır. Öğrenilmişlik sonucu sosyal yaşamda benlik ortaya koyulurken belirli roller devreye girer. Toplumsal hayat içindeki her bir sosyal konumun rol olarak bir çıktısı vardır. Ama genellikle rolden anlaşılan belirli bir toplumsal konumu işgal eden kişilerden normatif olarak beklenen davranışlardır (Göran, 2008: 33). Çünkü kültür yazılı olmayan normatif kurallar bütünüdür ve toplumsal yapı kültür aracılığıyla

şekillenerek, sürekliliğini sağlamaktadır. Kişinin içinde bulunduğu gruba göre şekillenme ihtiyacı da buradan gelmektedir.

Normatif olarak beklenen davranış kalıplarının arasında kentin ve mekânın kurgulanışına bağlı olarak, sosyal örgütlenmede hiyerarşik konumda bir yer edinebilme amacı ile örneğin boş zaman değerlendirme veya ihtiyaç bağlamında bir mekân kullanım pratikleri üretilmiştir. Mekânın içinde bulunma da bir davranış pratiği olarak değerlendirilebilmektedir. Mekân içerisinde kurulan iletişim tasarlanmıştır. Mekân ziyareti esnasında giyilecek kıyafetler seçilmiştir. Ve bunlar mekânın her kullanımında tüketilerek yeniden üretilmektedir. Bu bağlamda ideolojinin mekân ile olan ilişkisi her ikisinin de birbirini beslemesi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumsallaşma konusunda en temelde çekirdek ailemizden öğrenmiş olduğumuz pratikler, normlar; zamanında onların da ailelerinden öğrenmiş ve şu anda bizlere aktarmış olduğu davranış kalıplarındır. İdeoloji insanlara özneler olarak hitap eden ya da Althusser' in deyişiyle, seslenen söylem olarak iş görür (Göran, 2008: 27). Çok küçük yaşlarda cinsiyet ayrımının bilincinde olmamamıza rağmen, rol modellerimiz olan anne ve baba figürleri kız ve erkek çocuğunun sosyal yaşam içerisinde duracağı konumu öğretirler. Adler' e göre sosyal yaşamda her birey, belirli zamanlar da, belirli durumlarda bir yer, bir konum işgal eder ve bu kişinin statusu (yeri pozisyonu veya mevki) olarak adlandırılır, rol terimi ise her status için kalıplaşmış davranışa ve bu davranışların içermekte olduğu kültür kalıplarının bütününe işaret eder (Yörükkan, 2011: 108). Sosyal yaşam içerisinde birey olarak, çevremizde aileden kimse olmadığında girdiğimiz anda bütün öğretiler aklımızın bir köşesinde olmakla beraber, yeni davranış kalıpları sergilemeye başlarız. Öğrencilik hayatı, okul hayatı, iş hayatı, sosyal çevremizdeki konumumuz, belli bir yere kadar öğrenmiş olduğumuz daha sonra sonrasında ise seçtiğimiz fikir ve davranış kalıplarını sergileyebileceğimiz alanlar olarak karşımıza çıkar. Bu bağlamda ideolojinin kişi ve gruplarda etki-tepki durumu ile görünürlük kazandığını söyleyebiliriz.

Gelenek sonrası dönem olarak adlandırılan Modernizm ve bir anlamda geleneksel ile bağlarını güçlendirme gayesi bulunan postmodern dönemde yaşama savaşı veren insanoğlu, karışık ve çarpık bir bilinçle gündelik yaşam pratiklerini yorumlama ve uygulama durumunda kalmaktadır. Kişisel seçimler söz konusu

olduğunda, toplumsal belleğimizden kişiselleştirdiğimiz bilgiler ile bir tercih yapılması, ideolojinin egemen kültürdeki konumu sayesinde gerçekleşir.

Fazlası ile kapitalist tükettikçe var olduğumuzu hissettiğimiz günümüzde, hem kent kültürünü hem de kendisine özel olarak oluşturduğu kültürü ziyaretçilerine aktarmaya çalışan mekânlarla karşılaşmaktayız. Toplum içindeki geleneksel bağlar zayıflarken, insanların birbirlerine karşılıklı bağımlılığı artar; bireylerin üzerlerinde çok az etkide bulunabileceği karşılıklı ilişkiler, daha karmaşık, kırılabilir ve geçici bir niteliğe bürünür (Wirth, 2002: 103). Kent içerisinde kurgusal olarak oluşturulan mekânlara, bir işletme olarak baktığımızda, işletmenin temel amacının kar elde etmek olduğu bir gerçektir. Durum her ne kadar böyle olsa da işletme bu amacını, kendisine yakıştırdığı ziyaretçileri ile gerçekleştirebilmeyi hedeflemektedir. İdeoloji, çıkar güden ama iyi temellendirilmiş bir yanılısamadır (Bourdieu, 2015: 119). Bu noktada ideoloji kendisini somutlaştırarak görünür hale gelmeye başlamaktadır. Mekânların toplumsal özellikleri ve bu mekânları paylaşan bireylerin kimliksel özellikleri bu mekânların nasıl tanımladığını belirleyen en önemli unsurlardandır. Birey, yalnız olduğu zaman kendini eksik hisseder (Freud, 1999: 145). Bu yüzden kendisine benzeyenlerle bir arada bulunma ihtiyacı taşımaktadırlar. Çünkü sosyal yaşam içerisinde kendisini yalnız hissetmek, bireyi korkutur. İnsanlar kendilerine benzeyenlerle bir arada olacak aynı zamanda da kendi kimliğini yansıtacak yerlerde olmak istemektedirler, bu durum mekânın içerisindeki müdavimlerin dışarıda kalanları ötekileştirdiğinin göstergesidir. Aynı zamanda bir kişinin belirli bir ideoloji çerçevesinde mekân kullanımını gerçekleştirdiği gibi, mekânında ideoloji ile yüklü olduğunu göstermektedir.

En başından beri kurgulanan bir mekândan bahsedilmesi aslında mekânın bu yönünün de ipuçlarını vermektedir. Nasıl ki kent daha yaşanılabilir, gerekliliklere en kolay yoldan ulaşılabilir şekilde yani somut anlamda tasarlanıyorsa, mekân da kişiler için soyut düşünceler sisteminde onlara bir farklılık yansıtabilecek, özgüvenlerini arttırarak sosyal yaşamda daha fazla görünürlük sağlayabilecekleri şekilde tasarlanmaktadır. Bu tasarlanım elbette ki kentin kültürü, kimliği, mimarisi, ideolojisi; en temelinde egemen ideolojisi bağlamında gerçekleşecektir. Bu açıdan bir tamamlanım sağlamazsa kişinin sosyal çevresinden beklentisi olan elitlik, yerini sadece marjinalliğe bırakabilmektedir.

Marx, bir kitlenin, ancak içinde bütün farklılıkları taşıdığı ve sermaye ile emek arasındaki savaşta kendi sınıf kimliğinin bilincine vardığında, bireylerin fark edilir bir biraradılığı durumuna geleceğini belirtir (Harvey, 2002: 156). Çeşitli mekânların gözlemine dayanarak çıkardığım sonuç şudur ki; dönemin gençliği olarak nitelendirilebilen yaş gruplarının farkındalığı ve birliği, sosyal yaşamın fenomeni olabilme noktasında ilerlemektedir.

Kent yaşamı içerisinde bireyler bilinçli davranışlardan ziyade gördükleri veya duyduklarıyla bir gruba mensup olma çabası ile bir takım davranışlar sergilemektedir. Bu da geçmişlerinde öğrendikleri ile ortaya bir çatışma alanı çıkartmaktadır. Her toplumun kültürel bir geçmişi ve öğrenilmişliği olduğu bir gerçektir. Geçmişin, “bugünün öğrenilmesi gerekeni” ile bir arada tutulmaya çalışılması yaralı bir bilinç oluşturmaktadır. Bu da haliyle eylemsel pratiklerde kendisini göstermektedir. Konu kişinin mekân ile olan bağı gibi görünse de aslında hem kişinin hem de mekânın ideolojisi ve bu ideolojinin mekân ilişkisi ile ilişkilidir.

İdeolojiler sadece içinde yaşadığımız dünyaya ilişkin söyledikleriyle değil, seslendikleri özne türü olarak bize kim olduğumuzu anlatmaları bakımından da farklılaşır, yarışır ve çatışır (Therborn, 2008: 90). Bu yüzden hepsi aynı gibi dursa da kentte birçok mekânla karşılaşmaktayız ve bir seçim yaparak onun yeniden üretimine katkı sağlamaktayız. İdeoloji; belirli bir söylem düzeninin kurulması ve sürdürülmesine (Therborn, 2008: 94) olanak tanır. Sosyal yaşamda gerçekleştirilen her eylem pratiği, bir söylem sisteminin içinde yer almaktadır. İdeoloji ve kültürün derin bir ilişkisi söz konusu olduğundan, kültürel normlar dâhilinde sergilenen her davranış kişinin bir söylemsel yansıtmasını oluşturmaktadır.

1.6. TOPLUMSALLAŞMADA İDEOLOJİ VE MEKÂN ETKİSİ

Mekân ve toplumsallık ilişkisinde karşımıza üç önemli isim çıkmaktadır, Foucault, Certeau ve Lefebvre (Işık, 2009: 16). Foucault’ nun mekân kavramlarında daha çok baskı ve kontrolün izleri görülürken (Işık, 2009: 17), Certeau’ ya göre mekân toplumsal bir inşa özelliği taşımaktadır, bir yer kullanıldığı zaman mekâna dönüşür

(Işık, 2009: 21) Lefebvre' ye göre ise mekân bir üretim durumundadır, toplumsal mekân toplumsal üründür (Işık, 2009: 21).

Kabaca toplumsal yapıyı öğrenme biçimi olarak tanımlayabileceğimiz toplumsallaşma sürecinde, karşımıza birçok etken çıkmaktadır. İlk olarak bir süreçten bahsedildiği göz önüne alındığında bu bile konunun zaman zaman belirli türden farklılıklarla karşımıza çıkacağını göstermektedir. Yapısal, düşünsel, eylemsel birçok farklılık, bir bütün olabilme arzusu ile karşımızda durmaktadır.

Zaman zaman birçok yönü ile eleştirdiğimiz tüketim toplumunun içinde varlığını öğrenen, yaşamını devam ettiren kişiler için durum bir anlam ifade etmese de aslında eylemlerinde bir çarpışıklık durumu olması bir gerçektir. Çağımızın kentsel yapısı içerisinde, yaşam öylesine kurgulanmış durumdadır ki; aslında her şey elimizin altında olsa da her şey bir o kadar uzaktır. Geleneksel bağlarımız, bilgilerimiz, alışkanlıklarımız, sözde modernleşme çabası içerisinde can çekişir durumdadır. Tüketim toplumunun bir parçası olabilmek için çoğu şeyden ödün verilerek (sosyal yaşam, hobiler, dinlenceler), ekonomik yeterlilik kazanabilmeye çalışan bir kitle ile karşı karşıya kalmaktayız. Çünkü topluluk, yaşamı idame ettirmek için gereken kaynaklarının oranını ve ekonomik temelin verimliliğini etkileyen her ögeye tepki vermektedir.(McKenzie: 2015: 110).

İnsanı harekete iten ve sosyal eylemi meydana getiren, insanın içinde taşıdığı, ona kılavuzluk eden bazı değerler ve anlamlardır (Mardin, 2006: 51). Sosyal yaşam içinde tercihler, beğeniler, kararlar en temel olarak kişinin toplumsal kökenine bağlıdır. Artık kişilerin aile bağları zayıflamış, geleneksel tüm alışkanlıkları değişmiş; grupların içerisinde yeni döneme ayak uyduramayanlarla aralarında bir kopukluk yaşanmaya başlanmıştır. Yaşam savaşı içerisinde kişilerin birbirleri ile iletişimleri yok denecek kadar azalmıştır. Çünkü değişen dönemde iletişim yüz yüze sözlü bir halden çıkıp, yapay olarak, iletişim araçları aracılığıyla gerçekleşmektedir. Kentte yaşanan her şey toplumun mekânla olan ilişkisini tümünden değiştirir. Öyle ki bir mekân kullanımında dahi iletişim araçları sayesinde kişi hem iletişim kurmakta hem de kentsel mekândan daha kurmaca olan sosyal mekânda görünürlük sergilemektedir.

Kentli birey, geniş ölçüde, ekonomik, siyasal, eğitimsel, dinsel ya da kültürel alanlardaki gönüllü örgütlerin etkinlikleri sayesinde, kişiliğini ifade eder, geliştirir,

statü kazanır ve uğraş alanını oluşturan eylemleri sürdürebilir (Wirth, 2002: 104). Bir seçim sonucu statü kazandığını düşünen insan mekânı her ziyaretinde farklılığını ortaya koyarken aynı zamanda sıradanlığını da bu mekân aracılığıyla gösterir. Aydınlanma sürecinde farklı olanlar aynı kılınır (Adorno, Horkheimer, 2014: 30).

Toplumun yapısal değişimi beraberinde düşünsel ve eylemsel değişimi de getirmektedir. Kültürü banal olarak niteleyenler aslında ondan hiçbir farklı olmayan ideolojiye sığınarak değişimi kabul etmeyerek değişim sürecinin bir parçası haline gelmişlerdir. Aslında en temelde düşünsel değişim ve dönüşüm sonucu yapısal değişime gidilse de sanırım bu noktada benim algıladığım, yapısal değişimin algılanmadan, farkına varılmadan, düşünsel değişim çabasında olunduğudur. Modern dönemde akıl kullanıldığı sürece mutsuzluğa katlanmak bir zorunluluk haline gelerek, toplulukta her ne hâkimse ona sorgusuz sualsiz uyup, itaat etmek mutluluğa açılan kapı olarak nitelendirilmektedir. Hâkim olan olgunun doğru olarak düşünülmesi bir rahatlama hissi vereceğinden, kabullenmenin mutluluk olarak lanse edilmesi ortaya çıkmaktadır. Bu düşünce tam olarak cemaat kavramı ile ilişkilidir. Cemaatler halinde sistemleşen bir toplum, kültürel ortak alanın mümkün olduğunca yayılmasını ve kişisel yaşamların tümünü kapsayıcı hale gelmesini ifade eder (Mahçupyan, 1998: 26). Cemaat kavramı aynı fikir ve düşünceleri taşıyan insan topluluğu olarak anılabileceği gibi, ideoloji olarak da adından söz ettirmektedir. Değişen üretim ve tüketim sistemleri içerisinde toplumsal yaşamın dönüşüme uğraması da kaçınılmaz bir gerçektir. Sosyal yaşamında bireyin kolektif bilinç ile hareket edebilmesi veya etmesi kimi zaman bireyselliği ile çatışma haline girmektedir bu çatışma durumunda cemaat birliği, bireyin toplumsallaşmada kurtarıcısı olmaktadır. Cemaat, koruyucu duvarlar ve korumalı kapılar (Bauman, 2016: 121) demektir. Modern yaşam sürecine ayak uyduramayan veya bunda zorlanan birey geleneksel bağlarla çevrili olan cemaat sistemine katılarak, sosyalleşme sürecini kolaylaştırmaktadır. Toplumsal gruplar kendi toplumsal durumlarını sınıflandırmaya ve düzenlemeye çalışmaya, kültür ürünlerini bazı insanlar arasında sınır çeken ve başka bazılarıyla köprüler kuran bir araç olarak, iletişim vasıtaları olarak kullanmaya eğilimlidir (Featherstone, 2005: 111),

Kişinin aidiyet ihtiyacı da bir nevi cemaat kavramıyla örtüşmektedir. Çünkü o topluluğun içindeki bireyler geleneksel ve hissel bağlamda birbirleri ile bir ilişki bütünü içerisinde. Çevre ya da toplum kötü olabilir ama cemaat olamaz (Bauman,

2016: 7). Nasıl ki birey toplumsal yaşamdan dışlanmamak için o topluluğun egemen normlarına uymalı ise, burada gerekli normlar zaten öğrenilmişlik içermektedir. Bu yüzden böyle bir topluluk içinde birey sosyal yaşamını daha kolay ve güvende yürütebilecektir. Düşünsel anlamda da bir bütünlüğü ve gerekli eylem kalıplarını gerekli kılan cemaatin ideoloji ile de bağlantısı buradadır. Fakat aynı zamanda cemaate girmek bir süre sonra özgürlük arayışına girmek anlamına da gelmektedir (Bauman, 2016: 11). İçine aldıkları eylem pratiklerinde belirli düzen ve sistem içerecek, fikri olarak da grubun dışına çıkılmayacaktır. Beğeniler aktiviteler, dahası sosyal yaşamın her alanı bu yönde kurulacak ve devam ettirilecektir.

Herkesin aynı bir görüşe katılması, bir çoğunluk etkisi yaratır; herkes kendini aynı şeyi düşünmek zorunda hisseder ve etki, sosyal bir zorlama veya baskı gibi hissettirmeden gerçekleşir (Bilgin; 2007: 23). Toplumsal yaşamda egemen ideoloji ve kültür çoğunluk etkisi yaratımının temel dayanaklarıdır. Bireyler toplumun geneline uyarak, meşru düzenin devamını sağlamaktadır.

Kitle kültürü ya da Marcuse' un adlandırdığı gibi “olumlayıcı kültür”, kitleleri, toplumdaki yabancılaşmanın asıl kaynağına ilişkin olarak aydınlatmaktan çok, depolitize etme işlevine sahiptir (Harvey, 2002: 157). Arendt' in de belirttiği gibi modern dünyadaki yabancılaşma, yeryüzünden evrene ve dünyadan kişinin kendisine doğru olmak üzere (Arendt, 2013: 34) iki yönlüdür. Bizim için önemli olan kısım kişinin kendisine olan yabancılaşma durumudur. Durum tam olarak, her gün süregiden ve aynı zamanda her gün yeniden başlayan bir sosyalleşme sürecinde kişiye ‘sen busun, bu olmalısın, bu olman gerekiyor’ gibi dayatmaların bulunmasından ibarettir. Böyle bir süreçte kişinin kendisinden şüphelenmesi, çevresine uyum sağlayabilmek için ‘o’ olmasa da oymuş gibi davranması kaçınılmazdır. Bu bağlamda kişinin toplumsal yaşamı öğrenme süreci tarafı ve kontrollü gerçekleşmektedir. Boş zaman değerlendirmek için seçilecek mekânlar grubun onayladığı yerler olacak ve buradaki davranış kalıpları yine grubun geçerlilik tanıdığı ölçüde olacaktır.

Gördüklerimizi gören, duyduklarımızı duyan birilerinin mevcudiyeti, kendimiz ile dünyanın gerçekliği hakkında emin olmamızı sağlar (Arendt, 2013: 93). Belki de yaşadığımız zaman zarfı bunu gerekli kıldığından, bu durum dönemsel olarak kişiye mutluluk da sağlamaktadır. Zaten bir hayli yorucu ve yıpratıcı kent yaşamında

sorgulamadığımız sürece mutlu olabileceğimiz gerçeği mevcuttur. Bauman için bu durum; insanın ancak gerçekten ne kadar mutlu olduğunu bilmediği sürece gerçekten mutlu olabileceğini (Bauman, 2016: 15) ifade etmektedir.

Mevcut toplumumuzun hiyerarşik bir toplum yapısına sahip olduğu göz önüne alındığında, bu yapı içerisinde yükselebilmek için kişinin sosyal yaşamda davranış ve düşüncelerini sergileyebilmek adına belirli sermayeleri görünürlük kazanmaktadır. Sosyal yaşam içerisinde var olan toplumsal hiyerarşinin edinim koşulları olarak tanımlanabilecek olan ekonomik, kültürel ve toplumsal sermaye, toplumsal yaşam içerisinde belirli davranış kalıplarının oluşmasına neden olarak gösterilebilmektedir. Ekonomik sermayeyi kişinin reel, maddi sermayesi olarak tanımlayabiliriz. Her maddi miras, aynı zamanda kültürel bir mirastır (Bourdieu, 2015: 121). Ekonomik güç istediği çoğu şeyi tüketim nesnesi haline getirebilir. Bu noktada bireyde miras olarak sahip olunan kültür, ekonomik gücü yönlendirebilecek konumdadır.

Yaşadığımız tüketim toplumunda, maddi anlamda her tüketimi gerçekleştirebilecek olan kişi hem toplumsal düzende statü kazanacak hem de alt tabaka olarak adlandırılan, ekonomik sermayesi yüksek olmayan halk tabakası tarafından elit olarak adlandırılacaktır. Böylece, ekonomik konum büyük ölçüde sınıfı belirlerken, kısmen ekonomik sermaye tarafından koşullandırılan kültürel sermaye de sınıfsal kesimleri yaratır (Bourdieu, 2015: 16). Kültürel sermaye ise kişinin aldığı eğitimi, kültürel yetkinliğini, beğenilerini kapsayarak, sosyal yaşam içerisindeki konumunu belirler. Temel olarak kendisini toplumsal kökenle ilişkisi içinde ortaya koyan farklılıklar, hâlihazırda sahip olunan kültürel sermayenin edinilme biçimlerindeki farklılıklardan kaynaklanır (Bourdieu, 2015: 127). Fakat bu belirleme tüketim toplumu içerisindeki popüler kültür gerçeği ile karşılaştığında toplumda büyük bir etki yaratamamaktadır. Popüler beğeni, halk sınıflarında çok yaygındır ve eğitim sermayesiyle ters orantılı olarak değişir (Bourdieu, 2015: 32).

Fakat Bourdieu ya göre kültürel sermaye bir fark yaratarak, toplumsal bölünmelerin ve eşitsizliklerin sürmesine yardımcı olur (Smith, 2007: 190). Toplumsal sermaye ise sosyal yaşamda kişinin kendi çıkarları doğrultusunda toplumda yabancı kalmamak, yaşadığı ve içinde bulunduğu topluma ayak uydurabildiğini göstermek adına edindiği ve yansıttığı tüm fikir ve pratikler olarak değerlendirilebilir. Şeylerde

ve kişilerde nesnelleşen toplumsal ilişkiler, farkında olunmaksızın içselleştirilir ve böylelikle, örneğin doğal ve toplumsal dünya karşısında, gürültü, kalabalık, fiziki veya sözlü şiddet vb. karşısındaki tahammül eşiğinde kendini gösteren, dünyaya ve diğerlerine dair kalıcı ilişki içine kaydolurlar –ki kültürel malların edinilme biçimi de bunun bir boyutudur (Bourdieu, 2015: 123).

Bu sermayelere ek olarak her sermayenin alt kolu olarak niteleyebileceğimiz Bourdieu' nun simgesel sermayesi de önemli bir konumdadır. Artık neredeyse her şeyin simgeler yoluyla anlatılabildiği dönemde kişilerin sosyal yaşamdaki yerlerini bu sermaye ile tanımlama çabaları dikkat çekmektedir. Sosyal yaşamda var olan kültürel (entelektüel) sermaye ile entelektüel sermayemiş gibi görünen simgesel sermayenin çatışmasına çoğu zaman denk gelmekteyiz. Geçmiş dönemlerin aristokrat ve burjuvalarını günümüze uyarlayarak yorumladığımızda, kendisini kültürel anlamda geliştirmiş ve bunu ortaya koymaktan çekinmeyen aristokrata, elindeki tek sermaye olan simgesel sermayesi ile ulaşmaya çalışan burjuva grubu kentsel mekânlarda görünürlük kazanmaktadır. Postmodernleşme ile birlikte değişmeye başlayan kültür ve bu doğrultuda Featherstone' un küçük burjuvazi olarak adlandırdığı gruplar, kimlik, sunum, görünüş ve hayat tarzı tutkunuzurlar (Featherstone, 2005: 106). Bu ikisinin birbiri ile karşılaşması tam olarak çatışma diye nitelendirilemese de simgesel sermayenin kültürel sermayeye üstün gelme çabası su götürmez bir gerçektir. İçinde bulunduğumuz zamanın sorunsalı marka değerinin, kişisel kimliklerin oluşuma olan etkisinde kendisini göstermektedir. Marka bir sembol haline gelerek sosyal yaşama yeni bir yön çizmiştir. Ericson Batılı kültürlerde sembollerin özellikle gençler yönünden dikkat çektiğini, çünkü bunların kimlik sığınağı rolünü yerine getirdiklerini belirtmektedir (Mardin, 2001: 262)

Mekânlar da bu toplumun hiyerarşik yapısı içerisinde kendilerini gösterebilmek için belirli semboller kullanmaktadır. Türk toplumunda sembollerin her zaman kapsayıcı bir gücü olmuştur (Mardin, 2001: 262). Örneğin bir mekânda kullanılan dekoratif ürünler, kitaplar ya da çalınan müzikler mekânın müdavimleri tarafından hiyerarşide üst sıralara getirilmesine katkı sağlamaktadır.

Mekân kent içerisinde kendi statüsünü kurduktan sonra sahip olduğu bu statüyü ziyaretçilerine de aktarır. Mekân ziyaretçileri artık burada kendilerini önemli, değerli,

saygın hissederek varlık göstermeye başlar. Aileden miras olarak edinilen kültürel sermayeyi, toplumsallaşma sürecinde üzerine katarak çoğaltan kişi görünürlük kazanmaya çalışmaktadır. İnsanlar neyi yapar ya da bilir veya tecrübe ederlerse etsinler, onları, yalnızca haklarında söz edebildikleri ölçüde anlamlı kılabilirler (Arendt, 2013: 31). Bu söz edebilme yetisini kendilerinde bir uzmanlık alanı olarak göstererek, gruplarındaki diğer kişilere de empoze etmeleri şeklinde vukuu bulur. Konumuz açısından bakıldığında kişinin bir mekânı ziyareti, bu ziyaret sonrası kişinin sosyal yaşamında bir önem arz ettiği sürece diğerleri tarafından merak konusu olmaktadır. Çünkü mekânı ziyaret etmek o kişi için sadece o mekâna gitmek, orada bulunmak değildir. Belirli gereksinimler sonucu bir mekân seçilmiş ve deneyimlenmiştir. Bu saatten sonra o kişi toplumsal hiyerarşide bir konum elde etmiş ve elde ettiği bu konumu koruma savaşı içerisindedir.

Marx, toplumdaki egemen fikirlerin, genellikle, egemen sınıfın fikirleri olduğunu belirtmiştir (Harvey, 2002: 157). Daha önce de belirtildiği gibi, ilk başlarda bir bilim, doğru düşünme bilimi (Mardin, 2006: 22) olarak ortaya çıkan ideoloji aslında şu an hala o ilk haliyle vardır diyebiliriz. Tek bir farkla, bilimsel değil eylemsel olarak. Şöyle ki yönetilen bir ülke, bir şehir insanları düşünelim. Aslında hepsi bir bütünün parçaları. En önemli dinamiklerinden biri de kimlikleri. Bir ülke vatandaşı olarak bir ulus kimliğine, şehir vatandaşı olarak her ne kadar kurmaca olduğunu bilsek de bir kent kimliğine mensup kişilerden oluşan bir toplum görmekteyiz. Ve bu önemli dinamiklerin tek başına oluşmadığı bilinmektedir. Toplum için en iyi en değerli nitelikler bir araya getirilerek bir sinerjinin yaratıldığını varsayıyoruz. Demem o ki, yönetilen bir toplum gerçeği ışığında yöneticilerin o toplum için en iyiyi, en doğruyu zaten düşünmüş olması gerekmez mi? İşte bu yüzden ideolojinin hala o ilk dönemdeki gibi varlık sürdürdüğünü düşünebiliriz, tam olarak egemen ideoloji ile! Yüzeysel olarak bakıldığında ilk kullanımını onaylayan, işlevsel olarak bakıldığında ise birbirine zıt duran bir şekilde.

Sosyal yaşam içerisinde günlük hayatın konuşma pratiklerine de artık fazlası ile yansımış olan ideoloji, aynı kültür gibi toplumları bir arada tutmak için kendisine inanılmayı gerekli kılmaktadır. Bu durumda ideolojinin de kültürün belirli özelliklerini taşıdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Kültürün sürekliliğinin sağlanması, inanılması, belirli davranış kalıplarını normlaştırarak sosyal düzende bir geçerliliğinin

olması, kuşaklara aktarılması, ideolojik bir durum olarak görünmektedir. Kültür ideoloji ile şekillendirilir ve varlığı pekiştirilir.

Birbirine bağlı ve birbiri ile ilişkili olan modernlik ve gündeliklik (Lefebvre, 2007: 35) birbirleri ile olan çelişkilerini toplumsal yaşam içerisinde davranış pratiklerinde ortaya koyar. Gündelik hayat mütevazı ve sağlam iken modernlik geçici, kendini ilan eden ve kendini alkışlatan bir maceradır (Lefebvre, 2007: 35). Bu macera içerisinde her birey alkışlayan değil, alkışlanan olma idealini taşıdığından gündeliğin monotonluğu yerini yeni olanın monotonluğuna bırakmaktadır. İnsanlar gündelik hayatlarını yaşayabildikleri sürece eski ilişkiler yeniden oluşur (Lefebvre, 2007: 44). Yeniden üretim olarak adlandırılan bu yeniden oluşum, sosyal yaşam içerisindeki tekrarlardan ileri gelmektedir.

Nasıl ki geleneksel düşünce yapılarında ailenin en büyüğü, küçükler için her şeyin en iyisini bilir ve yaparsa, şu anda da durum bu şekilde devam etmektedir. Toplumun yöneticisi, yönlendirici fikirleri; egemenliklerini, toplumsal yapıda kişilerin eylemleri aracılığıyla pekiştirmektedir. Konu bu bağlamda siyasi açıdan irdelenmese de, siyasi ideolojinin varlığına da değinmek gerekmektedir. Kentli insanların davranış kalıplarında siyasetin önemli etkisi vardır (Kaya, 2003: 148). Kent içerisinde hangi mekâna gidileceği, düzenli olarak yapılan etkinlikler hep egemen ideolojiyi destekleme kaygısı sonucu ortaya çıkmaktadır. Sadece içinde bulunduğumuz toplumsal yapıyı ele alacak olursak ağırlıklı olarak dini bir ideolojiye sahip olduğu söylenebilir, İslam İdeolojisi. Burada konu ile ilgisi kapsamında; mekân seçimlerinin ve ideolojinin toplumsallaşmadaki önemi karşımıza çıkmaktadır.

Sürekli tüken bir toplum dâhilinde mekâna baktığımızda toplumda iktidarın siyasi ideolojisi temelinde olan uygulamalarla karşılaşmaktayız. Mekân her ne kadar kent kültürü içerisinde kendisine ayrı bir kimlik yaratmaya çalışsa da toplumda egemen olan (topluma meşru olduğu empoze edilen) düşünce ve davranış kalıpları dâhilinde kendisini değiştirmek ve dönüştürmek zorunda kalmaktadır.

Mekânı salt dört duvar arasına sıkıştırmamak gerekse de burada bireylerin bu seçimleri doğrultusunda bu kısıtlama yapılmaktadır. İslami ideolojiyi benimseyen, sosyal yaşamı içerisinde tüm davranış kalıplarını bu yönde şekillendiren birey (giyim kuşam, yeme içme vs) toplumun genelinin görebileceği konumlarda bu ideoloji dışına

çıkılmazken daha spesifik durumlarda mekân tercihlerini değiştirebilmektedir. Benimsemiş olduğu dini inancı gereği alkol tüketmeyen kişi, alkol tüketilen mekânlarda toplumsallaşma sürecinin bir parçası haline gelmektedir. Burada toplumsallaşma sürecinde ideoloji sadece dine atfedilmemektedir. Sadece geleneksel kültürel sistemin dinamiklerinden bir tanesi olan din ve bu doğrultuda dini inancın ideolojinin bir parçasını oluşturduğu örneklenmektedir.

Toplum, normalleşmelerini sağlamaya ve kendiliğinden eylemlerde ya da sivilliklerde bulunmayacak biçimde davranmalarına yönelik sayısız ve muhtelif kurallar vazederek üyelerinden belli bir davranış tarzı içinde olmalarını bekler (Arendt, 2013: 81). Egemen ideoloji tarafından şekillendirilerek toplumu etkisi altına alması için gündeme getirilen kültür, egemen ideolojinin varlığını toplumsal davranışlar aracılığı ile pekiştirir. İnsanlar, dokundukları her şey hemen varoluşlarının bir koşuluna dönüştüğü için koşullanmış varlıklardır (Arendt, 2013: 38). Toplumdaki egemen ideolojiyi belirleyip ona uygun davranış kalıpları sergilediği için grubun bir parçasıdır, çevrede nam salmış bir mekâna gidebildiği için saygınlık kazandığını düşünmektedir.

Toplumsal kimliğin en temel yapıtaşlarından bir tanesi olan aile, kimliğin, kültürün, değerlerin, ahlakın aktarımına, tüketimine ve de yeniden üretimine katkıda bulunur. İnsanlar bilgiyi tabiattan almazlar, toplumdan alırlar ve toplumdan alınan bilgi şekillenmiş bilgidir (Mardin, 2006: 90). Toplumsal yaşam bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde söylemler üzerinden hayat bulur. Toplum içindeyken nasıl davranılacağı, kentin belirli bir noktasındayken yemek yemek için nereye gidildiği, boş zaman değerlendirmek için neler yapıldığı, hepsi birer söylemdir.

İlk bakıldığında hepsi birbirinin aynı gibi duran mekânlar, toplumsal kullanımları açısından aslında birbirlerinden farklılaşmaktadır. Kimisi için bir mekân sadece yeme-içme yeri iken kimisi için, aidiyetini pekiştirdiği, kimliğinin eksik parçasını tamamladığı ve kendi evindeymiş gibi sahiplendiği yerler olarak karşımıza çıkmaktadır. Mekânın kendisine atfettiği kimlik ile mekân ziyaretçilerinin mekâna atfettiği kimlik bu sebeple farklılıklar gösterebilmektedir. Postmodernizmin çığgınca iniş çıkışlarında, önemli olan bu kimlikleri bir arada tutabilmektir. Bu noktada da

ortaya global bir kültüre sahip olduğunu düşünen mekânın yerel kültürlere dokunma çabaları gündeme gelir.

Toplumsal hayat aynı zamanda bir merasim olarak yaşanan bir yapıttır (Mardin, 2006: 107). Kişi veya gruplar kendilerini ifade edebilme anlamında bu merasime katılarak, bu merasimin oluşmasına katkı sağlayarak sosyal yaşamda varlık göstermektedirler. Marx, insanların belli bir sosyal grubun içinde gömülü oldukları için, dünyayı bu grubun çıkarları açısından görececeklerini söylemiştir (Mardin, 2006: 101). Mekân göstergesel kodlarıyla diğerlerinden farklılaşmaya çalışır. Mekân müdavimleri de mekânı tekrar tekrar ziyaret ederek mekânın farklılaşmasına katkıda buldukları gibi kendilerinin de mekân dışında kalanlardan farklılaşmalarını sağlarlar. Örneğin bir mezuniyet veya veda yemeği veya ilk buluşma öyle bir mekânda yapılmalıdır ki katılımcılarına merasim sahibinin duygularını iletebilmelidir.

Modern çağda yaşadığımız gerçeği, kültür dâhil birçok şeyin küreselleştiğini göstermektedir. Burada incelenen konu dâhilinde küreselleşme sonucu kişilerin mekân algıları, kullanımları, deneyimleri de değişikliğe uğramıştır. Bu bağlamda George Simmel, toplumsal etkileşimin modern çehresinin, modern kentin mekânsal parametrelerinin içinde belirleneceğine (Işık, 2009: 14) dikkat çeker. Kentin dokusuna, ideolojisine, politikasına, kültürüne uygun olarak kurgulanan mekânlarda toplumsallaşma süreci git gide daha da önemli hale gelmektedir. Bu da mekânın ideoloji ve politika ile yüklü olduğunun bir göstergesidir.

Kent içerisindeki mekânı, mekân yapan parametreler hem bütünleştirme hem de ayrıştırmaya dayalıdır. Mekânın kentin dokusu ve kültürü baz alınarak oluşturulduğu göz önüne alındığında, kimlik kavramı gibi hem ayrışma hem birleştirme özelliği görünürlük kazanmaktadır. İnsanlar yaşadıkları ortamı algıladıkları zaman onu tarafsız bir çağrışımla değil, çok zaman taraflı bir çağrışımla (Mardin, 2006: 90) nitelendirmektedir. Toplumsal yaşam içerisinde kendisine grup bulamayan kişi, var olanı dışlayarak marjinal grubunu oluşturur veya bu marjinal grup önceden oluşturulmuştur ve ona katılım sağlanır. Şehirde her toplumsal grup kendi alanını yaratma eğilimindedir (Park, 2015: 77).

Dünyanın endüstriye dönüştürüldüğü günümüzde genel geçer bakış açısı, başka bir deyişle düşünmenin toplumsal olarak gerçekleştirilmesi öylesine açık hale

geldi ki, düşünmenin kendisi hükmedenler tarafından salt ideoloji diye yadsınır oldu (Adorno, Horkheimer, 2014: 61). Bu durumda ortaya düşünmeyen sadece eylemde bulunan bir kitlenin çıktığını söyleyebilmekteyiz.

Özellikle günümüzün açık ve karmaşık toplumlarında farklı ideolojiler yalnızca birlikte var olmak, yarışmak ve çatışmakla kalmaz aynı zamanda birbirleriyle örtüşür, etkileşir ve birbirlerine bulaşırlar da (Therborn, 2008: 91). İdeolojinin kültür aracılığı ile beslendiğini hatırlarsak, Günümüzde kültür her şeye benzerlik bulaştırmaktadır (Adorno, Horkheimer, 2014: 162).

Bugün bildiğimiz bir şey varsa, o da, hiçbir yerel topluluğun, temel yapısını sadece kendi iç dinamikleriyle değiştirmedir (Kıray, 1998: 92). En basitinden bir aile örneğini bile ele alırsak, sadece kendi iç dinamikleri ile oluşup devam eden bir sistem değildir. İçinde bulunan her ferdin öğrenmiş olduğu, kabul etmiş olduğu belirli kurallar silsilesi bundan sonraki yaşamlarını devam ettirme sürecinde etkili olmaktadır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. TOPLUMSALLAŞMADA TÜKETİM ANLAYIŞINA YÖNELİK KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bireylerin toplumsal yaşamda fizyolojik ve maddi ihtiyaçlarını karşılama gereksinimleri kadar, psikolojik ihtiyaçların da karşılanması gerekmektedir. Bireyin diğer ihtiyaçlarına oranla soyut olan bu ihtiyaçlar silsilesi, giderilmediği takdirde acı, üzüntü gibi kişinin kendisini iyi hissetmediği durumlar yaratmaktadır. Bourdieu' ya göre bizim çağımız günlük beslenme harcamalarının olduğu kadar prestij harcamalarının da hep birlikte tüketim olarak adlandırıldığı, bütünsel bir oydaşma uyarınca herkes için geçerli olan bir çağdır (Baudrillard, 2013: 255). Şu ana kadar açıklanmaya çalışılan ideoloji, kimlik ve aidiyet çerçevesinde, modern toplumsal yaşamın bireyi yalnız ve yabancılaştırması neticesinde bireyin en temel ihtiyaçlarından bir tanesi, sosyalleşebilme ihtiyacı olmaktadır.

Tüketim, en vazgeçilmez gereksinimlerden, yani beslenmeden giyim ve konuta, oradan da boş zamanların değerlendirilmesi gibi, özgür tercihe en fazla yer veren gereksinimlere giden bir dizin gibidir. (Zengingönül, 2012: 37). Her anlamda yapılan tüketim nesnel olarak bakıldığında özgür tercih gibi görünse de aslında toplumsallaşma sürecindeki belirli dayatmaların yansıması olarak görünürlük kazanmaktadır. Bir arada yaşayabilmenin gerekliliklerinin, bireyin sosyal yaşamı öğrenme süreci olarak tanımlayabileceğimiz toplumsallaşma sürecini, toplumun kültürü, ideolojisi, inançları ve içinde buldukları kentin tüm boyutları etkilemektedir. Bourdieu' ya göre, tüketimi yöneten büyümlü bir düşüncedir (Baudrillard, 2010: 23). Bu büyümlü düşünce, toplumsal yaşama egemen olan inanç ve ideoloji birliğinin, davranış pratiklerine yansıması, bireyin toplumsal yaşamında gerçekleştirdiği tüketim davranışlarını görünür kılmaktadır.

Nesnelerin ritmine ve onların hiç kesintisiz ard arda gelişine göre yaşadığımız (Baudrillard, 2010: 16) dönemde, onların anlatılarını aktardığımız, simgeleştirdiğimiz ve bu yönde ilerlediğimiz göz önüne alındığında, tüketimin zaman içerisinde sadece nesne odaklı olmaması durumu da gündeme gelmektedir. Tüketim keyfini bir kere alınca, kişi etrafındaki her şeyi tüketmektedir.

Günlük pratikte tüketimin lütufları bir emeğin ya da bir üretim sürecinin sonucu olarak yaşanmaz, müzice gibi yaşanır (Baudrillard, 2010: 24). Kentsel yaşamın başlaması ile toplumların değişmesi, modern dönem ile birlikte geleneksel bağların zayıflaması ve geleneksel kültürün artık toplumu birbirine bağlayan özelliklerinin erimesi, toplumları bir arada tutacak farklı kavramların yaratılmasını gerekli kılmıştır. Toplum içerisinde bireylerin birbirine benzer ve çoğu zaman aynı şeyleri tüketmeleri halinde, biz düzen içinde yaşamaları, bireylerin tüketime özel anlamlar atfetmelerine sebep olmuştur. Bu bağlamda modern yaşamda tüketim değer ve önem verilen bir olgu olması sebebi ile tüketimin gerçekleştirilebilmesi bireylerin sosyal ve psikolojik yaşantılarının temel dinamiklerinden bir tanesi halini almıştır.

Birey gündelik yaşamında, kenti, kent mekânlarını, sosyal ilişkilerini sürekli tüketim halindedir. Toplumların modern döneme geçişleri, eski adet ve alışkanlıklarının değişmesi, yeni bir toplumsal biçimlenmenin oluşturulması demektir. Bu yeni düzende bireyler toplumda birey olarak görünürlük sergilemekte ve bunu toplumsallaşabilme sürecinde gerçekleştirdikleri tüketim pratikleri ile yansıtmaktadır. Kozanoğlu'na göre 80'lerden 90'lara ulaşan süreçte tüketim gücü en tepedeki statü sembolü (Kozanoğlu, 1993: 7) haline gelmiştir. Tüketim gücü modern kent yaşamında ekonomi ilişkileri ile doğru orantılıdır.

Sosyal yaşamında bireyin gerçekleştirdiği tüketim kendisine psikolojik bir doyum olarak geri döndüğü gibi, bireyin kendisini sosyal çevresine tanıtmasının da olanağını tanımaktadır. Artık birey kendisini kimliği ile değil tükettikleri ile tanıtmakta, gündelik yaşamını bu çerçevede sürdürmektedir. Baudrillard' a göre tüketimin oyunculuğu giderek kimliğin trajikliğinin yerine geçmiştir (Baudrillard, 2013: 253). Kimliğin özünde, bireye kendisi olabilme imkânını vermeyerek, onu belirli standartlar çizgisinde tutması ve gündelik yaşantısının her boyutunu etkileyebilmesi, değişen toplumsal biçimlenme ile yerini tüketim eylemine

bırakmıştır. Birey gerçekleştirdiği tüketimi sadece fizyolojik veya psikolojik ihtiyaçlarının giderilmesi için değil, sosyal hiyerarşide belirli bir konum elde edebilmek ve bunu sürdürebilmek amacı doğrultusunda kullanmaktadır. Sosyal yaşam içerisinde neredeyse her şey birey için tüketim nesnesi haline gelmiştir. Baudrillard için tüketim araçları bir statü, mevki ve toplumsal merteye kodudur (Buğra, 2000: 46).

Hedonik (hazcı) tüketimin egemen olması ile birlikte önemi artmaya başlayan yaşam tarzı kavramı günden güne daha da güçlenerek bireylerin sosyal yaşamlarındaki yerini korumaktadır. Kapitalist üretim süreci ile sosyal yaşamda bireyin üretimden ziyade tüketim odaklı yapısal dönüşmesi, eğlencenin, boş zaman geçirmenin de ihtiyaç olarak üretilmesine sebep olarak yaşam tarzının daha da yaygınlaşmasına olanak tanımıştır. Bu bağlamda bireyler yaşam tarzlarını yansıtacak tüketimlerde bulunmakta, bu tüketimleri somut ihtiyaçları gidermekten ziyade gösterişsel bağlamda gerçekleştirmektedir. Gösterinin tüketimi, bir tüketim gösterisine dönüşmektedir. (Lefebvre, 2007: 99).

Modern dönemle daha doğrusu kapitalizmin üretim ilişkileri ağının güçlenmesi ile birlikte önemi artan tüketim, tüketim ilişkilerinin de değişmesi sonucu günümüzde sosyal yaşamın her alanına sirayet etmiş durumdadır. Tüketim artık hayat tarzının dışı vurumu, bireyin gösterisi konumundadır. Baudrillard için tüketim, toplumun kendisi ile konuşma tarzıdır (Baudrillard, 2013: 254). Tüketim etkin ve toplumsal bir davranıştır, bir zorlama, bir ahlak ve bir kurumdur (Baudrillard, 2013: 95). Kültürün bireyi şekillendirebilme özelliğine sahip olduğu gibi, tüketim de bireyi şekillendirebilme özelliğine sahiptir. Kültürün dil, din, kimlik, ideoloji gibi önemli argümanları toplumsallaşma sürecinde bireyi direkt olarak etkileyebilme ve onu bu yönde geliştirebilmesi, tüketimin aynı olayı yaşam tarzı ve statü kavramları ile gerçekleştirebilmesine denk gelmektedir.

Tüketimin bireyle sınırlı kalmayıp, toplumsal bir mesele olması, toplumun da artık tüketim davranışları ekseninde değişip dönüşmesine neden olarak aynı zamanda tüketim toplumu olarak anılmasına sebebiyet vermiştir. Tüketim toplumu aynı zamanda tüketimin öğrenilmesi ve tüketime toplumsal bir biçimde alıştırılma toplumdur (Baudrillard, 2013: 95). Bu toplum içerisinde bireyin tüketimde bulunması kendisi ve çevresi için, kimlik, ideoloji, aidiyet, yaşam tarzı ve statü olarak görünürlük

kazanmaktadır. Baudrillard' a göre, tüketim toplumumuz, insanların kendi kimliklerini ve farklarını doğrulama arayışında oldukları ve paylaşılan bir işaretler sisteminin satın alınması ve tüketilmesinden zevk aldıkları bir toplumdur (Aktaran: Smith, 2007: 296).

Baudrillard tüketimin tüm yaşamı kuşattığı, tüm etkinliklerin aynı bileştirici biçime uygun olarak oluşturduğu bir noktada olduğumuzu (Baudrillard, 2010: 20) belirtmektedir. Toplumsal yaşamda bireylerin ve grupların aynı noktada buluşabilmesi için somut ve soyut ihtiyaçlar için tüketim bir gereklilik halini alarak, toplumsal biçimlenmenin dinamiklerinden bir tanesi haline gelmiştir.

2.1. TOPLUMSALLAŞMA SÜRECİNDE MEKÂN TÜKETİMİ

Tüketim kelimesini gördüğümüz an somut bir tüketim ile karşılaşacağımız düşünülse de, toplumsal yaşam içerisinde somut ve soyut birçok tüketim gerçekleşmektedir. Tüketimin yeri günlük yaşamdır ve günlük yaşam aynı zamanda bir yorumlama sistemidir (Baudrillard, 2010: 28). Bu bağlamda bir mekânın tüketimi de somut ve soyut olarak gerçekleşebilmektedir. Mekânı ziyaret etmek, mekân içerisinde çeşitli aktivitelere katılmak, boş zaman değerlendirmek, yeme-içme pratikleri mekânın tüketimi ile ilgili somut davranışlardır. Seçilen bir mekâna gidebilen olmak, orada vakit geçirebilmek ise tüketimin soyut boyutlarında kişinin tatminkârlığını sağlayan eylemlerdir.

Modern zamanların başlangıcı ile kentler anonim kalabalıkların toplanma yerleri, yabancıların buluşma mekânları olmuştur (Bauman, 2011: 112). Lefebvre kentlerin bir yandan tüketim yeri bir yandan da tüketilen yer olarak ikili bir role sahip olduklarını belirtmiştir (aktaran aytaç, 2012: 512). Gündelik yaşam kültürünün oluşturulmasında etkisi olan mekânlar bireylerin sosyokültürel yaşantılarını belirleme özelliğine de sahiptir. George Ritzer' in tüketim araçları (Ritzer, 2000: 51) olarak tanımladığı mekânlar, modern dönemde insanlara istediklerini vermek ve yeni istekler yaratma olanağı sağlamak üzere çoğalmıştır. Mekân içerisinde bulunma her zaman somut bir şeye karşılık gelmese de sosyal statü bağlamında kişinin öz saygısını kazanmasına veya yükseltmesine karşılık gelebilir. Birey sahip olmadığı fakat

öykündüğü kimliğe bu mekânlar aracılığı ile ulaşır. Sosyal süreçte mekânlar meta tüketimi dışında; kimlik, gösterge, imaj ve mekânsal tüketimin adresleri olarak öne çıkmaktadır (Aytaç, 2012: 525).

Kent, insanlık tarihinin belli bir anında ve belli koşullarla oluşan ve sosyal, kültürel, iktisadi, tarihsel, dini, mimari, estetik yönüyle temayüz eden bir yaşam alanıdır (Alver, 2012: 9). Bu yaşam alanları içerisinde, çeşitli ihtiyaçların giderilmesi, boş zaman geçirme, sosyalleşme amacı ile oluşturulan kentsel mekânlar, bireyin yaşadığı sosyal çevreyi anlayabilme ve algılayabilmesinin mekânları olarak da nitelenebilmektedir. Birinci bölümde de bahsedildiği gibi mekân kendiliğinden oluşan bir varlık değildir. İçinde kurulduğu şehrin tüm dinamiklerinden etkilenmekte ve bunlara bağlı olarak değişikliklere uğramaktadır. Şehrin kültüründen, egemen ideolojisinden, mimari öğelerinden vs ilham alınarak oluşturulan kurgusal mekânlar, kentli için büyük bir önem arz etmektedir. Çünkü kendisini kentli olarak tanımlayan kişi bu mekânlarda belirli davranış pratiklerinde bulunacak, düşüncesini savunacak (bunu söz ile yapmasa dahi belirli eylem pratikleri bunu yansıtacak), topluluk içerisinde bir mevki elde edecektir. Kentsel mekânlar müdaviplerine, iktidar, statü, prestij ve kimlik öğeleri atfederler (Aytaç, 2012: 504). Kent mekânları, ötekilerin bir buluşma adresi ya da kendilerini sunumlama mekânı olarak, kimliğin birer kurucu unsuru olarak öne çıkar (Aytaç, 2012: 524).

Sosyal yaşamında bireyin kenti ve kent mekânlarını tüketerek ulaşılmış olduğu veya ulaşacağı kişisel tatminkarlık ve bunun devamında toplumsal yaşama dâhil olabilme düşüncesi, mekânların bireyler için tüketim malı, tüketen bireylerin de tüketim toplumu olarak anılmasına sebebiyet vermektedir. Tüketim toplumu denilen şey hem bolluk hem de yoksunluk toplumdur (Lefebvre, 2007: 158). Gündelik hayatında tüketebileceği birçok şey ile karşılaşan kent insanı kendisini bir bolluk içerisinde hissederken aynı zamanda tüketim kitlesine dönüştüğünden yaşadığı yoksunluk, kendisini ifade etme aracı olarak tanımladığı kimliğinin de farklı olgular veya durumlar ile eklenerek değişmesine neden olmaktadır. Yer tüketimi ile mal ve hizmet tüketimi birbiri ile ilişkilidir (Urry, 1999: 47). Arzulanan mal veya istenen hizmetin alınabilmesi için seçilen mekânlar, en az mal ve hizmetin tüketildiği ölçüde tüketilmekte ve birey için önemli hale gelmektedir.

Modern kentte bireyin aradığı aidiyet ihtiyacının giderilmesinde, toplumsal pratiklerin ve mekânların önemli payı bulunmaktadır. Mekânın sosyal dokusu ve müdavimlerinin kültürel ardalanı, mekânı tipikleştirdiği gibi mekâna sinmiş kültürel, sosyal, entelektüel etkiler de müdavimlerini yeniden inşa eder, mekânsal sosyalizasyona tabi tutar ve ortak temayüller içinde olmaya sürükler (Aytaç, 2012: 525). Bireyin sahip olduğu kimlik gibi, mekânın da bir kimlik taşıdığı ve ideoloji çerçevesinde şekillendiği göz önüne alındığında, sosyal yaşam yabancılaşma ortamından çıkarak, bireye özgürlük ve aitlik hissi veren mekânlar çerçevesinde süregitmektedir. Bu bağlamda mekân kullanımını diğer bir ifade ile mekân tüketimi, öğrenilen, öğretilen ve alışılan bir hale gelmektedir.

Günümüz kentleri üzerinde yaşayan insanlar için, yer mekân olmanın ötesinde toplumsal-politik aidiyetlere, farklı yaşam deneyimlerine, kimliksel ve kültürel çoğulculuğa, yeni bakış ve düşünsel formlara (Aytaç, 2012: 505) karşılık gelmektedir. Daha önceleri evin, özel alanın, cemaatin verdiği aidiyet, güven, bağlanma, tutunma hissini Modernite ile birlikte mekânlar üstlenmiştir, bu yüzden geniş yığınlar zamanlarının önemli bir kısmını bu mekânlarda geçirmekte ve onlarla özdeşlik hissi kurmaktadır (Aytaç, 2012: 506). Tüm bunlar bir arada düşünüldüğünde kentlerin çoklu kimliklerin biraradalığına olanak veren, sosyokültürel alanda çoklu kimlikler ile karşılaşılan bir niteliği de söz konusudur.

Gündelik yaşamda her gün ve her an değişmeye ve yenilenmeye devam eden sosyal yaşam içerisinde tüketimin bu denli kullanımına bağlı olarak oluşan, daha doğru bir ifadeyle tüketmesi için oluşturulan tüketim toplumu içerisinde kişiler birçok sebeple belirli tüketimler gerçekleştirmektedir. Kafeler, birahaneler, parklar, alışveriş merkezleri, restoran ve otellerde her gün yaşanan kolektiviteler, ortak faaliyetler, sosyal ilişki ağları her biri aslında kentin yeniden doğması, gündelik yaşam kültürünün yeniden inşası anlamını taşır (Aytaç, 2012: 506). Mekânın üretimi ve günümüz için daha geçerli bir sav olan tüketimi, toplumun öncelikleri çerçevesinde gerçekleşir (Taşçı, 2014: 76). Mekânın ideoloji ile bağlantılı olduğunu hatırladığımızda, tüketimin de özellikle mekân tüketiminin de ideoloji ile olan bağı görünürlük kazanmaktadır.

Mekânın tüketilmesi ideoloji ile nasıl bağlantılı ise kimlik ile de bir o kadar bağlantılıdır. Burada bahsedilen kimlik, hem mekânın hem de kişinin bireysel ve aynı zamanda kolektif kimliğini içermektedir. Mekân ve kimlik arasında iki türlü bir ilişkiden bahsedilebilir. İlk olarak Mekânın bizzat kendisi bir kimliğe, kişiliğe sahip olarak, her mekân bir kimlik ile ortaya çıkar. İkinci olarak ise insanın mekânı bir kimlik unsuru olarak görmesidir, bu şekilde insan kendisini mekâna ait hisseder ve kendisini mekânla tanımlar (Aktaran Alver, 2010: 21).

Mekânın birey tarafından seçilerek tüketilmesi, bireye sahip olduğu kimlik, kültür ve ideolojinin, yadsınmadan özgür biçimde sosyal ilişkiler ağına sokulabilmesini sağladığından, birey, mekân ile kendi ideolojisini yansıtarak sosyal konumunu oluşturmaktadır. İnsanların ait olduklarına ve sığınak arayabileceklerine (ve bulacaklarına) inandıkları hayali bütünlükler arasında evvelden toplumun işgal ettiği yerde açılan boşluk (Bauman, 2016: 119), toplumdan bağımsız olmamakla beraber, toplumsal kullanım ile kendisine yüklenen anlamlar aracılığı ile mekânlar tarafından doldurulmaktadır.

Ziyaretçilerinin kullanım amaçlarına ve sıklıklarına göre mekânlar hem soyut hem de somut olarak anlam kazanmaktadır. Birey mekânda yaşamış olduğu özel anını, o mekâna her gittiğinde anımsayarak veya o mekân içinde bulunduğundan, müdavimlerin ortak özellikleri olarak sayılabilen nitelikleri kazandığını düşünmektedir. Bu anlamda mekân aslında bir toplumsal gerçeklik yaratmaktadır. Birine benzeme, biri gibi olma gerçekliği.

Dışarıdan bakıldığında hepsi birbirlerine benzeseler de her mekân kendine özgü bir kimlik yaratmaktadır. Mekâna kimliğini veren özellikler temelde, mekânın fiziki yapısı, içerdiği sosyokültürel boyut ve kullanıcı katılımı ile gerçekleşen aktivitelerdir (Aktaran Aytaç, 2012: 522). Burada mekânın kendi kimliğini müdavimlerine aktarması, müdavimlerinin kimliklerinden bir parça alması da söz konusudur. Günümüzde her şeyin ticarileştiği düşünüldüğünde mekânın bunu yapması artık şaşırılacak bir durum olmaktan çıkmaktadır. Mekâna işletme gözünden baktığımızda, işletmenin temel amacının kar elde etmek olduğu gerçeği bu noktada kendisini göstermektedir. Mekân açısından bakıldığında o kendisine bir gelecek kurmayı

hedefleyerek, ziyaretçileri de onun geleceğini oluşturmaya katkıda bulunmaktadır. Yani mekânın tüketiminde aslında sürekli bir yeniden üretim de mevcuttur.

2.2. MODERN VE POSTMODERN DÖNEMDE MEKÂN TÜKETİMİ

Mekânın kullanımının bir anlamda tüketim olduğu gerçeği, bu tüketimin zaman, mekân ve paraya dayalı olduğunu da göstermektedir. Çünkü modern kapitalist kent yaşamında zamanın, mekânın ve paranın kullanımı tanımlanmış ve örgütlenmiştir. Bu örgütlü sistem içinde kişi yerini belirleyebilmek için bu sistemin bir parçası olmak zorundadır. Mekân kent içerisinde kurgulandıktan ve sosyal ilişkileri etkiledikten sonra toplumsal anlamda önemli bir konuma ulaşmaktadır. Bu durumda; toplumsallaşma süreci mekânı etkilediği gibi; mekân da toplumsallaşma sürecini etkileyen önemli bir etken haline gelmektedir. Mekân bir aynadır ve yansıtır; bir dünya görüşünü, bir kültür iklimini, bir hayatı yansıtır (Alver, 2010: 22). Ziyaretçisi veya müdavimi olabilmek için bir mekânın seçilmesi, modern kent yaşamında, seçilebilecek mekân olabilmek özelliğine sahip olduğu düşünülen yerlerin tercihleri bağlamında yapılmaktadır. Kentin dolayısı ile kent mekânının salt kendiliğinden oluşmadığı, kurgulanarak toplumsal ihtiyaçlar ve gereklilik arz ettiği düşünülen ihtiyaçlar bazında oluşturulması, mekânın sosyal yaşamda farklı kişi ve gruplara ev sahipliği yaptığı bir göstergesini oluşturmaktadır.

Kent çevrelenmiş bir alan ya da çevrelenmiş bir dizi alandır (Benevolo,2006:8). Bu alanın içerisinde; kamu alanları, toplumsal yaşam alanları, okullar, hastaneler, dini binalar, parklar, bahçeler vs sayılabilmektedir. Bu mekânlar yoluyla kentli yurttaşlar, aidiyet, bağlanma, kimlik, özdeşlik ilişkisi kurarlar (aytaç, 2012: 506). Kimlik inşasının kolektif, kurumsallaşmış ve merkezileşmiş çerçevelerinin postmodern dünyada sürmekte olan parçalanması (Bauman, 2011: 117), kendi içlerinde oluşturulan boşlukların, dönemsel simge, sembol ve pratiklerle doldurulmaya çalışılması sonucu, dünü ve yarını ile kendisini tanıtan bireylerin toplumsallaşmada bugünü nasıl yaşamaya çalıştıklarını göstermektedir. Postmodernizm, Baudrillard için; teknoloji ve enformasyon biçimlerinin merkezi bir rol oynaması ile birlikte üretimi bir toplumsal düzenden yeniden üretimi bir toplumsal düzene geçiş, Lyotard için; evrenselciliğin

yerine yerelciliğin geçmesi ve ruh hali ya da zihinsel durum göstergesi, Jameson için; geç kapitalizmin kültürel egemeni ya da kültürel mantığıdır (Featherstone,2005: 23).

Postmodern dönemde hız kazandırılmış zaman ve mekân, her türlü kimlik duygusunu bütünüyle eritmektedir (Urry, 1999: 37). Kent, insanın dünyada hazır bulmadığı, kendi maksatları doğrultusunda, kendi ilişkileri ve siyaseti paralelinde sonradan ördüğü yeni bir yaşam alanıdır (Alver, 2012: 9). Bu yaşam alanı içerisinde kurgulanış şekli göz önünde bulundurularak toplumsal biçimlenme oluşturulmakta ve hayat akışı devam etmektedir. Mekânsal özellikler bireyin ya da toplumsal kolektivitinin hem yaşam eylemlerini sınırlamakta hem de belirlemektedir (Şaylan, 2006: 135).

Edimlerimiz çevremizde imgemize uygun bir dünya oluşturmaktadır (Baudrillard, 2013: 247). Sosyalleşmek için seçilen mekânlar, bu mekânlarda sergilenen davranış pratikleri, hayali kurulan sosyalleşmeyi bireye sunmaktadır. Üyelere bireyler olarak rol vermek modern toplumun alametifarikasıdır, bu rol tanrısal yaratılış gibi bir kerede gerçekleştirilen bir edim değil, her gün gerçekleştirilen bir etkinliktir (Bauman, 2011: 61). Kentin yoğunluğu rekabet içerdiğinden (Baudrillard, 2013: 73), bireylerin toplumdaki diğer bireylerden farklılaşmak için yöneldikleri tüketim anlayışı kentsel mekânlarda kişinin toplumsal konumunu yansıttığından önemlidir. Nasıl sanayisel yoğunlaşma her zaman mal üretiminin artmasına neden oluyorsa, kentsel yoğunlaşma da ihtiyaçların sınırsız bir artışıyla sonuçlanır (Baudrillard, 2013: 74).

İhtiyacın toplumsal kültürel bir yanı (Baudrillard, 2013: 79) bulunduğundan, bireyin sosyalleşme ihtiyacının giderilebilmesi için kullanılan mekânlar, aynı zamanda toplumsal sosyoekonomik yaşantıya da aracılık etmektedir. Hiyerarşik bir toplumsal biçimlenimin olduğu gözlenen toplumlarda, ekonomik kazanç dolayısı ile meslek seçimi, kültürel edimler, desteklenen siyasi veya ideolojik gruplar, toplum içerisinde bireyin hiyerarşisini belirleyen etkenlerdendir. Tüm bu etkenler aynı zamanda kişi veya grupların mekânsal tercihlerini de etkilediğinden, bu gruba dâhil olmayanlar tarafından toplumun elit kesimleri olarak adlandırılmaları, tercih ettikleri mekânların da elit olarak adlandırılmasına sebebiyet vermektedir. Modern inancın kişinin istediği kişi haline gelmesine imkân tanıdığı doğrudur fakat izin vermediği şey, kişinin hiç

başka biri olmamış birisi olmasıdır (Bauman, 2016: 102). Gündelik yaşamında elit olarak tanımladığı gruba dâhil olabilmek adına ortaya koyduğu simgesel sermayesi ile birey, o kişi olmadan o kişi olmaya çalışmaktadır ve bunu gündelik yaşamında mekânlar aracılığı ile gerçekleştirebilmektedir.

Sosyal yaşamda kullanılan mekânların, kişinin toplumsal konumuna, mesleklerine, ekonomik durumlarına bağlı olması, bireyin toplumsal ilişkilerinin bir yansıması olarak Bourdieu tarafından şu şekilde yorumlanmıştır;

“Eğer bir grubun tüm yaşam stilini mobilya ve giyim tarzından okuyabiliyorsak, bu sadece söz konusu bu malların, tercih edilmelerine yol açan ekonomik ve kültürel zorunlulukların nesnelleştirilmesi olmalarından dolayı değil, ama aynı zamanda lüksleri ya da fakirlikleri, ayrıcalıkları ya da avamlıkları, güzellikleri ya da çirkinlikleri ile ailevi nesnelere nesnelleştirilmiş toplumsal ilişkilerin kendilerini bedensel deneyimler aracılığıyla çok derin bir biçimde bilinç dışı olarak dayatmasındandır (Bourdieu, 2015: 122).”

Modern anlamda şehir, tüketimin bir imaj göstergesi olduğu, geleneksel adet ve alışkanlıkların erimeye başladığı, bireyin prestij elde edebilmek için, şehrin kendi kurallarına uyması gereken idari bir mekân olarak tanımlanabilir. Şehir bir ruh haline, birtakım gelenek ve adetlere ve bu adetlerin özünde yer alan düzenlenmiş davranışlara ve duyarlılığa karşılık gelir (Park, 2015: 37). Bu bağlamda ekonomik ilişkilerin, bireyin sosyalleşme sürecini ve şeklini etkilediği söylenebilmekte, birey kültürel imajından ziyade, maddi imajını sergileyebileceği mekân tercihlerinde bulunarak, bir nevi kültürel imajını da sergileyebildiğini düşünmektedir.

Sosyoekonomik üretim, gündelik hayatın yeniden üretimi vb aynı zamanda toplumsal anlamda sürekli bir yeniden üretimin dinamiklerini oluşturur. İnsanlar belirli bir üretici etkinlikte bulunurken, eş zamanlı olarak toplumsal-siyasal ilişkilere girerler (Özbek, 2000: 54). Bireyin gündelik hayatının bir parçası olan, toplumsal biçimlenmeyi büyük oranda etkileyebilme gücünü barındıran toplumsal ilişkiler, kent çerçevesinde bakıldığında kent içerisinde bireyin her türlü seçimini etkileyerek onu yönlendirebilme gücüne sahiptir. Gündelik yaşamda toplumun, bireysel zevklerini, beğenilerini, olur veya olmazlarını belirleyen etkenlerin başında; başkası gibi

olabilmek, daha doğrusu toplumun elit katmanına dâhil olabilmek ihtiyacının bulunması, tüketimin gerçekleşeceği yönü ve şekli de belirlemektedir.

2.3. KENT MEKÂNLARININ METALAŞMASI

Fransız Devrimi ile birlikte doruk noktasına ulaşan Aydınlanma Çağı'nda her anlamda değişen dünya içerisinde toplulukların dünyayı, varlıklarını algılama biçimleri de değişmiştir. Bürokratik, teknolojik ve ideolojik güçler insan özgürlüğünü kısıtlamış ve pasif, tek tip tüketicilerden oluşan bir kitle toplumu yaratmıştır (Smith, 2007: 70). Bu ideolojilerin ortak noktaları, tüketme arzusudur. Tüketim ile varlık sergileyen, sosyal düzende bir tüketim sonucu düzenin parçası olabileceğinin düşünülmesi, her şeyin sorgusuz sualsiz tüketilmesini olanaklı kılmaktadır. Kültür endüstrisi de bu kitle toplumunun eğlence anlayışı haline gelerek; kültür endüstrisi, ne yaptığını bilmeyen ve durmaksızın eğlenen bir kitle toplumu yaratmanın yanı sıra, kapitalizm yanlısı ideolojileri de aktif olarak yayar (Smith, 2007: 72).

Kültür endüstrisinin içerisinde değerlendirilen popüler kültür kişileri, grupları yönlendirmede büyük öneme sahiptir. Aynılık üzerinden değerlendirebileceğimiz popüler kelimesi yorumlamaya ve sorgulamaya mahal vermeden; olması gerekeni daha doğrusu olacak olanı ortaya koyarak, kitleler tarafından kabul görmesi ile beraber kendi daimini sağlar. Bu noktadan baktığımızda ideolojik olarak simgeselleşen her nesnenin metaya dönüştüğü sonucunu çıkarabiliriz, bu bağlamda mekân metalaşarak, bir meta değeri kazanarak ve taşıyarak sosyal yaşamda sürekli tüketilerek ve aynı zamanda yeniden üretilerek varlığını devam ettirmektedir. Metalaşma üretimin tüketim için değil, değişim için yapılması anlamına gelmektedir (Şaylan, 2006: 130).

Marx' a göre metanın bir değişim değeri üzerinden algılanıyor olması gibi, soyut biçimler de nesnelere üzerinden algılanırlar; soyut biçimlere bu nesnelere birer özelliği yani doğası gözıyla bakılır (Aktaran: Lefebvre, 2007: 57). Toplumsal hiyerarşide bir konuma ulaşabilme çabası, bireyin tüketim nesnesi haline dönüşen mekânları kullanımını sonucu elde edilmekte ve gündelik yaşama yansımaktadır. Mekânın bu amaçla kullanımını aynı zamanda mekânın bir göstergeye dönüşmesini sağlamaktadır. Göstergeler aktif olarak kullanılmaya başlandıktan sonra gösterge ve meta "meta-

gösterge” üretmek üzere önemli bir konum elde eder (Featherstone,2005: 39), Günümüzde yaşam tarzlarının kimliği güçlendirme etkisi, kişilerin, grupların mekân seçimlerini de etkilemektedir. Sosyal yaşamda herkesin gitmediği, gidemediği mekânlarda bulunmak daha önce de bahsettiğimiz gibi toplumsal hiyerarşide kişiye bir tatminkarlık sağlamaktadır. Mekân ziyaretçileri buralarda ekonomik ve sosyal güçlerini sergilemektedirler.

Modernite ve bireysel kimlik kitabında Giddens’ ın da belirttiği gibi boşanmanın ardından gerekli olduğu belirtilen yeni kimlik algısı (Giddens, 2014: 24), aslında tam olarak mekânın toplumsallaşması ile de ilgilidir. Buradaki boşanma ifadesini alışkanlıklar, davranışlar vs. bitimi olarak düşünecek olursak, kişiler yerelliğinin, gelenekselliğinin dışında kurgusal ortamlarla karşılaşmaktadırlar. Buna ayak uydurabilmek için de değişip dönüşmektedirler. Mekân da kişilerin bu dönüşümü kolayca gerçekleştirebilmeleri için onlara olanak sağlamaktadır. Tatil günlerinde veya boş vakitlerinde İskender döner yiyen insanlar, artık İskender pizza yiyor, hem geleneksel hem modern.

Adorno’ ya göre, mübadele değerinin başatlığı bir kez malların orijinal kullanım değerini yok etmeyi becerdikten sonra, metalar geniş bir kültürel çağrışımlar ve yanılısalar silsilesini üstlenecek şekilde özgürleşir (Featherstone,2005: 39). Bu özgürlük toplumsal yapıda mekânın somut kullanımının soyut kullanıma araladığı kapıdan geçen bireylerin, modern, elit, kültürlü anılmaları sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Tüketim araçlarının kullanımını sağlayan araçlardan bir tanesi olan kredi kartları (Ritzer, 2000: 57) da somut tüketimin gerçekleştirilebilmesi adına bir gösterge olarak aynı zamanda kredi kartına sahip olup bunun tüketim sürecinde kullanılabilmesi de bir imaj nesnesi halini almıştır.

Metanın simgesel çağrışımları toplumsal ilişkilere sınırlar çeken hayat tarzı farklarının vurgulanmasını sağlar (Aktaran: Featherstone,2005: 42), bu noktadan bakıldığında bir mekânın tüketilmesi toplumsal yaşam sürecinde bir itibar kazanımını ifade etmektedir. Birbirleri ile gerek düşünsel gerek eylemsel olarak farklılaşan hayat tarzları, kullanılan mekânların içerdiği, ürettiği ve bireylerin taşıdıkları semboller aracılığı ile günlük yaşamda etkileşime sokulduğundan, birbirleri ile olan farklılıkları da yine bu yolla ifade edilmektedir.

Baudrillard'ın drugstore (A.B.D.'de ilaç, yiyecek, içecek, kozmetik gibi maddelerin satıldığı mağaza) da metaların küreselleşmesi (Baudrillard, 2010: 19) ile ilgili yorumu, günümüzde toplumsallaşmanın önemli bir basamağını oluşturan alışveriş merkezleri için de bir açıklayıcı olmaktadır. Bu merkezlerde yer alan mekânlar, meta panayırı (Baudrillard, 2010: 19) olarak ön plana çıkmaktadır.

“Metanın mantığı günümüzde sadece emek süreçlerini ve maddi ürünleri değil, tüm kültürü, cinselliği, tüm insani ilişkileri, bireysel fantezilere ve itkilere kadar, denetimi altına alarak genelleşti. Sadece tüm işlevlerin, tüm ihtiyaçların karakterleriyle nesnelleştirilmesi anlamında değil, aynı zamanda her şeyin gösterileşmesi, yani her şeyin imgeler, tüketilebilir maddeler olarak çağrıştırılması, kışkırtılması, düzenlenmesi gibi daha derin bir anlamda her şey bu mantık tarafından ele geçirildi (Baudrillard, 2013: 251).”

Bir mekânın özümsemesi; mekânın kullanıcılarına soyut ve somut olarak ulaşabilme durumu ile ilgilidir. Metalar dünyasında; insanların kendi aralarındaki belirli bir toplumsal ilişki, insanlara şeyler arasındaki düşsel bir ilişki biçiminde görünmektedir (Özbek, 2000: 68). Bu mekânın toplumsallaşmasına olanak veren, onun müdavimleri, ziyaretçileridir. Tüketim kültürü hakkında oluşturulan perspektiflerden biri olan, insanların toplumsal bağlar ya da ayrımlar yaratabilmek amacıyla ürünleri, nesnelere kullanırken izledikleri farklı yollar (Featherstone, 2005: 37), mekânların tüketim nesnesine dönüşmesini açıklamamıza yardımcı olacaktır. Tüketim nesnesi bir statü tabakalaşmasını belirginleştirir (Baudrillard, 2013: 101). O halde aslen tüketim nesnesi olan bir mekânın, tüketen için, mekânın atfettiği veya tüketenlerin o mekân ile birleştirdiği boyutta bir statü kalıbına dâhil olarak asıl meselenin gündelik yaşamda varlık sergileyebilmek olduğu söylenebilmektedir.

İnsanın yeryüzünde kurduğu ve yeryüzü doğasının insana sunduğu malzemelerden yapılmış bu dünya, tüketilen değil kullanılan şeylerden oluşmaktadır (Arendt, 2013: 203) ve mekân bu noktadan bakıldığında kullanım, toplum için kullanım nesnesini ifade etmektedir. Kullanımı ile birlikte toplumsal yaşamda, bireylerde ideolojik olarak simgeselleşmesi mekânın artık meta boyutunda kullanıldığını göstermektedir.

Modern dünyada var olan tüketim alışkanlığı, artık toplumsal yaşamdaki her alana nüfuz etmiş durumdadır. Yiyecekleri, eşyaları, bilincimizi, her şeyi tüketmekteyiz. Mekânlar da bu dönemde bir tüketim nesnesi olarak karşımızda durmaktadır. Mekânın ciddi anlamda müdavimi olarak, sürekli ziyaretçisi durumuna gelerek onu tüketmekteyiz. Bir kafeye gittiğimizde sadece oranın içindeki yiyecek içecekleri değil mekânı da tüketmekteyiz. Bu öylesine bilinçsizce yapıyor ki, durumun farkında olup sadece belirli amaçlar için belirli mekânları kullanan kişiler artık ötekileştirilme durumuyla karşılaşmaktalar. Çünkü mekân belirli tatmin kârlıklar uğruna tüketilmekte. Bir haz kaynağı, hiyerarşik konum elde edebilme arzusu kişiye pek fazla düşünme payı bırakmamaktadır. Sosyal yaşamı içerisinde kendisini sürekli icat etmeye çalışan modern insan öğrenmiş ve seçmiş olduğu davranış pratikleri ile tüketim kültürü ortamındaki hayat tecrübesini (Featherstone,2005: 23) ortaya koyar.

Kendi kendine işleyen ekonomik aygıt, topyekûn planlamaya geçmeden önce bile metaların insan davranışlarını belirleyen değerlerle bezenmelerini sağlar (Adorno, Horkheimer, 2014: 49). Toplumsal olarak mekâna atfedilen özellikler, gündelik yaşamında bireyin mekânsal özellikleri bir değere dönüştürerek, ideolojik bir biçime sokmasına neden olmaktadır.

Teknolojik ilerlemenin beraberinde getirdiği verimlilik artışı, boş zamanın niceliksel olarak artışına, bu da yeni artık zamanın kapitalist sistemin işleyişini kolaylaştıracak şekilde bir tüketim üssü olarak düzenlenmesine yol açmıştır (Öztürk, 2012: 624). Boş zaman değerlendirme kavramı bir ideoloji, bir değer kazanarak sosyal süreçte konumunu sağlamlaştırmıştır. Boş zaman kişilerin daha çok tüketmelerini sağlamaktadır. Boş zaman değerlendirmek için, dinlenme ve eğlence yerlerinin çoğulluğu modern kapitalist kent yaşamında oldukça artmıştır. Eğlence türü yerlerin çoğalması, gezmek, dolaşmak, yemek içmek için serbest zamanı olan yeni bir kamusal insanı ortaya çıkarmış, bu yerler her şeyin alınıp satılabildiği, her şeyin serbest olduğu, bir ev ya da salon havası verilmeye çalışılan metalaşmış mekânlardır (Aktaran Aytaç, 2012: 512).

2.4. TOPLUMSALLAŞMA VE YAŞAM TARZI İLİŞKİSİ

Bireyin kendisini ifade etmek için artık salt kimliği ile değil, hayat tarzı ile ifadesini gerekli kılması modern yaşam tarzının toplumsal düzenini ifade etmektedir. Hayat tarzı kavramı, belirli statü gruplarının ayırt edici tarzına gönderme yapan kısıtlı bir sosyolojik anlamı olmasına rağmen, günümüzün tüketim kültürü içerisinde, bireyselliği, kendini ifade etmeyi ve üslupçu bir özbilinci çağrıştırır (Aktaran: Featherstone, 2005: 140). Hayat tarzının görünürlük kazanabilmesi için gerekli olan tüketim anlayışı, bireyin toplumsal yaşamda bir nevi kimliğinin yansımaları oluşturmaktadır. Bauman için insan kimlikleri, kişinin kendi kimliğini, evini inşa eder gibi evreler halinde ve sabırla kurması yerine, anında birleştirilen ve kolayca sökülen biçimlerle oluşturulmaktadır ve bu bireyin sürekli yeni imgeler alabilmek için gerçekleştirdiği davranış kalıpları ile dolu dünyaya uygun bir kimlik türüdür (Bauman, 2011: 111).

Modernizm ile birlikte gündeme gelen ve postmodernizm ile bireysel edinimi daha da kolaylaşan hayat tarzı kavramı, gündelik yaşamda geleneksel ve küreselin çarpışık haliyle yaşanmaya çalışılmaktadır. Geleneksel biçimlenişin modernizm ve küreselleşme ile değişmesi, yeni toplumsal biçimlenme oluşumuna zemin hazırlamış ve toplumsal yapı dönüşüme uğramıştır. Toplumsal yapılar iç ve dış nedenlere bağlı olarak yavaş, orta ve hızlı şekilde (Kaçmazoğlu, 2017: 406) değişmektedir. Değişim kendisi bir süreç içerdiğinden, bu değişime direkt adapte olamayan toplumlarda geçmiş ve bugünün izleri beraber görünmektedir.

Hayat tarzı tüketimi ya kabul eder ya da reddeder. Bireyin toplumsal yaşamında, topluma dâhil olabilmek, toplumdaki bir parça olabilmek ve kendisinden söz ettirebilmek için kurgusal kent mekânlarının anlamı dışında kullanılması sayesinde hayat tarzını yansıtması, sosyalleşme sürecinde karşılaştığı bireyleri de direkt olarak etkilemektedir. Mekânlar yaşam tarzı, yaşam alanı haline dönüşmeleriyle birlikte, potansiyel ziyaretçilerin gözünde ilgi uyandırmaya başlamışlardır. Mevcut ziyaretçilerin belirli istek ve arzularını tatmin etme, belirli bir ideolojide mekân kullanımları, mekân dışından bakıldığında içerideki gruba dair merak uyandırmaktadır. Özellikle de maddi güç ile toplumsal hiyerarşide belirli bir konumda bulunan kişilerin veya grupların kullandığı mekânlar, yeni ile eskiyi harmanlamaya

çalışan kafası karışık toplumlarda moda ikonu olarak da nitelenebilmektedir. Moda en önemsiz bireyi bile, bir bütünlüğün temsilcisi, birleşik bir ruhun cisimleşmesi haline getirerek öne çıkartır (Simmel, 2003: 114). Modanın yerleşmesi için bir araya gelmesi gereken iki toplumsal eğilimden –bir yanda bütünlüşme, diğere yanda farklılaşma ihtiyacından- biri eksik kalırsa, modanın oluşumu gerçekleşemez, hükmü sona erer (Simmel, 2003: 110). Kişi mekânı her kullanımında kendisini hem mekân içerisindeki kişi veya gruplarla veya mekânla bütünlüştirir hem de mekân dışında kalanlardan farklılığını ortaya koyar. Bu farklılığı yansıtabilmek onun için toplumsal hiyerarşisinde bir kalite göstergesi haline gelerek, kişisel tatminkarlığına katkıda bulunur. Yaşam tecrübesi, küçük toplulukların daha yakın ve kalıcı birliklerini dışlayan oldukça rastlantısal ve gelişigüzel bir karaktere sahiptir, bireyin statüsü moda ve kapak gibi ortak kabul gören simgelerce belirlenir (Martindale, 2000: 50). Bu durum bireyin sosyal statüsünü oluşturarak kendisini toplumsal hiyerarşide belirli bir konuma yerleşirmesine imkân vermektedir.

Marx' ın kapitalist dönemde toplumsal düzeni okuyuşunda bahsettiğı sınıf kavramının (Marx, 2015: 865) aksine Weber toplumsal yaşamda statü gruplarından (Weber, 2012: 423) bahsetmektedir. Marx' ın sınıf kavramı tamamen ekonomik ilişkiler aracılığı ile belirlenip, şekillenirken, Weber' in statü grupları toplumsal yaşam içerisinde toplumun yaşamsal pratikleri aracılığı ile şekillenir. Bu bağlamda ekonominin statü oluşmasında başat öge olmasa da statü belirleyicilerinden biri olduğu görülmektedir. Her zaman mesafe ve dışlamaya dayanan belirli bir statü onurunun yanı başında her çeşit maddi tekelleri de görürüz (Weber, 2006: 304). Şöyle ki belirli mekânlara gitme, belirli yemekleri yeme veya bir sanat veya bir spor ile uğraş içerisinde olma, ekonomik güç ile yakından ilişkilidir. Ona göre her toplumda sınıf olmasa da statü muhakkak vardır. Sınıf toplumlarının var olabilmesi için, sınıf bilincinin toplumda var olmuş olması ve bu farkı her toplumun kabul etmiş olması gerekmektedir. Statü, ortak bir yaşam tarzına ve paylaşılan bir toplumsal prestij düzeyine sahip grupları ifade eder (Smith, 2007: 33). Hâlihazırdaki toplumsal yaşamda geleneklerin, yaşam tarzlarının ve prestijlerin bir statü oluşturduğunun ifade edildiğı görülmektedir. Statü onurunun özünü en iyi ifade eden şey, belirli bir çevreye mensup olmak isteyen herkesten, her şeyden önce belirli bir hayat tarzına sahip olmasının beklendiğidir (Weber, 2006: 300).

Çok düz bir mantıkla baktığımızda, insan sosyal bir varlıktır ve toplum içinde yaşar. Yaşamı süresince belirli özellikleri, nitelikleri ile farklı olduğunu yansıtmak ister fakat aynı zamanda bu farklılığı ile toplumdan dışlanmak istemez. İşte statüyü tam olarak bu noktada, içinde bulunulan topluluk içerisinde, kişiyi diğerlerinden ayıran argümanlar silsilesi olarak ifade edebiliriz. Weber' in statü olarak tanımladığı bu davranış pratikleri, değer ve yaşam tarzı ile yakından ilişkilidir. Statü bir yaşam tarzı seçimi sonucu kazanılır ve bunun sonucunda karşımıza gelen her çıktı bir değer ifadesidir. Hayat tarzının statü onurundaki belirleyici rolü, statü gruplarının bütün teamüllerin somut taşıyıcıları olmaları demektir (Weber, 2006: 305). Yani belirli bir gruba ait kişi, o grubun yaşam tarzını tüm gereklilikleri ile benimseyip, kendisini şekillendirmektedir. Sınıf tabakalaşması üretim ve mülkiyet ilişkilerine, statü tabakalaşması ise özel hayat tarzlarının temsil ettiği tüketim biçimlerine göre belirlenir (Weber, 2006: 308).

Her teknolojik gelişme ve ekonomik dönüşüm statü tabakalaşmasını tehdit eder (Weber, 2006: 308), çünkü hayat tarzı ve tüketim anlayışı bu gelişmeler sonucu değişmek zorunda kalmaktadır. Biraz da toplumun gelenekselliği ve yeniliklere açık olmadığı düşünüldüğünde grubun tüm üyelerinin aynı değişim dönüşümü geçireceği beklenmediğinden ve hatta gerçekleşmediğinden statü grubunun içinde de bir takım kırılmalar yaşanabilir. Bourdieu' ya göre beğeni sınıflandırır ve sınıflandırıcıyı sınıflandırır (Aktaran: Featherstone, 2005: 45).

Sahip olduğumuz toplumsal yapı içerisinde her ne kadar bir sınıf ayrımının olmadığı dile getirilse de, günlük konuşma dilimizde sınıf kavramından söz edilmektedir. Direkt olarak sınıf ile nitelendirilmese bile ima edilmektedir. Çünkü yaşam tarzının büyük bir bölümü ekonomi ile ilişkilendirilmiş durumdadır. Weber bunu şu şekilde açıklamıştır; sınıfın asıl yeri ekonomik düzen, statü gruplarının asıl yeri sosyal düzen yani toplumsal alan içindedir (Weber, 2006: 309). Bu bağlamda statünün ideoloji ile de bağı ortaya çıkmaktadır. Edinilen statünün toplumsal yaşamda sosyal etkileşime sokulabilmesinin araçlarından bir tanesi olan mekânlar, müdavimleri aracılığı ile bu statünün inşasına katkı sağlamaktadır. Mekânsal pratikler hiçbir zaman tarafsız değil, her zaman belirli bir ideolojinin taşıyıcısıdır (Aytaç, 2012: 516). Kentin; bireyin, insan ilişkilerini eriten ve diğer kişilere daha bağımlı hale getirilmesindeki etkisi de toplumsal yapıdaki dönüşümlerin sebepleri arasında bulunmaktadır. Gerçekte

kendi başına bir şeyler yapabilme gücünden çok şey yitirmiş bir birey olarak kentli, amaçlarına ulaşabilmek için, ilgi alanlarına yakın olan kümelerin örgütlenmelerine katılmak zorunda kalır (Wirth, 2002: 103). Siyasi bir ideoloji veya gönüllük esasında sergilediği grup davranışları statü inşasının bir diğer ögesidir.

Bir statü, mevki veya toplumsal konum sahip olunacak ve sonra sergilenecek maddi bir şey değildir; tutarlı, süslü ve ustaca dile getirilen bir davranış kalıbıdır (Goffman, 2004: 80). Sosyokültürel yaşamda, toplumun geneli için uygulanabilir ve alımlanabilir olması gereken yaşam tarzı, kültürel kodlar aracılığı ile bir davranış kalıbına dönüştürülmektedir. Yaşam tarzını içeren edimler olarak anlamlandırabileceğimiz statü, ideoloji ve tüketim ilişkisi ile beraber, herkesin ulaşabileceği noktaya kendisini konumlandırmaktadır. Tam olarak bu noktada bireyin sermaye birikimleri, bireyin toplumsallaşma sürecinde görünürlük kazanarak, kendisine sosyal yaşamında seçmiş olduğu varsayılan hayat tarzı bağlamında bir statü kazandırmaktadır. Toplumsallaşmada ideoloji ve mekân etkisi başlığı altında detaylı bir şekilde açıklanan bireyin sermaye birikimleri, (ekonomik, kültürel ve toplumsal) kendisinde olmadığı durumlarda, bireyin hedeflediği statüyü elde edebilmek için kullandığı simgesel sermayesi, sosyal çevresi tarafından, gerçekten ona sahipmiş gibi algılanmasına neden olabildiği gibi, asla o statüyü elde edememesine de neden olmaktadır.

Kentsel mekânlar, kentli bireylerin sosyalleştikleri alanlar olması sebebi ile sosyal yaşamda önemli bir konuma sahiptir. Birbirlerini tanıyan veya tanımayan birçok kişi bu mekânlar aracılığı ile belirli etkileşimlerde bulunarak, iletişim kurmakta ve gündelik yaşamı yeniden üretmektedir. Aynı zamanda birey için, kendisini topluma göstermek istediği, toplumun meşru saydığı ve toplumda egemen olan belirli yaşam tarzına sahip olduğunu gösterebilmesinin imkânını sunan mekân, hem kendi hem de bireyin kendisini tamamlama sürecine destekte bulunmaktadır. Müdavimler sınıfsal, statüsel konumlarını yansıtabilmek ya da öykündükleri statülere yükselmek için ödünç semboller/göstergeler toplamak için buralarda toplaşır (Aytaç, 2012: 506). Yenen bir yemek, içilen bir içecek, mekân içerisinde çalan bir müzik, mekân ziyaretçileri gibi semboller, mekân içerisinde statü inşasının gerekli öğelerini oluşturmaktadır.

Tüm bunların yanında mekân da, toplumsal olarak bilinen, statü taşıyıcısı bireyler aracılığı ile kendi statüsünü inşa etmektedir. Kentin siyasal-politik yaşamının temsilcileri, devlet adamları, spor kulüp üyeleri, kitle iletişim araçları aracılığı ile tanınmış kişiler, toplumsal düzende kendilerine atfedilen konum gereği, kişisel ve toplumsal çıkarlarına uygun mekân tercihlerinde bulunarak, mekânın kendi statülerini yansıttığının, mekânın statülerine yakın olduğunun imajını vermektedir. Her iki durumda da gerçekleşen algı yaratma meselesi, gündelik hayat içerisinde, bireylerin veya mekânların şunu elde edebilmek için böyle yapıyoruz demeden, davranışları ve eylemleri aracılığı ile gerçekleştirilmektedir.

İmaj, kimlik yaratmaya hizmet eder (Harvey, 1997: 322). Hem mekânsal hem de bireysel açıdan yaratılabilen imaj, hayat tarzının nesnelleşerek toplumda görünürlük kazanmasının ön koşuludur. Mekân, kentin tüm dokusundan etkilenecek oluşturduğu imajını, müdavimleri, ziyaretçileri aracılığı ile gündelik yaşamda etkileşime sokarken, birey de imaj seçimi veya yansıtmak istediği imaj göstergelerini mekân aracılığı ile pekiştirerek gündelik yaşamında sunmaktadır. Kimliğin esnek ve geçirgen oluşu, bireyin mekân ile ortak değerler oluşturabilmesini ve bu değerleri kendi kimlik argümanlarına ekleyebilmesini sağlamaktadır.

Yaygın tüketim nesnelere giderek daha az toplumsal sınıf belirticisi haline gelir (Baudrillard, 2010: 62) bu sebeple bireyler sürekli tüketim nesnesi arayışında bulunarak, mekân tercihlerini değiştirerek, deneyimde bulunarak sosyal statülerinin inşasına katkı sağladıkları gibi farklı statü edinimlerinde de bulunmaktadır.

Toplumsal varlık olarak insanın ihtiyaçlarının sınırı yoktur (Baudrillard, 2013: 73). Burada bahsi geçen bireyin fizyolojik ihtiyaçlarından ziyade, psikolojik ihtiyaçlarıdır. Bireyin sosyal yaşamında, içinde bulunduğu toplum tarafından kabul edilme ihtiyacı, kendisini evi gibi rahat ve özgür hissedebileceği sosyalleşme alanlarında bulunma ihtiyacı, toplumun dışlanmayan ferdi olma ihtiyacı, dönüşmekte olan topluma ayak uydurabilmesi ile karşılanmaktadır. Bir kişi ihtiyaçlarını ve kapasitelerini, ancak belirli bir yaşam biçimine katılmak yoluyla, bir toplum içinde başkalarıyla etkileşim ve iletişim kurarak karşılayabilir (Buğra, 2000: 29).

Weber' e göre yetişme tarzı ve eğitimin ortak bir yaşam tarzı yaratması (Weber, 2012: 427) aslında hem modernizmin en önemli dinamiklerinden olan tek

tipleştirmenin hem de postmodernizmin hedonik sorunsalını ortaya koymaktadır. Her ne kadar yerel bir kültüre sahip olursa da kitle iletişim araçları sayesinde kolaylıkla globalleşen bir topluluğun yetişme tarzının değişeceği de bir gerçektir. Eğitim de yetişme tarzı ve düşünce yapıları sayesinde şekilleneceğinden tam olarak modernizmin beklentisi gerçekleşmektedir. Kimilerince modern dönemin bitişinden sonraki dönem, kimilerine göre modern dönemin devamı olan postmodern dönem de hayat tarzı bu iki öge aracılığı ile zihinlere kodlanarak oluşumunu tamamlamaya gayesindedir.

Yine Weber' e göre statü grupları, ya kişinin direkt yaşam tarzı gereğince ya yaşam tarzının soyaçekim yolu ile aktarılması ile ya da dinsel hiyerarşi de güç ilişkilerinin gruplanması olarak tanımlanan hiyeroksi ve siyasal güçlerin aracılığı ile şekillenir (Weber, 2012: 428). Egemen ideoloji, toplumda tüm ilişkilerin üreticisi konumundadır (ekonomik, ahlak, eğitim vb). Bu bağlamda statü gruplarının çoğunlukla mülk sahibi sınıflar tarafından yaratılması (Weber, 2012: 428) daha olanaklı hale gelmektedir. Burada bahsedilen konular dâhilinde ana sorunsal kişinin ait olma, aidiyet bağı kurabilmesi çerçevesinde gelişmektedir.

İnsanoğlu postmodern dönemin karmaşıklığı sebebi ile sosyal yaşamını, tümünden gelim yönteminden yola çıkarak tüme varım yöntemi ile tamamlamaya çalışmaktadır. Aslında bu tamamlanabilecek bir süreç olmamasına karşın yeninin içinde eskiyi de yaşama çabası bir nevi tamamlanmış hissi oluşturmaktadır. Postmodernizmin hiyerarşiyi bozan ruhu (Featherstone,2005: 163) sebebi ile toplumsal yaşama yerleşik norm ve kalıpların, yerele dönük olarak yeniden üretilerek dolaşıma sokulması sonucu hala devam eden bir sosyal hiyerarşi bulunmaktadır.

Adler'e göre hayat tarzı bir dünya görüşüne, insan ve tabiat hakkında kendisine özgü bir görüşe sahip olmasını; şahsi bir ahlak koduna sahip olma manasında, ahlaki bir kanaati de benimsemiş olmasını gerekli kılmaktadır (Yörükkan, 2011: 35). Artık dünya görüşü de tükettikçe var olabilme, tükettikçe geçerlilik kazanabilme hissiyatına büründüğünden, kişilerin dünya görüşleri bu yönde hızlıca evrilmeye başlamıştır. Kent içerisinde bireyler, birbirleriyle oldukça parçalanmış rollerle karşı karşıya gelir (Wirth, 2002: 90). Parçalanmış roller beraberinde bireylerin parçalanmış kimliklerini de görünür kılmaktadır. Karşıt ideolojilerin veya kültürlerin veya inançların bireyde aynı anda bulunması ve sosyalleşme sürecinde bunun doğal olduğunun yansıtılması olarak

basit bir şekilde açıklanabilen olgu, bireyin gündelik yaşamında çarpık ilişkiler kurmasına ve davranışlarda bulunmasına sebep olmaktadır.

2.4.1. Yaşam Tarzı ve Tüketim İlişkisi

Tarihsel olarak baktığımızda, tüketicilik, ticarete dayalı ekonominin en çok geliştiği ve küresel ürünlere ulaşmanın en rahat olduğu bölgelerde gelişmiştir (Zengingönül, 2012: 41). Teknolojinin beraberinde getirmiş olduğu verimlilik artışı sonucu ortaya çıkan boş zaman; kapitalizmin üretiminden ziyade tüketim, tüketici ve tüketimin üretimi üzerinde yoğunlaşılmasına yol açmıştır (Öztürk, 2012: 616). Bu durum modern yaşamda hayat tarzına dayalı tüketimin toplumsal yaşamda, önem kazanmasına, bireylerin zevk ve beğeni içeren davranışlarını da bu yönde şekillendirmelerine sebep olmuştur. Tüketim ve hayat tarzı tercihleri, ayırım yapan yargılar içerir (Featherstone, 2005: 45). Gündelik yaşamda birbirleri ile aynı şeyleri, nesnelere, ürünleri, mekânları tüketenler, kendilerini ve diğerlerini ötekileştirerek toplumsal yaşamın yeniden üretimine yön vermektedir. Seçimini ortaya koyan birey, tercihleri doğrultusunda içinde bulunduğu mekânda, dışarıdakilerden ayrışır ve bunu bilinçli bir şekilde yapmaya gayret göstermektedir. Bu durum bireye sosyal yaşamında kişisel tatminkarlık sağladığı gibi aynı zamanda toplumsallaşma korkusunu da atlatabilmesinin sığınağı olur.

Küresel ölçekte topluma dayatılan kültür kavramının, toplum tarafından temel dinamik olabilmesi için, sanayi toplumlarının temel dinamiğinin endüstri olması gibi, sürekli yeniden üretiliyor olması gerekmektedir. Kültürün sürekli yeniden üretiminin yanı sıra herkes tarafından ulaşılabilir yerde olması çok olma gerekliliğini de beraberinde getirmektedir. Bu sebeple sosyal yapı içerisindeki kültür ürünlerinin mevcut hali, kültür endüstrisi adı altında anılmakta ve bu endüstri toplumların her türlü tüketim davranışını etkilemekte ve yönlendirmektedir.

Tüketim hem bir ahlak (ideolojik değerler sistemi) hem de bir iletişim sistemidir (Baudrillard, 2013: 91). Birey gündelik yaşamında ulaşmak istediği konuma, mekân tüketiminde bulunarak ve arzuladığı konumda bulunan kişi ve gruplar arasına dâhil olabilmek adına gerçekleştirdiği davranışlarla kendisini o grup ile bütünleştirmektedir.

Tüketim kültürü içerisindeki eğilim, hayat tarzlarının bundan böyle içsel bir tutarlılık gerektirmediğini önermektedir (Featherstone, 2005: 57).

Gramsci'ye göre insanlar dünya görüşü açısından, aynı düşünceleri ve davranış biçimlerini paylaşan belirli bir gruba aittirler (Özbek, 2000: 127). Mekân, insanları bir araya topladığı ve insanların zaman içinde ortak bir değeri olduğu için aynı zamanda cemaatsel ilişkileri de barındırmaktadır (Alver, 2010: 21). Bu bağlamda seçtiği mekânı tüketen bir birey aynı zamanda bir nevi içinde bulunduğu cemaat grubu ile ilişkilerini de pekiştirmekte, yeni bir gruba dâhil olma çabasında eski grubundan da kopmama çabasını yansıtmaktadır. Lefebvre için mekân, temelde bir aynadır; toplumsal yapıyı, toplumsal değişmeyi gösteren bir işaretler sistemidir (Alver, 2010: 26). Toplumsal yapının üyeleri olan bireyler mekânlar aracılığı ile sosyal yaşama katkıda bulduklarından, mekân toplumsal biçimin okunmasının bir aracı haline gelmektedir.

Tüketim kavramının hayat tarzı yansıtması postmodern çağın bir sonucu olarak karşımıza çıktığından, tüketimin başlı başına kültürel, ideolojik bir pratikler silsilesini yansıttığı söylenebilir. İdeoloji bir yandan dünya görüşü ve felsefe diğer yandan kültürel hareket, din ve pratik etkinlik olarak adlandırılmaktadır (Aktaran: Özbek, 2000: 122). Gelenek gücünü yitirdikçe ve gündelik hayat yerel ve küreselin diyalektik etkileşimi temelinde yeniden inşa edildikçe, seçenekler çeşitliliğine sahip bireyler hayat tarzı seçimlerini daha fazla gözden geçirmek zorunda kalırlar (Giddens, 2014: 16). Her tercihin tüketimin bir kolu olduğu düşünülürse, artık bireye direkt verilen normlar yerine, çeşitlilik sahibi normların sunumlarından bireyin seçme özgürlüğü bulunmaktadır.

Tüketim kültürünün en yeni kahramanları bir hayat tarzını üzerinde düşünmeksizin gelenek ya da alışkanlık yoluyla benimsemekten ziyade, hayat tarzını bir hayat projesi haline getirir; bir hayat tarzı çerçevesinde bir araya getirdikleri ürünlerin, pratiklerin, tecrübelerin, görünüşlerin tikelliğinde kendi bireyselliklerini ve üslup anlayışlarını teşhir ederler (Featherstone, 2005: 145). Postmodern kültür, tüketim toplumunun geç kapitalizm aşamasının kültürüdür ve bu toplumda toplumsal hayattaki her şeyin kültürel hale geldiği söylenebilecek ölçüde çevrenin göstergeler ve iletilerle dolup taşmasıyla kültür yeni bir önem kazanır (Featherstone, 2005: 40). Bireyin

toplumsallaşma aşamasında seçtiği mekânlar, artık onun kültürünün bir parçası haline gelerek, göstergeler yolu ile bunu çevresine aktarmaktadır.

Toplum içerisinde birey, yaşadığını, aşırı gereğinden fazla bir tüketimde hisseder (Baudrillard, 2010: 41). Bu aşırılık git gide hayat tarzı ile örtüşerek, bireyi daha fazla görünür olabileceği düşüncesine iterek, bireyin seçtiği hayat tarzının bir normu haline dönüşür. Tüketim hayat tarzı kavramı ile bu denli iç içe geçmesi ve bireylerde belirli davranış ve düşünce kalıplarının oluşması, tüketimin kültürel özelliğini de ortaya çıkarmaktadır. Baudrillard'a göre tüketim kültürü postmodern bir kültürdür, tüm değerlerin aşırı değerlendirildiği derinliksiz bir kültür (Aktaran: Featherstone, 2005: 144).

2.4.2. Tüketim Nesnesi Olarak Mekân Kullanımı

Mekân, tüketim ürünü olmasından ziyade aslında bir kullanım nesnesi olarak işlev görmekte iken postmodernizm ile beraber sosyal yaşamda daha da önem kazanan hayat tarzı kavramı ile artık birden çok anlam taşıyıcısı durumuna gelmiştir. Kullanım nesnesi özelliğinin yitirerek tüketim nesnesi haline gelen mekânlar, bireyler için aynı zamanda temel sosyalleşme alanları özelliğini taşımaktadır. Tüketim malları insanın yaşamı için ne ise, kullanım nesnelere de insani dünya için odur (Arendt, 2013: 151). Tüketim malları, bireyin somut ihtiyacını giderdiği gibi aynı zamanda bireye mutluluk hissi de vermektedir. Aynı şekilde kullanım nesnelere de toplumsal düzen için belirli özellikleri taşımaktadır. Mekânların tüketim nesnesi olması ile beraber toplumsal yaşamda bireyler somut ve soyut ihtiyaçlarını bu mekânlar aracılığı ile gidererek gündelik yaşamlarını sürdürmektedir.

Maddi varlığın statü simgesi sayılması (Goffman, 2004: 46), bireyin statü inşası sırasında tükettiği mekânların farklılıklar göstermesine sebep olmaktadır. Modern toplumsal yaşamda her bireyin eşit ekonomik güce sahip olmadığı göz önüne alındığında, statünün ve tüketimin de kendi içerisinde gruplaştığı görülmektedir.

Tüketim düzeni göstergelerle beslenir ve göstergelere sığınır (Baudrillard, 2010: 25). Bireyin seçmiş olduğu hayat tarzı kavramı burada tüketiminin en temel

göstergesini oluşturmaktadır. Tüketimin tanımının en önemli unsuru ihtiyacın tatminidir (Odabaşı, 2016: 20). Statü ile beraber değerlendirildiğinde kişinin bu ihtiyacını tatmin etmek için gerçekleştirdiği eylem pratikleri mekân ziyaretleri, mekân tercihleri haline dönüşmektedir. Günümüzde toplumsal hayatın açıklığı, eylem ortamlarının çoğulluğu ve otoritelerin çeşitliliği nedeniyle, hayat tarzı seçimi bireysel kimliğin ve gündelik etkinliğin inşasında giderek daha fazla önem kazanmaktadır (Giddens, 2014: 16). Çünkü birey sosyal yaşamını bireysel kimliği üzerinden kurarak gündelik yaşamını şekillendirme yoluna gitmektedir. Ve seçmiş olduğu her farklı hayat tarzında, kendisi de yeniden şekillenmekte, gündelik yaşamını da dönüştürmek zorundadır.

Tüketim; statünün, zevklerin, kimliğin ve sosyal ilişkilerin işaretleri ve kodları olarak, sosyal iletişim süreçleri içerisinde yer alır (Odabaşı, 2016: 16). Mekânı mekân yapan özelliklerden bir tanesi de kendisi ve çevresi ile kurduğu ilişkiler bütünü dâhilinde iletişimidir. Bu bağlamda tüketim, kişinin çevresi ile kurduğu bir ilişkiler bütünü olarak değerlendirilebilmektedir. Aynı zamanda toplumsal yaşam içerisinde belirli kalıplara bağlı kalınarak, mekânların tüketilmeleri sadece kendilerini üretmiş olan eylemin devamını sağlar (Arendt, 2013: 153).

Bireyin kimlik dışı vurumu bağlamında, özendiği, olmak istediği, öykündüğü kimliklere sahip olmadan, sahipmiş gibi eylemlerde bulunması, aslında tam anlamıyla tüketemediği mekânı tüketmiş gibi göstermesi, sosyal yaşamında orada olmadan orada olma olgusu, fantezisini (Baudrillard, 2010: 27) ifade etmektedir. Bourdieu için ise bu durum bireyin simgesel sermayesini ifade etmektedir (Smith, 2007: 190). Toplumsal yaşamda bireyler, yaşadıkları hayatın ancak seyredildiği ölçüde değer kazandığını (Gürbilek, 2001: 29) fark ettikleri andan itibaren, sosyal, gündelik yaşamlarını, topluma gösterebilme noktasında durduklarından, hangi sermaye türü ile sosyalleştikleri bir nevi önemsiz hale gelmiştir.

Kentsel mekânlar olarak anılan kafeler, restoranlar, alışveriş merkezleri vs sadece nesnelere tüketim mekânı değildirler aynı zamanda sınıf, statü, etnisite, cinsiyet vb sosyal belirleyicilere dair işaret ve semboller atfederler (Aytaç, 2012: 506). Modern olarak adlandırılan dönemde, sermaye biçimlerinin değişmesi ile birey direkt olarak ekonomik güce, ekonomik göstergelere sahip olmasa bile, ekonomik

göstergeler aracılığı ile sahip olunan statüye sahip olabilmek için, kendisindeki farklı sermaye biçimlerini ve tüketim pratiklerini sergilemeye başlamaktadır. Bu noktada mekân tercihleri, bireyin elde etmeye çalıştığı statüye ulaşması için kullandıkları yerler haline gelmektedir. Mekân statünün taşıyıcısı konumuna, ideoloji, statü ve tüketim üçlemesinin toplumda kültürel olarak görünürlük kazanması ile ulaşmaktadır.

Bireyin sosyal yaşam içerisinde elite öykünerek gerçekleştirdiği davranış pratikleri ve değişiklikler ne tam olarak elit ne de tam olarak kendisi olabilmesine olanak tanımaktadır. Mübeccel Kıray'ın kullanmış olduğu tampon mekanizma kavramı ile sosyal yapının çeşitli yönleri birbirine bağlanmaktadır (Kaçmazoğlu, 2017: 401). Toplumun değişimi sırasında devreye giren ara formlar, mekanizmalar ile değişme kaynaklı olarak ortaya çıkması beklenen sarsıntılar ciddi bir tahribata yol açmadan, hatta hissedilmeden giderilmekte, toplum bu sayede ilerlemesine devam etmektedir (Aktaran: Kaçmazoğlu, 2017: 406).

Bu noktada en çok göze batan durum geleneksel olarak nitelenen/gözlemlenen bir toplum tabanından yükselen toplulukların değişen dönemsel getirilere uyum sağlayamamasıdır. Toplum içerisinde bireyler toplumsal ve ekonomik konum ya da modanın vb kaprislerine göre değişmektedir (Baudrillard, 2010: 40). Örneğin geleneksel bağlamda dini olarak bir inancı benimseyen Müslüman bir toplumun, topluma yeni dâhil olacak, yeni doğacak fertlerine bir dini kimlik seçme hakkı verilmeyecektir. Bu temeller ile toplumun bir ferdi olan birey kendisine direkt yüklenenler, öğrendikleri ve öğrenecekleri ile bocalama sürecine girecektir. Her toplumsal yapı değişirken iç bütünlüğünü korumaya çalışır (Kaçmazoğlu, 2017: 407). Dini inanış çerçevesinde, değişen topluma ayak uydurabilmek için toplumsal yaşamda yapılan mekân tercihleri, mekânın hem dini inancı benimseyenler hem de benimsemeyenler tarafından kullanılıyor olmasını gerekli kıldığı gibi, aynı zamanda toplumsal bir statüyü de yansıtmak zorundadır.

İslam dinince alkolün yasak, günah olduğu bilinmektedir. Haliyle alkollü mekânların da tasvip edilmediği de. Yaşam tarzının bu denli görünürlük ve önem kazanması sonucu işte bu problemi yansıtmaktadır. O mekâna (alkollü mekâna) gidenler, gidebilenler belirli bir statü grubunda sayıldıkları için, oraya gitmek, içerisinde bulunmak neredeyse bir zorunluluk haline gelmektedir. Aynı hız ve

zamanda değişmeyen ögelerden meydana gelen toplumsal yapı, işlevsel bütünlüğünü korumak için tampon mekanizmaları yaratır (Kaçmazoğlu, 2017: 407). Değişmeye başlamış, yani dengesi bozulmuş toplumu yeniden dengeye getirir (Aktaran: Kaçmazoğlu, 2017: 407).

Mekân da bu kargaşayı, dini inanış çerçevesinde belirli uygulamalar kullanarak kendi kullanımını arttırma yönünde kullanmaktadır. Mekân alkol satışı gerçekleştirse de aynı zamanda iftar programları düzenlemektedir. Toplumsal yapının çeşitli yönlerini birbirine bağlayan tampon mekanizmalar gerek yapı, gerek işlev bakımından hem eski hem yeni yapıya ait ögeleri birlikte barındırmaktadır (Aktaran: Kaçmazoğlu, 2017: 406). Kıray' ın ifadesi ile tampon mekanizma görevi gören mekânlar, eski ile yeninin, geleneksel ile modernin, postmodern dönemde yaşanmasını sağlamaktadır.

Bu durum statü kavramının da çeşitli şekillerde gruplaştığını göstermektedir. Modern olarak tabir edilen bireylerin seçtikleri mekânların bir statü konumu olmaları, geleneksel olarak adlandırılan grup üyelerinin de kendi grupları dışında bir statü kazanımlarının göstergesidir. Toplumun karşılıklı etkileşim halinde olması denge halinde bir bütün olmasını da sağlar (Aktaran: Kaçmazoğlu, 2017: 406).

Elde edilmesi ve uygun bir şekilde kullanılması hatırı sayılır bir zaman, para ve bilgi yatırımını gerektiren itibar iktisadı, tüketim kültürü içerisinde varlığını sürdürmektedir (Featherstone, 2005: 58). Bireyin gündelik yaşamında sosyalleşmek, ihtiyaçlarını gidermek, dinlenmek ve eğlenmek için seçtiği mekânlar, toplumsal itibarının oluşmasına katkı sağlayacak ve onun inşasına destek olacaktır. Tüketime bir anlamlandırma düzeni (Baudrillard, 2013: 92) olması, toplumsal yaşam içerisinde, bireylerin kendilerini ve çevrelerini anlamlandırabilmelerinin imkânını sunmaktadır. Sosyalleşmek, eğlenmek, dinlenmek için seçilen kentsel mekânlar mekânın ziyaretçileri ve potansiyel ziyaretçileri tarafından anlamlandırılmasına aynı zamanda mekânı kullanamayanlar tarafından da anlamlandırılmasına olanak tanımaktadır.

Mekân içinde deneyimlenen yaşamsal pratikler, gerçekte, farklılık imgelerinin oluşmasında temel rol oynamaktadır (Aytaç, 2012: 522). Kendisini farklılık üzerinden tanımlayan kimlik ve sosyal yaşamda kendisini kimliği ile ifade eden birey için mekân kullanımını bu noktada birbirine sıkı sıkıya bağlıdır. Kullanılan mekânda, diğer mekân

ziyaretçileri ile aynılaşan, mekân dışında kalanlardan farklılaşan birey için, mekân statüsünün göstergesi durumundadır.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMANIN AMACI

Modernite ile birlikte ortaya çıkan modern kent yapılanması, toplumun geleneksel kültür öğretilerinden farklı olarak, yeni bir toplumsal biçimleniş ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bireyler bu yeni toplumsal biçimleniş içerisinde kendilerini kimlikleri ve yaşam tarzları ile ifade etme sürecine girmiştir.

Bireylerin bireysel kimliklerinin, modern kent kültürü ve kentli kimliği etrafında şekillenmesi, birbirleri ile aynılık içeren yaşam tarzlarına sahip olmaları ile sonuçlanmıştır. Bu bağlamda bireylerin kent mekânlarını kullanmalarındaki sebeplerin neler olduğunun belirlenmesi, bu mekânların kullanımlarında kültür, kimlik ve yaşam tarzının bireyler için ifade ettiği anlamın ortaya çıkarılması araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır.

3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Toplumsal yaşam içerisinde, bireylerin kent, mekân, kimlik ve yaşam tarzı algıları ekseninde şekillenen araştırmada, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek grupları farklı 10 kişi ile gerçekleştirilen mülakatlar, ses kayıtları eksiksiz bir şekilde yazıya dökülerek irdelenmiştir. Veri toplama tekniği olarak seçilen görüşme yöntemi sırasında her katılımcının fikrini özgür olarak belirtebileceği tarafsız bir görüşme sağlanmış, katılımcılar ile tek tek görüşülmüştür.

Görüşme için hazırlanan sorular haricinde çizilen konu çerçevesinden uzaklaşmayarak farklı sorular yöneltilecek katılımcılardan detaylı bir açıklama elde edilmeye çalışılmıştır. Konu bütünlüğünü yansıtan mülakat soruları katılımcılar

tarafından cevaplanmış, elde edilen veriler söylem çözümlemesi tekniği ile analiz edilmiştir.

3.2. KOCAELİ YERELİ ÜST KÜLTÜR MEKÂNLARINA YÖNELİK SÖYLEM ÇÖZÜMLEMESİ

Kocaeli kenti içerisindeki kültürel yapılanmanın, kent içerisindeki bireyler üzerinde, mekân ve mekân kullanımlarına yönelik veri elde edebilmek amacı doğrultusunda 10 kişi ile yapılan görüşmelerde kendilerine temel olarak şu sorular yöneltilmiştir.

- 1- Kent ve kentli olmak kavramları sizin için ne ifade ediyor, iyi bir kentli nasıl olmalıdır?
- 2- Kendinizi kentli olarak tanımlıyor musunuz? Neden?
- 3- Sizde bir kentin dokusunu neler oluşturur içinde bulunduğunuz kente ait bir kimlik olduğunu düşünüyor musunuz? Bu kimliği paylaşıyor musunuz?
- 4- Kentin içerisinde sürekli olarak devam ettiğiniz mekânlar mevcut mu? Sizde bu mekânlarla kent arasında bir ilişki var mı?
- 5- Sosyalleşmek sizin için ne anlam ifade ediyor? Ne şekilde sosyalleştığınızı düşünüyorsunuz?
- 6- Devam ettiğiniz mekânların sosyalleşmeniz üzerinde bir etkisi var mı? Varsa nedir?
- 7- Bir mekâna gideceğiniz ya da devam ettiklerinizde bir kriter arıyor musunuz? Sizin için bir mekân nasıl olmalıdır?
- 8- Devam ettiğiniz mekânlar inançlarınız veya politik görüşünüzle ilgili mi?
- 9- Mekânlara özel tüketimleriniz var mı? Bir başka deyişle aklınızda herhangi bir tüketim ürünü ile özdeşleşen bir mekân var mı?
- 10- Mekân çalışanları ile ilişkiniz nasıl, herhangi bir mekân çalışanı ile sorun yaşadınız mı? Ne gibi bir tavır takındınız?
- 11- Sosyalleşme biçiminizin yaşam tarzınızın bir parçası olduğunu düşünüyor musunuz?

12- Devam etmenin ya da nadiren de olsa katılım göstermenin statü sağladığını düşündüğünüz bir mekân var mı?

13- Size göre kaliteli olsa da bir mekânın fiyat politikasının düşük olması, ya da devam edenlerin sosyoekonomik seviyesinin düşük olması sizin için belirleyici bir unsur mu?

Katılımcıların mümkün olduğunca farklı söylem grupları içerisinde seçilerek, elde edilen verilerin detaylı olarak incelenmesi ile gerçekleştirilen araştırma içerisinde, seçilen veriler analize ışık tutabilmesi amacı ile orijinalinden alıntılanmıştır.

3.3. ÇÖZÜMLEME SONUÇLARI

3.3.1. Kent Ve Kentli Olmak Kavramları Sizin İçin Ne İfade Ediyor, İyi Bir Kentli Nasıl Olmalıdır?

İlk sorunun yöneltildiği 10 katılımcı, kent ve kentli olmak kavramlarına çoğunlukla aynı cevabı vererek kenti sosyal imkânlarla ulaşım ve yaşam alanı olarak tanımlarken, büyüklük, karmaşa, ekonomi ve kültürel yaşam alanı olarak da tanımlayan katılımcılar bulunmaktadır. Katılımcılar için kentli ve iyi bir kentli kavramları, kent kavramı doğrultusunda tanımlanarak kente atfettikleri değer ile kentte yaşayan bireylerin uyum sağlama ve ayak uydurabilme gerekliliklerini ön plana çıkartmıştır. Katılımcıların verdikleri cevaplar bir bütünlük içerisinde değerlendirildiğinde, farklı kültür, kimlik ve ideolojilere sahip olmaları ortak bir kültürel değerler sisteminde buluşabildiklerini göstererek, kent içerisinde ortak değerler paylaştıklarını ifade etmektedir.

Kentin ideoloji, kültür ve kimlik sahibi olması, içerisinde yaşayan bireylerin de kentin bu özelliklerini benimseyerek sosyal yaşamlarını biçimlendirmelerini gerekli kılmaktadır. Toplum olabilmenin bir bütünlük içermesi, kent içerisindeki grupların, bireylerin kültürel ve kimliksel olarak kent ile ortak bir paylaşımda bulunmalarını gerektirmektedir.

Kentin bireylere sunmuş olduğu imkânlar üzerinden algılanan kent, modern dönemin en büyük sorunlarından olan bireyin yalnızlaşması ve yabancılaşması sorunun kent imkânlarından faydalanarak kentli olabilmek ile aşılabileceği sonucu çıkan görüşmelerde, katılımcılardan 4'ü kentte kendilerini yalnız hissettiklerini, sosyal bağlarının zayıf olduğunu belirtmiştir. Buna rağmen 2 katılımcı kentten vazgeçemeyeceğini belirterek, kentin bir alışkanlık silsilesi olduğunu belirtmiştir. Kentin ortaya koyduğu düzen ve alışkanlıklar sisteminin bireyler tarafından büyük oranda özümsemiş olduğu gözlemlenmiştir.

Kentin büyüklük olarak tanımlanması, kapital üretim sisteminin bireylerde çalışma zorunluluğu olarak anlamlandırıldığını bu sebeple bu sisteme dâhil olabilmek amacıyla kentte kırsal alandan daha fazla iş imkânının bulunduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Katılımcıların kenti sosyal imkânlara ulaşım ve ekonomi ile ilişkilendirdiği cevapları şu şekildedir.

Alıntı 1;

Katılımcı6:

“Kent birçok şeye hızlı ulaşım. Vazgeçemediklerimiz bir yanda da vazgeçmek istediklerimiz. İyi bir kentli kentin tüm imkânlarından yararlanabilmeli, yararlanamadıklarında dışarı çıkabilmeli, kent ile arasındaki bağı iyi tutarsa her şey elinin altında.”

Alıntı 2;

Katılımcı 9:

“Kent kesinlikle hayat pahalılığı. Kentli olmak direkt parasal açıdan pahalılık. İyi bir kentli araştırdıklarımız, okuduklarımız gibi daha anlayışlı daha saygılı olmalı. Bir de yaşadığı alanda sosyal ihtiyaçlarını giderebilecek imkânları bulunan kişilerdir.”

Küreselleşme ile beraber bireylerin dünya üzerindeki her hangi bir konuda bilgi alabilme süreleri en aza inmiştir. Konum itibari ile kendisine çok uzak olan ülkeler ve toplumlar hakkında kısa sürelerde bilgi alabilen ve edindikleri bilgileri yorumlayarak gündelik hayatlarında sosyalleşme süreçlerine dâhil eden bireyler için, teknolojik

aygıtların, bireyin sosyalleşme sürecinde etkili olduğu ortaya çıkan sonuçlardan bir tanesidir. Teknolojik imkânlar, bireyin gündelik yaşantısını veya sosyal imkânlarını, diğer kentlerden ve toplumsal yapılardan çok hızlı bir şekilde bilgi olarak ve kendi sosyal yaşantısında bu bilgiyi yorumlayarak değerlendirme ve dönüştürmesini sağlamaktadır. Birey kendi yaşantısına yakın bulduğu veya yaşamak istediği hayatın belirli özelliklerini, kentin ve kent içerisindeki toplum ile harmanlayarak farklı düşünceler oluşturabilmekte ve bunları gerçekleştirdiği eylemler ile sosyal hayata sunabilmektedir.

Kentin kültürel bir yapılanma içermesi, kent içerisinde yaşayan her bireyin ve her grubun, geçmiş öğretilerinden gelen belirli davranış pratiklerine sahip olmalarını ve aynı zamanda kentin kültürel oluşumunun ortaya çıkardığı yeni öğretilerin benimsenerek gündelik yaşamda etkileşime sokulduğunun bir ifadesini oluşturmaktadır. Kent içerisinde farklı kültürel zeminlere sahip olan bireylerin, çok kültürlü bir ortamda bir arada yaşayabilmeleri olarak görülen kentli olma durumu, kentin farklı kültürel kodları ortak bir paydada buluşturabildiği kendine ait bir kültürü olduğunu ve kentte yaşayanların da bu kültürü benimseyerek aktarımda bulduklarını görmektedir. Kentin kültürel yaşam alanı olarak ifade edilmesi, bireyin kent kültürünü özümseyerek ve kente çeşitli sebeplerle (iş, okul, aile vs) dâhil olacak kişi veya grupların, kentin kültürünün hitap ettiği özelliklerde bireyler ile kültür aktarımının devam edeceği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu sayede kent, bireyler tarafından sürekli tüketilerek gündelik yaşamın her evresinde yeniden üretilecektir.

3.3.2. Kendinizi Kentli Olarak Tanımlıyor Musunuz? Neden?

Katılımcılardan 4'ü kentte doğup büyüdüklerini bu yüzden kentli olduklarını düşündüklerini belirtirken, bu katılımcılardan 1'i kentin kültürel yaşantısını tam olarak özümsemediğini düşündüğünden kendisini kentli hissetmediğini, bir diğeri de kentli bireylerin kente verdikleri somut ve soyut zararlar açısından kentli olmadığını belirtmektedir. Bunların yanı sıra katılımcılardan 1'i kendisini her kent için kentli olarak görmediğini, bir diğeri katılımcı ise kentin ve dolayısı ile kentlinin de bir vizyona sahip olması gerektiği fakat kendisinin geleneksel üretim ilişkilerine daha

yatkın olduğunu belirterek kendisini iyi bir kentli olarak tanımlamadığını ifade etmektedir.

Alıntı 3;

Katılımcı 8:

“Kent tanımını yaparken belirttiğim kentin yerel kültürünün, kişiler tarafından özümsemesi ve buna uygun davranılması bakımından kentli değilim, bir İzmit çocuğu olduğumu düşünmüyorum. İnsan ahlakı olarak baktığımda kentsiz değilim, sadece bu kenti sevdiğim, burada doğup burada yaşayıp ve muhtemelen burada öleceğimi düşündüğüm için kendimi kentli hissediyorum.”

Alıntı 4;

Katılımcı 5:

“Kentte yaşadığım için kendimi kentli olarak tanımlasam da, ben biraz daha eski kafalıyım, tarımcıyım bu yüzden iyi bir kentli olarak tanımlamam.”

Kentli olmanın kültürel bir olgu olması, katılımcıların kültürel özellikleri ile kent kültürünün özelliklerinin her bireyde aynı etkiyi yaratamadığını göstermektedir. Bireyin aile ve akrabalık ilişkilerinin yaşantısına yön verdiği gerçeği, doğacağı kentin kültürü ile kendi aile kültürünün karşı karşıya gelmesine sebep olabilmektedir. Kenti benimsememiş, içerisinde zorunluluktan bulunan bir grubun yeni doğacak ferdi de bu sebeple kenti hangi amaçları doğrultusunda kullanacağını bilemeyerek, kendisini kentten soyutlayabilme gücüne sahip olacaktır. Birey bunu gerçekleştirdiği zaman toplumun onu kendisinden dışlaması daha kolay olacağından, kendi yakın çevresini kendisi gibi hissedenler etrafında kuracaktır. Geleneksel kültürel bağları çok güçlü olan toplumlarda kültürün örf ve adetlerine karşı gelinememe durumu, kültürün küresel bir yaşantıya dönüşmesi ile beraber davranış pratiklerinin esnekleşmesine olanak tanımıştır. Bu bağlamda bireyler kendi yaşantılarını yansıtan yaşam alanları tercihinde bulunarak kendilerini o kent içerisinde bir kentli olarak tanımlayabilmektedir.

Alıntı 5;

Katılımcı 1:

“Kentte büyüdüğüm için kendimi köylü olarak tanımlayamam ama kentli olarak da tanımlamak istemiyorum. Çünkü kentli olmayı sevmiyorum. Kalabalık, sıkış tepiş, sürekli vergi veriyoruz. Bir de bu noktada hangi kent olduğu da önemli. Antalyalı, İzmirli, Muğlalı olarak kendimi kentli olarak tanımlamak isterim. Çünkü kent kendi içinde farklılıklar gösteriyor. O yüzden içi garip garip insanlarla dolu İzmitli olarak kendimi tanımlamak istemem ama genel anlamda evet kendimi kentli olarak tanımlayabilirim.”

Bireyin kent ve kentli olma algısı, benimsediği ve benimsemediği argümanlar üzerinden tanımlanarak, kent içerisindeki, toplumsal ve sosyal farklılıkların, kentin ortak bir ögesinde birleştirilmesi ile farklı kişi veya grupların ortak bir payda çerçevesinde buluşması sayesinde sosyal yaşamın devamının sağlandığı görülmektedir. Kentin kendisine ait kültürel yaşantısının bulunmasının yanında kent içerisinde farklı kültürel özelliklere sahip grupların bulunması, bireyin kent yaşamını etkileyebilmektedir. Yaşamını sürdürdüğü alanda bir zorluk, baskı veya kendi görüşü dışında bir düşünce sistemi ile çevrenmek istemeyen bireyler bu doğrultuda kent içerisinde kendi mikro gruplanmalarını oluşturarak yaşamlarını sürdürmektedir. Kentin kültürel özellikler içermesi ve yaşam biçimlerinin neredeyse her gün değişikliğe uğraması kent içerisindeki bireylerin yenilik ve değişimden çok hoşlanmadıklarını da ortaya koymaktadır. Kendi fikirlerine, yaşam tarzına ve gerçekleştirdiği tüketime yakın bulunduğu toplulukların bulunduğu kentler için kendisini rahatlıkla kentli olarak ifade edebileceğini belirten katılımcı, sosyal yaşamın belirli koşullarının bu imkânı tanımaması sebebi ile aslında kentteki herkesin herkese maruz kaldığını ve görmezden gelinerek yaşandığı gerçeğinin de ortaya çıkmasına katkı sağlamıştır.

3.3.3. Sizce Bir Kentin Dokusunu Neler Oluşturur, İçinde Bulduğunuz Kente Ait Bir Kimlik Olduğunu Düşünüyor Musunuz? Bu Kimliği Paylaşıyor Musunuz?

Kentin kültürel dokusunu oluşturan etmenlerin kentte yaşayan bireyler olduğunu belirten 6 katılımcı için diğer etmenler de kentin mimari yapısı ve coğrafi konumudur. 1 katılımcı için kentin tüm imkân ve olanakları olarak belirtilen kentin dokusu bir başka katılımcı için kültür, din, politika ve eğlence anlayışını içermektedir.

Alıntı 6;

Katılımcı 9:

“Benim için din belirleyici bir öge değil, kültür, din, politika, eğlence anlayışı. Bunların hepsi bir araya gelince Konya ve İzmir’deki mekânlarla buradaki mekânlar kendisini belli ediyor. Muhafazakâr, sanayi ve kozmopolit bir kimlik var burada. Ön plana dini kimliğini çıkartıyor, ben paylaşmıyorum zaten zorunluluktan buradayım.”

Kültürel yapılanmadan anlaşılan belirli bir insan topluluğunun bir arada yaşamak için oluşturduğu veya oluşturulmuş ve benimsenmiş olan davranış pratikleri etrafında gerçekleşen ve şekillenen sosyal yaşamdır. Kentin kültürel yapılanması, kenti paylaşan bireylerin, kentlilerin ortak bir kültür etrafında birleşerek, o kültürden ortak davranışlar sergileyerek oluşturmuş olduğu bütünlük içerisinde bu bütünlüğün korunması ve aktarımının sağlanmasıdır. Farklı kültürel öğretilere sahip olan katılımcılar bu konuda kentte yaşayanların kültürel dokunun önemli bir ögesi olduğunu belirtmişlerdir. Bir bireyi oluşturan, bireyin benimsediği kültürü, kimliği, dini ve siyasi inancı tarihsel bir süreci içermektedir. Bu bağlamda toplumların da bu tarihsel süreç içerisinde farklı öğeler ile bütünleştikleri, kendilerini bir arada tutan öğelerin değiştiği bilinmektedir.

Kentin dokusunu insanlar oluşturur söylemi, o kişilerin aile ve akrabalık bağları, geleneksel kültürel davranışları, inançları, korkuları, mutlulukları, ortaklıkları, düşünce yapıları olarak birbirlerine benzediklerini bu sayede bir genelleme unsuru olduklarını ifade etmektedir. Kentin coğrafi konumunun kültürel anlamda belirleyici olması, kentin coğrafi özelliklerinin etrafında şekillenen toplumsal yapının

bulunacağını belirtmektedir. Kentin doğal güzelliklerinin olması, kent halkının daha çok doğa seven ve onu koruyan bireyler olması beklenmektedir.

Katılımcılardan 7'si kenti çok kimlikli olarak tanımlayarak bu kimliklerden bazılarını paylaştıklarını, 1 tanesi kentin kimliği olmadığını, 1 tanesi kentin tarihi bir kimliğe sahip olduğunu fakat kaybetmek üzere olduğunu, 1 tanesi de dini kimliğe sahip olduğunu belirtmektedir. Kent için çok kimlikli tanımlamasında bulunanlar, kentin dini, ticari, öğrenci, kozmopolit kimlikleri taşıdığını belirtmiştir. Her katılımcı kendi kültürel biçimlenişine ve seçmiş olduğunu yaşam tarzına veya süreli zorunluluk olarak görülebilecek yaşantılara göre belirli kimliği paylaşmaktadır. Bu durum kimliğin modern yaşamda birey tarafından seçilerek sergilendiğini doğrulamaktadır.

Kentin dini bir kimliğe sahip olduğunu ifade eden 2 katılımcıdan 1 tanesi bu kimliği paylaşmakta 1 tanesi paylaşmamaktadır. Buradan yola çıkarak kimliğin kent içerisinde kendisini ifadesinin karşısındakini ötekileştirmesi ile gerçekleştiği somut olarak görülmektedir. Dini kimliği paylaşmadığını belirten katılımcı, kent içerisinde o kimliği benimseyenlerin, kentin yaşamına uyum sağlayamadıklarını düşünmektedir. Katılımcı için bu durum dini kimliği paylaşan bireylerin sosyal yaşamdan geri kalarak yeni nesilleri de bir önceki toplumsal öğretilere göre yetiştirecekleri için sürekli yaşanacak bir çatışma olarak belirlemektedir. Dini kimliği paylaştığını ifade eden katılımcı ise kente başka bir kimlik atfetmemiştir. Bu durum inançların toplumsal yaşama ve sosyal düzene karşı sergilediği tutumu belirtmektedir. Dini inançların da en az kültür kadar zorlayıcı ve baskıcı oluşu, kendilerini benimsetebildikleri toplumların da hayata bu noktadan bakmalarını gerekli kılmaktadır.

Kültürel dokuyu oluşturan öğeler arasında sayılan eğlence anlayışı, toplumsal biçimleniş hakkında ipuçları vermektedir. Kent içerisinde hizmet veren mekânların ortak özellikleri incelendiğinde çoğu mekânların alkolsüz olduğu görülmektedir. Coğrafi konumun özelliği kullanılarak sahil çevresinde hizmet veren balıkçı restoranlarının alkollü olması ise kentte alkol kültürünün de bulunduğunu göstermektedir. Bu kimliğin sergilenmesi dini inanın ideolojik bir yaşamı ifade ettiğini, din tarafından yasaklanan davranışların, bu kimliğin kırılmaya uğramaması için dile getirilmediği görülmektedir. Aynı zamanda dini kimliğin siyasi bir ideoloji ile de örtüştüğü bilinen kentte, genel olarak dini kimlikten bahsedilmiş fakat siyasi

kimlikten bahsedilmemiştir. Siyasi düşüncenin din etrafında gelişmesi, bu düşünceyi bireyler tarafından olumlamakta, sosyal yaşantıda meşru kılmaktadır.

Alıntı 7;

Katılımcı 4:

“Burada çok farklı insanlar tanıdım. Tanıdığım kimse Kocaelili değil, hepsi başka yerlerden buraya gelmişler. Burası karma bir kimliğe sahip. Burası dışarıdan gelen insanların oluşturduğu bir topluluk, bu açıdan evet bu kimliği paylaştığım söylenebilir.”

Kentin gerek iş gerek eğitim gerekse ailevi sebepler ile göç alan bir yapıda olması toplumsal yaşamın çoklu kimlikler ile sürdürüldüğünü göstermektedir. Bu farklı kimliklerin bir arada yaşayabilmesi için kentin her farklı topluluğa hitap ederek ön plana çıkarttığı kimliklerin kimileri için eğitim kimileri için meslek kimileri içinse direkt ekonomik yaşantı ile ilgili olduğu görülmektedir. Kimliğin esnek ve geçirgen bir yapıya sahip olması bu beraberliği gerçekleştirebilmesini sağlamaktadır.

3.3.4. Kentin İçerisinde Sürekli Olarak Devam Ettiğiniz Mekânlar Mevcut Mu? Sizce Bu Mekânlarla Kent Arasında Bir İlişki Var mı?

Kentte sürekli devam ettiği mekânların olduğunu belirten 9 katılımcıdan 7si mekânların kent ile ilişkisi bulunduğunu belirtmiştir. Katılımcılara göre bu ilişkiler kentin doğası ve ulaşım imkânı, toplumun kendisine hizmet edilmesini sevmesi, kültürel ilişkiler, toplumsal yapıda AVM kültürünün bulunması ve kentin resmiyet ve samimiyet kaybı içermesidir. 1 katılımcı kent içerisinde yaklaşık 10 yıldır sürekli devam ettiği bir mekânın bulunmadığını şu şekilde açıklamıştır:

Alıntı 8;

Katılımcı 7:

“Yaklaşık olarak 10 senedir devam ettiğim mekânlar yok. Bence İzmit ya da Kocaeli çok fazla tüketen bir toplum. Gerek ismi gerek yeri, böyle bir şeye alışsın gidersin gidersin bıcarsın, hani çocukken sürekli bir yemeği yedirirler büyüyünce hiç sevmezsin, bence Kocaeli böyle bir memleket.”

Mekân kullanımının tüketim ile olan ilişkisini de ortaya koyan katılımcı, bu bağlamda mekân tüketimlerinin de önemini belirtmiştir. Sürekli bilinçsizce yapılan bir davranış olarak mekân kullanımı, süreç içerisinde kullanımı farklı hedeflere yöneltebilme özelliğine sahiptir. Nedeni tam olarak bilinmeden örneğin kent ile ilişkisi kurulmadan veya kullanım sebebi net olarak açıklanamayan mekân kullanım davranışları, bir süre sonra var olan mekândan daha popüler bir mekânın açılması ile yön değiştirebilir. Kent içerisinde popüler imaja sahip mekânların kentliler tarafından tüketilmeleri için kentlilerin bu mekânlar ile kent arasında bir bağ yakalamış olmasını gerektirmemektedir. Birey somut olarak yaşantısını sınırları belirli olan bir kent içerisinde sürdürse de sınırları olmayan sosyal medyada da mekân tüketimlerini sürekli yeniden üretmektedir.

Mekân ile kent arasında bir ilişki bulunmadığını belirten katılımcı, mekânın sunmuş olduğu tüketim ürünleri üzerinden düşüncelerini şu şekilde belirtmiştir.

Alıntı 9;

Katılımcı 4:

“Aralarında bir ilişki yok, kenti ifade etmiyorlar. Bir mekânın kahvesi meşhur, Guetemala'nın Kenya'nın kahvesini buraya taşımışlar. 50 tane tantunici, 30 tane dönerci var burada, bu kentin kahvesi tantunisi, döneri meşhur değil ki. Yöresel yemeklerinin servis edildiği yerler yok.”

Kentlerin genel bağlamda birbirlerine benzedikleri, küresel çapta oluşturulmuş kent yapısının, her kentin toplumsal yapısının benimseyebileceği ölçüde ortak bir kültür yansıtmaya çalıştıkları görülmektedir. Kullanılan mekânların veya mekânlardaki tüketim ürünlerinin küresel çapta bir imaja sahip olmaları, kentte

yaşayan bireylerin de direkt olarak bu imajı elde edebilmeleri için çeşitli mekânlar kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Kahvehanenin kültürel bir yaşantı içermesi, bu yaşantının içinde olmanın kendisine keyif verdiğini belirten bir katılımcı mekânın kent ile ilişkisini şu şekilde belirtmiştir.

Alıntı 10;

Katılımcı 8:

“Mahalledeki kahve. Evime yakın, dışarı çıkma isteğimi karşılıyor. Kahvenin ortamı ve muhabbeti daha farklı çünkü sürekli erkekler var. Bana göre daha keyif verici. Her yaştan her kesimden insanlarla bir arada olabiliyorsun.”

Ataerkil bir yapıya sahip olan toplumlarda bu gelenekten gelen veya bu geleneğin sürmesine yardımcı olan eylemlerin, bireyler üzerinde etkisi bulunmaktadır. Kabullendiği, benimsediği öğretileri ile sosyal yaşamını devam ettiren bireyin, ataerkil öğretilerini sergileyebileceği, uygulayabileceği mekânlardan bir tanesi kahvehanelerdir. Erkeklik imgesinin yansıtıldığı, cinsiyetin somutlaştırılarak kalıba sokulduğu ve sosyal rolün gidişatının belirlenmesine de yardımcı olan bu mekânlar kent ile aralarında kültürel bir bağ kurarak bunu kendi müdavimlerine aktarmayı sürdürmektedir. Ekonomik anlamda da kentteki diğer mekânlardan daha kullanışlı görülmeleri, genel olarak hepsinde sadece içecek servisi bulunması geleneksel aile yaşantısındaki yemek evde yenir, tüm aile fertleri yemek sofrasında bulunmalıdır söylemlerini de destekleyici niteliktedir. Kentin sosyoekonomik bağlamında kent ile en büyük ilişkiyi taşıyan mekânlardan bir tanesi olan kahvehane aynı zamanda bireyin hemcinsleri ile spordan, siyasete, ülke gündeminden, ekonomiye her konunun tartışılabilir ortamını sunarak, sosyalleşme biçiminin de belirlenmesine yardımcı olmaktadır.

Kent içerisinde kullandığı diğer mekânların da ekonomi açısından kent ile bir ilişkisinin bulunduğunu belirten katılımcı, en azından kendi çevresinde ekonomik seviyelerinin yetebileceği mekânların kullanıldığını belirtmektedir. Bu bağlamda kent mekânının sosyoekonomik olarak bir değer taşıdığı, mekânın ziyaretçisine bir statü sağladığı görülmektedir. Kentte bulunan mekânların fiyat politikaları ve kullanım

sıklıkları baz alınarak kentteki toplumsal grupların ekonomik seviyeleri hakkında tahminlerde bulunulabilmektedir. Kentin bütünlük içeren yapısı aynı zamanda ayrışma ve taraflılık içermektedir, bu sebeple kent içerisindeki mekânların bu farklılaştırmaya imkân tanıdıkları görülmektedir.

Kent içerisinde sürekli kullanılan mekânlardan olan AVM'lerin 1 katılımcı için kendi isteği ile 1 katılımcı için arkadaş gruplarının zorunluluğu ile kullanıldığı görülmektedir. Boş zaman değerlendirmek veya çeşitli ihtiyaçlarını karşılamak için AVM yi kullandığını belirten katılımcı, aradığı her şeyi tek bir çatı altında bulabildiğini belirtmektedir.

Modern kent yaşamı içerisinde, bireyin kendisine ayırabildiği özel zamanının kısıtlılığı, kent yaşamının akış hızı ve kentin sınırları çizilerek belirlenen alanı içerisinde mekânların gruplanarak konumlandırılması sebebi ile AVM ler kentli bireylerin kurtarıcıları olarak konumlandırılmıştır. İçerisinde aranan her mekânın nerede olduğunun bilinmesi, kapısından girildiğinde ziyaretçileri yönlendirebilecek dijital ekranların bulunması, çocuklu ailelerin açık kamusal mekânlara nazaran daha rahatlıkla kullanabildikleri bu mekânlar, ziyaretçilerine başka bir yaşam alanı içerisinde oldukları hissini yaşatarak, onlar için kendilerini vazgeçilmez konuma yerleştirmektedir. Kent merkezinde bulunmayan ürünlerin veya markaların bulunduğu bu mekânlarda bireyler o ürünü veya markayı somut olarak tüketemeseler de, onlara ulaşabilmiş olmanın verdiği haz ile soyut ihtiyaçlarını karşılayabilmektedirler.

1 katılımcı kent ile mekânlar arasındaki ilişkiyi resmiyet ve samimiyet kaybı olarak ifade etmiştir. Bu bağlamda kentin, katılımcı için resmi bir görünümü olduğunu ve samimiyetsiz bir yaşam alanı sunduğu görülmektedir. Kentin küresel çapta tek tip algılanması, geleneklerinden kopmamış topluluklar için kenti zihinlerinde dönüştürebildikleri ölçüde algılanmasına sebep olmaktadır. Bireylerin istek ve ihtiyaçlarının kent kültürünün olumladığı ölçüde karşılanıyor olması, kenti bireyler için samimi bir ortamdan uzaklaştırmaktadır. Kültürün özünde baskı ve zorlama içeren bir sistem olması, kültürden bahsedilebilecek her konuda aynı baskı ve zorlamalar ile karşılaşılacağını göstermektedir.

Kentteki ulaşım imkânlarının da mekân kullanımının devamlı hale getirilmesinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Kentin her bölgesinin, mahallesinin

kent merkezi kadar gelişmemiş olması, buralarda ikamet eden bireylerin mekân kullanımları için geçirecekleri bir ulaşım süresi olduğunu göstermektedir. Bireyler ihtiyaçlarını giderebilmek için tercih ettikleri mekânlara ulaşım konusunda en kolay, kısa ve rahat gerçekleştirebilecekleri ulaşım imkânlarını kullanmak isteyeceklerdir. Bu sebeple bulunduğu semttten, kullanacağı mekâna ulaşım süresi ve biçimi kendisini tatmin etmeyen birey daha yakın çevresinde bir mekân tercihinde bulunacaktır. Ulaşım imkânlarının kent mekânlarının devamlı kullanımı konusunda önemli bir etkisi olduğu görülmektedir.

3.3.5. Sosyalleşmek Sizin İçin Ne Anlam İfade Ediyor? Ne Şekilde Sosyalleştığınızı Düşünüyorsunuz?

Katılımcılar tarafından sosyalleşmenin genel olarak yeni iletişim ve ilişki ağlarının kurulması olarak algılandığı görülmektedir. Bu ağın ağırlıklı olarak yüz yüze gerçekleşmesi gerektiğini belirten katılımcılar olduğu gibi sosyal medya aracılığı ile gerçekleştirilen paylaşımlar sayesinde kişilerin ve kendisinin sosyalleştğini belirten katılımcılar da bulunmaktadır. Katılımcılardan 2 sinin direkt ev dışında gerçekleştirilen bir eylem olarak tanımladıkları sosyalleşme diğer 8 katılımcının yeni insanlar ve mekânlar tanımak ile özdeşleştirmeleri tüm katılımcıların ortak olarak ev dışında gerçekleştirilen eylemler olduğunu doğrulamaktadır.

Sosyalleşme bireyin, toplumun bir ferdi olabilme sürecidir. İçinde bulunduğu toplumun gelenek, görenekleri, aidiyetleri bireyin sosyalleşme tutumunu etkilediği gibi, bireyin içinde bulunduğu kentin kültürü de temel etkileyiciler arasındadır. Bireyin sosyalleşme tercihleri, biçimleri doğrudan yaşam tarzının dışı vurumunu yansıtarak, toplumsal olarak konumunun belirtilmesinde ve bunun sürdürülmesinde rol oynamaktadır. Neredeyse her gün gelişen teknolojik gelişmeler, bireylerin bilgilenme süreçlerini ve yaşayış biçimlerini de etkilemektedir. Toplumsal yapının bir anda kökten değişemeyeceği, içerisindeki çatlakların çeşitli şekillerde doldurularak, kısmi olarak dönüştürüleceği görülmektedir.

Alıntı 11;

Katılımcı8:

“İnsanların sosyalleşmesinde, sosyal medya faktörü de çok etkili. Kendini ait olmadığı bir kültürde göstermek gibi. İnsanların sosyal medya hesaplarına baktığın zaman, gerek ekonomik gerekse kültürel durumundan ötürü bir mekânda sadece 1 saat vakit geçirebilecek insan sürekli orada vakit geçiriyormuş gibi paylaşımlarda bulunuyor, sanki mekânın müdavimi. Kendisini takip edenlere, kendisini olmadığı biriymiş gibi yansıtıyor. O insanla sokakta yüz yüze geldiğinde ne kadar sahte olduğunu, yapay olduğunu anlıyorsun.”

Toplumsal yapının, kitle iletişim araçlarının kullanımının yaygınlaşması, sağlamış olduğu yenilikler, bireyin sadece kenti ile ilgili değil dünya genelinde bir bilgiye sahip olabilmesi sonucu farklı düşünce yapılarını içeren kişi veya gruplara ev sahipliği yaptığı gözlemlenmektedir. Bu durum modern dönemin getirisi olan internet ortamında kişilerin kendilerine yapay bir evren yaratarak somut toplum içerisinde gerçekleştiremediklerini gerçekleştirebilmelerini sağlamıştır. Bireylerin toplumun bir parçası olabilme yönünde gerçekleştirdiği davranışlar sosyal medya aracılığı ile değişmiş, yapay ve kültürel ortamdaki kurmaca olan sanal mekânlarda gerçekleşmeye başlamıştır. Bu bağlamda sosyal medyanın ikircikli bir yüzü olduğunu, bireylerin şart ve koşullarına göre kendilerine seçebilecekleri bir yüz bulabildikleri görülebilmektedir. Modernlik olarak ifade edilerek topluma sunulan davranışlar, sosyalleşme üzerinde olumsuz etkiler yaratmaktadır, bireyler somut yaşamda soyut kişiler ile karşılaştıklarını düşünerek sosyalleşme biçimleri zedelenmektedir.

Toplumla bir bütün olabilme düşüncesi ile bireylerin sosyalleşmek için seçeceği mekânlar, kendilerinden izler bulacağı mekânlar olacaktır. Birey ilgi, alaka, zevk ve beğenileri doğrultusunda tercih edeceği mekânlarda ortak bir keyifte bulunabilmeyi isteyecek, kendi düşünceleri etrafında kurgulanan mekânlarda vakit geçirmeyi seçecektir. Sosyalleşmenin iletişim olarak tanımlanması, bireyin toplumdaki kişi ve gruplar, mekân ve hatta kent ile iletişimini kapsamaktadır. Fakat modern kent yaşamının akış hızı ve dünyanın diğer kentlerindeki gelişmeler, popülerlik ve belli başlı tüketimlerin bireye kazandırdıkları sebebi ile yüz yüze iletişimin de giderek kitle

iletişim araçları ile gerçekleştirilen bir iletişim ağına girdiği gözlemlenen toplumlarda sosyal medyanın gündemi, bireyin kent yaşantısının biçimini oluşturmaktadır.

Hepimizin zaman zaman büyüklerinden duyduğu, toplumun bozulduğu yönündeki ifade, sosyalleşme her ne kadar yeni insanlarla tanışmak olarak belirtilse de, kentteki güvensizlik sebebi ile bireylerin iletişime açık olmamaları, yeni kişi ve gruplardan kendilerine gelebilecek zararların olabileceğini düşündükleri de gözlemlenen diğer konulardandır. Bu sonuç hiçbir katılımcı açık olarak belirtmese de sosyalleşme biçimlerini ifade ederlerken kurdukları cümlelerden çıkarılmıştır. Katılımcılar bireysel olarak yeni iletişimlerde bulunmak yerine grup aktiviteleri arasında yeni iletişim ağları kurularak yeni kişiler tanınabileceğini belirtmişlerdir. Sürekli devam ettikleri mekânların sosyalleşmelerine olan etkileri konusunda, mekânı kullanan diğer ziyaretçilere karşı göz aşinalığı olduklarını, gelen kişilerin neden geldiklerini veya gelmiş olabileceklerini bildiklerini belirterek, daha önce deneyimlememiş oldukları mekânlar konusunda içerisindeki kişileri tanımadıklarından çekimser kaldıkları gözlemlenmiştir.

Sosyal medyanın etkisi ile daha da yaygınlaşan ve kalıplaşan tüketim anlayışının, bireylerin sosyalleşme biçimini etkilemiş olduğu gözlemlenen bir diğer sonuçtur. Popüler kültürün yayılmasının imkânını sunan kitle iletişim araçları ile bireyler moda olan, çoğunluk tarafından kabul gören mekânlara, gerek mekân ismi gerekse mekânın sunduğu tüketim ürünleri için yönelerek, bu mekânları kendilerine sürekli devam ettikleri yerler haline getirmişlerdir.

3.3.6. Devam Ettiğiniz Mekânların Sosyalleşmeniz Üzerinde Bir Etkisi Var mı? Varsa Nedir?

Kullanılan mekânların sosyalleşme biçiminin üzerindeki etkisi bağlamında, 7 katılımcı kent içerisindeki mekânların sosyalleşmeleri üzerinde direkt etkisi olduğunu belirtirken, 1 katılımcı büyük oranda olmasa da etkisi olduğunu, 1 katılımcı özellikle bu kent içerisinde böyle bir mekân olmadığını, 1 katılımcı da kentteki bir mekânı ayrı tuttuğunu diğer mekânların sosyalleşmesi üzerinde etkisi olmadığını belirtmiştir.

Sosyalleşmenin iletişim kurmak ve kurulan iletişim bağlarını güçlendirmek olarak tanımlamasını yapan katılımcılar için, mekânın bu iletişimin başlatıldığı, sürdürüldüğü ve güçlendirildiği yer olması mekânın taşıdığı önemi göstermektedir. Katılımcılardan bir tanesi bu durumu şöyle ifade etmiştir.

Alıntı 12;

Katılımcı 4:

“Var tabi ki. Ben çok yakın bir arkadaşım ile sürekli gittiğim bir mekânda tanıştım, aynı zamanda onunda sürekli geldiği yeri. Kendisi şu an en samimi dostlarımdan bir tanesi.”

Bireyin, çevresini genişletebilmek, yeni kişiler ile tanışıp, yeni fikirler doğrultusunda kendisini geliştirebileceği, zevklerini ve beğenilerini geliştirerek bunları yorumlayabilmelerine imkân veren mekânlar, katılımcılar tarafından çoğunlukla bu açıdan kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra sadece sosyalleşmek amacı ile değil, bireyin iş hayatı doğrultusunda, portföyünü genişletebilmek, kendisini mekân ziyaretçilerine tanıtarak, hem sosyalleşmek hem de bireyin çıkarları doğrultusunda da mekân kullanımının gerçekleştiği görülmektedir.

Alıntı 13;

Katılımcı 2:

“Var tabi. Daha çok arkadaşlık kurmak bir yana, ticari alanda daha çok geliştiriyorum çevremi. İş ilişkisi doğrultusunda çevremi genişlemesi, daha rahat çalışabilmemi sağlıyor. Kendimi daha rahat tanıtır ifade edebiliyorum.”

Sürekli devam edilen mekânların, her birey için taşıdığı önem farklılıklar göstermektedir. Kimisi arkadaşlık kurabilmek, kimisi çevresini genişletebilmek kimisinin ise ticari bağlamda kendisine getiri sağlayabileceğini düşünmesi gibi, her bireyin mekânı sürekli kullanmasının çıkar ilişkisi doğrultusunda gerçekleştiği görülmektedir.

Kent içerisinde bireyin sürekli devam ettiği bir mekân, sadece kent ile ilişkili değil aynı zamanda bireyin kendisi ile de bir ilişki bağı taşımaktadır. Özellikle bu kentte böyle bir mekânın bulunmadığını belirten katılımcı, farklı bir kentten buraya

geldiklerini, eğitim hayatını yine farklı bir kentte geçirdiğini belirtmiştir. Farklı kültürlere ve sosyal pratiklere maruz kalınması, bireyin bulunduğu kent ile ilişkisini ya sağlamlaştırmakta ya da yıpratmaktadır. Aidiyet bağı kurulan kültürler ile bu bağı taşımayan kültürlerle karşılaşılması bireyin sosyal pratiklerini ve kentin sosyal yaşamına bakışını kökten değiştirme etkisine sahiptir. Bireyin bu bağı yakalayamaması veya kuramaması kent içerisinde kendisini özgür, rahat, huzurlu veya mutlu hissedebileceği alanlar yaratamamasına sebep olmaktadır.

Sosyalleşmenin hem sanal hem gerçek dünyada gerçekleştirilebiliyor olması da bireylere iki taraflı bir yaşam tarzı yansıtmaya imkânı vererek sosyal yaşama her iki mekânda katılma imkânı sağlamaktadır. Bireyin yaşam tarzının ifade ediliş şekli ile hayat bulan sosyalleşme biçiminde kent mekânlarının ilişkisi, tamamen bireyin fikirlerine ışık tutması ve onların bir grup aidiyeti içerisinde bulunmalarını sağlayarak kendilerini güvende hissetmelerine bağlıdır.

3.3.7. Bir Mekâna Gideceğiniz Ya Da Devam Ettiklerinizde Bir Kriter Arıyor Musunuz? Sizin İçin Bir Mekân Nasıl Olmalıdır?

Katılımcıların devam ettikleri mekânlarda aradıkları kriterler fizyolojik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik olduğu kadar psikolojik ihtiyaçlarının da karşılanabilmesi konusunda çeşitlilik göstermektedir. Bu kriterler bireylerin ihtiyaçlarının karşılanmasında etkili olduğu gibi, bireyin yaşamında sürekli aradığı bir takım özellikleri de ifade eder konumdadır. Mekânın ürünlerinin lezzeti ve kalitesi, ev dışında yemek yemek için kullanılan mekânın, temelde bireyin hayalindeki tat ile uyumu daha sonrasında mekân içi rahatlık olarak ön plana çıkmıştır.

Modern bir kurmaca yaşam biçimi ile düzenlenmiş kent konfordan ve dinginlikten uzak, sürekli hareket halindedir. Gündüz hayatının yanı sıra gece hayatı adı altında genel bir konseptte de sahip olan kentte hareket hiç durmadan devam etmekte, bireyler kimi zaman isteyerek kimi zaman da istemeyerek bu hareketliliğe dâhil olmaktadır. Özünde kültürel bir biçimlenme içermesi –kent kültürü- kent yaşamının samimiyetsiz ve resmi yapılanmaya bürünmesine sebep olmuştur. Bu

bağlamda yapılan mülakatlar sonucunca geleneksel bağlarını hala daha korumaya özen gösteren katılımcılar için kent yaşamının bu samimiyetten uzak resmi yapısının kendilerini samimi mekân arayışlarına sürüklediği gözlemlenmiştir.

Ziyaret edilen mekânların sürekli kullanılması ile mekân müdavimine dönüşen birey için, mekân içerisinde tanınmak, selamlanmak kendisini psikolojik anlamda iyi hissetmesini sağlamaktadır. Yapılan mülakatlardan genel olarak çıkan sonuç, katılımcıların lezzet, kalite, hijyen vb. başlıklar altında topladıkları mekân tercihlerinde etkili olan kriterlerin, bireyin kendisini tanıtmak ve tanınma ihtiyacını karşılama adına kullanılmakta olmasıdır. Mekânın diğer ziyaretçilerinin de bu kriterler arasında gösterilmesi, bireyin kendisini tanıtmak ve tanınmak için kullandığını destekler niteliktedir. Kişi düşünsel olarak kendisini yakın hissettiği, kendisi ile aynı fikirleri paylaşan bir gruba dâhil olmak istediğinden, mekânın ziyaretçi potansiyeli bireyler için önem taşımaktadır.

Katılımcılar tarafından belirtilen kriterlerin, bireyler için anlamları sadece ihtiyaçlarının karşılanması değil, kendilerine özgürlük, mutluluk, rahatlık gibi duyguları da yaşatmaları açısından mekân tercihleri konusunda önemli oldukları görülmektedir. Mekân ziyaretçilerinin de katılımcılar için, mekân tercihlerinde önemli bir kriter olması, bireylerin kendileri ile aynı görüşü benimseyen, sosyal yaşamda ortak sayılabilecek davranış kalıplarını sergileyen kişi veya gruplar ile bir arada olmak istemeleri, mekân içerisinde hem çevre hem de mekân ile kurulacak aidiyet bağı açısından önemlidir. Bunun yanı sıra mekân tercihinde mekânın çok kalabalık olmamasının belirtilmesi, kent yaşamının yoğun ve kalabalık olması sebebi ile kentli bireyin kendisi için ayırdığı boş zaman değerlendirme etkileri sırasında bu yoğunluktan bir nebze uzaklaşmak istemesi gündelik yaşamında mekânı bu amaçla kullandığının göstergesini oluşturmaktadır. Bir katılımcı bu konuda görüşünü şu şekilde ifade etmiştir.

Alıntı 14;

Katılımcı 6:

“Çok kalabalık olmayan mekânı tercih ediyorum. Çok insan girip çıkan bir mekânda oturmayı sevmiyorum. Kalabalık olmayan mekânlarda daha rahat ediyorum.”

Kentin kalabalık yaşam ortamı, bireyleri kent yaşamında sürekli enformasyona maruz kalmaları, çeşitlilik içerisinde seçim yapmaya mecbur bırakılmaları gibi konularda baskı altına aldığından, bireyler bu zorunluluk dışında kendilerine rahat bir yaşam alanı oluşturabilmek için belirli mekân kullanımları gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda kentlinin tüketeceği veya tüketmek istediği tüketim ürünlerini barındırması da bireyin mekân tercihini etkileyen kriterlerden bir tanesidir. Tüketilmesi kültürel bir simge ifade eden ürünlerin bulunduğu mekânlarda, birey hem sosyalleşme ihtiyacını karşılamakta hem de tüketim ürününün ifade ettiği kültürel alana dâhil olabilmektedir.

Alıntı 15;

Katılımcı 1:

“Filtre kahve ve alkolün bulunması ilk kriterim oluyor. Bunun yanında mekâna gelenler de önemli tabi. Böyle mekânlar benim için rahatlık ve özgürlüğü ifade ediyor.”

Görüldüğü gibi mekân tercihinde önemli olan kriterler, bireylerin zihinlerinde tasarladıkları mekânlar ile bütünleştiğinde isteklerini gerçekleştirebilmiş olmanın tatminkârlığını ve kentin zorlayıcı kültürel yaşantısının dışına çıkabilme konusunda özgürlüğü ifade etmektedir.

3.3.8. Devam Ettiğiniz Mekânlar İnançlarınız Veya Politik Görüşünüzle İlgili Mi?

Devam ettikleri mekânların inançları veya politik görüşleri doğrultusunda etkisi olmadığını belirten 6 katılımcı, konuya özellikle benimsemiş oldukları dini inanç ve politik görüşleri doğrultusunda bir mekân tercihinde bulunmayacakları açısından yaklaşmışlardır. Kendilerine kendi inançlarının dışında veya muhalif politik inançları barındıran mekân tercihlerinde bulunup bulunmayacakları sorulduğunda ise böyle bir tercihte bulunmayacaklarını belirtmişlerdir.

Dini inanç geleneksel kültürel bağlarına sahip olduğu gözlemlenen topluluklarda bu topluluğun bir arada bulunabilmesinin temelini oluşturmaktadır. Bu bağlarından

tam olarak kopmamış olan topluluklarda ise topluluğun bir arada yaşayabilmesinin temel kriterini oluşturmasa da etkisini sürdürmeye devam etmektedir. Bireyin sosyokültürel yaşantısında önemli bir etken olan dini inanç, bireyin kendisini toplum içinde ifade etmesinin biçimlerini belirlemektedir. Sosyalleşme toplum ile bütün olabilme davranışları olarak değerlendirildiğinde, birey en temelde aile ve yakın çevresinden dışlanmamak, topluma hâkim olan görüşü benimsiyor ise bunu davranışlarına yansıtarak sosyalleşme sürecini gerçekleştirmektedir. Kentin nüfusunun büyük oranda İslam dinini benimsemiş olduğu temel alınır, bu inanca sahip bireylerin Müslüman bir kimliğe sahip olduklarını ve gündelik hayatta kendilerini ilk olarak bu kimlik ile ifade ettikleri görülmektedir. Bu bağlamda kentli birey, kendisinin toplum tarafından soyutlanmasına imkân vermeyecek ve hatta onların takdirini kazanacağı şekilde belirli davranışlar sergilemektedir.

Alıntı 16;

Katılımcı 6:

“Alkollü mekân olması tercih sebebim değil. İnancım doğrultusunda bir mekâna gittiğimde kendimi rahat hissediyorum.”

Katılımcının belirttiği gibi, bireyin dini inancı doğrultusunda mekân kullanımında bulunması hem toplum tarafından farklı konumlandırılmamasına hem de psikolojik olarak diğer bir deyişle inancı doğrultusunda güçlü maneviyatı kendisine bir rahatlama sağlamaktadır. El âlem ne der düşüncesinin kalıplaşmasının kültürel yaşam olarak bireyde hayat bulması, kendisinin toplumuna zıt düşecek davranışlarda bulunmasına engel olacaktır. Hoş karşılanmayacağını bildiği davranışları örneğin alkol tüketmeyi, kent yaşamında herkesin görebileceği alanlarda gerçekleştirmeyecek bunun için kendisine sığınak alanlar bulacaktır. Bireyin kent içerisinde kendisine bulunduğu bu mekânlar Mübeccel Kıray’ın ifadesi ile tampon mekanizmalar olarak işlev görecektir. Bu sayede birey kendisini hem geleneksel bağlarından kopmamış hem de modern dönemden uzaklaşmamış hissederek gündelik hayatını kendi düzeninde yaşamaya devam edecektir.

Gündelik hayatta inançların veya belirli konulardaki görüşlerin yansıtılmasında simge ve sembollerin kullanımı, bireyin bu inanç ve görüşünü sergileyebilme gücü açısından önem taşımaktadır. Örneğin tarihsel süreç içerisinde kadınların yeni

yapılmış saçlarını koruyabilmek için taktıkları eşarp aynı zamanda İslami bir imge olarak kullanılmaktadır. Bu aksesuarın kullanılması, kullanan kişinin İslami inanca mensup olduğunu ifade etmektedir. Mekân içerisinde kullanılan dekoratif ürünler ve ziyaretçilere sunulan müzikler de belirli inanç veya görüşlerin somutlaşarak yansıtılmasını sağlamaktadır. Bu sebeple kentli birey özellikle benimsediği inanç veya görüşlerini yansıtan mekânlar aramasa da, bu inanç ve görüşlerin zıttının bulunduğu mekânları da tercih etmeyecektir. Mekân ilk defa deneyimlendiğinde bu baskın simge ve semboller birey tarafından anlamlandırılarak ya mekânın sürekliliğine ya da bir daha kullanılmaması gerekliliği ön plana çıkacaktır.

Yapılan görüşmelerde ortaya çıkan bir diğer konu da bireyin kişisel inanç ve görüşlerinin topluluk içerisinde değişime uğrayabilmesidir. Bu değişim bireyin inanç ve görüşlerinin ani bir reddi veya topyekûn değişmesi anlamını içermemektedir. Bireyin aidiyet ihtiyacının cemiyet çatısı (Kent, Mekân ve Kimlik İlişkisi başlığı altında açıklanmıştır) altında birleşmesi olarak görünürlük kazanan fikir değişimleri, bireyin grup sosyalleşmelerinde, grubun egemen ve meşru fikirleri doğrultusunda hareket ettiğini göstermektedir. Kentlinin bireysel eylemleri de, grubun onaylamayacağı davranışlar içeriyorsa bu durumda korku ön plana çıkarak bireyin mekân tercihi değişiklik göstermektedir. Bireyin grup içerisinde olması, kendisi ile aynı fikirleri paylaşanlar ile bir arada olma sebebi ile kendisinde güven duygusunu da yaratmaktadır.

Bireyin tüm benliği ile özümsemediği, kapital sistem içerisinde çoğunlukla zorunluluk duygusu ile içinde bulunduğu iş hayatı ve kültürel zorunluluk içeren aile hayatında maruz kaldığı inanç ve politik düşünceler, kendi özel zamanını bu düşünceleri içeren mekânlarda geçirmediklerini bu durumdan özel olarak sakındığı da gözlemlenen bir diğer konulardandır.

3.3.9. Mekânlara Özel Tüketimleriniz Var Mı? Bir Başka Deyişle Aklınızda Herhangi Bir Tüketim Ürünü İle Özdeşleşen Bir Mekân Var Mı?

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmelerden, bireylerin mekân ile ürün ilişkisini oluşturan unsurların; psikolojik ve fizyolojik doyuma ulaşma, kişisel deneyimler, ekonomik güç ve kültüre dayalı eylemler olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcılardan 9'u mekânlara özel tüketim ürünleri olduğunu, 1'i ise olmadığını belirtmiştir.

Alıntı 17;

Katılımcı 7:

“İş sebebi ile zaten sürekli dışarıdan yiyecek içecek tüketiyorum. Zihnimde ve midemde doydum hepsine. Aslında hepsini tükettim, tüketecek bir şeyim kalmadı.”

Ürünün ve mekânın tüketiminin fizyolojik olduğu kadar psikolojik de bir ihtiyaç olması bu eylemin gerçekleşmesinin temel nedenlerindedir. Postfordist üretim sistemi ile beraber ortaya çıkan hazza dayalı tüketim anlayışı, seçili ürün ve mekânlar arasında ilişki kurulması ile bu ihtiyaçların giderilme isteğini arttırmaktadır. Kentin daha çok teması altında düzenlemiş olduğu yapılanma bireyleri sürekli tüketime yönlendirerek tüketimin sürekli üretimini olanaklı kılmaktadır. Psikolojik olarak yaşanan doyma hissi tüketim eyleminin duraklatılmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda kent içerisinde bireylerin fizyolojik ve psikolojik açlık duygularını bastırma amacı ile mekân ve ürünleri tükettikleri ortaya çıkmaktadır. Mekânın tüketim ürünü ile özdeşleşmesi ürünün tüketilme anında mekânın da tüketilmesine imkân vermektedir.

Mekânlara özel tüketim ürünleri olduğunu belirten 9 katılımcı, ürünün önemli olduğu kadar mekânın sosyokültürel ortamının da etkili olduğunu belirtmiştir. Bunun yanı sıra kenti riskli bularak, mekân ile özdeşleşen ürünlerin risk taşımaması da mekânın ürün ile özdeşleştirilmesini sağlayan bir diğer etken olarak görünmektedir.

Mekânın tüketim ürünü ile özdeşleşmesi, bireyin gerçekleştirdiği kıyaslama ile gerçekleşmektedir. Bir katılımcı bu özdeşleştirmeyi şu şekilde ifade etmiştir.

Alıntı 18;

Katılımcı 2:

“Pizza deyince aklıma Barista Plus geliyor. İtalya’ya çok gittiğim için İtalya’daki lezzeti Barista Plus’ta bulduğumu hissettim. Diğer şirketlerin yaptıkları tamamen hamura dayalı ve az bir ürünle servis ediliyor. Ama oradaki hamurun inceliği ve ürünün fazlalığı tercih etmeme sebep oluyor.”

Genel yaygın kanı ile ürün mekân özdeşleştirilmesinin yanında bireyin mekân tercihlerinde kişisel deneyimlerinin de etkili olduğu görülmektedir. Popüler kültürün de genel ve yaygın bir görüş içermesi bireylerde ürün mekân ilişkisinin oluşmasını etkileyen unsurlardandır. Bunun yanı sıra kentli bireyin sahip olduğu ekonomik güç de belirli tüketim ürünlerini ve tüketim ürünlerinin bulunduğu mekânları tercih etmesinde etkili bir unsurdur.

Alıntı 19;

Katılımcı 3:

“Örneğin Kahve desem Son zamanların görüşü herkesin aklına Starbucks geliyor. Ben her hangi bir mekâna girip kahve içebileceğimi düşünüyorum.”

Küresel çapta kabul edilen ve uygulamaya dökülen davranışların veya düşünce kalıplarının bireyin tercihlerini etkileyebilme ve yönlendirebilme özelliği, kent içerisinde global mekânların ve dolayısı ile mekân içindeki ürünlerin sadece o mekân ile ilişkilendirilmesine sebep olmaktadır.

3.3.10. Mekân Çalışanları İle İlişkiniz Nasıl, Herhangi Bir Mekân Çalışanı İle Sorun Yaşadınız Mı? Ne Gibi Bir Tavır Takındınız?

Mekân personelleri ile hiç sorun yaşamadıklarını belirten 10 katılımcı için, çalışan ve kendileri arasında saygı ve isteklerinin karşılanmasına yönelik bir ilişki kurulduğu görülmektedir.

Alıntı 20;

Katılımcı 10:

“Sorun yaşamıyorum. Zaten sakin bir yapıya sahibim, hiçbir mekân çalışanı da bir tavır almadı şu ana kadar.”

Mekân personelleri de mekânı kullanan ziyaretçilerin sosyal çevresini oluşturan ve sosyal çevrelerini paylaştıkları kişilerdir. Sosyalleşme ve buna bağlı olarak sayılabilecek birçok sebeple kullanılan kent mekânlarında sosyalleşmenin toplumu öğrenebilme ve onunla bir bütün olabilme anlamlarını taşıması, bu mekânlardaki çalışanların da sosyal hayattaki önem ve konumlarını göstermektedir.

Mekân tüketimi, mekânın ismi, sunduğu hizmet ve ürünler ve aynı zamanda çalışanları ile bir bütünlük içermektedir. Mekânın bu bütünü dengede tutabilmesi ilk olarak iç dinamikleri ile başlamakta daha sonra ise ziyaretçileri ile devam etmektedir. Mekânın sosyopolitik, sosyokültürel ve sosyoekonomik görüşleri ziyaretçileri üzerinde olumlu veya olumsuz etki yaratabilme gücüne sahip olduğu gibi kendi bünyesinde çalışanlarda da aynı etkiyi yaratabilmektedir. Sosyoekonomik biçimlenmenin, bireyin düşünce ve davranışlarını etkileyebilme gücü mekân içerisinde ve dışarısında kişinin farklı davranışlar sergileyebilmesine neden olmaktadır.

Kentin sosyoekonomik yapısının önemli bir unsuru olan çalışan bireyler mekân kullanımında birinin çalışan birinin ziyaretçi statüsünde karşılaşmalarına, toplumsal hiyerarşide kabul gören meslekler ve çalışma saatleri doğrultusunda karşılaşan ziyaretçi ve çalışanın farklı düşüncelere yönelmesine sebep olmaktadır.

Aynı zamanda geleneksel öğretilerin, modern öğretiler ile karşılaşmaları ekonomik seviyenin toplumsal hiyerarşide üst sıralarda konumlandırılması sebebi ile dönüşerek ekonomik öğretilerin gün yüzüne çıkmasına sebep olmuştur. Kent içerisinde yaşayabilmek için çalışmak zorunda olduklarını düşünen katılımcılar, tüketim doğrultusunda eksilecek olan ekonomik seviyelerinin gerek ürün tatmini gerekse insana özgü tanınma, hoşgörü, sevgi tatminleri ile karşılanmasını bekledikleri görülmüştür.

3.3.11. Sosyalleşme Biçiminizin Yaşam Tarzınızın Bir Parçası Olduğunu Düşünüyor Musunuz?

Tüm katılımcıların sosyalleşme biçimlerinin yaşam tarzlarını ifade ettiğini belirtmeleri, gündelik yaşamlarında gerçekleştirdikleri eylemlerin ve seçimlerin farklılık içereceğini ortaya koymaktadır. 2 katılımcı evlilik kurumuna dâhil olduktan ve dâhil olmadan önce, yaşam tarzlarının şu ankinden farklı olduğunu belirtmiştir.

Alıntı 21;

Katılımcı 2:

“Eskiden daha çok düşünüyordum sosyalleşmemin yaşam tarzını yansıttığını. Şimdi aile var işin içinde. Bir de burası kısır bir kent. Maddi durumu iyi olanlar olanaklarını kullandığı zaman büyük şehirlere kaçıp her türlü imkânı değerlendiriyorlar. Bizim kent kısıtlı saatlere ve imkânlara hitap ediyor. Dediğim gibi bir de aile var. Bu kentte siteleşme diye bir şey var, bizde sitede oturuyoruz. Akşamları site sakinleri ile bahçede toplanıyoruz, sosyalleşmeyi biraz daha hane içine yaydık.”

Katılımcılar ile birebir yapılan görüşmelerde, bireylerin sosyal yaşantılarının evlilikten sonra değişikliğe uğradığı görülmüştür. Sosyal düzende toplumun manevi anlamlar, inançlar, kurallar çerçevesinde dâhil oldukları kurumların bireylerin yaşam tarzı seçimlerinde veya yaşam tarzlarını değiştirmelerinde etkili olduğu sonucu elde edilmiştir. Bireylerin birbirlerini etkileyebilme özelliğine sahip olmaları gibi, toplum tarafından önemli kabul edilen evlilik kurumunun da, bireyleri belirli davranış kalıpları içerisine sokma özelliğine sahip olduğu ve bireylerin bu yönde değiştikleri elde edilen sonuçlardan bir diğeridir.

Sosyalleşmenin yaşam tarzının bir ifadesini sunması, ekonomik sermayenin de kullanım yönünü ve şeklini belirleyen önemli bir unsurdur. Bireyin ve toplumun tüketim anlayışı, yaşam tarzı sunumunun bir göstergesini oluşturmaktadır. Kullanım amacı doğrultusunda bir ürünün veya mekânın tüketimi, ürün ve mekânın metalaşması, gündelik yaşamda bireylerin mütakabiliyet aracı haline gelmiştir.

Aynı zamanda kullanılan mekânlar bireyin yaşam tarzını yansıttığı gibi, onun bir grup adı altında anılmasını ve tanınmasını da sağlayarak sosyal hiyerarşi içerisinde hem bireyin kendisini hem de toplumun bireyi bir konuma yerleştirmesine imkân vermektedir. Gündelik yaşamda mekân bireyin kullanımı ile statü göstergesi haline geldiği gibi, kendi kültürel özellikleri ve sunmuş olduğu kimliği ile de statü sağlayan mekân olarak anlam kazanmaktadır. Mekânın bu anlamı kazanması yine bireyin kullanımı ile gerçekleşmektedir. Kent içerisinde birey mekânı kullanım amacı doğrultusunda mekâna anlam yükleyerek orayı kendisi için anlam taşıyıcısı konumuna getirmektedir.

Geleneksel kültürün özünde barındırdığı zorlayıcılık –gelenek, görenek, adetlere uyma gereksinimi- bireyi belirli bir kalıba sokma, kimi zaman kısıtlayıcı özelliklerinin bulunması modern kurumların ve modern toplumların eleştirilerine hedef olmaktadır. Modern dönemin gerekliliği olarak ortaya çıkan hayat tarzı, bireyin iradesi ile seçmiş olduğu bir yapılanma olarak görülse de özünde bir kalıba dayanması, geleneksel kültürün modern ifadesini oluşturmaktadır. Geleneksel kültürel yaşantıya bakıldığında, bu kültürün topluma sunmuş olduğu sosyal biçimlenme imkânları, modern dönemde yaşam tarzı adını alarak bir tür indirgemeye uğramıştır. Yaşam tarzı bireyin kimliğinin dışavurum şeklidir. Birey, tükettiği mekânlar ve ürünler ile aynı zamanda kimliğini ortaya koymaktadır.

Sosyal yaşamı içerisinde bireyin dâhil olduğu sosyal statü grubunun, başka statü grupları ile ayrımının imkânını yapma özelliğine ve ayrıcalığına sahip olan yaşam tarzı kavramı, kent içerisinde kabul etmiş ve toplum tarafından kabul edilmiş olan tüketme eylemi doğrultusunda işlerlik kazanmaktadır. Elindekini tüketme eyleminde bulunarak çevresindekilere gösterebilen birey bu sebeple elinde olan imkânlarını, düşüncelerini, zevklerini, kullanım aracı olarak işlev gören her nesneyi kamuya açık tüm alanlarda gösterme eğiliminde bulunmaktadır.

Kitle iletişim araçları aracılığı ile veya gündelik yaşantıda direkt gözlemlenerek hedef haline gelen belirli bir yaşam tarzı tüm bu sebepler sebebi ile bu tarza sahip olmayan fakat olmak isteyen bireyler tarafından da elde edilmeye çalışılmaktadır. Bu durumda birey yaşam tarzına sahip olduğunu tüketme eylemi ile gösterebileceğinden, sahip olduğu sermayelerin yaşam tarzına ulaşana kadar tüketmeye başlamaktadır.

Elindeki sermayelerinin yetersiz kalması durumunda simgesel sermayesini devreye sokarak kendi olmayan, zihninde yarattığı kişiyi sosyalleşme sürecine dâhil etmektedir.

3.3.12. Devam Etmenin Ya Da Nadiren De Olsa Katılım Göstermenin Statü Sağladığını Düşündüğünüz Bir Mekân Var Mı?

Modern dönem ile beraber yaşam tarzına sahip olmayan bireylerin kendilerini eksik hissetmeleri ve toplum dışında kaldıklarını hissetmeleri kendilerine bir yaşam tarzı seçme zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Yaşam tarzlarını gündelik yaşamlarında her konuda ifade eden bireyler bu ifadenin bir aracı olarak kullandıkları mekânlarda bir statü elde ederek sosyal yaşamlarını bu yönde biçimlendirmektedir.

Yapılan mülakatlarda katılımcılardan 7' si mekânın statü sağlamasını bireylerin ekonomik seviyelerini gösterebilecekleri –bu da mekânın fiyat politikasının yüksek olması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır- mekânlar olmasına, 2' si bireylerin sosyokültürel seviyelerini ifade edebilecekleri mekânlar olmasına, 1'i ise mekânın statü sağlaması için sosyokültürel seviyenin belirleyici olmasına karşın ekonomik seviyenin bunun önüne geçmekte olduğunu belirtmektedir.

Katılımcılar ile yapılan görüşmelerde statünün, bireyin ekonomik gücü, sosyokültürel seviyesi, bireyin mekândaki tanınırlığı ve mekânın fiyat politikası ile ilişkilendirildiği görülmüştür. Orta seviyede ekonomik güce sahip olduğunu belirten bir katılımcı statüyü şu şekilde ifade etmiştir.

Alıntı 22;

Katılımcı 6:

“Ekonomik gücü yüksek olanlar için mekânın içindeki ürünlerin pahalı olması, kendi statülerini göstermelerinin yerleri. Benim ekonomik gücümde ise benim için statü tercih ettiğim mekânda beni tanımaları.”

Toplum içerisinde farklı kültürel alt yapılara sahip olan bireylerin, statü anlayışları da farklılık içermektedir. Pahalı mekânlarda vakit geçirebilmek olarak

algılanabildiği gibi, giyim kuşam, eğitim düzeyi, kurulan ilişkiler, alkollü içecek tüketilmesi de bireyler tarafından statü olarak anlamlandırılabilir. Bu bağlamda kent kültürüne bağlı bir toplumsal yapılanma içerisinde bireylerin aynı olmasa da statü algılarının ve deneyimlerinin bulunduğu görülmektedir.

Yapılan görüşmelerde her katılımcının en az 3 adet statü sağladığını düşündüğü mekânın bulunduğu görülmüştür. 7 katılımcının ilk sırada belirttiği mekân Midpointtir. 5 katılımcı ikinci ve üçüncü sıralarda Barista Plus, 3 katılımcı da Kasap'ın Mutfağı adlı mekânların kentteki statü göstergesi olan mekânlar olduğunu belirtmiştir. Katılımcıların kent içerisinde statü sağladığını düşündükleri mekânların başında Midpoint gelmekte daha sonra sırası ile Barista Plus, Kasap'ın Mutfağı, Happy Moons, Yelken Kulübü ve Pati Kafe adlı mekânlar gelmektedir. Yelken Kulübü ve Pati Kafe hariç diğer mekânlar birbirleri ile ortak özellikler taşımaktadır.

Pati Kafe şehir merkezinde bulunan küçük bir alana sahip genellikle öğrencilerin ve motosiklet kullanıcılarının tercih ettiği sahibinin de motorcu kimliğe sahip olduğu, toplumda marjinal olarak adlandırılan kişilerin devam ettiği böylelikle motorcu kimliklerini ifade ettikleri bir kent mekânıdır. Bu mekânın statü sağladığını düşünen katılımcı şunları aktarmıştır.

Alıntı 23;

Katılımcı 1:

“Evet, statü sağlayan mekânlar var. Mesela motosikletim olsaydı kesinlikle sürekli Pati'ye giderdim. Yok ama yine de gidiyorum, onların arasında olmak hoşuma gidiyor, sanki böyle motorum varmış gibi oluyor.”

Statü sadece mekânın fiyat politikası ile ilişkili olmayan, bireyin seçtiği hayat tarzına yönelik kimliğini rahat ve özgür bir şekilde sergileyebileceği mekânlarda bireye bir grup tarafından atfedilen kimliğin içerdiği değerler ile ilişkili olan, bireyin sosyal konumunu belirlemesine yardımcı olan bir kavramdır. Buradan bireyin sosyalleşmek ve statü elde edebilmek veya statüsünü yansıtabilmek için seçtiği mekânların farklılık gösterdiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Birey sahip olduğunu düşündüğü veya içerisinde bulunmak istediği hayat tarzına yönelik sahip olduğu reel, kültürel ve toplumsal sermayesi aracılığı ile tüketim eylemini gerçekleştirerek

kendisini ifade etmektedir. Ekonomik seviyesinin yeterli olduğu durumlarda, belirli tüketim nesnelerinin satın alınabilmesi veya yüksek fiyatlı mekânların tüketilebilmesi, bu davranışlara yönelik hayat tarzlarına sahip olunabileceği izlenimini vermektedir.

Kent mekânlarının statü elde edebilmek için kullanıldığı gibi bireyin mevcut statüsünü koruyabilmek için de kullanıldığı görülmektedir. Bireyin gündelik hayatındaki mekân seçimi bu anlamda bilinçli gerçekleştirdikleri bir eylemi ortaya çıkarmaktadır. Mekân birey tarafından mevcut statüsünü korumak için kullanıldığı gibi yeniden bir statü elde edebilmek için de kullanılmaktadır. Bu noktada kişi ekonomik seviyesinin karşılayabileceği mekânlarda mekân müdavimi olmakta, sürekli karşılayamadığı mekânlarda ise belirli dönemlerde mekân ziyaretinde bulunarak, bunu çevresine sosyal medya aracılığı ile göstermektedir.

Katılımcıların kent içerisinde ilk üç sırada belirtmiş olduğu mekânların ortak özellikleri alışveriş merkezi içerisinde konumlandırılmış olmalarıdır. Kısaca AVM olarak dile getirilen bu mekânlar, kentli için yeni bir yaşam alanı olarak tanımlanmakta ve hizmet görmektedir. Kentli bireylerin hayatlarında yer edinmiş olan AVM Kültürü, bireylerin gündelik hayatlarında, kendilerine yaratmış oldukları her boş anlarını bu mekânlarda geçirmelerini olanaklı kılmaktadır. Bireyin somut ihtiyaçlarını karşılayabileceği mekânlardan bir tanesi olan AVM'ler aynı zamanda sosyalleşme ihtiyacının da karşılanabileceği görece olarak kentli bireyin olmazsa olmazları arasına girebilmiş durumdadır. Kentli bireylerin hem eleştirilerine hem de sıklıkla kullanımlarına hedef olan bu mekânlar mimari yapıları, konumları, imkanları sebebi ile kentlileri kendisine çekebilmektedir. Hem yaz hem de kış aylarında korunaklı bir yapıya sahip olmaları, bireylerin doğadan uzaklaşmalarını kendilerince haklı sebeplere dayandırmaktadır. Aynı zamanda kentli olmanın neredeyse olmazsa olmazı durumuna gelen bir ulaşım aracına sahip olmanın, bu mekânlarda bireyin aracı için endişelenmesini de ortadan kaldırmaktadır. Mekân içerisine girişlerin denetlenmesi ve kontrolünün sağlanması da mekân kullanıcıları için kendilerini güvende hissetmelerini sağlamaktadır. Bu gibi sebepler kentlinin bu mekânları kullandıkları için haklı sebepleri olarak gündeme getirilse de, bu mekânların kullanımının kentli birey için anlamı temelde modern olabilmekte yatmaktadır. Mekân içerisinde hem çocuklara hem de ebeveynlerine yönelik sunulan tüketim anlayışı modern dönemin kurgusal yapılanışını bireylere eğlence ve kolay tüketim yolu ile sunmaktadır.

Yapılan görüşmelerde ortaya çıkan bir diğer sonuç AVM'lerin bireylere zaman kazandırması ve kolaylık sağlaması açısından tercih edilmeleri ve AVM kültürünün bir parçası olmanın toplum genelinde yadırganmıyor olmasıdır. Dini inancı veya kültürel öğretileri doğrultusunda alkol kullanmayan bireyin alkollü bir mekânda görünmesi, birey için çevresinde olumsuz bir imaj sergilemesine neden olacağından, birey bu mekânı kullanmak istese de kullanmamaktadır. Fakat AVM içerisinde böyle bir mekânı kullanan birey, alışveriş sırasında mola verdiğini veya arkadaş grubunun isteği üzere bu mekâna girdiğini veya kendi dini inancını benimsemiş olan başka kimselerin de olduğunu belirterek çevresine yönelik imajını koruyabilmektedir.

Avm'lerin tüketim kültürü odaklı yaklaşımları, kentli bireyin modern birey olabilmesi yönünde bu kültürün bir parçası olabilme çabaları ile gündelik yaşamın bu mekânlar etrafında gerçekleşmesini sağlamaktadır. Katılımcılar tarafından belirtilen statü mekânlarının bu merkezlerde bulunması, avm'nin tüketim odaklı kültürünün çok fazla kentli ile paylaşılabilmesini sağladığından ve avm içerisindeki mekânların çok fazla sayıda kişiye ulaşabilmeleri açısından ortak özellikler taşımaktadır. Bir diğer ortak özellikleri ise bu mekânların alkol servisleri olan mekânlar olmalarıdır.

Symbol Avm, Arastapark Avm ve 41 Burda Avm içerisinde konumlanan Midpoint, Happy Moons ve Barista Plus adlı mekânlar, kentli bireylerin gündelik yaşamlarında statü kaynağı olarak gördükleri mekânlar olarak, mekânların bireyler tarafından kullanım amaçlarını da yansıtmaktadır. Farklı kültürde ve kimlikte bireylere ev sahipliği yapan bu mekânlar, fiyat politikaları ile karşılaştırıldığında katılımcılar tarafından pahalı olarak nitelendirilmektedir. Dolayısı ile bu mekânı kullanan ziyaretçilerin de ekonomik seviyelerinin yüksek olduğu varsayılmaktadır. Bu mekânların sosyal yaşam içerisinde bireylere statü sağlamaları açısından, mekânın kullanım nedeni ve değeri değişkenlik göstermektedir. Sosyalleşebilmenin de bir statü sayılması, mekânın sosyalleşmek ve statü elde edebilmek için farklı kullanım nedenleri olabildiğini doğrulamaktadır.

Mekânların yerel ve küresel ölçekte olmaları da bireylerin mekân tercihlerinde etkili olmaktadır. İlk iki sıradaki mekânın yerel bir mekân olmayışı, ülkenin birçok kentinde bulunan ve sık kullanılan mekânlar olmaları da bireyler tarafından mekânın cazibe merkezi olmasını daha da arttırmaktadır. Başka kentleri veya bu kentlerdeki

mekânları direkt deneyimleme fırsatı bulamayan bireyler için bu deneyim sosyal medya aracılığı ile gerçekleşmekte, bireyler deneyimlerini sosyal medya aracılığı ile paylaşmaktadır.

Mekân, konumu itibari ile de kendisine belirlemiş olduğu ekonomik ve kültürel seviyede ziyaretçiler elde edebilmekte, bu sayede elde etmiş olduğu statü değerini bireyin mekânı her tüketiminde kendisine aktarmaktadır. Bir katılımcı, görüşeceği arkadaş grubuna göre mekân seçtiklerini şu şekilde ifade etmiştir.

Alıntı 24;

Katılımcı 2:

“... doktor arkadaşlarımla veya Sabancı Holding de çalışan arkadaşlarımla buluşacağımız zaman Symbol AVM deki Midpointe gidiyoruz. Orayı da çok fazla beyaz yakadaki kişiler kullanıyor.”

Somut kullanım nesnelерinin de statü simgesi olarak ifade edildiği görüşmelerde, bir ulaşım aracına sahip olmanın da bireyin kendisini bir grup içerisinde hissetmesine imkan tanıdığı ve bireyin o grubun tercih ettiği mekânları paylaşacağı görülmüştür. AVM lerin tüketim odaklı yaklaşımları, şehir merkezinden bir nebze uzak yerlerde inşa edilmeleri, konumları itibari ile ulaşım aracına sahip kentlileri kendilerine hedef kitle olarak belirlemelerine, sosyal statülerini belirli nesnelер ve değerler üzerinden oluşturarak, ziyaretçilerine aktardıkları görülmektedir.

3.3.13. Size Göre Kaliteli Olsa Da Bir Mekânın Fiyat Politikasının Düşük Olması, Ya Da Devam Edenlerin Sosyoekonomik Seviyesinin Düşük Olması Sizin İçin Belirleyici Bir Unsur Mu?

Katılımcılardan 8’i böyle bir mekânın tercihlerini etkileyeceğini, 2’si etkilemeyeceğini belirtmiştir. Kendi ekonomik seviyelerinin de çok yüksek olmadığını belirten iki katılımcı, bu sebeple diğer mekân ziyaretçilerinin ekonomik seviyelerinin yüksek olmamasının kendileri için sorun teşkil etmeyeceğini belirtmiştir. Böyle bir mekânı tercih etmeyeceğini belirten sekiz katılımcı için ise, bu tercihin temel

sebebinin, katılımcıların kendi kültürleri ve kentin ortak kültürüne dair, mekâna gelen diğer ziyaretçiler ile ortak kültürel bir davranış ve düşüncede bulunamayacakları, diğer mekân ziyaretçilerinin sosyoekonomik seviyelerinin düşük olması sebebi ile sosyalleşme ve mekân kullanım anlayışlarının farklı olacağı ve böyle bir mekânın kargaşa sebep olacağı düşünülmesidir.

Katılımcıların verdiği yanıtlardan yola çıkarak sosyoekonomik seviyenin sosyalleşme üzerinde belirgin bir etkisi olduğu görülmektedir. Sosyalleşme anlayışına tüketim eylemi üzerinden yön verilmesi, bireyin ekonomik seviyesini ne şekilde yönlendirebildiği ve yönetebildiğine bağlı olarak anlam kazanmaktadır. Mekânın kaliteli ve uygun fiyatlı olması, kent içerisinde farklı kültürel zemindeki bireyleri birbirleri ile karşılaştıracaktır. Belirli bir hayat tarzı seçerek gündelik yaşamını yönlendiren birey için farklılık elde ettiği statüyü gösterime sokabilmesi konusunda engel olabilmektedir. Sosyal yaşamda bir konum elde edebilmek için belirli mekân tüketimlerinde bulunan birey, bu konumu elde ederken toplum tarafından bir ön yargıya fırsat vermeden imajını da koruma çabası taşımaktadır. Böyle bir mekân içerisinde karşılaşılabileceği farklılıklar görece fazla olacağından, bireyin psikolojik tatminsizliği, bireyin fizyolojik ihtiyacının tatminine bile imkân vermeyebilir.

Katılımcıların vermiş oldukları cevaplardan, böyle bir mekânı kullanacaklarsa, mekânı kullanan diğer ziyaretçilerin ekonomik ve kültürel sermayelerinin ters orantılı bir yapıya sahip olmasını, kendilerinin böyle bir mekân içerisinde olmak istedikleri sonucu çıkarılmıştır. Bu bağlamda sosyoekonomik seviyenin toplumsallaşma sürecinde bireyin davranışlarını etkilediği, yönlendirdiği, gündelik yaşamını ekonomik seviyesinin belirlediği çerçevede gerçekleştirdiği ortaya çıkmaktadır.

Ekonomik seviyenin kültürel seviyeyi yansıttığının düşünülmesi, ekonomik seviyesi yüksek olan bireylerin toplum tarafından elit olarak adlandırılmasına, gerçekleştirdikleri her davranışın da doğru kabul edilerek, taklit edilmesine sebep olmaktadır. Kent içerisinde statü sağladığını düşünülen mekânların da müdavimlerinin elit olarak nitelendirilmesi, bu elitliğin sağlamış olduğu sosyal statünün kazanımı için mekân tercihlerinin bilinçli olarak gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Modern kent yaşamı içerisinde toplumların kapital bir yaşam tarzı içinde bulunmaları, ekonomik ve

kültürel yetkinlikleri karşılaştırıldığında kültürel yetkinliğin yetersiz kaldığını göstermektedir.



SONUÇ

Modernleşme dönemi ile birlikte, üretim ilişkilerinin temelindeki araçların kullanım biçimlerinde de meydana gelen değişimler, toplumsal yapının niteliklerinin de değişmesini gerekli kılmıştır. Toplumların yaşam tarzı çerçevesinde biçimlenmeleri, modern dönemin bireyi ön plana çıkarması ve akıl ile her şeyi denetleyebilme arzusu geleneksel kültürün temelinde olduğu toplumlarda, dönüşümlerini tam anlamı ile gerçekleştirememelerine neden olmuştur. Aynı zamanda modern sonrası olarak da adlandırılan, toplum içerisinde çeşitliliğe imkân ve olanak sağlayan postmodern dönem toplumların dönüşümleri için sunmuş olduğu olanaklar ile çok kültürlü ve çok kimlikli toplum yapılarını görünür kılmıştır.

Kültürlerin ve kimliklerin çoğaldığı aynı zamanda hayat tarzı ve statü konumunun ön planda olduğu sosyal yaşam, bu farklılıkların birbirleri ile etkileşime geçmelerine imkân vererek sosyal yaşamın sürekli yeniden üretimini sağlamaktadır. Kitle iletişim araçlarının kullanımının da öneminin artması ile birlikte kültürel etkileşimin sanal bir hal alması bireylerin yaşam tarzlarını ve kimlik inşalarını etkilemektedir.

Katılımcılar ile gerçekleştirilen görüşmeler sonucunda elde edilen bilgiler, toplumsal yaşamda kent düzeninin, bireyin sosyal yaşamına olan etkisini 1. Ve 2. Bölümlerde açıklanan kent, kimlik, yaşam tarzı ve tüm bu kavramlar doğrultusunda gerçekleştirdikleri mekân tercihleri üzerinden ortaya koymaktadır.

Tarihsel süreç içerisinde oluşturulan kent ve kentteki toplumsal yaşam, bu süreç içerisinde çeşitli yapılanma, üretim ve tüketim ilişkileri ile karşı karşıya kalarak yenilenme ve dönüşme süreçlerine girmiştir. Kentin sahip olmuş olduğu özelliklerin, kentliler tarafından korunması ve nesillere aktarılması, özelliklerin ilerleyen tarihsel süreçlerde de gündelik yaşam içerisinde var olacağını göstermektedir. Bu bağlamda katılımcılar ile yapılan görüşmelerde kent kimliğinin taşıyıcı ve koruyucu unsurlarının kent içerisindeki bireyler olduğu ortaya çıkmıştır.

Kentli bireylerin mekân tüketimleri ve gerçekleştirdikleri bu tüketimlerin kendileri için ifade ettiği anlama yönelik yapılan bu araştırmada, mekânın birey tarafından somut ihtiyaçlarından ziyade soyut ihtiyaçları için tüketildikleri sonucuna ulaşılmıştır. En temelde yaşam tarzı ve yaşam tarzına bağlı olarak sosyal statü amacı

ile tüketilen mekânların tercih edilmelerinde, mekânın ulaşım kolaylığı, kültürel bir davranış, modern dönemin izlerini taşıması, dini inanış, bireyin aidiyet ihtiyacı ve sosyal yaşama dâhil olabilme arzusunun etkili olduğu görülmüştür.

Kent kültürü içerisinde, bir yaşam biçimine sahip bireyin davranış pratiklerini oluşturması ve uygulaması ile şekillendirdiği sosyal yaşamı, aynı şekilde belirli pratikler ve edimlere sahip bireyler ile karşılaşmasını da olanaklı kılmaktadır. Gündelik yaşam içerisinde bireyin somut ve soyut ihtiyaçlarının karşılanması amacı ile seçtiği mekânların, görsel olarak da bireyi etkileyebilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda mekânın ulaşmak istediği ziyaretçi gruplarının, yaşam tarzlarından örnekler sunabilmesi, zamanın kısıtlı ve değerli olduğu kent yaşamında bireyin dikkatini çekebilmesi diğer bir deyişle bireyi ikna edebilmesi gerekmektedir. Kullanmış olduğu slogan, mekân görseline dair her ayrıntı, dekoratif ürünler, çalınan müzikler, bireyin dikkatinin mekâna yönelmesini sağlamaktadır. Sosyal medya aracılığı ile de mekânın kendisinden söz edilmesi durumu, bireyleri kent yaşamı içerisinde belirli mekânlara yönlendirmenin temelini oluşturmaktadır.

Toplumsal yaşam içerisinde bireyler, sürekli yeniden üretilen sosyal yaşantı içerisinde, sahip oldukları yaşam tarzlarını da değiştirmek zorunda kalabilmekte veya isteyerek değiştirebilmektedir. Aile ve akrabalık bağlarının önemini koruduğu ve sosyalleşmenin de bu doğrultuda şekillendiği gözlemlenen toplumlarda yaşam tarzının belirli kriterlerde bütünleştiği görülmektedir. Geleneksel kültür özelliklerinin izlerinin bulunduğu bu toplumların temel argümanları dini inanış üzerinden kurulmakta, bireylerin sosyal hiyerarşi içerisinde konum ve statü elde edebilme davranışları, modern dönem dinamikleri ile karşılaşmaktadır.

Günlük konuşma dilinde de oldukça sık kullanılan elit kavramı, bireyin gündelik yaşamında elit olduğu bilinen kişi veya gruplara özgü toplumsal statü kazanımı için gerçekleştirdiği mekân tüketimi konusunda önemli bir konuma sahiptir. Toplumsal yaşam içerisinde bahsi geçen sosyal statü veya statü kavramına, meta statüsünde de rastlanmaktadır. İlk olarak metaların birbirleri ile arasındaki kıyaslamaya olanak veren statü, en yüksek statülü metaları kullanan kişilere de, sosyal yaşamlarında bir statü atfetmektedir.

Toplumsal yaşam içerisinde bireyin düşünce ve eylem yapılarını belirleyen en temel öge aile kavramıdır. Aile ile birlikte yakın akrabalar, yakın çevre, konu komşu, arkadaşlar, kendi toplumsal gruplarındaki kültürel izlekleri bireye aktararak, onun kültür inşasını tamamlamasına katkı sunmaktadır. Her topluluğun birbirinden tamamen farklı olmasa da farklı kültürel ve kimliksel özelliklere sahip olması sebebi ile birey girmiş olduğu her topluluk içerisinde o gruba da ait olan özellikleri kendi kültür ve kimlik inşa sürecine eklemektedir. Birey kendisini ortak paydaları olan gruplar içerisine sokarak aidiyet sürecini tamamlamakta, bunu modern kent yaşamı içerisinde cemiyet çatısı altında gerçekleştirmektedir. Ekonomik gücü, eğitim seviyesi, meslek seçimleri ile kent yaşamı içerisinde adından söz ettirebilen bu cemiyet topluluğunun sahip olduğu sosyal statü, kullandığı tüketim ürünleri, nesnelere ve metalar ile sosyal yaşamda kendisini göstermektedir. Bireyin yaşam tarzına yönelik bir sosyal statü elde edebilmesinin en kolay yollarından bir tanesi olan mekân tüketimleri bu anlamda bireyin psikolojik ihtiyacının karşılanabilmesi için müteakabiliyet aracılığı ile gündelik yaşamda yer almaktadır.

Bireyin gündelik yaşamı içerisinde tercih ettiği mekânlarda sergilediği davranışlar, mekân dışında kalan bireylerin, mekân içerisinde beğendikleri kişi olabilmeleri için, kendilerini olduklarından farklı biriymiş gibi yansıtmalarına, mekân ziyaretçilerinin sahip oldukları sermaye biçimlerine sahip olmadıkları durumlarda kendi simgesel sermayelerini etkileşime sokmalarına sebep olmaktadır. Bu sayede sosyal statünün bir paydaşı olan birey, seçmiş olduğu yaşam biçimini bu doğrultuda yönlendirmektedir.

Kenti, kent içerisinde yaşayan bireyler için anlamlı kılan nedenlerden biri olan ulaşım imkânları, bireyin mekân tercihlerinde önemli etkenlerden bir tanesini oluşturmaktadır. Kent yaşamında bireyin zamanının kısıtlı ve değerli olması sosyalleşebilmek için ayırdığı özel zamanı, mekâna ulaşım ile değil mekân içerisinde geçirmek istemesi tercihlerini etkileyebilmektedir.

Kentin kültürünü, yaşam kriterlerini dolayısı ile kentli bireyin de yaşam biçimini belirlemede önemli öğelerden bir tanesi olan dini inanış, toplumsal yaşam içerisinde en değerli kurum olarak görülen aile içerisinde bireylere aktarılarak, bireylerin sosyal yaşantısının yönünü belirlemektedir. Bu çerçevede birey, toplum tarafından meşru

kabul edilmeyen davranış pratiklerini gündelik yaşamında gerçekleştirmemeyi seçmekte veya bu davranışları gerçekleştirmek için, herkes tarafından görülemeyeceği mekân tercihlerinde bulunmaktadır.

AVM kültürünün toplumsal yaşama iyice yerleşmesi, bireylerin sosyal yaşamdaki davranış pratiklerini, düşünce ve eylemlerini etkileyerek yeni bir kültürel ortam yarattığından bireyler bu mekânları ziyaret ederek bu kültürün bir parçası olmaktadır. Lokasyon olarak toplumsal grupların ziyaret tercihlerini etkileyen AVM ler genellikle yol üzerinde konumlanmış, kentin toplu taşıma hizmetleri ile kolay ulaşılabilir duruma getirilmiş olsalar da ekonomik, kültürel ve reel sermayeleri doğrultusunda bireylerin hangi AVM leri tercih edecekleri bir nevi belirlenmiş durumdadır.

Geleneksel bir mutfak kültürünün olduğu toplumlarda, kültürel yiyecek ve içecekler, bireylerin mekânlardan kendilerine bir kimlik veya yaşam tarzı kazandırmaları konusunda modern kent insanı yönünde bir katkı elde edememektedir. Bu durum bireyin kent içerisinde yerel kültürel ürünlerden çok, modern döneme ait tüketim ürünlerinin bulunduğu mekânı tercih etmesine sebep olmaktadır.

Kent içerisinde sosyalleşmenin temel olarak kişinin zihinsel, fikirselleşmesinde tahayyülünde başlaması, bireyin sosyal yaşamında kendisini konumlandığı mekânlar gerçekleştiğinden, bireyin gündelik yaşamında sosyalleşmesinin ilk olarak kendi ve mekânlar aracılığı ile gerçekleştiği görülmektedir. Bireyin kimlik, kültür ve yaşam tarzı seçimlerinin, benimsenmesi davranış pratiklerine yansıtılabildiği ölçüde geçerlilik kazanmaktadır. Bu bağlamda birey kent içerisinde kendisini ait hissettiği, yabancı bir ortamda olduğunu düşünmediği, özel alanının –evin- kendisine verdiği rahatlığı bulabildiği mekânları tercih etmektedir.

Kent içerisinde mekânların kentin sosyal yaşamına dâhil olabilmek ve kentin yoğun kalabalığından uzaklaşabilmek amacı ile de kullanıldığı görülmektedir. Kentin kültürel formları ile şekillenen sosyal yaşamına, bireyin kendisini adapte edebilmesi, ortak olarak meşru kabul edilen eylemlerin, gerçekleştirilmesi ile başlayan bir süreci içermektedir. Kentin kültür, kimlik özellikleri kapsamında biçimlenen kentli toplumun yaşantısı kentten özellikler taşımaktadır. Bu bağlamda kentlerin çoğunun ortak özellikler taşıdığı düşünülse de (sanayi kenti, öğrenci kenti, turizm kenti vb.) yaşam

biçimleri olarak birbirlerinden ayrışmaktadır. Kentin nüfus olarak yoğunluğu, bireylerin kendilerine dinlence alanları bulmalarını da gerekli kılmıştır, mekânlar bu anlamda dinlence yerleri olarak da kullanılmaktadır.

Katılımcıların sosyal statülerini ifade edebildikleri mekânlar olarak belirttikleri Midpoint, Barista Plus ve Happy Moons adlı mekânlar, kentli birey için, kendisini modern kentli olarak hissetmelerine imkân sağlayan ortak özellikler taşımaktadır. Her üç mekânın da AVM içerisinde konumlandırılmış olmaları sebebi ile AVM kültürüne sahip olmaları bu özelliklerden biridir. Toplumun elit katmanının fiyat politikası yüksek olan mekânları tükettikleri düşüncesi ile beraber bu mekânların fiyat politikalarının da yüksek olması dolayısı ile ekonomik seviyesi yüksek bireyler tarafından kullanılmaları saptanan diğer bir özelliktir. 2 mekânın yerel bir mekân olmayışı, kültürel etkileşimin gerçekleşebildiği kitle iletişim araçları ile ulaşılabilen, diğer büyük şehirlerde şubelerinin olması, 1 mekânın da yerel olmasına karşın İtalyan Mutfağı ile hizmet vermesi, dolayısı ile yerel kültürden ziyade küresel ölçekte bir kültüre sahip olmaları taşıdıkları bir diğer özelliktir. Toplumun geleneksel bağlarından kopmamış olması ve alkollü tüketim ürünlerinin modern döneme çağrı yapması sebebi ile mekânların modern kent mekânı olarak nitelenmesi, kentliler tarafından bu mekânların üst kültür mekânları olarak kullanıldığını göstermektedir.

KAYNAKÇA

1. Kitaplar

- Adorno, Theodor W., Horkheimer, Max (2014). Aydınlanmanın Diyalektiği (N. Ülner, E. Ö. Karadoğan). Ankara: Kabalcı Yayıncılık.
- Akça, Emel Baştürk (2007). Kimlik, Medya ve Temsil. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Alkan, Ayten (2009). Cins Cins Mekan. İstanbul: Varlık Yayınları.
- Alptekin, M. Yavuz (2012). Medeniyet Havzalarından Küresel Trendlere: Şehir ve Toplum. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Alver, Köksal (2010). Siteril Hayatlar. Ankara: Hece Yayınları.
- Alver, Köksal (2012). “Kent İmgesi.”: Köksal Alver. Kent Sosyolojisi. Ankara: Hece Yayınları, 9-31.
- Arendt, Hannah (2013). İnsanlık Durumu (B. S. Şener). İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Arlı, Alim (2012). “Şehir Sosyolojisi: 1970 Öncesi Tartışmalar Hakkında Bir Yeniden Değerlendirme.”: Köksal Alver. Kent sosyolojisi. Ankara: Hece Yayınları: 107-149.
- Arlı, Alim (2015). “Yüzyıl Sonra Şehri Okuma Denemesi.” Levent Ünsaldı. Şehir: Ankara: Heretik Yayınları: 7-30.
- Armağan, Mustafa (2013). Gelenek ve Modernlik Arasında. İstanbul: Timaş Yayınları.
- Aslanoğlu, Rana A. (2000). Kent, Kimlik ve Küreselleşme. Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Avcı, Özlem (2009). “Üretilen İslami Mekânlar ve Alternatif Tatil Mekânları.” : İ. Emre Işık, Yıldırım Şentürk. Özneler, Durumlar ve Mekânlar Toplum ve Mekân: Mekânları Kurgulamak. İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 137-153.
- Aytaç, Ömer (2012). “Kent Mekânlarının Sosyo-Kültürel Coğrafyası.” : Köksal Alver. Kent sosyolojisi. Ankara: Hece Yayınları: 503-528.
- Baudrillard, Jean (2010). Tüketim Toplumu (H. Deliceçaylı, F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Zygmunt (2011). Bireyselleşmiş Toplum (Y. Alogan). İstanbul: Ayrıntı Yayınları. OKU
- Bauman, Zygmunt (2016). Cemaatler: Güvenli Olmayan Bir Dünyada Güvenlik Arayışı. İstanbul: Say Yayınları.
- Bayart, Jean François (1999). Kimlik Yanılsaması (M. Moralı). İstanbul: Metis Yayınları.
- Benevolo, Leonardo (2006). Avrupa Tarihinde Kentler (N. Nirven). İstanbul: Literatür Yayınları.
- Bilgin, Nuri (2007). Kimlik İnşası. İzmir: Aşina Kitaplar-Turmaks Yayıncılık.

Bourdieu, Pierre (2015). Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi (D. Fırat, G. Berkkurt). Ankara: Heretik Yayınları.

Buğra, Ayşe (2000). Devlet-Piyasa Karşıtlığının Ötesinde İhtiyaçlar ve Tüketim Üzerine Yazılar (B. S. Şener). İstanbul: İletişim Yayınları

Burgess, Ernest W (2015). “Şehrin Büyümesi: Araştırmaya Giriş.” : Levent Ünsaldı. Şehir. Ankara: Heretik Yayınları, 89-108.

Çokuğraş, Işıl (2016). Bekâr Odaları ve Meyhaneler: Osmanlı İstanbul’unda Marjinalite ve Mekân. İstanbul: İstanbul Araştırmaları ve Enstitüsü Yayınları.

Debord, Guy (1996). Gösteri Toplumu (A. Ekmekçi, O. Taşkent). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Emre, Işık (2009).”Mekân ve Toplum.” : İ. Emre Işık, Yıldırım Şentürk. Özneler, Durumlar ve Mekânlar Toplum ve Mekân: Mekânları Kurgulamak. İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 13-23.

Es, Muharrem (2007). Kent Üzerine Düşünceler. İstanbul: Okutan Yayıncılık.

Featherstone, Mike (2005). Postmodernizm ve Tüketim Kültürü (M. Küçük). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Freud, Sigmund (1999). Uygurluk, Din ve Toplum (S. Budak). Ankara: Öteki Matbaası.

Fromm, Erich (2014). Marx ‘ ın İnsan Anlayışı (K. Ökten). İstanbul: Say Yayınları.

Giddens, Anthony (2014). Modernite ve Bireysel Kimlik (Ü. Tatlıcan). Ankara: Say Yayınları.

Goffman, Erving (2004). Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu (B. Cezar). İstanbul: Metis Yayıncılık.

Gürbilek, Nurdan (2001). Vitrinde Yaşamak. İstanbul: Metis Yayınları.

Habermas, Jürgen (2002). Kamusalın Yapısal Dönüşümü (T. Bora, M. Sancar). İstanbul: İletişim Yayınları.

Hall, Stuart (1998). “Eski ve Yeni Kimlikler, Eski ve Yeni Etniklikler.”: Anthony D. King. Kültür, Küreselleşme ve Dünya Sistemi (G. Seçkin, Ü. H. Yolsal). Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

Harvey, David (1997). Postmodernliğin Durumu (S. Savran). İstanbul: Metis Yayınları.

Harvey, David (2002). “ Sınıfsal Yapı ve Mekânsal Farklılaşma Kuramı.” : Bülent Duru, Ayten Alkan. 20. Yüzyıl Kenti. Ankara: İmge Yayınevi, 145-172.

Harvey, David (2006). Sosyal Adalet ve Şehir (M. Moralı). İstanbul: Metis Yayıncılık. Harvey, David (2012). Asi Şehirler (A. D. Temiz). İstanbul: Metis Yayınları.

Kaya, Erol (2003). Kentleşme ve Kentlileşme. İstanbul: İlke Yayıncılık.

Kıray, B. Mübeccel (1998). Değişen Toplum Yapısı. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

- Kıray, B. Mübeccel (2003). Kentleşme Yazıları. Ankara: Bağlam Yayıncılık.
- Kıyan, Zafer (2016). Metalaştırma ve Direnç. Ankara: Notabene Yayınları.
- Kozanoğlu, Can (1993). Cilalı İmaj Devri. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Laborit, Henri (1999). İnsan ve Kent (B. Onaran). İstanbul: Payel Yayınevi.
- Lefebvre, Henri (2007). Modern Dünyada Gündelik Hayat (I. Gürbüz). İstanbul: Metis Yayıncılık.
- Lefebvre, Henri (2010). Gündelik Hayatın Eleştirisi (I. Ergüden). İstanbul: Sel Yayıncılık. OKU
- Lefebvre, Henri (2014). Kentsel devrim (S. Sezer). İstanbul: Sel yayıncılık.
- Lefebvre, Henri (2015). Şehir Hakkı (I. Ergüden). İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Maalouf, Amin (2016). Ölümcül Kimlikler (A. Bora). İstanbul: Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık.
- Macit, Yönet (2016). "Yeni Kamusal Mekanlar: Alışveriş Merkezleri" Gül Atanur, Mürvet Yaman. Kent Kültürü ve Kentlilik Bilinci Sempozyumu. Bursa: Kent Konseyi Bilimsel Yayınları, 228-238.
- Mardin, Şerif (2001). Türk Modernleşmesi. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Mardin, Şerif (2006). İdeoloji. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Martindale, Don (2000). "Şehir Kuramı." : Ahmet Aydoğan. Şehir ve Cemiyet. İstanbul: İz Yayıncılık, 35-100.
- Marx, Karl (2015). Kapital III. Cilt (M. Selik, E. Özalp). İstanbul: Yordam Kitap
- McKenzie, (2015). "İnsan Topluluklarının Çalışılmasında Ekolojik Yaklaşım". Levent Ünsaldı. Şehir. Ankara: Heretik Yayınları, 107-124.
- Odabaşı, Yavuz (2016). Tüketim Kültürü. İstanbul: Aura Kitapları.
- Özaloğlu, Serpil (2017). "Hatırlamanın Yapıtışı Mekânın Bellek İle İlişkisi Üzerine.": Tahire Erman, Serpil Özaloğlu: Bir Varmış Bir Yokmuş. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları, 13-19.
- Özbek, Sinan (2000). İdeoloji Kuramları. İstanbul: Bulut Yayınları.
- Özdemir, Eylem (2012). "Kentın Tanımlanmasında Sosyolojik Yaklaşımlar." : Köksal Alver. Kent Sosyolojisi. Ankara: Hece Yayınları, 151-177.
- Öztürk, Musa (2012). "Kamusallık Tüketim Kültürü ve AVM'ler." : Köksal Alver. Kent Sosyolojisi. Ankara: Hece Yayınları, 615-633.
- Paquot, Thierry (2010). Lükse Övgü (O. Türkay). İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Park, Robert E. (2015). "Şehir: Kent Ortamındaki İnsan Davranışlarının Araştırılması Üzerine Öneriler." : Levent Ünsaldı. Şehir. Ankara: Heretik Yayınları, 37-88.

- Park, Robert E. (2015). "Topluluğun Örgütlenmesi ve Çocuk Suçları." : Levent Ünsaldı. Şehir. Ankara: Heretik Yayınları, 145-160.
- Ritzer, George (2000). Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek (Ş.S. Kaya). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Sarıbay, ali yaşar(1996). "Kent: Modernleşme ile Postmodernleşme Arasındaki Köprü.": Ferzan Bayramoğlu Yıldırım. Kentte Birlikte Yaşamak Üstüne. İstanbul: Dünya Yerel Yönetim ve Demokrasi Akademisi, 37-48.
- Sennett Richard (2002). Kamusal İnsanın Çöküşü (S. Durak, A. Yılmaz). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Simmel, George (2003). Modern Kültürde Çatışma (T. Bora, N. Kalaycı, E. Gen). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Smith, Philip (2007). Kültürel Kuram (S. Güzelsarı, İ. Gündoğdu). İstanbul: Babil Yayınları.
- Şaylan, Gencay (2006). Postmodernizm. Ankara: İmge Kitabevi.
- Taşçı, Hasan (2014). Bir Hayat Tarzı Olarak Şehir, Mekân, Meydan. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- Therborn, Göran (2008). İktidarın İdeolojisi İdeolojinin İktidarı. (İ. Cüre). Ankara: Dipnot Yayınları.
- Tuna, Korkut (1987). Şehirlerin Ortaya Çıkış ve Yaygınlaşması Üzerinde Sosyolojik Bir Deneme. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.
- Urry, John (1999). Mekânları Tüketmek. (R. G. Ögdül). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Weber, Max (2006). Sosyoloji Yazıları (T. Parla). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Weber, Max (2010). Şehir: Modern Kentin Oluşumu. (M. Ceylan). İstanbul: Yarın Yayıncılık.
- Weber, Max (2012). Ekonomi ve Toplum. (L. Boyacı). İstanbul: Yarın Yayınları.
- Wirth, Louis (2002). "Bir Yaşam Biçimi Olarak Kentlileşme." : Bülent Duru, Ayten Alkan. 20. Yüzyıl Kenti. Ankara: İmge Yayınevi, 77-106.
- Yayınoğlu, Pınar Eraslan, A. Filiz Susar (2008). Kent, Görsel Kimlik ve İletişim. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Yılmaz, Tülay Tekin (2009). " Galata Köprüsü: Metropolün Dışına Açılan Bir Kapı." : İ. Emre Işık, Yıldırım Şentürk. Özneler, Durumlar ve Mekanlar. İstanbul: Bağlam Yayıncılık, 168-184.
- Yörükkan, Turhan (2011). Alfred Adler Sosyal Roller ve Kişilik. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Zengingönül, Oğul (2012). Küresel Put: Tüketim Ekonomisi Yeni sapkınlık: Sosyal Bilinç. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Zizek, slavoj (2011). İdeolojiyi Haritalamak (S. Kibar). Ankara: Dipnot Yayınları.

2. Makaleler

Çelikkol, Yaşar (2003). “VII. Yüzyılda Medine’ de Sosyal ve Dini Yapılar.” Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 13 (2), 394-419.

Erdönmez, M. Ebru, Altan Akı (2005). “Açık Kamusal Kent Mekânlarının Toplum İlişkilerindeki Etkileri.” YTÜ Mimarlık Fakültesi Dergisi. 1(1), 67-87.

Kaçmazoğlu, H. Bayram (2017). “Mübeccel Belik Kıray’ ın Sosyolojik Görüşleri Üzerine.” Sosyoloji Konferansları. 55(1), 385-412.

Mahçupyan, Etyen (1998). “Osmanlı’dan Günümüze Parçalı Kamusal Alan ve Siyaset.” Doğu Batı Düşünce Dergisi. 2(5). 22-47

Öğün, Süleyman Seyfi (1998). “Kamusal Hayatın Kültürel Kökleri Üzerine: Sennet, Habermas, Abdülaziz Efendi.” Doğu Batı Düşünce Dergisi. 2(5). 49-55.

Serter, Gencay (2013). “Şikago Okulu Kent Kuramı: Kentsel Ekolojik Kuram.” Planlama. 23(2), 67-76.

Subaşı, Necdet (2015). “Türkiye’ de Din, Dini Toplumsallıklar ve Din Sosyolojisi.” Sosyoloji Konferansları. 52(2), 391-418.

Ünüvar, Kerem (1998). “Osmanlı’da Bir Kamusal Mekân: Kahvehaneler.” Doğu Batı Düşünce Dergisi. 2(5), 186-196.