

Orta Sınıf Yaşam Normları ve Tüketim Alışkanlıklarının İzmir İnönü Caddesi Üzerinden İncelenmesi

Yeliz KURPINAR ¹



Nilüfer TALU ²



Öz



Makale Türü
Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi
04.04.2023

Kabul Tarihi
02.11.2023

DOI
10.47140/kusbder.1276679

Günümüz toplum yapısında başlı başına bir ihtiyaca dönüşen ‘tüketim’ olgusu nesnelerin, mekanların ve diğer her şeyin kimlik yaratma kaygısıyla, gösterge ve sembollerle var olmasına yol açmıştır. Kapitalist sistemin yarattığı bu durum en çok kentlerde yaşayan orta sınıfı etkilemiştir. Bu çalışma, orta sınıf yaşam standartlarının ve tüketim alışkanlıklarının İzmir İnönü Caddesi’nde yaşayanlar üzerinden tartışılmasını hedeflemektedir. Makalenin ana tartışması çalışma alanında on yılı aşkın süredir yaşayan on farklı katılımcı ile yapılan nitel bir araştırma üzerinden geliştirilmiştir. Çalışma kapsamında çalışma alanının geniş bir orta sınıfı barındırdığı öngörülmüştür. Katılımcıların yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıklarına ilişkin standartları konut standartları, gündelik yaşam ve boş zaman aktiviteleri, arzular ve mekansal nitelikler üzerinden saptanmıştır. Niceliksel araştırma kapsamında orta sınıf standartlarına ilişkin arzular bireylerin, nesne, konut ya da yer ile ilişkisi üzerinden değerlendirilmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda, cadde üzerinde yaşayanların birbirine benzer konut standartları, yaşam tarzları, boş zaman aktiviteleri ve arzuları olduğu saptanmıştır. Bireyler belli standartlara sahip oldukları için memnuniyet ifade etseler de kullanılan nesnelere, yaşanan ve tüketilen mekanlar üzerinden standartları aşmayı ve kimlik yaratmayı istemektedirler. Bireyler nesnelere ve tüketilen mekanlar üzerinden çeşitlilik, yenilik ve markalaşmayı; yaşanan mekanlar üzerinden ise farklı türdeki yaşam alanlarını arzulamaktadır. Tüketilen nesnelere ve mekanlar açısından stil arayışı içindedirler. Stil ve zevk arayışı orta sınıfın standartlarını ve kültürel yenilenme duygusunu sürdürme arzusudur.

Anahtar kelimeler: İzmir İnönü Caddesi, orta sınıf, tüketim alışkanlıkları, yaşam standartları, arzular

Atıf için: Kurpınar, Y. & Talu, N. (2023). Orta Sınıf Yaşam Normları ve Tüketim Alışkanlıklarının İzmir İnönü Caddesi Üzerinden İncelenmesi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 275-302.

¹Sorumlu Yazar: Araştırma Görevlisi, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Mimarlık Anabilim Dalı, E-posta: yelizkeskin@iyte.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-4082-3346>

²Doçent, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Mimarlık Fakültesi, Endüstriyel Tasarım Bölümü Endüstriyel Tasarım Anabilim Dalı, E-posta: nilufertalu@iyte.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-4505-8364>

Exploring Middle Class Living Standards and Consumption Habits via Inonu Street

Yeliz KURPINAR ³



Nilüfer TALU ⁴



Abstract



Article Type
Research Article

Application Date
2023-04-04

Acceptance Date
2023-11-02

DOI
10.47140/kusbder.1276679

The phenomenon of 'consumption', which has become a necessity in today's society, has led objects, spaces, and virtually everything to incorporate symbols, with the concern to create identities. The social structure based on consumption created by the capitalist system has mostly affected the middle class living in cities. This research aims to discuss the middle-class living standards and consumption habits through the people living in Inonu Street, Izmir, Türkiye. The main discussion of the article is based on ten different participants who have lived here for more than ten years. The standards of the participants' lifestyles and consumption habits are determined through housing standards, daily life and leisure activities, desires, and spatial factors. Desires related to middle-class standards are evaluated in terms of object-individual, space-individual, and place-individual relations. As a result of the interviews, it is found that those living on the street have similar housing standards, lifestyles, leisure activities, and desires. They have been found to wish to exceed the standards and create an identity through objects, living spaces, and consumed spaces, despite their satisfaction with the existing standards. Through objects and consumed spheres, individuals have been observed to desire diversity, innovation, and branding; and through living spaces they desire different types of spaces. They are in search of style in terms of consumed objects and spaces. The pursuit of style and pleasure is the desire to maintain middle-class standards and a sense of cultural renewal. On the other hand, the fact that the participants want to change their housing type and belongings despite a certain degree of satisfaction with them points to their desire to exceed the middle class.

Keywords: Izmir Inonu Street, middle class, consumption habits, living standards, desires.

For Reference: Kurpınar, Y. & Talu, N. (2023). Orta Sınıf Yaşam Normları ve Tüketim Alışkanlıklarının İzmir İnönü Caddesi Üzerinden İncelenmesi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 275-302

³Corresponding Author: Research Assistant, Izmir Institute of Technology, Faculty of Architecture, Department of Architecture, Department of Architecture, E-mail: yelizkeskin@iyte.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-4082-3346>

⁴Associate Professor, Izmir Institute of Technology, Faculty of Architecture, Department of Industrial Design, E-mail: nilufertalu@iyte.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-4505-8364>

Giriş

Bu çalışmada İzmir'in kent merkezindeki önemli bir cadde olan İnönü Caddesi'nde yaşayanların 'tüketim' olgusu üzerinden yaşama mekanı tercihleri, yaşam tarzı, arzuları, gündelik alışkanlıkları üzerinden çeşitli sorularla saptanmaya çalışılmıştır. Bu sorular konut standartları, gündelik yaşam alışkanlıkları ve arzular üzerinden nesne-birey, konut-birey ve yer-birey ilişkisini irdelemektedir. Bu bölgede yaşayanların birincil tüketici grup olan orta sınıf olduğu gözlemlenmiştir.

Çalışmanın ana aktörleri olan orta sınıfın tanımı geçmişten günümüze bir araştırma konusu olup sürekli olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlarda en genel geçerleri Marx ve Weber tarafından yapılmıştır. Marx 'sınıf' kavramını tanımlamakta ve bu kavramın ekonomik, politik ve kültürel açılımını emek gücü ve üretim araçlarının sahipliği üzerinden yapmaktadır. Marx'a göre üst sınıfı oluşturan burjuvazi, alt sınıfı oluşturan işçi sınıfının arasında 'küçük burjuvazi' olarak adlandırılan bir orta sınıf bulunmaktadır. Orta sınıf yani diğer bir deyişle küçük burjuvazi ise doktor, avukat, eczacı, devlet memuru, muhasebeci gibi maaşla çalışan kişileri ve ailelerini kapsamaktadır. Marx'ın teorisinde sınıf ayrımları keskin olmamakla birlikte orta sınıfın zaman içinde zayıflayarak yok olacağı öngörülür (Marx ve Engels, 1967, s.109-115). Weber ise Marx'ın bu kuramsal yaklaşımına ek olarak 'orta sınıf' kavramını gündelik yaşam, sosyal statü, saygınlık ve tüketim alışkanlıkları ile tanımlamaktadır. Weber'e göre orta sınıf grubunda bulunan kişiler standartlaşmış benzer yaşam tarzlarını, tatil alışkanlıklarını ve tüketim alışkanlıklarını paylaşırlar (Weber ve Roth, 1978, s.1359).

1960'larla beraber Dünya'da görülen birçok inovasyon ile tüketim alışkanlıkları değişmeye başlamış, bu değişim ve dönüşüm hem 'sınıf' kavramına hem de mekanlara yansımıştır. Dünya'daki gelişmelerle beraber nitelik değiştiren mekanlar kapitalizmin tüketimi arttırma amacı ile örgütlenmeye başlamıştır. Tüketicilere tüketmeme hakkı tanımayan bu yeni düzen, tüketiciyi tüketime zorlayan bir nesneye dönüştürmüş, birincil tüketici gurubu olarak da 'orta sınıf' grubunu belirlemiştir. Yani tüketim araçları da tıpkı üretim araçları gibi rasyonelize olmuş organizasyonlar haline gelmiştir. Tüketim, artık ihtiyacın giderilmesinin çok ötesinde bir anlam taşımakta, tüketim mekanları da tüketimi haz alınan bir eyleme dönüştürmeyi amaçlamaktadır (Yırtıcı, 2002, s.11-12). Marx ve Weber'den sonra 'yeni orta sınıf' kavramı inovasyonlarla beraber dönüşen boş zaman alışkanlıkları, gündelik yaşam, tüketim alışkanlıkları, popüler eğilimler, arzular ve pratikler üzerinden tanımlanmaya başlamıştır (Crompton, 1996). Bu değişen tüketim alışkanlıkları özellikle de metropollerde ve kent merkezlerinde yaşayan bireylerde görülmeye başlanmıştır. Değişen tüketim alışkanlıkları ve arzular kimlik yaratma çabasıyla oluşmaktadır. Bireyler, tüketim alışkanlıklarının ve arzularının diğer bireyler tarafından anlaşılabilmesini istemekte ve

diğer bireyler ile ortak kültürel sembolleri paylaşabilmeyi amaçlamaktadır (Bocock, 2009, s.27).

Emeğin ve işgücünün sömürüldüğü dönemlerdeki üretim şekli gibi günümüzde tüketim odaklı bir sömürü hakimdir. Artık tüketicilerin neyi ne kadar tüketeyeceğine hakim olan bir sistem bulunmaktadır. Kapitalist sistem tarafından oluşturulan tüketim toplumunun sürekli olarak ihtiyaçları arttırılmakta ve sürekli olarak daha fazla tüketmeye yönlendirilmektedir. Günümüzde artık niceliği ve niteliği önceden hesaplanabilen bir tüketim sistemi bulunmaktadır (Fromm, 1996, s.68). Tüm bu kapitalist düzen 'tüketim toplumu' kavramını ortaya çıkarmıştır.

Sınıf ayrımının dayandığı ve tüketimi odağa alan önemli bir kriter de konut bölgeleri, konut tipleri ve konut standartlarıdır. Sosyal sınıf ayrımları kentlerin ve konutların biçimlenişinde çok önemli rol oynamaktadır. Sınıf ayrımının konutlar üzerindeki etkileri: mevki, tip, büyüklük, nitelik, onarım durumu ve donatılar olarak ele alınmaktadır. Orta sınıfın genel olarak kentin belirli mevkilerinde ve belirli niteliklere sahip konut tiplerinde yaşadığını söylemek mümkündür (Sencer, 1967, s.200-201)).

Sanayi devrimi, modernleşme ve kentleşme süreçlerinin oluşturduğu tüketim toplumu, diğer tüm eylemler gibi 'boş zaman' ve 'gündelik yaşam' olgularını da sistemli ve programlı şekilde yaratmaktadır. 'Boş zaman'ı ve 'gündelik yaşam'ı tüketim odaklı aktivitelerle değerlendirmeye yönelik eğilimler ve davranışlar yaratılmakta ve topluma benimsetilmektedir (Fichter, 2011). 'Orta sınıf' olarak adlandırılan topluluğun da birçok boş zaman ve gündelik yaşam aktivitesi birbirine benzeyen tüketim odaklı aktivitelerdir.

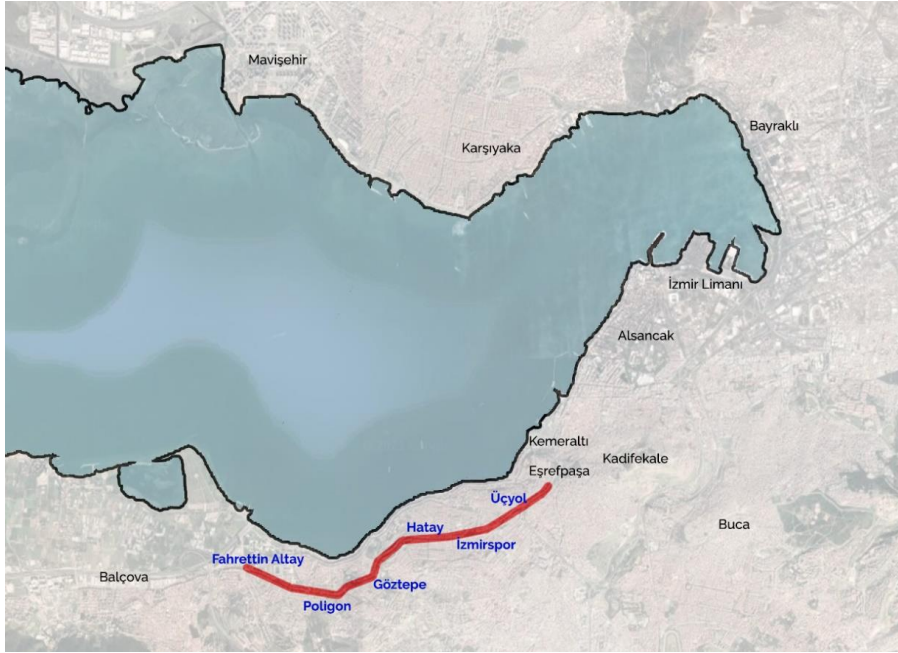
Çalışmada üzerinde durulan bir diğer konu da tüketim olgusunun yarattığı sonsuz arzulardır. Tüketim olgusu ve arzular birbirini tetikleyen döngüsel bir şemaya sahiptir. Tüketim, sembollerin ve göstergelerin içinde olduğu bir sosyal süreçtir ve gün geçtikçe artan arzulara dayanır (Bocock, 2009, s.87). Çalışma kapsamında da arzular üzerinde çokça durulmuştur. Bireylerin yere, mekanlara ve nesnelere duydukları arzular açığa çıkarılmaya çalışılmıştır.

Bu çalışma İzmir Kenti içerisinde orta sınıfın mekansal temsiliyetinin yaşayanlar ve mekânsal standartlar üzerinden en açık okunan örneklerinden biri olan İnönü Caddesi üzerindeki konutlar ve kullanıcılar üzerinden gerçekleştirilmiştir. İnönü Caddesi günümüzde Konak ve Karabağlar ilçelerinin sınırını oluşturmaktadır. Caddenin kuzeyinde (körfez yönü) bulunan apartmanlar Konak İlçesi'ne bağlı iken, caddenin güneyinde bulunan apartmanlar Karabağlar İlçesi'ne bağlıdır.

1960'lı yıllardan itibaren giderek büyümeye başlayan İzmir Kenti'nde gelişen ilk konut bölgeleri Karataş ile Uçkuyular (Fahrettin Altay) arasında bulunan bölge yani İnönü Caddesi ve çevresi olmuştur. İzmir'in kent merkezinde en önemli akslardan birini

oluşturan İnönü Caddesi, Fahrettin Altay Meydanı ile başlayıp Varyant'a veya Eşrefpaşa'ya kadar uzanan, sahil hattına paralel olan 6 km uzunluğundaki kesintisiz arteri oluşturmaktadır (Şekil 1). İnönü Caddesi'nin her iki tarafında 7-8 katlı bitişik nizamlı apartman konutları bulunmaktadır. Caddenin diğer komşu akslarda 3-4 katlı apartman konutları bulunmaktadır. Günümüzde İnönü Caddesi boyunca yer altı raylı ulaşım ağı mevcuttur. Caddenin zemin kat kullanımlarının neredeyse tamamında ticari işlevler yer almaktadır (Şekil 2). Bu ticari işlevlerin niteliği yeme-içme mekanından mobilya ve giyim mağazalarına kadar tüm işlevleri kapsamaktadır. Bu tüketim mekanları ve bitişik nizamlı, yoğun konut dokusu caddenin kent hafızasındaki yerinde öncü rol oynamaktadır (Şekil 3).

İnönü Caddesi'nde bulunan konutlar birbirine benzer cephe kurgularına sahip olmanın yanında çok benzer plan şemalarına da sahiptir. Cadde İzmir Kenti içerisinde önemli bir sosyal merkez ve ulaşım ağı görevindedir. Bu durum caddenin kullanıcı grubunun yalnızca konut sakinleri olmamasını doğurmaktadır (Erdoğan, 2020, s.118-119).



Şekil 1. İnönü Caddesi'nin İzmir Kenti içerisindeki konumu.



Şekil 2. İnönü Caddesi'nden bir görüntü (Kaynak: Kurpınar arşivi, 2021).



Şekil 3. İnönü Caddesi'nden bir görüntü (Kaynak: Kurpınar arşivi, 2021).

Araştırmanın Amacı ve Soruları

Çalışma yorum temelli nitel bir çözümleme olarak etnografik görüşmeler üzerinden kurgulanmıştır. 'İnönü Caddesi geniş bir orta sınıfın yaşadığı kent parçasıdır' çalışmanın dayandırıldığı temel ifadedir. Araştırmanın temel sorusu, 'bu yer (İnönü Caddesi) üzerinden orta sınıf tüketim alışkanlıklarına, konut standartlarına, yaşam normlarına ve arzularına dair standartlar nelerdir?' olarak belirlenmiştir. Bu standartları irdelemek ve ortaya çıkarmak günümüz orta sınıfa ait konut standartlarını, gündelik yaşam alışkanlıklarını ve arzuları belirlemeye olanak sağlamaktadır. Çalışmanın amacı ise tüketim toplumu içerisinde kendini var etmeye çalışan bireylerin

mekanlar ve nesnelere aracılığıyla kimlik oluşturma çabasının varlığı, orta sınıf yaşam tarzının, konut standartları, boş zaman aktiviteleri ve arzularının durumu üzerinde çıkarımlar yapmaktır.

Yöntem

Araştırmanın Tasarımı

Yukarıdaki bölümde yazılmış olan araştırma sorusuna en doğru cevabın bu yerde yeterince yaşamış ve yeri deneyimlemiş kişilerin kendi gündelik yaşamları ve kültürlerine yönelik ifadeleri içinde olacağı öngörülmüştür. Katılımcılar ile açık uçlu etnografik görüşmeler yapmanın en yararlı tekniklerden biri olabileceği ve elde edilecek ifadeler ile mevcut literatür arasındaki ilişkinin yorumlanarak yeniden formüle edilebileceği düşünülmüştür (Dawson, 2007, s.49-56). Görüşme sorularının değerlendirilmesi iki ölçüt üzerinden gerçekleştirilmiştir: 1. Bağlamın işaret ettiği kuram: Tüketim kültürü, 2. Bu kuram içindeki anahtar kavramlar ya da temel ifadeler: Orta sınıf, tüketim alışkanlıkları, gündelik yaşam aktiviteleri ve arzular. Bu bağlamda araştırma yöntemi olarak; literatür taramasının ve teorik araştırmanın yanında açık uçlu sorular eşliğinde bu yerde oturan kişilerden oluşan bir grup katılımcı ile görüşmeler yapılmıştır.

Katılımcı Grubu

Araştırma kapsamında İzmir ili içerisinde orta sınıfa ait topluluğun ikamet ettiği düşünülen ve üzerinde çok sayıda konut ve tüketim mekanını bir arada barındıran İnönü Caddesi çalışma alanı olarak belirlenmiştir. Bu çalışma İnönü Caddesi üzerinde ikamet eden on katılımcı ile yapılan açık uçlu sorular eşliğindeki görüşmeler üzerine dayandırılmıştır. Görüşmeler katılımcıların evlerinde zaman kısıtlaması olmadan sohbet ortamında yapılmıştır. Sohbet akışı konuttan, İnönü Caddesi'ne oradan da gündelik rutinelere ve bireysel arzulara doğru tasarlanmıştır.

Katılımcıların seçilmesinde temel ölçütler yaş ve İnönü caddesi'de ikamet etme süresi olmuştur. Çalışma kapsamında belli bir yaşın üzerinde olan, kendinin ya da ailesinin geliri olan, gündelik yaşama ve tüketime yönelik seçimleri olgunlaşmış ve İnönü Caddesi'ndeki yaşamı tanıyacak ve benimseyecek kadar ikamet etmiş kişileri katılımcı olarak seçilmiştir. Katılımcıların orta ve ileri yaş grubundadır. Katılımcı profilinin bu yerde ortalama oturma yılı aritmetik olarak 23 yıl olarak ortaya çıkmakta bu süre katılımcılar bazında 13, 15, 16, 24, 30 ve 53 olarak çeşitlenmektedir. Bu kişilerin ikisi bekar, yedisi evli ve çocuk sayıları 1-2 arasında değişmektedir. İki erkek, yedi kadın katılımcı bulunmakta, meslek olarak da akademisyen, doktor, avukat ve öğretmen olarak çeşitlenmektedir. Katılımcıların dördü aktif çalışma hayatını sürdürmektedir. Katılımcılar eğitim seviyelerine göre incelendiğinde dördünün lise mezunu olduğu, üçünün üniversite mezunu olduğu ve ikisinin lisansüstü eğitimler aldıkları

görülmektedir. Katılımcıların İnönü Caddesi'ndeki ikametgah bölgeleri ise homojen olarak seçilmeye çalışılmıştır. Bu bilgiler ışığında katılımcıların yaş, cinsiyet, meslek, eğitim seviyesi, medeni durumu, çocuk sayısı ve ikamet süresi ve ikametgah bölgesi ölçütlerine göre hem minimum standartları sağladığı hem de yeterli çeşitlilik içererek bir temsil gücü olduğu düşünülmüştür. Katılımcıların seçimi maksatlı örnekleme tekniği olarak tanımlanabilir. Burada temel amaç bu katılımcılar üzerinden olasılıkları belirlemek ve genelleme yapmak değil, araştırma sorusunun kapsadığı kavramları ve ifadeleri tanımlamaktır (Dawson, 2007, s.49-56)

Tablo 1. Katılımcı bilgileri.

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Meslek	Eğitim düzeyi	Medeni durum	Çocuk sayısı	İnönü Caddesinde ikamet süresi	İkametgah bölgesi
K1	51	Kadın	Çalışmıyor	Lise	Evli	1	15 yıl	Hatay
K2	55	Kadın	Emekli	Lisans	Bekar	1	30 yıl	Göztepe
K3	55	Erkek	Doktor	Yüksek lisans	Evli	1	15 yıl	Hatay
K4	50	Kadın	Avukat	Lisans	Evli	2	53 yıl	Üçyol
K5	76	Erkek	Öğretmen	Lisans	Evli	2	24 yıl	Fahrettin Altay
K6	51	Kadın	Çalışmıyor	Lise	Evli	1	13 yıl	Poligon
K7	50	Kadın	Çalışmıyor	Lise	Evli	1	15 yıl	Hatay
K8	39	Kadın	Akademisyen	Doktora	Bekar	1	16 yıl	Göztepe
K9	52	Kadın	Çalışmıyor	Lise	Evli	2	31 yıl	Göztepe
K10	79	Kadın	Emekli	Üniversite	Evli	1	17 yıl	Göztepe

Veri Toplama Araçları

Çalışmanın veri toplama yöntemi açık uçlu sorular aracılığıyla gerçekleştirilen görüşmeler olarak planlanmıştır. Bu görüşmeler İzmir İnönü Caddesi üzerinde yaşayan katılımcıların evlerinde, zaman kısıtlaması olmadan sohbet ortamında 49 adet soru eşliğinde yapılmıştır (Ek 1 Görüşme Soruları). Sorulardan oluşan liste bir akış içinde konuttan, inönü caddesine oradan da gündelik rutinlere ve bireysel arzulara doğru tasarlanmıştır. Geçişler mekan-yer-eylemler-arzular-nesnel ilişkilerinde sağlanmıştır. Sorular kişilerin cevaplayabileceği ve cevaplamaktan rahatsız olmayacağı nitelikte oluşturulmuştur. Görüşmelerin bir kısmı gayri resmi sohbetler olarak telefonda da devam etmiştir. Görüşmeler resmi olmayan bir sohbet ile başlatılmasına özen gösterilmiş ve bu sohbetler soru aralarında da sürdürülmeye çalışılmıştır. Çünkü resmi yapılan soru-cevap görüşmelerinde katılımcıların cevaplarını gerçeklerden

uzaklaştırarak idealize ettikleri bilinmektedir. Gayri resmi etkileşimler etnografik yaklaşımlarda gerçeğe ulaşmanın önemli bir yolu olarak görülmektedir. Katılımcıların konuya odaklanmalarını ve kendilerini en gerçekçi şekilde ifade etmelerini sağlamak için, sohbetin ve soruların cevaplanmaları sürecinde, gidişatı katılımcıların yönlendirmesine izin verilmiş, iyi bir dinleyici olmaya çalışılmıştır. Görüşmeler sırasında kişilere özel farklılaşan verilerin yanı sıra doğrudan verilen cevaplar ve araştırma konusuna yönelik düşünceler, eylemler ve duygular not edilerek kayıt altına alınmıştır (Murchison, 2010).

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Bu çalışma etnografik çalışma alanı içinde on kişilik bir katılımcı grubu ile yapılmıştır. Uzun sohbet niteliğindeki görüşmeler üzerinden kişilerin doğal evsel ortamlarında gerçekleştirilmiştir. Gerçek ortamlarda gerçek kişilerin gündelik yaşamını anlamaya ve mikro düzeydeki verileri yakalamaya ve açığa çıkarmaya çalışan araştırmalar kategorisindedir. Bireylere odaklanan, bakış açıları, gündelik yaşam rutinleri, davranış örüntüleri içinden bilgi açığa çıkartmayı hedefleyen söylem ve yorum temelli bir çalışmadır. Çalışma genellemeler yapmaya yönelik istatistiki bir çalışma değildir. Etnografik yaklaşım ve gündelik yaşam çalışmaları çerçevesinde on kişilik bir katılımcı grubu içerdiği çeşitlilik de göz önüne alındığında geçerli ve güvenilir niteliktedir. Bu katılımcılar, farklı yaş gruplarından, İnönü Caddesi'nin farklı bölgelerinden seçilmiştir.

Katılımcılara görüşme öncesi çalışmanın kapsamı ve amacı hakkında bilgi verilmiştir. Kendilerinden alınan verilerin ve evsel alanlarından elde edilen görsellerin isimleri kullanılmadan kullanılması için katılımcılardan izin alınmıştır (Ek 2 Açık Rıza Formu). Katılımcılardan alınan veriler çalışma içinde K1,K2,K3 diye kodlanarak çalışmaya dahil edilmiştir. Görüşme soruları açık uçlu ve yönlendirme içermeyecek şekilde hazırlanmıştır.

Verilerin Analizi

Etnografik görüşmelerden elde edilen veriler soruların ve cevapların niteliğine göre gruplandırılıp yorumlanmıştır. Görüşme soruları üç ana başlık altında ele alınmıştır: 1. Konut standartları, 2. Gündelik yaşam 3. Arzular. Görüşmelerde katılımcıların demografik özellikleri, aile yapıları sorgulanmıştır. Bunlar üzerinden orta sınıf konut standartları, gündelik yaşam alışkanlıkları ve bireylerin arzuları irdelenmiştir. Gündelik yaşama dair veriler boş zaman, ulaşım ve alışveriş alışkanlıkları üzerinden; bireylerin arzuları ise yer, mekan ve nesnelere üzerinden tespit edilmeye çalışılmıştır.

Bulgular

Konut Standartları

Araştırma kapsamında belirlenen 9 katılımcının tümü İnönü Caddesi üzerindeki apartman dairelerinde yaşamaktadır. Konut standartları tabloda da belirtilen yaşayan kişi, büyüklük, mülkiyet, ısınma, ışık, manzara ve gürültü olmak üzere altı ölçüt üzerinden ele alınmıştır.

Tablo 2. Konut standartları

Katılımcı	Konutta yaşayan kişi sayısı	Büyükölçük	Mülkiyet durumu	Isınma durumu	Doğal ışıktan faydalanma durumu	Manzara tanımı	Gürültü faktörü
K1	3	172	Kendi	Doğalgaz / iyi ısınıyor	Kötü	Cadde ve körfez	Cadde gürültüsü olumsuz etkiliyor.
K2	4	125	Kendi	Doğalgaz/ iyi ısınıyor	İyi	Cadde ve bina	Cadde ve komşu gürültüsü olumsuz etkiliyor.
K3	3	160	Kendi	Doğalgaz/ iyi ısınıyor	Kötü	Cadde ve körfez	Cadde gürültüsü olumsuz etkiliyor.
K4	4	150	Kendi	Doğalgaz/ iyi ısınıyor	İyi	Körfez	Cadde ve kalabalık gürültüsü olumsuz etkiliyor.
K5	3	175	Kendi	Doğalgaz/ iyi ısınıyor	Kötü	Cadde	Cadde gürültüsü olumsuz etkiliyor.
K6	3	75	Kira	Merkezi/ iyi ısınıyor	İyi	Cadde	Rahatsız olmuyorum.
K7	3	170	Kendi	Doğalgaz/ iyi ısınıyor	İyi	Körfez	Rahatsız olmuyorum.
K8	2	180	Kendi	Doğalgaz/ iyi ısınıyor	İyi	Bina	Rahatsız olmuyorum.
K9	2	175	Kendi	Doğalgaz/ iyi ısınıyor	İyi	Cadde ve körfez	Cadde ve komşuların gürültüsü olumsuz etkiliyor.
K10	2	150	Kendi	Doğalgaz / İyi ısınıyor	İyi	Cadde ve körfez	Cadde gürültüsü olumsuz etkiliyor

Konutlarda yaşayan kişi sayısının 2-4 arasında değişen çekirdek aileler olarak ortaya çıkmaktadır. Konutların büyüklükleri de genel olarak benzeşmekte ve çoğunluğu 160 metrekare civarındadır. Bu ailelerin çoğu aynı zamanda mülk sahibidir. Konutların sekizinde doğalgaz, birinde ise merkezi kalorifer sistemi bulunmakta ve konutların kullanıcılarının tümü kış aylarında ısınma problemi yaşamadıklarını söylemiştir. Konutların doğal ışık ile ilişkisi üç katılımcı tarafından kötü olarak, altı katılımcı tarafından iyi olarak tanımlanmıştır. Işık memnuniyeti konutların İnönü caddesi boyunca bitişik nizamda sıralanan apartmanlardaki pozisyonları ile ilişkilidir. Bu apartmanların bir kısmı ince uzun tipleri ile hem caddeye hem de deniz tarafına olmak üzere iki yönlüdür. Bu ince uzun yapıları nedeni ile bu apartman dairelerinin çoğunda ortada ışıklığa bakan mutfak ve bir oda bulunmaktadır. Bazıları ise sadece körfeze ya

da sadece caddeye bakan cephelere sahiptir. Bu planlama tiplerinde de yine ortada bir mekânın ki bu çoğunlukla mutfak karanlık olması söz konusudur. Manzara da bu nedenle cadde ve körfez olarak çeşitlenir (Şekil 4). Bu sıralı yapı bloklarındaki daireler ya deniz, ya da cadde manzarasına sahiptir. Neredeyse hepsi ya apartmandaki komşuların gürültüsünden ya da caddedeki kalabalık ya da araç trafiğine bağlı gürültüden şikayetçidir (Tablo 2).

Günümüzde mekanlar, metanın toplumsal yaşamı işgalinin en önemli göstergelerinden biri haline gelmiştir. 'Görülebilir olan' nesnelere metayla kurulan ilişkiyi temsil ederler. Hatta görülebilen dünya metanın dünyası haline dönüşmüştür. 21. yüzyılda mekanlar, metaların soyut eşdeğeri olan gösteri ögesi haline almıştır (Debord, 1996, s.50-51). Bu durum özellikle tüketim mekanlarında ve orta sınıfın yaşama mekanlarında görülmektedir. İnönü Caddesi'ndeki konutlarda da bu durum cadde üzerinde oturma durumu, manzara faktörü, konut büyüklüğü gibi özelliklerin yanında konut içerisindeki donatılar ve nesnelere ile temsil edilmektedir. Bu durum daha çok mutfak ya da salon mekanlarında 'gösterişli' ve 'pahallı' mobilyalar, elektronik aletler ya da çeşitli mimari elemanlar ile sağlanmaya çalışılmaktadır (Şekil 5). Fakat diğerlerine göre nispeten gösterişli sayılabilecek konutlar ile gösterişli olmayan konutlardaki donatılarda işlevsel olarak bir fark olmadığı söylenebilir (Şekil 6).



Şekil 4. Üçüncü katılımcının konutundan körfez manzarası (Kaynak: Kurpınar arşivi, 2021)



Şekil 5. Birinci katılımcının salon mekanı (Kaynak: Kurpınar arşivi, 2021)



Şekil 6. Altıncı katılımcının salon mekanı (Kaynak: Kurpınar arşivi, 2021)

Konut bireyler için bir barınma ve yaşam alanıdır. Zamanın çoğunun geçirildiği konut mekanları psikolojik, duygusal, sosyal ve fiziksel anlamlar taşımaktadır. Fakat günümüz tüketim toplumunda konut mekanlarının bu işlevleri geri planda kalmış, konutlar ve içerisindeki donatılar tüketim nesnelere dönüşmüştür. Konutlar, sembollere, nesnelere sembolik anlamlarına çok önem veren yeni orta sınıf için yaşam tarzlarının ve arzularının birer yansıması haline gelmiştir (Akbıyık, 2019, s.546-555).

Diğer tüketim araçları ve nesnelere olduğu gibi konutlar da kişilerin toplum içerisindeki statülerinin göstergesi olan prestij aracı olarak görülen tüketim mallarıdır. Yatırım aracı olan konutların değişim değeri kişiler tarafından gelecek güvencesi olarak da görülmektedir. Konutlar da tıpkı kıyafetler gibi maddi ürünlerdir. Konutlar, sahiplerinin varlıklarının kapsamının temsiliyetidir. Yani konutlar ve içerisindeki nesnelere, kullanıcılarının tüketim alışkanlıkları, zevkleri, gündelik yaşamları ve toplumsal alandaki konumları hakkında bilgi verir (Bourdieu, 2005, s.15-17).

Gündelik Yaşam: Boş Zaman Alışkanlıkları, Ulaşım, Alışveriş

Günümüzde toplumsal yapılanmanın fiziksel çevresi ve mekanlar tüketime imkan tanıyacak ve hatta kolaylaştıracak şekilde örgütlenmektedir. Artık sadece alışveriş merkezleri, süpermarketler ya da pazarlar değil gündelik yaşamda yer edinen tüm mekanlar hatta konutlar bile tüketime hizmet eder olmuştur. Özellikle metropol kentler içerisinde ve çevresinde bulunan mekanlar tüketim odaklı mekanlar haline dönüşmüştür (Yırtıcı, 2002, s.21-36). İnönü Caddesi de gündelik yaşam aktiviteleri ile diğer tüketim alışkanlıklarının entegrasyonunun çok güçlü olduğu kent parçalarından bir tanesidir.

Katılımcılarla yapılan görüşmelerde tüm katılımcılar gündelik yaşamda ulaşımını kişisel araçları ile sağlamaktadır. Oysa ki İnönü Caddesi, İzmir İli içerisinde toplu ulaşım imkanları en kuvvetli olan bölgelerden bir tanesidir. Günümüz kapitalist tüketim toplumu yapısında otomobil sahibi olmak ve otomobilin değişim değeri bir gösteri ögesi olarak görülmektedir. Katılımcıların boş zaman aktivitelerine verdikleri cevaplar arasında nicelik açısından en fazla olan cevap ise 'alışveriş yapmak'tır. İnönü Caddesi dışında ziyaret ettikleri muhitler arasında ise Kemeraltı, Mithatpaşa Caddesi, Alsancak gibi alışveriş odaklı muhitler ya da Çeşme, Seferihisar gibi tatil beldeleri bulunmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu ise gündelik yaşamda markalaşmış mekanlarda (Şekil 7) vakit geçirdiğini belirtmiştir. Katılımcıların verdikleri cevaplar doğrultusunda gündelik yaşam aktivitelerinin tüketim odaklı olduğu söylenebilir (Tablo 3).

Tablo 3. Gündelik yaşam ve boş zaman eylemleri

Katılımcı	Ulaşım durumu	Boş zaman aktiviteleri	Gündelik yaşamda vakit geçirilen mekan tipi	Gündelik yaşamda ziyaret edilen muhitler
K1	Kişisel araç	Alışveriş yapmak, gezmek, örgü örmek	Markalaşmış mekanlar	Seferihisar, Kemeraltı, Güzelyalı
K2	Kişisel araç, metro, yaya	Kitap okumak, el işi yapmak	Yerel ticari mekanlar ve markalaşmış mekanlar	İnciraltı, Mithatpaşa Caddesi
K3	Kişisel araç, metro, yaya	TV izlemek, gazete okumak, dağ yürüyüşü yapmak	Yerel ticari mekanlar ve markalaşmış mekanlar	Kemeraltı, Seferihisar, Mithatpaşa Caddesi
K4	Kişisel araç, metros	Alışveriş yapmak ve yürüyüş yapmak	Markalaşmış mekanlar	Alsancak, Çeşme
K5	Kişisel araç	Alışveriş yapmak, temizlik yapmak, yemek yapmak	Yerel ticari mekanlar ve markalaşmış mekanlar	Seferihisar, Urla
K6	Kişisel araç, taksi	Bulmaca çözmek, kitap okumak, yemek yapmak	Yerel ticari mekanlar	Mithatpaşa Caddesi, Seferihisar, Çeşme
K7	Kişisel araç	Takı tasarımı, film izlemek, alışveriş yapmak	Markalaşmış mekanlar	Göztepe, İnciraltı, Kemeraltı
K8	Kişisel araç	Dans etmek, şiir yazmak	Doğada vakit geçiriyoruz	Kuşadası, Çeşme
K9	Kişisel araç, metro, yaya	Çini yapmak, kitap okumak, resim yapmak, film izlemek	Yerel ticari mekanlar	Kemeraltı, Güzelyalı
K10	Metro, yaya	Kitap okumak, çevrede ziyaretler	Yerel ticari mekanlar	Hatay, Mithatpaşa



Şekil 7. Markalaşmış Bireyselleşme/Sosyalleşme/Çalışma Mekanı: Starbucks (Kaynak: Kurpınar arşivi, 2021).

Sanayileşme ve modernleşme süreci bireylerin gündelik yaşam ve boş zaman aktivitelerini de etkilemiştir. Teknolojinin gelişmesi, küreselleşme, bunlara bağlı olarak sınırların ortadan kalkması gündelik yaşamı tüketim odaklı ve dinamik bir sürece dönüştürmüştür. Ortaya çıkan yeni tüketim kültüründe; ihtiyaç dışı nesnelere satın almak, kullanmak, para harcamak, israf etmek gibi yeni alışkanlıklar ortaya çıkmış ve tüm bu alışkanlıklar gündelik hayatın merkezine yerleşmiştir (Kırılmaz ve Ayparçası, 2016, s.46-48). Tüm dünyayı etkisi altına alan kapitalizm gündelik yaşam içerisindeki zaman ve mekan algısını değiştirmiş, göstergeleri tüketen bir toplum yaratmıştır (Baudrillard, 2002, s.67-72).

Boş zaman bir işin gerekliliğinden kurtularak, özgürlük alanı içerisinde tercihleri kapsayan serbest olma zamanıdır. Fakat bu serbest olma durumu tüketim kültürünün ve kapitalizmin hakim olduğu bugünün dünyasında bir tartışma konusudur. Çünkü kimin, neyi, ne zaman, ne kadar tüketeyeceğine, ne yapacağına karar veren bir sistem bulunmaktadır.

Kapitalist düzen ve tüketim kültürü, tüketimini sistemli yürütülmesi için kent merkezlerinde veya kent çeperlerinde alışveriş merkezlerini oluşturmuştur. Gösterişçi tüketimin ölçüsü olarak görülen alışveriş merkezleri yeni etkileşim ve iletişim mekanları haline gelmiştir. Mekan düzenlemeleri, mimarileri, konfor koşulları ve birçok işlevi bir arada barındırması ile tüketim toplumu için, kent içerisindeki tüketim mekanlarından daha ilgi çekici ve cazibeli olan alışveriş merkezleri alışverişin ötesinde eğlence, etkinlik ve sosyalleşme mekanlarına da dönüşmüştür (Şentürk, 2012, s.63-77). Modern kentli için bir odak ya da çekim merkezi olan alışveriş merkezleri 'boş zaman' ve 'gündelik yaşam' kavramlarının vazgeçilmez mekanı haline gelmiştir. Katılımcılarla yapılan görüşmeler sonucunda tüm katılımcıların kişisel alışverişleri için alışveriş merkezlerini kullandıkları saptanmıştır. Konuta yönelik ihtiyaçlar için ise daha çok İnönü Caddesi tercih edilmektedir (Tablo 4).

Tablo 4. Alışveriş alışkanlığı

Katılımcı	Konut ihtiyaçları için alışveriş sıklığı	Konut ihtiyaçlarının karşılandığı yer (Yiyecek içecek)	Kişisel alışveriş sıklığı	Kişisel alışverişin karşılanacağı yer
K1	Üç günde bir kez	İnönü Caddesi	Ayda üç ya da dört kez	AVM, İnönü Caddesi ya da internet
K2	İki günde bir kez	İnönü Caddesi	Ayda bir kez	AVM ya da İnönü Caddesi
K3	Haftada bir kez	İnönü Caddesi	Belli bir sıklık yok	AVM
K4	Haftada bir kez	İnönü Caddesi	Haftada bir kez	AVM
K5	Haftada bir kez	İnönü Caddesi	Birkaç ayda bir kez	AVM
K6	Her gün	İnönü Caddesi	Yılda birkaç kez	AVM
K7	Her gün	İnönü Caddesi	Haftada bir kez	AVM
K8	Haftada iki kez	İnternet	Ayda bir kez	AVM
K9	Haftada bir kez	İnönü Caddesi ve Mitahtapaşa Cad.	Üç ayda bir kez	AVM
K10	Haftada iki kez	İnönü Caddesi	Ayda bir kez	AVM ya da İnönü Caddesi

Katılımcılara yaşam tarzının standartlaşma durumu ile ilgili sorulan soruya verilen cevaplar aşağıdaki tabloda verilmiştir. Cevapların geneli İnönü Caddesi'nde yaşayan kişileri ve aileleri 'orta sınıf' olarak tanımlamış ve yaşam tarzının belirli bir standardı olduğunu, burada yaşayan kişilerin birbirine benzeyen tüketim alışkanlıkları olduğunu belirtmiştir (Tablo 5).

Tablo 5. Yaşam tarzı standardı

Katılımcı	İnönü Caddesi'nde bulunan konutların ve yaşam tarzının bir standardı olduğunu düşünüyor musunuz?
K1	Bence İnönü caddesinde yaşayanların belli bir ekonomik standardı yok. Caddede yaşayan kişilerin maddi gelir aralığı çok geniş. Bu sebeple konutların iç dizaynları ve yaşam tarzları da farklılık gösterebiliyor.
K2	Eski bir yerleşim olduğu için uzun süredir orada oturan insanlar bulunuyor. Bunun sonucunda tekiplen yaşam tarzı ve fiziksel çevre ortaya çıkmaktadır. Yani çok standart ve aynılaşan bir yaşam vardır.
K3	Evet belli bir standart olduğunu düşünüyorum. Gelir seviyesi orta ya da orta üstü. Sosyal ve ekonomik açıdan benzer yaşam tarzları olduğunu düşünüyorum.
K4	Evet genel olarak orta gelir grubunun oturduğu ve belli standartları olan konut grubu var.
K5	Genellikle orta yaşın üstünde insanlar var. Buradaki evler eski ve zamanında gençler tarafından satın alınmış ve bu gençler o evde yaşlanmışlar. Çok zengin insan yok, genellikle orta sınıf yaşıyor. Çok standart bir yaşam tarzı var.
K6	Herkes birbirine benziyor. Yaşam tarzları aynı, kişinin İnönü Caddesi'nde yaşar, yazın yazlığa gidilir. Bu yaşam tarzı klasik orta sınıf olarak tanımlanır.
K7	Her çeşitten ticari mekan var, hem zengine hem orta sınıfa hitap ediyor. Belli bir standart var, birbirine benzeyen yaşamlar var.
K8	Olabilir de olmayabilir de. Benim çevremdekilerin benzeyen yaşam tarzı var.
K9	Bu bölgede her kesimden insan var, ekonomik aralık yüksek, çok farklı yaşam tarzları olduğunu düşünüyorum.
K10	Farklı yaşam tarzları var. Orta sınıf da İnönü Caddesi'nde yaşıyor, bazı üst gelir grubu insanlar da burada yaşıyor.

Arzular: Yer, Mekan, Nesne

Nesnelere duyulan arzu gösteri ile doğru orantılıdır. Nesnelere büyüleyici ve dikkat çeken özellikleri tıpkı bir gizemin ortaya çıkması gibi ortaya çıkar ve diğer gizemli nesnenin ortaya çıkışına kadar toplumsal yaşamın merkezine yerleşir. Bu nesne tüketicisinin ve diğer tüketicilerin yaşam alanlarına girer girmez sıradanlaşır ve arzu duyulacak yeni nesnelere ortaya çıkar (Debord, 1996, s.65). Günümüz toplumu hiçbir toplumda olmadığı kadar göstergelere ve imajlara dayalı tüketim alışkanlıklarına sahiptir. Bu kapitalist toplum tipi, yaşam tarzını artık sadece bedenine giydikleri ile değil evi, mobilyaları, otomobili ve diğer sahip olduğu her şey ile sunmaktadır. Yani artık ürünlerin kimlik değerleri kullanım değerlerinin çok ötesine geçmiştir. Toplum bir gösteri toplumu dönüşmüştür (Süer ve Sayar, 2002, s.39-43). Bu durum da katılımcılarla yapılan görüşmelerde açığa çıkmıştır. Birçoğu evinde eskiyen mobilyaları ya da mimari elemanları yenilemek istemektedir. Ya da evinde olmayan bazı nesnelere arzu duymaktadır (Tablo 6).

Tablo 6. Birey-mekan, birey-nesne, birey-yer ilişkisinin arzular üzerinden analizi

Katılımcı	Konut memnuniyeti	Konutun iç mekan tasarım stili memnuniyet durumu	İnönü Caddesinde yaşama memnuniyeti	Arzulanan konut tipi	Arzulanan nesnelere	Caddeye dair arzular
K1	Memnun	Memnun	Memnun	Yok	Yeni yatak odası takımı	Yeni yeme içme mekanları
K2	Memnun	Kısmen memnun	Memnun	Doğa ile iç içe sakin bir konut	Daha büyük bir televizyon	Büyük bir kütüphane
K3	Memnun	Kısmen memnun	Memnun	Kente yakın bahçeli bir villa	Şömine	Yeni yeme içme mekanları
K4	Memnun	Kısmen memnun	Memnun	Çok büyük bahçeli, deniz kenarında bir ev	Yeni salon mobilyaları	Lüks yeme içme mekanları
K5	Memnun değil	Memnun	Memnun	Müstakil bahçeli lüks bir ev	Yok	Yok
K6	Memnun	Memnun değil	Memnun	Yok	Yok	Daha kaliteli yerel mekanlar
K7	Memnun	Memnun	Memnun	Yok	Robot süpürge ve cam slime makinası	Ayakkabı mağazaları ve elektronik mağazaları

K8	Memnun	Memnun	Memnun	Bahçeli, şömineli ve hazvulu bir ev	Yok	Yok
K9	Memnun	Memnun	Memnun	Müstakil bahçeli bir ev	Yeni bir banyo ve mutfak	Yok
K10	Memnun	Memnun	Memnun	Yok	Yok	kitap mağazaları

Günümüz dünyasında tüketim gereksinimlerin yanında arzulara dayanmaktadır. Hatta üretilen malların çeşitli sembol ve göstergelerle satışının yapılması da arzulara hitap etme kaygısından doğan bir satış stratejisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Satın alınan şeyler ya da nesnelere aracılığıyla tüketiciler, belli bir kişilik kalıbına girme arzusuna sahiptir (Bocock, 2009, s.27-28). Bu genelde bulunduğu statü grubunun ya da sınıfın bir üstüne çıkma arzudur.

Tüketimin sınırları yoktur. Tüketim gerçekten ihtiyaçlara bağlı, sonu olan, özümseyen ya da yutulan bir süreç olsaydı kişilerde doygunluk ya da tatmin noktasına ulaşırdı. Fakat tüketim böyle bir süreç değil, kapitalist dünyada tüketim arzulara hitap eden, dinamik ve kendi kendini tekrar eden bir süreçtir. Tüketim veya arzular bastırılmaz, hatta tüketimin toplum üzerinde bir baskısı vardır ve tüketim yokluk üzerine inşa edilir (Baudrillard, 2002, s.67-72). Yer, mekanlar ve nesnelere de tüketimin ve tüketim odaklı arzuların kölesi haline gelmişlerdir. Arzuların kölesi olma durumunu katılımcılarla yapılan görüşmelerin sonuçlarında da görmekteyiz. Katılımcılara yer, mekan ve nesnelere üzerinden memnuniyet durumları ve arzuları sorulmuştur. Alınan yanıtlarda çoğunluğun yaşadığı yer ve sahip olduğu mekan ve nesnelere memnun olduğu görülmektedir. Fakat bu memnun olma durumunun yanında 'yeni', 'lüks' ve 'çeşitlilik' kavramları üzerinden birçok arzuları bulunmaktadır.

Son yıllarda 'orta üst sınıf' ve 'üst sınıf' olarak adlandırılan bireyler kenti terk etmeye başlamıştır. Daha yalıtılmış, müstakil konut tercihi ve sadece kendileri gibi olanlarla yaşama isteği ortaya çıkmıştır. Bu durum kentin içerisindeki prestijli alanlarda bulunan boş arazilere müstakil konut inşası ile başlayıp sonrasında kentin çeperine doğru kaymıştır (Süer ve Sayar, 2002, s.49-53). İnönü Caddesi üzerindeki apartman dairelerinde yaşayan katılımcılarla yapılan görüşmelerde de birçoğunun müstakil konut tipini arzuladığı görülmektedir (Tablo 6).

Tartışma ve Sonuç

Küreselleşme süreci ile artan ve günümüzde dindirilemez bir ihtiyaca dönüşen tüketimin, İzmir İnönü Caddesi'nde yaşayan orta sınıf görüşme verilerinin analizinde de tipik yansımaları elde edilmiştir. Çalışmanın başlangıcında İnönü caddesi İzmir ili içerisinde orta sınıf tüketim alışkanlıklarının sürdüğü alanlardan biri olarak

nitelendirilmiş ve çalışma bu varsayım üzerine dayandırılmıştı. Elde edilen verilerin analizi ile, İnönü Caddesi örneğinde de orta sınıf tüketim kültürünün tipik yansımalarına ulaşılmıştır. Bu yansımalar arzular, semboller ve kimlik kavramlarının uzantısında değerlendirilmiştir. Yapılan görüşmelerde elde edilen katılımcı verileri de, orta sınıf gündelik yaşam rutinleri ve tüketime yönelik temel ortaklık ve benzerlikleri ortaya koymuştur. Tüm dünyayı saran tüketim olgusunun, toplumların özellikle de orta sınıfın yaşam tarzı, gündelik alışkanlıkları ve arzularının belirleyicisi haline gelişi bu çalışma ile de desteklenmiştir (Weber ve Roth, 1978, s.1359-1360). Benzer pratikler, benzer mekanlar ve bunların maddi ilişkileri toplumsal kimlikleri toplumsal sınıflar içinde konumlandırmıştır (Mansvelt, 2005, s.6-7). Alışveriş rutin olmasına rağmen kimlik inşası bu pratikler, mekanlar ve nesnelere maddi ilişkilerinin etkisi altındadır. Dolayısı ile bu sistem içindeki kimlik inşasının temel taşı tüketilen şeyler olduğunu yinelemek doğru olacaktır (Rowland, 1994, 147-166). Bu durum adeta 'kimliğin trajik boyutu' olarak tüketim kültürü yazınlarında vurgulanmıştır (Baudrillard, 1998-s.194-196).

Kapitalist küresel dünyada, tüketim artık ürün ve hizmetin kullanım değerinin ötesinde, arzuların sonsuz olduğu, ihtiyaçtan fazlasının tüketildiği bir tüketim toplumu yaratılmış ve insanlar ile ilgili ve yaşama dair her şeyi, nesnelere ve mekanları etkisi altına almıştır (Bocock, 2009, s.27-28, 87-88). İnönü caddesi katılımcıları ölçeğinde de durum benzer niteliktedir. Nesnelere elde etme isteğinin gerçek olmayan bir ihtiyaç ile ortaya çıkışı var olanı değiştirme, yerine yeni olanı, farklı ya da gelişmiş bir üst modeli arzulama olarak ortaya çıkmaktadır. Örneğin bazı katılımcılar işlevsellik açısından son derece iyi durumda olan mobilyaları ya da elektrikli cihazları olmasına rağmen yenilerini arzulamaktadır. Var olanın yerine, yeni bir yatak odası takımı ya da daha teknolojik bir elektrik süpürgesi almak hayal edilmektedir. Bazı katılımcılar yaşadıkları konutun niteliğinden ve manzarasından memnun olduklarını ifade etmelerine rağmen, şömineli konut veya havuzlu ev arzulamaktadırlar.

Çalışmanın sonucunda tüketim toplumu içerisinde kendini var etmeye çalışan bireylerin mekanlar ve nesnelere aracılığıyla kimlik oluşturma çabası içerisinde olduğu, orta sınıf yaşam tarzının, boş zaman ve alışveriş alışkanlıklarının birçok açıdan standartlaştığı ya da sistem tarafından standartlaştırıldığı verilerine ulaşılmıştır. Katılımcılar boş zamanlarını genel olarak çevredeki yerel ticari mekanlarda ya da markalaşmış mekanlarda tüketim odaklı olarak (alışveriş ya da yeme-içme) geçirmektedirler. Konut ihtiyaçlarına dair alışverişlerini genel olarak İnönü Caddesi'nden sağlarken, kişisel alışverişleri için alışveriş merkezlerini tercih etmektedirler. Standartlaşan yaşam ve mekanlar içerisinde orta sınıfa ait bireylerin tüketim alışkanlıklarının ve arzularının benzer olduğu ve bunların 'üst sınıf' olma çabası ile şekillendiği ortaya çıkmıştır. İzmir ili içerisinde üst sınıf olarak tanımlanan kesim,

şehrin çeperindeki müstakil bahçeli villa tipi konutlarda yaşamaktadırlar. Görüşmelere katılan katılımcıların da tümü yaşadıkları konutlardan memnun olmalarına karşın, birçoğu müstakil bahçeli villa tipi konut arzu etmektedir.

Nadir bulunan, lüks olarak tanımlanan, sembolik değerler içeren şeyler, üst sınıfları ya da ayrıştırılmış yaşam tarzlarını tanımlamanın en bilinen yoludur. Bu nesnelere, eylemlerin ya da mekanların yaygın olanlardan farklı olması gerekir ve zevk diye vurgulanan konunun özünde gizlidir (Bourdieu, 1984). Görüşmelerde en çok bahsi geçen kavramlardan biri de 'lüks' kavramıdır. Bu kavram bu çalışma kapsamında da mevcut durumdan ayrılmak ve ayrıcalıklı daha konforlu bir yaşama duyulan istek olarak anlaşılmıştır (Veblen, 2007, s.40-59).

Arzulanan nesnelere ise zorunlu ihtiyaçlardan ziyade gösteri unsuru olan ya da yaşam kalitesini yükselten nesnelere olduğu söylenebilir (Debord 1996, s.50). Örneğin yeni salon mobilyaları, daha büyük bir televizyon, ya da şömine zorunlu ihtiyaçlar olmamakla beraber arzu nesnelere olarak talep listesinde yer almaktadır. Günümüz tüketim kültüründeki tüm mekanlar ve nesnelere 'gösteri' ögesi haline gelmiştir. Yeme-içme, alışveriş gibi işlemlere sahip tüketim mekanları, barınma işlevli konutlar, ve tüm bu mekanların içinde yer alan nesnelere 'gösteri' amacına hizmet etmektedir. Bu gösteri sembollerinin ilettiği ortak dil üzerinden anlam bulmakta yaşam tarzlarını ve bireylerin kimliklerini tanımlamaktadır. Bu durum bireyler bağlamında eleştiriye gerektiren bir bağlamın çok ötesindedir. Bu durum kültürün bireyleri ve duygularını ve davranışlarını yaratmasının bir sonucudur. Yaşam tarzları, kimlik inşa etme süreçleri içinde yaşadığımız kültürün bir çıktısıdır. Bu durumu sistem kendiliğinden yaratmakta ve beslemektedir. Bir nesneyi ya da bir mekanı tüketmenin ötesinde 'tüketimin' kendisi bir arzu olgusudur ve başlı başına bir ihtiyaca dönüşmüştür. Tüketilen şey bireyler üzerinde işlevsel bir ihtiyaç hissi yaratmaktan ziyade, bireylerin o şeye yükledikleri anlamlar ile ilişkilendirilmektedir. Çünkü tüketilen şeyler, nesnelere ve mekanlar bireylerin kimlik yaratmasında en önemli etmenler haline dönüşmüştür.

Makalenin Araştırma ve Etik Beyanı Bilgileri

Yazarın Çıkar Çatışması Beyanı	Araştırmaya konu olan durum, olgu veya kurum ile yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.
Yazar(lar) Katkı Oranı Beyanı	Çalışmanın tamamlanmasında birinci yazarın katkı oranı %50, ikinci yazarın katkı oranı %50'dir.
Etik Kurul Onay Belgesi	Araştırma/inceleme sırasında etik kurul onay belgesi gerektiren herhangi bir bilimsel yöntem kullanılmamıştır.

Kaynakça

- Akbıyık, M. (2019). Yeni Orta Sınıfın İdeal Ev Tasvirlerine İlişkin Bir Değerlendirme. *Journal Of International Social Research*, 12(65), 546-555.
- Baudrillard, J. (1998). *The Consumer Society Myths and Structures*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- Baudrillard, J. (2002). Tüketimin Tanımına Doğru. *Çağdaş Mimarlık Sorunları, Mimarlık ve Tüketim*, Boyut Yayın Grubu, 67-72.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim*. (İ.Kutluk, Çev.). Ankara: Dost Yayınları. (özgün eser 1993 tarihlidir).
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*, trans. Richard Nice, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (2005). *The Social Structures of the Economy*. Polity Press, 15-17.
- Crompton, R. (1996). *Class and Stratification: An Introduction to Current Debates*. Oxford: Polity Press.
- Dawson, C. (2007). *A Practical Guide to Research Methods: A User Friendly Manual for Mastering Research Techniques and Projects*. Oxford: How To Content.
- Debord, G. (1996). *Gösteri toplumu*. (A.Emekçi, O.Taşkent. Çev.) *İstanbul: Ayrıntı Yayınları*. (özgün eser 1967 tarihlidir).
- Erdoğan, S. K. (2020). *Mekânsal Arayüzler: 1960-1980 Yılları Arasında İnönü Caddesinde İnşa Edilen Modern Apartmanlar Üzerine Bir Araştırma*. İzmir: İzmir Demokrasi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.
- Fichter, J. (2011). *Sosyoloji Nedir?*. (N. Çelebi, Çev.) Anı Yayınları.
- Fromm, E. (1996). *Çağdaş Toplumların Geleceği Bütün Eserleri*. (G. Kaya ve K.H. Ökten, Çev.) *İstanbul: Artan Yayınları*.
- Kırılmaz, H., Ayparçası, F. (2016). Modernizm ve Postmodernizm Süreçlerinin Tüketim Kültürüne Yansımaları. *İnsan ve İnsan*, 3(8).
- Mansvelt, J. (2005). *Geographies of Consumption*. Wiltshire: Sage Publications Inc.
- Marx, K., Engels, F. (1967). *Capital: A Critique of Political Economy*. New York: International Pub.
- Murchison, J.M. (2010). *Ethnography Essentials: Designing, Conducting, and Presenting Your Research*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Rowlands, M. (1994). The Material Culture of Success: Ideals and Life Cycles in Cameroon. Friedman, J. (Ed.). In *Consumption and Identity* (pp. 147– 166). Chur, Switzerland: Harwood.
- Sencer, M. (1967). Bir Sosyal Sınıf Kriteri Olarak Yerleşme Kesimi ve Konut. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi*, 2(21-22), 199-212.
- Süer, D., Sayar Y. (2002). Küresel sermayenin yeni tüketim mekânları lüks konut siteleri. *Çağdaş Mimarlık Sorunları, Mimarlık ve Tüketim*, Boyut Yayın Grubu, 39-66.

- Şentürk, Ü. (2012). Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsallaştığı Bir Mekân: Alışveriş Merkezleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (13), 63-77.
- Weber, M., Roth, G. (1978). *Economy and Society: an Outline of Interpretive Sociology*. (vol.1). University of California Press.
- Veblen, T. (2007). *The Theory of the Leisure Class: An Economic Study of Institutions*. New York: Oxford University Press (Original source is in 1899).
- Yırtıcı, H. (2002). Tüketimin mekansal örgütlenmesinin ideolojisi. *Çağdaş Mimarlık Sorunları, Mimarlık ve Tüketim*, Boyut Yayın Grubu,, 9-38. *İnsan ve Toplum Bilimler Kongresi*. Priştina-Kosova.

Exploring Middle Class Living Standards and Consumption Habits via Inonu Street

This study focuses on the spatial representation of the middle class in the province of İzmir, Türkiye over the example of the residences and users on Inonu Avenue, which is one of the most obvious examples of middle class in terms of living standards. Inonu Avenue currently forms the border between Konak and Karabağlar districts. The apartment buildings to the north of the avenue (towards the bay) belong to the Konak district, while the ones to the south belong to the Karabağlar district.

The first residential areas that developed in İzmir, which started to grow gradually from the 1960s, were the area between Karataş and Üçkuyular (Fahrettin Altay Square), that is, Inonu Avenue and its surroundings. Inonu Avenue, one of the most important axes in the downtown İzmir, forms a continuous six-kilometer arterial road parallel to the coastline, starting from Fahrettin Altay Square and extending to Varyant or Eşrefpaşa. There are seven- to eight-storey contiguous apartment buildings on both sides of Inonu Avenue. On the other adjacent axes of the avenue, there are three- to eight-storey apartment buildings. Nowadays, there is an underground rail transportation network along Inonu Avenue. Commercial functions are almost all located on the ground floor of the avenue's buildings. These commercial functions include all activities from food and beverage venues to furniture and clothing stores. These consumption venues and the dense residential texture of the contiguous buildings play a leading role in the avenue's place in the city's memory.

The apartments on Inonu Avenue have similar facade designs and very similar plan schemes. The avenue serves as an important social center and transportation network in İzmir city. As such, the user group of the avenue involves more than the residents of the apartments (Erdoğan, 2020, p.118-119).

In this study, the living preferences, lifestyles, desires, and daily habits of people living on Inonu Avenue, an important street in the downtown İzmir, are examined through various questions based on the concept of 'consumption', which relate to object-individual, housing-individual, and place-individual relationships through housing standards, everyday habits, and desires. It is observed that the primary consumer group in this area is the middle class.

The exact definition of the middle class, which constitute the primary actors of the study, has long been a hodgepodge of controversy. The most widely accepted definitions

are made by Marx and Weber. Marx defines the concept of 'class' and elaborates its economic, political, and cultural dimensions based on the ownership of labor power and the means of production. According to Marx, there is a middle class called 'petite bourgeoisie' between the bourgeoisie (which makes up the upper class) and the working class (which makes up the lower class). The middle class, i.e. the petite bourgeoisie, includes salaried individuals and families such as doctors, lawyers, pharmacists, civil servants, and accountants. In Marx's theory, although class distinctions are not sharp, the middle class is predicted to weaken and disappear over time (Marx and Engels, 1967, p.109-115). Weber, on the other hand, defines the concept of 'middle class' by incorporating daily life, social status, prestige, and consumption habits, in addition to Marx's theoretical approach. According to Weber, individuals in the middle class share standardized similar lifestyles, vacation habits, and consumption habits (Weber and Roth, 1978, p.1359).

Starting in 1960s, many innovations that emerged worldwide led to changes in consumption habits. This change and transformation were reflected both in the concept of "class" and in spaces. Spaces that changed in quality in line with developments in the world began to be reorganized with the aim of increasing consumption under capitalism. This new order, which denies the consumer the right not to consume, has turned the consumer into an object that is forced to consume, and has determined the "middle class" group as the primary consumer group. Therefore, consumption tools have also become rationalized organizations, just like production tools. Consumption now carries a meaning far beyond meeting needs, while consumption spaces aim to turn consumption into a pleasurable act (Yırtıcı, 2002, p.11-12). After Marx and Weber, the concept of "new middle class" began to be redefined through changing leisure habits, daily life, consumption habits, popular trends, desires, and practices, in parallel with innovations (Crompton, 1996). These changing consumption habits have begun to be observed especially in individuals living in metropolises and city centers. Changing consumption habits and desires are formed with an effort to create identity. Individuals want their consumption habits and desires to be understood by others and aim to share common cultural symbols with others (Bocock, 2009, p.27).

Just as labor and workforce were exploited in periods when production was the focus, nowadays, a consumption-based exploitation dominates. In other words, we now experience the situation whereby consumers are unable to decide where, how, and how much to produce, which was previously experienced by producers, i.e. workers. There is now a system that dominates what consumers will consume and how much. The capitalist system constantly increases the needs of the consumer society it creates and instructs it to consume more and more. We now have a consumption

system that can calculate both the quantity and quality. All of this capitalist order has brought about the concept of the "consumer society."

An important criterion that underlies class distinctions based on consumption is the residential areas, types, and standards of housing. Social class distinctions play a significant role in shaping cities and housing. The effects of class distinctions on housing are discussed with respect to location, type, size, quality, repair status, and amenities. It is possible to say that the middle class generally lives in certain locations in the city and in housing types with certain qualities (Sencer, 1967, s.200-201).

The consumer society created by the processes of the Industrial Revolution, modernization, and urbanization systematically and programmatically creates the phenomena of "leisure time" and "everyday life," like all other activities. Tendencies and behaviors that evaluate "leisure time" and "everyday life" through consumption-oriented activities are created and instilled in society (Fitcher, 2011). Many leisure time and everyday life activities of the community referred to as the "middle class" are similar consumption-oriented activities.

Another issue addressed in the study is the endless desires created by the phenomenon of consumption. The phenomena of consumption and desires have a cyclical pattern that triggers each other. Consumption is a social process that involves symbols and indicators and is based on increasing desires day by day (Bocock, 2009, p.87). This study further addresses the desires individuals have for places, spaces, and objects.

The study is based on ethnographic interviews and is a qualitative analysis focusing on interpretation. The main premise of the study is that "Inonu Street is a city block where a large middle class resides." The main question of the research is, "What are the standards for middle-class consumption habits, housing standards, living standards, and desires based on this place (Inonu Street)?" Examining and revealing these standards help determine contemporary middle-class housing standards, daily life habits, and desires. This study attempts to draw conclusions about the presence of individuals trying to establish their identity through spaces and objects within the consumer society, the status of middle-class lifestyles, housing standards, leisure activities, and desires.

This study concludes that individuals trying to establish themselves within a consumer society are striving to create their identities through spaces and objects, and that the middle-class lifestyle, leisure and shopping habits have been standardized in many ways by the system. Participants generally spend their leisure time in local commercial places or branded places, primarily focusing on consumption (shopping or dining). While they generally provide for their housing needs from Inonu Avenue, they prefer

shopping centers for personal shopping. It has been found that individuals belonging to the middle class constantly have increasing consumption habits and desires, all guided by the effort to become the "upper class" within standardized living spaces. Currently, upper-class individuals in İzmir Province live in detached garden villas. While all participants in the interviews seem to be satisfied with the houses they live in, a sizeable majority desires a detached garden villa type of residence. A recurring theme in the interviews is the concept of "luxury". The desired objects turn out to be not mandatory needs but rather objects that serve as a display element or is deemed to enhance the quality of life. For example, new living room furniture, a larger television, or a fireplace have now become objects of desire even though they are not necessary needs.

All spaces within contemporary industrial society have turned into a "display" element. Apart from consumption spaces with functions such as dining and shopping, even residential buildings and objects contained in them have various symbols today that serve the purpose of "display". This, however, is not what individuals do knowingly or willingly but one spontaneously created by the system. In other words, consuming an object or a space has become a need in itself. What is consumed is associated with the meanings that individuals attach to them rather than creating a sense of need in individuals, and has thus become the most important factor in creating individuals' identities.

EK-1

Kişisel Bilgiler ve Aile Bilgileri:

1. Kaç yaşındasınız?
2. Eğitim durumunuz nedir?
3. Ne işle uğraşıyorsunuz?
4. Evli misiniz?
5. Çocuğunuz var mı? Kaç çocuğunuz var? Yaşları kaç?
6. Eşiniz ne işle uğraşiyor?
7. Gelir durumunuzu nasıl tanımlarsınız? (üst-orta-alt)
8. İnönü caddesinde kaç yıldır oturuyorsunuz?

Konut Bilgileri:

9. Eviniz nerededir?
10. Eviniz kaç metrekaredir?
11. Eviniz size mi ait yoksa kiralık mı?
12. Evinizin tasarım stilini nasıl tanımlarsınız? (modern- klasik- retro)
13. Evinizin stilini değiştirmek ister misiniz? Arzuladığınız bir stil var mı?
14. Evinizde kaç kişi ve kimlerle yaşıyorsunuz?
15. Evinizde herkesin özel bir odası var mı?
16. Eviniz iyi ısınıyor mu? Ne ile ısınıyor?
17. Evinizin doğal ışıktan yeterince faydalandığını düşünüyor musunuz? Balkonunuz var mı? Işık almayan odanız var mı?
18. Evinizin manzarasını nasıl tanımlarsınız?
19. Eviniz temiz havadan yeterince faydalanıyor mu?
20. Evinizdeki ya da çevresindeki gürültü faktörü size nasıl etkiliyor? Rahatsız oluyor musunuz? (komşu ya da cadde)
21. Evinizdeki rutin işleri kim yapıyor? (Temizlik, yemek yapma, alışveriş)
22. Evinize temizlik, ütü ya da yemek yapmak için bir yardımcı geliyor mu?
23. Konutunuzun ortalama standart bir konuttan eksikleri neler olabilir?
24. Konutunuzun ortalama standart bir konuttan ayrıcalıkları nelerdir?

Gündelik Yaşam, Nesnelere, Arzular, Eylemler, Alışkanlıklar

25. Kişisel aracınız var mı? Hanede kaç araç var? Genellikle ulaşımınızı nasıl sağlıyorsunuz? Nerelere gidersiniz?
26. Sizin için konfor ya da lüks neyi ifade ediyor? İlk aklınıza gelen şeyler nelerdir?
27. Evinizde lüks ya da konforlu bulduğunuz eşyalar nelerdir? (elektronik, mobilya, jakuzi, akıllı sistemler, mutfak eşyaları vb)
28. Şu an evinizde olmayan ve evinizde olmasını arzuladığınız başka şeyler var mı? Nelerdir?
29. Boş vakitlerinizde neler yaparsınız? Hobileriniz var mıdır?
30. Evinizde hangi eylemleri gerçekleştirirsiniz?
31. Dışarıda hangi eylemleri gerçekleştirirsiniz?
32. Sıradan bir gününüz nasıl geçiyor? (Yer/Mekan olarak nerelere gidersiniz?)
33. Ev alışverişinizi (yiyecek/içecek ve sarf malzemeleri) nereden ve ne sıklıkla yaparsınız?
34. Kişisel alışverişinizi nereden ve ne sıklıkla yaparsınız? (kıyafet, bakım ürünleri, vb)

35. Kişisel bakımınız için ne kadar sıklıkla kuaföre, bakıma vb gidersiniz? Ve ne işlem yaptırırsınız?
36. Alışveriş yaptığınız ya da günlük vaktinizi geçirdiğiniz yerleri tanımlar mısınız? Yerel ticari mekanlar mı yoksa markalaşmış mekanlar mı?
37. Hangi ve ne tür mekanların sizi yansıttığını düşünürsünüz? Bu mekanlarda bulunmaktan neden keyif alırsınız?
38. Gündelik yaşam içerisindeki eylem ve alışkanlıklarınızdan hangilerini sürdürmek hangilerinden vazgeçmek istersiniz?
39. Yaşadığınız konuttan memnun musunuz? Size sunduğu standartlar nelerdir?

İnönü Caddesi

40. İnönü Caddesi'nde yaşamaktan memnun musunuz? Size sunduğu avantajlar, dezavantajlar ya da standartlar nelerdir?
41. İnönü Caddesi'ni hangi aktiviteler için kullanıyorsunuz? (alışveriş, sosyalleşme, yemek vb)
42. İnönü Caddesi'nin yakın çevresinde zaman geçirir misiniz? Ya da nerelere gidersiniz? Ne tür aktiviteler gerçekleştirirsiniz?
43. İnönü Caddesi gündelik rutin içerisinde sizin tüm ihtiyaçlarınıza cevap veriyor mu? Ya da hangi ihtiyaçlarınıza cevap verebiliyor ya da veremiyor?
44. Caddenin en beğendiğiniz özellikleri nelerdir?
45. Caddenin problemleri nelerdir?
46. İnönü Caddesi'nin eski hali ve yeni halini karşılaştıracak olsanız nelerden bahsedersiniz?
47. İnönü Caddesi'nde alışveriş yapmak için ya da yemek yemek için yeterli çeşitte ve sayıda ticari mekanlar olduğunu düşünüyor musunuz?
48. İnönü Caddesi'nde olmasını arzuladığınız bir şeyler ya da açılmasını istediğiniz mekanlar var mı?
49. İnönü Caddesi'nde bulunan konutların ve yaşam tarzının bir standardı olduğunu düşünür müsünüz? Düşünürseniz bu konuyu biraz açar mısınız?

EK-2

İZMİR YÜKSEK TEKNOLOJİ ENSTİTÜSÜ

Mimarlık Fakültesi 35430 Gülbahçe Kampüsü URLA İZMİR Tel: 0 (232) 750 7000

AÇIK RIZA BEYAN FORMU

.../.../...

Bu görüşme İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü Mimarlık Fakültesi Doç. Dr. Nilüfer Talu yürütücülüğünde gerçekleşen ID 524 'Consumption Trends & Material Culture' dersi kapsamında değerlendirilecektir. Görüşme dersin öğrencisi Yeliz Kurpınar tarafından gerçekleştirilecektir. Bu görüşmeden elde edilen veriler dersin yürütücüsü ve öğrencisinin "Orta Sınıf Yaşam Normları ve Tüketim Alışkanlıklarının İzmir İnönü Caddesi Üzerinden İncelenmesi" başlıklı akademik makalede kullanılacaktır.

Bu görüşme esnasında elde edilen katılımcıya ait yazılı ve görsel veriler eğitim, öğretim süreci ve yukarıda bahsedilen akademik çalışma kapsamında isim verilmeden kullanılacaktır.

İmza

Görüşmeci Adı Soyadı: Yeliz Kurpınar
Mimarlık Fakültesi Araştırma Görevlisi

İmza

Dersin Yürütücüsünün Adı Soyadı: Doç. Dr. Nilüfer Talu
Mimarlık Fakültesi Öğretim Üyesi

Bu görüşme esnasında elde edilen tarafıma ait yazılı, ve görsel verilerimin eğitim, öğretim süreci ve akademik çalışmalar kapsamında bilimsel amaçlar doğrultusunda isim verilmeden kullanılmasına izin veriyorum.

İmza

Katılımcı Adı Soyadı:
Meslek, Tel: