

## ÇOK-İŞLEVLİ YAPI KOMPLEKSLERİNDE YAŞAYAN ÜST-ORTA SINIFLARIN TÜKETİM ÖRÜNTÜLERİ<sup>1,2</sup>

Seran DEMİRAL<sup>3</sup>

### ÖZ

Kent mekânında yaşama, çalışma ve tüketim gibi temel gereksinimlere bağı işlevsel kümelenmenin yanı sıra, farklı işlevlere yönelik inşa edilen mekânlar, sınıfsal etkilere bağı olarak da ayrışmaktadır. Özellikle 2000'ler itibariyle yaygınlaşan, konut ve ofislerin alışveriş merkezi etrafında örgütlendiğı ve birden fazla işlevin fiziksel açıdan bir araya geldiğı yerleşim alanları, mekânsal pratikler ekseninde yeni yaşam biçimleri üretmekte; gündelik hayat ile kent kültürüne ilişkin çalışmalara olanak tanımaktadır.

Toplumsal tabakalaşma ve sınıfsal ayrımın kent mekânı odağında irdelendiğı çalışmada, üst ve üst-orta tabakalara mensup insanlarla yapılan mülakatlar çerçevesinde, üst sınıfların mekân ve tüketim mekânı tercihleri, kültürel tüketim aktiviteleri, kenti sosyal açıdan nasıl deneyimledikleri analiz edilmeye çalışılmıştır. Birden fazla işlevin iç içe geçtiğı AVM-ofis-rezidans komplekslerinin, handiyse gelenekselleşmiş klasik anlamdaki güvenli sitelerden ayrışıp ayrışmadıklarının sorgulandığı çalışmada, güvenli sitelerde ve yeni nesil 'içe-kapanık yaşam komplekslerinde' (enklav) ikamet eden insanlarla derinlemesine mülakat tekniğıyle görüşülmüştür.

Bu yazıda, çok-işlevli komplekslerde yaşayan üst-orta sınıfların tüketim alışkanlıkları ve hayat tarzlarındaki belirgin özelliklere değinilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Enklav, çok-işlevli yapılar, güvenli siteler, mekânsal ayrışma, üst-orta sınıflar.

---

<sup>1</sup> Bu çalışma, İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nde Doç. Dr. Lütfi Sunar danışmanlığında 2016 Haziran ayında tamamlanan *Farklı Sosyal Sınıfların Mekansal Ayrışma Eğilimleri: Üst Tabakaların Mekan Tercihlerine İstanbul'dan Karşılaştırmalı Örnekler* başlıklı yüksek lisans tezine dayanarak oluşturulmuştur.

<sup>2</sup> Bu makale, 1-3 Aralık 2016'da ODTÜ'de gerçekleştirilen VIII. Ulusal Sosyoloji Kongresi'nde aynı başlıkla yer alan sözel bildiri sunumunun geliştirilmesiyle oluşturulmuştur.

<sup>3</sup> Doktora Öğrencisi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

## CONSUMPTION PATTERNS OF UPPER-MIDDLE CLASSES LIVING IN MULTI-FUNCTIONAL ENCLAVES

### ABSTRACT

Besides functional clustering owing to the basic needs as living, working and consuming through urban spaces; spatial segregation is also derived from class distinctions. Mix-used buildings that have become widespread especially since 2000s make different functions get together physically in same areas, and residential places' and offices' organizing around shopping malls creates new life styles by spatial practices; as a result, new researches on daily life and urban culture would be possible to realize.

In this study which analyzes social stratification and class distinction focusing on urban space, upper classes' spatial preferences, consuming habits, cultural activities and social life tendencies were examined by the investigations with the people from upper classes. In order to compare multi-functional enclaves where house-office and malls are organized together to gated communities that could be defined as becoming traditional; in-depth interviews were made with similar people living in gated communities and the new types of enclaves.

Some specific features of upper-middle classes who residence in multi-functional enclaves' consuming patterns and life styles will be mentioned in this article.

**Keywords:** Enclave, multi-functional structures, gated communities, spatial segregation, upper-middle classes.

## 1.GİRİŞ

Sosyo-mekânsal ayrışmanın günümüz İstanbul’unda deneyimlenme biçimlerine farklı semtler özelinde çeşitli örnekler vermek mümkündür. Semtlerin sosyo-ekonomik açıdan ayrışmaları, farklı sosyal tabakaların belirli semtleri tercih etmelerine veya belirli semtlerde ikamet etme zorunluluğu içerisinde olmalarına yol açarken, 2000’li yıllar itibariyle yaşama alanlarında görülen yeni konut tipleri, özellikle üst-orta ve üst tabakaların yaşama alışkanlıklarındaki çeşitlenmeler doğrultusunda, mekânsal tercih ayrımlarına da yol açmıştır. Toplumsal tabakalar ile kentsel mekân arasındaki ilişki üzerine yoğunlaşan çalışmalara bakıldığında, özellikle güvenli siteler konusunun güncel olduğu gözükmektedir. 1990’lar sonu itibariyle yaygınlaşan güvenli siteler aracılığıyla gelir düzeyindeki farklılaşmaların kentsel mekândaki tercihlere nasıl yansıdığını konu eden Kurtuluş’un (2011) veya işleve bağlı mekânsal bir aradalık yerine, benzer toplumsal grupların kümelenmesiyle kent mekânı üzerinde ayrışmaların nasıl meydana geldiğini ele alan Erder’in (2006) çalışmaları bunlara örnek olarak verilebilir. Uluslararası şirketlerde, finans odaklı işlerde ve üst pozisyonlarda çalışan, yüksek eğitimli sınıf fraksiyonlarına değinen Danış (2001), bu açıdan enklav tipi yaşama alanlarını merkeze alan çalışmalarında, mekânsal ayrışmanın aktörleri arasındaki eğitim ve meslek konularındaki farklılıklara da yer vermiştir.

1990’lı yılların ortalarından itibaren güvenli sitelere artan ilgi, 1990’lar sonunda belirli bir sosyo-ekonomik düzeyin üzerindeki insanlar için genel eğilim haline gelirken, 2000’lerin sonuna doğru, iş yaşamının hayat tarzları üzerindeki artan etkisiyle birlikte çalışma mekânları etrafında örgütlenen yaşama alanları, çok-işlevli yapı komplekslerini de tercih edilen mekânların başında getirmektedir. Birden fazla işlevin bir arada toplandığı ‘yaşam kompleksleri’nin yaygınlaşmasının sebeplerine büyük ölçekli kuramlar açısından bakıldığında, iki ana olgudan bahsetmek mümkündür; bunların ilki mutenalaştırma süreçlerinin İstanbul’da aldığı biçimler, diğeri ise özellikle Sassen’in yakın dönem çalışmalarıyla derinleştirdiği küresel kent – küresel ekonominin kısıyında gelişmekte olan kentlerin evrimidir. New York, Londra ve Tokyo kentlerini, kültürel çağrışımı nispeten yoğun olan ‘dünya kenti’ ifadesi yerine, ekonomik vurguyla ‘küresel

kent' şeklinde yeniden kavramsallaştıran Sassen (1991), sonraki çalışmalarında küreselleşmekte olan kentler veya dünya ekonomisinin periferi bölgelerinde yer alan şehirlerin finans merkezleri üzerinde durmuştur. Teknolojik ilerleme, ekonominin uluslaşırılması ve bilhassa iletişim teknolojilerinin iş yaşamı üzerindeki etkisi, coğrafi açıdan büyük ölçekli dönüşümleri tetiklemekte, ulusal büyük finans merkezlerinin yerini, yeni alternatifler almaktadır. Uluslararası finans merkezlerinin yaygınlaşması kent ölçeğinde fiziki olarak merkezi iş alanlarının (MİA) görünürliğini artırır veya kentlerde yeni MİA oluştururken; sosyal/kültürel açıdan ise 'ulussuzlaşan' veya uluslaşırılan kurumsal elit bir sosyal tabaka yaratmaktadır (Sassen, 2000).

Sassen'in (2002) kent merkezlerinin (downtown) ikamet alanlarından ziyade iş odaklı merkezler olarak varlıklarını sürdürmelerine yaptığı vurgu, İstanbul açısından büyük oranda geçerlidir. Bu bağlamda mutenalaştırma süreçleri literatürde zaman zaman, yerleşim alanlarındaki ve iş yerlerindeki mutenalaştırma süreçleri olarak iki ayrı biçimde izlense de, biz burada işlevlerin bir araya geçtiği alanlarda yaşanan dönüşümün mutenalaştırma kuramıyla ilişkisine kısaca değineceğiz: Küresel sermaye akışının toplumsal eşitsizliği sadece coğrafi bölgeler değil kent mekânlarının bölüşümü açısından da artırmakta olduğunu kent toprağının artan değeri üzerinden okumaktayız. Dolayısıyla mutenalaştırma kuramları arasında yaygın olarak kabul gören Smith'in (1997) rant uçurumu tezi, İstanbul'un finans merkezlerindeki dönüşümün anlaşılması açısından önemli olduğunu iddia edebileceğimiz diğer büyük ölçekli teoridir. Burada hem İstanbul'un merkezi alanlarında toprağın gerçek değeriyle rant değeri arasındaki farkın büyümesi neticesinde ticari mutenalaştırmanın tüketim mekânları etrafında örgütlenmeyi zorunlu kılması, hem de mevcut bölgelerin yüksek gelirli nüfusun artışıyla üst tabakalar tarafından ele geçirilmesi durumundan bahsetmek mümkündür. Ancak güvenli site tercihi nedeniyle daha evvel kentin periferisine rağbet göstermiş olan sosyo-ekonomik statü (SES) seviyesi yüksek grupların geri döndüğü merkezi lokasyondaki kent mekânları, geleneksel mutenalaştırma tanımlarındaki tarihi mekânların yanı sıra, sözünü ettiğimiz çok-ışlevli bölgelerdir. Mimari alanda yaygın olarak 'karma yapı' şeklinde ifade edilen yaşama-çalışma-tüketim

işlevlerinin en az ikisinin bir araya geldiği yapı örnekleri, her şeyden önce ‘kendine yeten’ alanlar olduğu için ve aşırı güvenli bölgeler oluşturmaları nedeniyle ‘içe kapanma’ eğilimindedirler. Bu nedenle yapmış olduğumuz çalışmanın genelinde bu alanlar için ‘içe kapanık yaşam kompleksleri’ ifadesini kullandık, zaman zaman ise AVM’ler konusunda yaygınlaşan ‘alışveriş ve yaşam merkezi’ referansıya, alışverişin/tüketimin ana işlev haline gelmesine vurgu mahiyetinde kısaca ‘yaşam kompleksi’ kavramını kullanmayı tercih ettik. Kent literatürüne baktığımızda, Marcuse’un (2005) güvenli/dışarıdan kasten soyutlanmış alanlar için yaptığı kavramsallaştırmalar bu açıdan yeniden tartışmaya değer gözükmektedir. Alt tabakalar için kullanılan getto’nun artık evrensel olarak kullanımına benzer şekilde, üst tabakaların enklav’larda yaşadıklarını veya bir çeviri önerisi olarak *müstahkem* alanlarda konumlanarak kendilerini ayırttıklarını söylememiz de mümkündür.

Burada ilgi çekici olan nokta kentin çeperindeki enklavların müstahkem olma özelliklerini korurken, merkezde tüketim mekânları etrafında şekillenen çok-ışlevli yapıların kamusal mekânlar olarak kurgulanan, açık ve yarı açık alanlar barındırması, kentten farklı SES gruplarının da buraya dâhil olabilecekleri düşüncesini yaratmaya çalışmasıdır. Bu noktada sadece Smith’in değil, aynı zamanda Ley’in (1994) mutenalaştırma tezinin de geçerli olduğu noktanın altını çizmekte yarar vardır. Mutenalaştırma artan rant değerini karşılamak üzere ticari mekânların belirleyici etkisini yeniden üretmekle kalmaz, aynı zamanda yeni orta sınıfın tüketim pratiklerinin sonucu olarak aktörlerin önemli olduğu yeni bir süreci beraberinde getirir. Ticari alanlardaki dönüşüm, ticari etkinliğin yaşamın merkezi konumuna geçişi nedeniyle yerleşim mekânlarındaki dönüşüm anlamına gelmektedir. 2000’lerin başı itibariyle ülkeye giren yabancı yatırımın yarıdan fazlası gayrimenkul sektörüne yatırılmakta (Ercan ve Gültekin-Karakaş, 2014) ve sektörün girdiği ekonomik çıkmazın çözüme ulaşması yolunda tüketim mekânlarının sağladığı rant değeri artmaktadır. Ticari mekânların tüketim merkezli hali zorunlu olsa da, kentli elitin tüketim aktörleri olarak varlıklarını sürdürmeleri üst orta sınıfların mekânsal ‘tercihleri’ konusunda fikir vermektedir.

Sermaye ile kentsel mekân arasındaki ilişkinin sadece üretim odaklı yaklaşımlar çerçevesinde değerlendirilmesinin yetersiz olacağını, bu alanda tüketicilerin tercihlerinden hareketle saha deneyimlerine yer verilen çalışmaların zengin ve doyurucu niteliği kanıtlamaktadır. Çalışmaları buna örnek olarak verilebilecek İslam (2003), üretim ve tüketim odaklı yaklaşımların her ikisine birden değinir; konut arzı ve sermaye hareketine dayanan üretim odaklı yaklaşım “ekonomik ve kurumsalcı bakış açılarını”, mutenalaştırıcının tercihlerine odaklanan tüketim eksenli model ise “demografik ve sosyo-kültürel bakış açılarını” kapsamaktadır. Kentli seçkinlerin yaşam biçimlerindeki dönüşümü konu edinen öncü çalışmada Bali de (2004), tüketici taleplerini merkeze alarak, sözü edilen üst gelir gruplarının mekânla kurdukları ilişkinin dönüşümüne yer verir. 70’li yıllarda İstanbul’un merkezi bölgelerindeki seçkin semtlerin eski apartmanlarında oturmayı tercih eden kesimin 1990’lardan 2000’li yıllara uzanan süreç içerisinde, kentin periferisinde yer alan ‘country’, ‘city’ isimleriyle ‘çağdaş ve huzurlu yaşamı’ sembolize eden güvenli alanları gittikçe artan oranda tercih etmeleri burada vurgulanmaktadır.

Keyder’in (2011) belirttiği gibi değerli bir metaya dönüşen kent toprağıyla bir ‘kapitalist kent’ haline gelen İstanbul’un finansal ağı ulusaşırılaştıkça, şehrin MİA yoğunluğu artmakta, geliri artan grupların yaptıkları harcamalar, Gotham’ın tabiriyle (2005) bir süper-mutenalaştırma etkisi yaratmaktadır. Çok-işlevli yapı kompleksleri bu sürecin en belirgin örnekleri olarak, sözde ‘kamusal’ mekânlarıyla farklı sosyal tabakaları kucaklamak yerine, orta sınıf için alternatif bir sosyal alan haline gelirken, yapı kompleksleri içerisinde sosyo-mekânsal ayrışmaya yeni tip örnekler sunar. Dışarıya açık alan güvenlik önlemlerinin maksimize edilmesi için zorunluluk anlamına gelmekte, ikamet etmediği çok-işlevli bölgeyi tüketim amaçlı kullanan orta sınıftan birey ise, kendisinden daha üst tabakalarda yer alanların tüketim örüntülerini takip etmek zorunda kalmaktadır.

İstanbul’un çok-işlevli bölgeleri açısından Zorlu ve Akasya örneklerini odağı aldığımız ve bunlarla birlikte iki rezidans tipi yerleşim bölgesini gruplandırarak güvenli sitelerle karşılaştırdığımız çalışmanın ilk aşamasında üst-orta sınıfların mekânsal tercihlerinin kaynaklarını ve kenti deneyimleme biçimlerindeki

benzerlikler ve ayrımları saptamaya çalışırken; çalışmanın diğer kısmında söz konusu mekânlarda üretilen yeni bir yaşam kültürü olup olmadığı, tüketim ve çalışma odaklı faaliyetlerin kentli elitlerin ürettikleri kültürel hayat açısından belirgin etkilerinin neler olduğu sorularını cevaplamaya çalıştık. İzleyen bölümde gerçekleştirdiğimiz çalışmanın yöntemi ve saha aşamasını açıklayacak ve bir sonraki kısımda sahadan aldığımız verileri, tüketim – mekân – sınıf ilişkileri bağlamında ele alarak paylaşacağız.

## **2.GÜVENLİKLİ SİTELERLE ÇOK-İŞLEVLİ KOMPLEKSLERİ KARŞILAŞTIRMAK ÜZERE ALAN ARAŞTIRMASI**

Nitel bir yaklaşımın izlendiği çalışma için yapılacak görüşmelerin yarı-yapılandırılmış olması gerektiği düşünülmüş ve sorular buna bağlı olarak açık uçlu şekilde tasarlanmıştır. Ancak görüşmecilerin çalışma açısından uygunluğunun saptanması ve analiz aşamasında gerekli karşılaştırmaların yapılabilmesi için çeşitli demografik bilgilere ihtiyaç duyulmuştur. Bu nedenle derinlemesine mülakat öncesinde, görüşmecilere ‘katılımcı bilgi formları’ verilmiş ve demografik veriler bu şekilde elde edilmiştir.

Eğitim durumunda en alt kademe lisans mezuniyeti olmak üzere, doktora ve üzerine kadar seçenekler mevcuttur. Mezuniyet bilgisinde ise, en son mezun olunan üniversite ve bölüm bilgisi istenmiş; lisans üzeri eğitim yapmış olan veya eğitimini sürdüren katılımcıların çoğu kendiliğinden mezun oldukları okul ve bölümleri sırasıyla belirtmişlerdir. Çalışma durumunda ise bir kurumda çalışma, kendi işinde/ortağıyla çalışma ve bağımsız/freelance çalışma olmak üzere üç seçenek mevcuttur. Meslek konusunda özellikle yapılan işin yazılması veya söylenmesi istenmiştir; çünkü mezun olunan bölüm bir mesleğe işaret etse de katılımcıların çalıştıkları sektörler ve yaptıkları işler bu meslekten farklı olabilmektedir. Katılımcılar da iş tanımlarına genellikle işyerindeki pozisyon ve ünvanlarını belirtecek şekilde detaylı tarifler vermişlerdir. İşyerindeki konumları açısından bir ilk izlenim veren bu bilgi, kimi görüşmeler sırasında gerekli oldukça açılmıştır. Yaşamları boyunca farklı sektörlerde faaliyet gösteren veya uzmanlıkları dışındaki alanlarda çalışan katılımcılara, hangi işyerinde ne amaçla ve ne süredir çalıştıklarına dair sorular, ayrıca mülakat kısmında yöneltilmiştir.

Katılımcılar, görüşmeyi kabul ettikten ve randevulaşıldıktan sonra formları gördükleri (hatta çoğu kez okunan formdaki sorulara sözlü olarak yanıt verdikleri) için esasında yaşadıkları ve/veya çalıştıkları yerlere dair bilgiler öncesinde toplanmış olsa dahi; yaşadıkları site veya komplekslerde güvenlik görevlisi, güvenlik kamerası, apartman görevlisi, house keeping hizmeti<sup>4</sup>, çarşı/AVM, çarşı/AVM haricinde küçük ölçekli tüketim mekânları, spor alanları, sosyal alanlar, yeşil alanların bulunup bulunmadığı bilgisi olabildiğince detaylı olarak not edilmeye çalışılmıştır. Oturulan konut tipi içinse, apartman dairesi, stüdyo tipi daire, çatı katı/loft, rezidans dairesi, müstakil konut seçenekleri belirtilmiştir.

Formlar aracılığıyla demografik verilerin toplanması sonrasında mülâkat sürecine geçilmiş ve ortalama 45-50 dakika kadar süren yarı-yapılandırılmış mülâkatlarda, her görüşme için 17 temel soru yönetilmiştir. Bu sorular temel olarak iki ayrı gruba ayrılmıştır, ilk grup 7 ana sorunun yer aldığı “kentsel deneyim ve mekân seçimleri” başlığı altında şekillenen gruptur, ikincisi ise kalan 10 ana soruluk “tüketim örüntüleri ve yaşam tarzları” başlıklı gruptur. Kentsel mekâna dair sırasıyla sorduklarımız, nerede ikamet edildiği, yaşanan yeri tercih etme sebepleri, taşınacak olursa nasıl bir yere taşınmayı arzu ettikleri, kamusal mekânda gündelik hayat ve sosyal ilişkileri, güvenlik gereksinimi, yaşanan yerin İstanbul’da yaşama hissi verip vermemesi, İstanbul’un hangi semtlerinde zaman geçirmeyi tercih ettikleri şeklinde özetlenebilir. Burada detaylandıracağımız tüketim örüntüleri kısmı içinse, dışarıda yemeğe çıkma alışkanlığı, çalışma dışı zaman geçirme eğilimleri, tatil tercihleri, düzenli spor aktivitesi, profesyonel uğraş/hobiler, ev dekorasyonu/iç mekân tercihleri, kıyafet-kozmetik-ayakkabı alışverişi, kitap satın alma alışkanlığı/sıklığı, AVM kullanım sıklığı, kültürel etkinliklere katılım sıklığı sorgulanmıştır.

---

<sup>4</sup> Güvenlikli sitelerin bahçe, havuz, koridor vb. ortak kullanım alanlarının temizlik ve bakım hizmetlerinin bütçesi, kullanıcılar tarafından belirli periyotlarla ödenen aidatlarla karşılanırken; house keeping hizmeti ayrıca sunulan ve ücretlendirilen bir hizmettir. Özellikle çok-ışlevli yapı komplekslerinde ofis, otel ve konut birimlerinin ortak işlevlere sahip olabilmesi nedeniyle bu hizmet kullanıcıya bağlı olarak özelleşip derecelendirilebilir. Yıkama, ütü, kuru temizlemenin yanısıra; kata özel servis, yemek siparişi, fatura ve ödemelerin takibi gibi ekstra hizmetler isteğe bağlı olarak şekillenebilir.



Görüşmecilerin seçiminde önem arz eden başlıca özellik, belirttiğimiz üzere yaşanan site veya yerleşkenin yapısı olmuştur. İhtiyaç duyduğumuz karşılaştırmayı yapabilmek adına güvenli/kapalı sitede ve tüketim-çalışma-yaşama mekânlarının bir arada yer aldığı yaşam komplekslerinde ikamet eden eşit sayıda katılımcıya erişilmiştir. Sosyo-ekonomik profile uygunluğu sağlamak ve ‘üst-orta sınıf’ tanımlamasına dâhil edebileceğimiz grubu belirlemek açısından, tabakalaşma analizi ve sosyo-ekonomik statü (SES) saptanması için kullanılan gelir, mülkiyet, eğitim ve meslek durumlarına bakılarak görüşmecilerin seçilimi sağlanmıştır. SES çalışmalarının dünya genelinde yaygınlığının aksine, Türkiye’de sosyal sınıf veya tabakalaşma çalışmalarında bu konuya yeterince önem verilmediği söylenebilir. 2008 yılında Ankara kenti için bir SES ölçeği geliştirmiş olan Kalaycıoğlu ve arkadaşlarına göre (2010), bu alandaki eksikliğin temel sebebi meslekler ve mesleki sınıflandırma alanındaki çalışmaların yetersizliğidir. A, B, C1, C2 ve D isimlerini verdikleri SES gruplarıyla beş farklı katmana ulaşılan çalışmada; gelir, mülkiyet, eğitim ve meslek değişken olarak ele alınmış ve mesleki itibar ile SES arasındaki doğrusal ilişki dikkate değer bulunmuştur (Kalaycıoğlu vd., 2010). Çalışmanın raporunda SES endeksi geliştirmek için çalışılan ülke özelinde bir mesleki itibar endeksinin zorunluluğundan söz edilmektedir.

SES çalışmalarının geneline bakıldığında, bir diğer konu, geliştirilen SES endekslerinin ulusal ölçekte olması ve sağıktan eğitime, medya çalışmalarından özel sektörlerdeki çeşitli araştırmalara çok farklı alanlarda hizmete sunulmasıdır. Sunar ve arkadaşlarının, 2014 itibarıyla geliştirdikleri Türkiye Sosyo-Ekonomik Statü (T-SES) Endeksi, bu nedenle ulusal bir ölçek olma kaygısı taşımıştır. Proje raporuna göre (Sunar vd., 2015: 149), Türkiye sadece mesleki itibar odaklı endeks geliştirmek için meslekler ve iş yaşamı konusunda yeterli düzeyde formel bir işleyişe sahip değildir. Türkiye için geliştirilen endekste gelir, meslek ve eğitim durumları dikkate alınırken, değişkenler arasına katılan mülkiyet anlamlı bir farklılığa yol açmamış; dolayısıyla T-SES gelir, eğitim düzeyi ve mesleki itibara bağlı olarak oluşturulmuştur.

SES gruplarını belirlemek içinse, yine proje kapsamında (Sunar vd., 2015: 159) kümelenme analizi yöntemiyle saptanan dört temel kümelenme noktasına göre eşit uzaklıklardaki noktalara bağlı olarak dört

SES grubu oluşturulmuş; bunlar üst, üst-orta, alt-orta, alt şeklinde adlandırılmıştır. Kalaycıoğlu'nun çalışmasında görülen 5 katmandaki C1-C2 ayrımı hatırlanacak olursa, C grubunun genelinin T-SES endeksinde saptanan alt-orta sınıfa tekabül ettiği söylenebilir ve bu grup niceliksel olarak diğerlerinden daha geniş olması açısından dikkat çekicidir. Kalaycıoğlu'nun çalışmasının iddiasına göre (2010), Türkiye'de SES konusunda verimli çalışmalar yapmak için, ulusal bir ölçeğin yanısıra bölgeler veya iller bazında çalışmaya ihtiyaç vardır. Biz buradaki çalışmada, Sunar ve arkadaşlarının geliştirmiş oldukları T-SES endeksindeki verilerden hareketle bir yol izlemiş olsak da; niceliksel ya da daha geniş kapsamlı çalışmalar için, İstanbul özelinde bir ölçek geliştirmek, İstanbul'daki üst-orta sınıfların ayrışmalarını incelemek üzere eğitim ve meslek sınıflandırmaları açısından yeni yaklaşımlar üretmek olası ve anlamlı görülmektedir.

Bizim çalışmamızda kullandığımız 'üst-orta sınıflar' tabiri, T-SES açısından üst ve üst-orta SES gruplarını içermektedir. T-SES belirleyicileri olan gelir, meslek, eğitim, mülkiyet değişkenlerine göre değerlendirildiğinde, seçtiğimiz görüşmeciler; en az lisans mezunu, oturmakta olduğu konutun mülkiyeti kendisine ait (ki bu konutların fiyatları düşünüldüğünde görüşmecilerin gelir durumlarına ilişkin fikir sahibi olmak mümkün) olan bireylerdir. Gelir konusunda ise görüşmecilere kişisel olarak aylık ortalama gelirlerinin ne kadar olduğu sorulurken, aynı zamanda haneye giren aylık toplam gelir yaklaşık olarak öğrenilmiştir. Bu meblağ 8.000 ile 50.000 TL arasında değişmektedir, ortalaması ise 20.000 TL üzerindedir.

Özetlemek gerekirse, aylık ortalama hane geliri 20.000 TL civarında olan, mülkiyet açısından ikamet ettiği konutun sahibi olduğunu ve en azından 1 otomobil sahibi olduğunu bildiğimiz (görüşmecilerden sadece birisi işine toplu taşıma ile ulaşmakta, araç kullanmamaktadır), eğitim durumu en az lisans mezunu insanlarla görüşülmüştür. Meslekler konusunda herhangi bir sınırlamaya girmemekle birlikte çeşitlilik gözetilmiş, bu çeşitlilik hem yapılan işlerin içeriği/niteliği hem de çalışılan sektörlerdeki farklılaşma açısından değerlendirilmiştir. Görüşmeciler arasında inşaat, gayrimenkul, kimya, nakliye, tekstil, enerji, finans, bankacılık sektörlerinden çalışanlar olmakla birlikte, yapılan işler ağırlıklı olarak insan sermayesi

odaklı veya tamamen finans/yatırım ekseninde şekillenen işlerdir ve dikkati çeken bir başka durum da, görüşmecilerin üniversite mezuniyetleri sonucunda edindikleri unvanlar haricinde alanlarda faaliyet göstermeleridir.<sup>5</sup> Görüşmecilerin çoğu büyük şirketlerde çeşitli pozisyonlardadır ve benzer işleri yapan görüşmeciler arasında erkeklerin daha üst pozisyonlarda olup daha fazla kazanmakta olmaları göze çarpmaktadır.

Belirttiğimiz gelir, mülkiyet, meslek ve eğitim durumu özelliklerini taşıyan üst-orta sınıflar olarak tarif ettiğimiz 18 görüşmeci arasında kadın ve erkek sayısı eşittir. Güvenlikli site veya yaşam kompleksinde ikamet eden görüşmeci sayıları da yine birbirine eşittir. Yaşları ise 29 ila 63 arasında değişmekte; 25-40 yaş aralığında 6 (3 kadın, 3 erkek), 41-55 yaş aralığında 9 (4 kadın, 5 erkek), 56 yaş ve üzerindeyse 3 (2 kadın, 1 erkek) katılımcı yer almaktadır. Yaş, cinsiyet ve ikamet edilen yapının niteliğinin yanısıra, görüşmecilerin medeni durumları da üzerinde durulması gerektiğine karar verilen değişkenlerden biri olmuştur. Görüşmelere başlandığında medeni durum bir değişken olarak ele alınmamıştır, fakat medeni durum ve çocuk sayısına dair farklılıkların özellikle sosyal yaşantıyla ilgili belirleyici rol oynadığı tespit edilmiştir.<sup>6</sup> Sahanın ilerleyen süresinde görüşmeciler, medeni durumlarından ziyade, ‘yalnız yaşayan’ ve ‘aile halinde yaşayan’ şeklinde sınıflandırılmıştır. Görüşmecilerin 6’sı yalnız (içlerinde yalnızca birisinin evinde yardımcı da kalmaktadır, ancak bu durum onun ‘aile kurmaksızın yaşama’ koşullarına olumlu katkı sunduğu için, söz konusu görüşmeci ‘yalnız yaşayan’ sınıfında ele alınmıştır), geri kalan 12’si ise aile

---

<sup>5</sup> Mesela siyasetle de uğraşmakta olduğunu ifade eden görüşmeci İngilizce öğretmenliği mezunu olduğu halde senelerdir ticaret işleri yürütmektedir ve şu an bir inşaat şirketi sahibidir. Bir başka görüşmeci yüksek mühendis olduğu halde, 15 senedir (meslek hayatının yarısından uzun bir zaman dilimi süresince) stratejik planlama alanında çalışmakta olan bir yöneticidir. Yine insan kaynakları olarak genelleyebileceğimiz departmanların çeşitli basamaklarında faaliyet gösteren görüşmeciler arasında uluslararası ilişkiler, işletme mezunu bireyler yer almaktadır.

<sup>6</sup> Yeni çocuk sahibi olan görüşmeciler, çocuk sahibi olmadan önceki yaşantılarından örnekler vererek çocuğun hayatlarını nasıl değiştirdiğinden bahsederken, çocuğu belli bir yaşa gelmiş olan görüşmeciler -veya yaşı 40 üzerindeki görüşmeciler- evlenmeden veya çocuk sahibi olmadan önceki alışkanlıklarının farklılıklarına değinmişlerdir. Bu gibi özel olarak ifade etme gereği duydukları değişim durumu göz önüne alındığında, aile kurmanın, çocuk sahibi olmanın insanların sosyal hayatlarına tartışmasız etkisinin ne denli güçlü olduğu ortadadır.

halinde yaşamaktadır. Yalnız yaşayanların 3'ü kadın, 3'ü erkek; 3'ü (2 kadın 1 erkek olmak üzere) hiç evlenmemiş, diğer 3'ü ise boşanmış ve çocuk sahibidir (1 kadın 2 erkek).

Eğitim düzeyleri açısından değerlendirilecek olursa, görüşmecilerin 8'i lisans mezunu, bir kişi yüksek lisans düzeyinde öğrenci (MBA yapmakta), 7'si yüksek lisans mezunu, biri doktora öğrencisi, biri ise doktora mezunudur (doktora mezunu bu kişi, üniversitede profesör olarak çalışan bir öğretim üyesidir). İşleri konusunda ise, meslekleri ve çalıştıkları sektörlerin çok çeşitli olduğunu belirtmiştik. Ancak iş sahipliği veya işteki konum düzeyinde bir ayırım yapacak olursak; görüşülen 18 kişinin 5'inin kendi işinin sahibi olduğunu (bu 5 kişinin 2'si kadın 3'ü erkektir ve erkekler iş sahibiyken, kadınların ikisi de iş ortağıdır; kadınlardan birisi arkadaşıyla, diğeri ise eşiyle ortakır), 5'inin üst düzey yönetici pozisyonunda olduğunu, 7'sinin çeşitli alanlarda uzman konumunda olduklarını, kalan diğer kişininse yazarlık yaparak hayatına devam ettiğini belirtebiliriz. Görüşmecilerin takma isimleri, yaş, cinsiyet, hanede yaşayan kişi sayısı, yaşanan yapının niteliği, yapmakta oldukları meslekler ve çalıştıkları yerleşke veya semtler ile işteki konumları aşağıdaki tabloda belirtildiği gibidir:

Tablo 1. A (Çok-İşlevli Kompleks) Sınıflandırmasıyla Görüşmecilerin Özellikleri

İsim	Yaş	Cinsiyet	Hane kişi sayısı	Yerleşke (konut tipi)	İş tanımı / çalışılan yerleşke veya semt	İşteki konum
1a- Gaye	29	Kadın	2 (yardımcı ile)	Akasya Göl Etabı (Loft)	Satış Müdürü / Akasya Tower	Uzman
2a- Sezin	49	Kadın	2	Akasya Tower (Rezidans)	Yüksek Makine Mühendisi / Çengelköy	Uzman
3a- Sara	63	Kadın	1	Akasya Göl Etabı (Daire)	Ticari Firma Sahibi / Karaköy	İş sahibi
4a- Oya	57	Kadın	2	Şişli Plaza (Rezidans)	Mimarlık Ofisi Sahibi / Bakırköy	İş sahibi
5a- Yılmaz	40	Erkek	1	Anthill/Zorlu (Rezidans)	Denizcilik Şirketi Sahibi / Zorlu	İş sahibi
6a- Sinan	44	Erkek	1	Akasya Kent (Rezidans)	Organizasyon Şirketi Sahibi / Kadıköy	İş sahibi
7a- Vedat	37	Erkek	2	Akasya Tower (Rezidans)	CFO (Finansal Hizmet Yön.) / Akasya Tower	Yönetici
8a- Hamza	52	Erkek	2	Akasya Kuru Etabı (Daire)	CIO (Bilgi Sistemleri Yön.) / Zorlu	Yönetici
9a- Ersin	48	Erkek	3	Akasya Kuru (Çatı Dublex)	Kurumsal Strateji Direktörü/Levent (MİA)	Yönetici

Tablo 2. B (Güvenlikli Site) Sınıflandırmasıyla Görüşmecilerin Özellikleri

İsim	Yaş	Cinsiyet	Hane kişi sayısı	Semt (konut tipi)	İş tanımı/çalışılan yerleşke veya semt	İşteki konum
1b- Aslı	37	Kadın	1	Tarayba, site (daire)	Sözleşme Sorumlusu/Zorlu	Uzman
2b- Nalan	38	Kadın	3	Acıbadem, site (daire)	Performans Yöneticisi/Levent (MİA)	Yönetici
3b- Meral	48	Kadın	2	Ataşehir, site (bahçeli daire)	Yetenek Yönetim Müdürü/Levent (MİA)	Yönetici
4b- Ayten	54	Kadın	2	Tuzla, site (müstakil)	Öğretim Üyesi/Maslak	Uzman
5b- Nesrin	51	Kadın	4	Ataşehir, site (daire)	Yazar/Emekli Bankacı/Ev – Levent (Bankacı İken)	Sanatçı
6b- Sedat	31	Erkek	3	Şişli, apartman (daire)	Yüksek Mimar/Akasya Tower	Uzman
7b- Zafer	48	Erkek	4	Bahçeşehir, site (daire)	İK Direktörü/Halkalı (MİA)	Yönetici
8b- Köksal	56	Erkek	4	Çamlıca, site (çatı dublex)	İnşaat Şirketi Sahibi/Akasya Tower	İş sahibi
9b- Şükrü	49	Erkek	1	Çekmeköy, site (daire)	Raporlama Yöneticisi/Çamlıca	Uzman

Tablodaki a ‘kompleks’ ve b ‘site’ yaşayanları arasındaki belirgin ayrım, kompleks yaşayanları arasında yönetici veya iş sahibi olanların nispeten fazla sayıda iken, site sakinleri arasında uzmanların yoğunlukta olmasıdır. Akasya ve Zorlu tesislerinin yöneticileri, bu tip mekânlarda ikamet edenlerin ağırlıkla yönetici veya iş sahibi olduklarını doğrulamış, yine erkek kullanıcıların ve 55 yaş üzeri bireylerin sayıca fazlalığını ifade etmişlerdir. Aynı zamanda Zorlu tesisinde çalışmakta olan uzmanlardan öğrendiğimiz kadarıyla, 25-40 yaş aralığındaki kullanıcıların kendileri değil ebeveynleri burada konut sahibiyken, konut sahibi olmayanlar arasında sezonluk sözleşmelerle kulüp veya şirketleriyle çalıştıkları süre boyunca ikamet eden futbolcu, oyuncu vb. mesleklere mensup gençler de vardır.

Hanede yaşayan kişi sayısı geleneksel sitelerde artma eğilimindeyken, benzer işlerde çalışanlar arasında çok-işlevli komplekslerde yaşayanların iş tanımlarının nispeten yüksek statü işaret ettiği söylenebilir. 9'lu gruplar halindeki a sınıflamasıyla çok-işlevli yerleşkelerde, b sınıflamasıyla ise sitelerde ikamet eden görüşmecileri belirtmenin yanısıra; iş tanımıyla birlikte görüşmecilerin çalıştıkları yerleşke veya semtlere de yer verilmesinin sebebi ise, çok-işlevli yapılarda yaşamasa dahi çalışan görüşmeciler olduğunu vurgulamaktır. Semtler arasında MİA olarak tanımlanan bölgeler dikkat çekerken, çok-işlevli yapılarda çalışan ve/veya yaşayan görüşmeci sayısı 12'dir. Yukarıdaki iki tabloda belirtilen 18 görüşmecinin haricinde, çok-işlevli tesislerde veya inşaat şirketlerinin hizmet odaklı departmanlarında çalışan toplam 5 uzman ve yöneticiyle görüşülmüştür. Bu 5 görüşmecinin hiçbiri çok-işlevli komplekste yaşamamakla beraber, 4'ünün çalıştıkları işyerleri çok-işlevli yapı komplekslerinde yer almaktadır.<sup>7</sup> Buna göre çok-işlevli komplekslerde yaşayan veya çalışan sayısı toplam 23 kişi içerisinde 16'yı bulmaktadır.

Sözünü ettiğimiz uzman ve yöneticilerle yaptığımız görüşmelerde, iki ayrı yol izledik. Görüşmeci profilimizle aynı özellikleri taşıdıkları noktada, tüketim örüntüleri ve hayat tarzlarına ilişkin sorularımızı paylaşarak, aldığımız cevapları içerik analizimize dâhil ettik; ancak bu beş kişinin çoğu güvenli site veya yaşam kompleksi niteliğindeki yapılarda yaşamadıkları için, kentsel mekâna yönelik görüşmelerimizde, onların şahsında değil, mesleki yaşayışlarında deneyimledikleri üzerine alanda belirlediğimiz soruları sorarak ilerledik. Tüketim örüntüleri ve hayat tarzları başlıklı kısımda paylaşılacak bilgiler, çok-işlevli yapı komplekslerinde yaşayan veya çalışan katılımcıların bilgilerini içerecektir.

---

<sup>7</sup> Görüşmecilerin ikisi Zorlu Center'da, diğer ikisi ise MİA'ya dahil Maslak semtinde konut-ofis-tüketim alanlarının bir arada olduğu yüksek katlı yapı bloklarında çalışmaktadır.

### 3.ÇOK-İŞLEVLİ YAPI KOMPLEKSLERİNDE TÜKETİM ÖRÜNTÜLERİ VE HAYAT TARZLARI

Yapılan mülâkatlarda tüketim örüntülerine dair saptama yapmak üzere sorulan sorulara alınan cevaplar arasındaki geçişkenlik, haftasonu aktivitesiyle uğraşların çakışması, tatil tercihleriyle alışveriş alışkanlıkları arasındaki kesişmeler neticesinde, tekrarlanan kodlamalarda kategoriler asgari düzeye indirilmiş ve dört ayrı konu başlığıyla bütün temel konulara değinilmeye çalışılmıştır. İçerik analizinde tekrar eden kodlar üzerinde durulduğu için, görüşmecilerin kişisel özgüllüklerine pek fazla yer verilmeyecek, sadece son kısımdaki alt başlıklarda ‘özel ilgiler’ kapsamında bir kısımdan kısaca bahsedilecektir.

Alışveriş alışkanlıkları ile AVM kullanımları, çoklu-bölgelerdeki AVM’lerin etrafında örgütlenen çalışma ve yaşama mekânları üzerinde durmamız gereği, asıl sorgulanan ve görüşmeler sürecinde tekrar tekrar değinilerek en çok ortaklaşılan yanıtların aldığı, dahası elde edilen bulguların en anlamlı olduğu konu olmuştur. Tercih edilen AVM’ler ve AVM’lerin tercih nedenleriyle birlikte, burada tıpkı yaşam kompleksleri genelinde olduğu gibi AVM’lerin mekân tasarımları, kullanıcıların hangi AVM’yi ne amaçla seçmekte olduğu da karşılaştırmalarla gündeme gelmiştir. Alışveriş alışkanlıkları kısmında ise hem yeme-içme alışkanlıklarına, yemek yenilen mekânlara, hem kıyafet-kozmetik alışverişi gibi diğer temel ihtiyaçların karşılığı olan metaların satın alınmasına dair eğilimlerin ne olduğuna değinilmiştir.

Seyahat ve tatil tercihlerini içeren bir diğer başlık, aslında tek başına tatil tercihlerine dair bilgileri içeriyorsa da, hafta sonu değerlendirme biçimleri ve sosyal hayata dair anlatılarla zenginleştiği için, bir sonraki bölümdeki çalışma dışı zaman – serbest zaman aktiviteleriyle de iç içe geçen konuların etrafında şekillenmektedir. Çalışma hayatı ve serbest zaman etkinlikleri kısmındaysa, yeniden hem tüketim tercihleri sorgulanmakta, hem görüşmecilerin iş seyahatleriyle tatillerinin organizasyonlarını bir arada kurgulamaları gibi ihtimaller çerçevesinde hafta sonu etkinlikleri, kültürel etkinlikler, tatil alışkanlıkları konularına da yine burada yer verilmektedir.



Son olarak sosyo-kültürel beğeni ve ilgiler kısmında, spor, kültür ve sanat etkinliklerine katılım, mekân estetiği konusunda eğilimler irdelenmiştir. Sorulan her farklı soru ayrı bir başlık olarak değerlendirilebilecek içeriğe sahiptir, ancak aralarındaki geçişkenlik nedeniyle tek bir başlık altında topladığımız konuların her biri önceki anlatılara referanslarla zenginleşmektedir. Çünkü nihayetinde tüketim örüntülerini büyük oranda, ekonomik kapitali birbirine yakınlık gösteren gruplar açısından kültürel farklılaşmalara göre ayrımlar içermekte, dolayısıyla her bir konu ayrı ayrı yaşam tarzlarındaki farklılaşmanın kaynağı olabilmektedir.

### **3.1. Alışveriş Alışkanlıkları ve AVM Kullanımları**

‘Yeni tüketici sınıflar’ tabiriyle yeni orta sınıfı kavramsallaştıran Lee (1993: 159), söz konusu kesimlerin ortak sosyal etkinliklerinin alışveriş olduğuna dikkat çekerken, Miles (2010: 4) kent havasının özgürleştiriciliğini hatırlatacak şekilde alışverişini “özgürlük” şeklinde tanımlamaktadır. Yapmış olduğumuz çalışmada, görüşmecilerden hiçbiri alışverişe özel bir ilgi duyduğunu ima etmemesine rağmen, çoğu serbest zaman aktivitelerinden söz ederken alışveriş yapmak veya AVM’ye gitmekten bahsetmiştir. Muğan Akıncı (2013: 88) kapalı ve steril AVM’lerin kentin artan keşmekeşine karşı düzenli ve nezih mekânlar olarak algılandıklarına vurgu yapmakta, orta sınıfların AVM’de zaman geçirme eğilimlerine bu şekilde geçerli bir sebep üretmektedir. Alışveriş merkezlerine dair olumsuz yorumlar yapan katılımcıların söylemlerindeyse genellikle kentin çarşılarına güzelleme, kimi zaman eski kentsel alışkanlıklara duyulan özlem, nostalji hissi dikkati çekmiştir. Ancak görüşmecilerin söylemleri ile gündelik eylemleri arasında karşıtlıklar vardır; kimi zaman çocukları için güvenli bir mekân arayışı, kimi zaman eve yakınlık, otopark ve trafik konularındaki konfor gibi sebeplerle AVM kullanımlarını meşru kılmaya çalıştıkları söylenebilir.

Paterson’a göre (2006: 41) temel tüketici metaları, önce ihtiyaçtan kaynaklanan yiyecek, giyecek maddeleri ve mobilyalar gibi yaşama mekânında yer alan eşyalardır; ikincil olaraksa müzik, sanat gibi etkinlikleri içeren kültürel metalar gelir. Biz burada temel tüketici metalarına değinecek, öncelikle yeme-içme alışkanlıklarını, yenilen mekânların niteliği çerçevesinde ele alacağız. Görüşmecilere dışarıda yeme sıklığı

sorulduğunda, haftada iki akşam gibi bir ortalamaıyla karşılaştığımızı belirtmeliyiz; 2-3 haftada bir dışarı ailece çıktığını söyleyenler dışarı çıkmasalar dahi eve yemek sipariş ettiklerini, özellikle yalnız yaşayanlarsa her akşam dışarıda yediklerini aktarmışlardır. Akarçay'ın (2016) değindiği gibi, çalışma hayatı ve yaşamsal aktivitelerin dönüşümüyle dışarıda yeme bir tercihten ziyade 'ihtiyaç' halini almıştır. Dışarıda yeme veya yemeğe çıkma, hep birlikte gerçekleştirilen bir ritüelden ziyade, gündelik bir aktivite halini almaktadır. Bu nedenle görüşmecilerin bir kısmı, aile kutlamaları, özel günler için ayrıca gittikleri mekânlara örnek vererek iki eylemi birbirinden ayırma yoluna gitmiştir. Dışarıda yeme ifadesiyle yemeğe çıkmanın ayrışması da, üst tabakalara dair bir pratiğin ifadesi olarak önem taşımaktadır.

Dışarıda yenilmeyen durumlarda da dışarıdan yemek söylemenin sıklığı, bütün görüşmecilerin ve eşlerinin (görüşmecilerin hepsi çalışmaktadır, görüşmeci eşlerinden sadece üçü çalışmamaktadır; çalışmayan iki erkek emekli eş haricinde Köksal Bey'in eşi ev hanımıdır) çalışma hayatları nedeniyle sürekli dışarıda zaman geçirmeleri ve öğle yemeklerinin zaten dışarıda yenmesi neticesinde evde yemek yapma alışkanlığının oldukça azaldığı görülmektedir. Çoğu katılımcının evine düzenli olarak gelen (burada da bir ortalama vermek gerekirse haftada 3 gün demek mümkün) yardımcıları yemek yapmaktadır. Görüşmeciler veya eşleri arasındaki yemek yapma eğilimi ise tamamen keyif odaklıdır, hatta kimisinin hobi gibi uğraştığı aktiviteler arasındadır.

Gidilen mekânlar konusundaki tercihler ağırlıklı lezzet odaklıdır; kimi görüşmeci belirli yemek çeşitleri için belirli mekânları sıralarken, direkt aşçısı için gittikleri yerlerden bahseden görüşmeciler de söz konusudur. Lezzetin yanında restoran seçimlerinin nedenlerini sıralarken, nezih, rahat hissettikleri, gürültüsüz, sakin ortamlarda bulunma isteklerini belirten görüşmeciler; aynı zamanda çalışanlarla mesafeli/düzeyleli bir ilişki kurmanın önemine değinmekte, gittikleri mekânlarda tanınıp bilinmek istemektedirler. Hamza Bey düzenli olarak gittiği restoranda sürekli aynı yemeği yediğini belirtirken "çocuklar artık getiriyor, ben bir şey söylemiyorum" cümlesini kurmuştur. Yine Hamza Bey giysilerini aldığı bir mağazaya düzenli gitme alışkanlığından bahsederken, oradaki çalışanlarla kurduğu samimi-

düzeyle ilişkiyi önemsemediğinin üzerinde durmuştur. Katılımcıların çoğunda da gittiği yerde tanınma, özel olarak ilgilenilme arzusu belirgindir. Mekân işletmecilerinin “belli bir mesafeyi koruması” beklenmekte, görüşmeciler, ilişki düzeyinin laubalilikle resmiyet arasındaki sınırdaki belli bir samimiyet ve sıcaklıkta olmasının önemine vurgu yapmaktadır.

Mekânın atmosferi de tercih nedenleri arasında yer almaktayken, erkek görüşmeciler için bu faktör nispeten alt sıralarda yer almakta, kadınlarda mekânın estetiğine verilen önem biraz daha ağır basmaktadır. Ama hemen hemen tüm görüşmecilerde lezzet faktörünün baskın olduğu söylenebilir. Yemek seçimleri konusunda çok özel ilgiler, rafine zevkler söz konusu değildir; dünya mutfağı, sushi, İtalyan mutfağı gibi yemek seçenekleri konuşmalar sırasında zaman zaman dile getirilmiş olsa da; ‘dışarıda yemek’ denilince ağırlıkla kebab çeşitleri ve “Boğaz’da balık” yeme ihtimali akla gelmektedir. Balık sevmediğini söyleyen Aslı Hanım dahi düzenli olarak gittiği bir balıkçıdan bahsetmiş “kebabı herhangi bir yerde yiyebilirim, mekân önemli değil; ama deniz görmeyen bir yerde balıkçıya gitmem, ben balık sevmiyorum zaten daha çok yanındaki yeşilliği yiyorum. Yeşillik ve meze” diyerek deniz manzaralı mekânların deniz mahsulü yemek için tercih edildiği gerçeğini ön plana çıkarmıştır.

Görüşmecilerin genellikle yeni açılan yerlere gitme isteği vardır ancak bunun için özel bir çaba belirtmediklerini ayrıca belirtme gereği duymuşlardır, mesela Meral Hanım “yeni yerlere gitmek isterim ama İstanbul Life insanı değilim yani” cümlesiyle açılan her yeni mekâna gitme zorunluluğu hisseden bir başka insan profili olduğuna dair gönderme yapmıştır. Düzenli olarak gidilen mekânlar ise, görüşmecilerin buldukları semte göre değişkenlik gösterse de, çoğu zincir restoran olan Welldone, Midpoint, Enzo<sup>8</sup>,

---

<sup>8</sup> Akasya’da yer alan ve ‘dünya mutfağı’ deneyimi açısından popüler bir örnek olarak gösterilebilecek İtalyan restoranıdır. Dünyanın çeşitli yerlerinde şubeleri mevcuttur.

Develi ve Sunset<sup>9</sup> isimleri çok sayıda kişi tarafından zikredilmiştir ve dikkat çekici bir diğer nokta bu restoranların büyük kısmının AVM içerisinde yer alması veya AVM içinde de şubesi olmasıdır. Zorlu ve Akasya kullanıcılarıyla yaptığımız görüşmelerin haricinde, Ataşehir, Tuzla, Bahçeşehir gibi çeşitli semtlerdeki sitelerde yaşayan katılımcılar da sözü edilen restoranlara Akasya, İstinye Park, Kanyon gibi AVM’ler içerisinde gittiklerini vurgulamışlardır.

AVM kullanımıyla ilgili özellikle dile getirilenler arasında “her şeyin bir aradalığı”, her ihtiyacın “kolayca, pratik, hızlı biçimde” karşılanıyor olması mevzu bahistir. Kullanıcıların çoğu alışveriş merkezlerini “kapalı ve güvenli bir sokak” olarak tanımlamış ve AVM seçimlerinde mekân tasarımı açısından da bu noktaya dikkat çekmişlerdir. Sedat Bey City’s Nişantaşı’ndaki lokanta katını konsept olarak olumlarken havalandırma açısından teknik problemlerine değinmiş, yine Sedat Beyle beraber birkaç görüşmeci daha Trump Towers’ın içerisinde yer alan lokanta sokağının tasarımını beğendiklerini dile getirmişlerdir. Kanyon’u markaların pahalılığıyla eleştirip oradan alışveriş yapmadıklarını ancak özellikle Levent’teki plazalarda çalışanlar öğle yemeklerinde Kanyon’da yer alan lokantalara gittiklerini belirtmiştir.

AVM’leri yeme-içmeden sonra sinemaya gitmek için kullanmak önceliklidir, daha sonra ise çocuklarla zaman geçirme, özellikle kış aylarında kapalı bir alanda sosyalleşme imkânı tanınmasıyla tercih etme ve müşterilerini, misafirlerini ağırlamak için kullanma gibi diğer gereksinimlerini karşıladıklarını ifade etmişlerdir. Yine kapalı mekânın sunduğu konforun yanısıra, özellikle çocuklarla AVM’ye gitme tercihlerinde güvenilirlik vurgusunu belirten katılımcılar, bütün ihtiyaçlarını aynı anda giderdikleri alanların kendilerine zaman kazandırdıklarını düşünmektedir.

---

<sup>9</sup> ‘Nezih’ semtlerin başlıcası Ulus’ta yer alan restoran, bugün revaçta olan ‘steak house’ türü mekânların ilk örneği olmakla beraber, Kaliforniya Mutfağını Türkiye’ye tanıttığı iddiasındadır. Uzakdoğu Mutfağından örnekleri de alarak zenginleştirdiği menüsünün yanısıra, isim yapmış aşçılarıyla da son derece popüler bir mekândır.

İstinye Park'ı "akıllı tasarım" olarak tanımlayan Yılmaz Bey, ince uzun yürüyüş imkânıyla sokak hissi verdiğini belirtmiştir; İstinye Park'ın tercih nedenleri arasında mağazaları ve yeme-içme mekânları da sıralanmış ama özellikle otoparkının rahatlığına kullanan bütün katılımcılar tarafından vurgu yapılmıştır. Kanyon'u sadece lokantaları için kullandıklarını belirtmekle beraber estetik olarak beğendiklerini dile getiren katılımcılar, Metrocity'yi bütün gereksinimlerini düşündüklerinde "yetersiz" bulduklarını dile getirmiş, Özdilek'te alışveriş yapmayı tercih ettiklerini beyan etmişlerdir. AVM tasarımları konusunda Zorlu'nun rezidanslara hizmet eden kompakt yapısına karşın, Kanyon'un amacıyla lokasyonu arasındaki tezattan daha önceki bölümlerde bahsetmiştik. Dizayn açısından ise, hem Kanyon hem Zorlu'nun rüzgar problemi yine katılımcıların dile getirdikleri sorunlar arasındadır. Genel olarak tercih edilen AVM'ler ise yaşadıkları veya çalıştıkları yerler olmaları gereği özellikle Zorlu ve Akasya, sonrasında ise Palladium, İstinye Park ve Anadolu Yakası'nda ikamet edenlerde Capitol'dür.

Alışveriş alışkanlıkları konusunda katılımcıların çoğunun indirim takip ettiklerini, aynı yerden giyinme eğiliminde olduklarını, giyim alışverişi için internet tercihinin çok yaygın olmadığını belirtmek mümkün. Doğal ürünlerle beslenme, sağlıklı yaşama konusunda da yaygın bir tutum olmakla beraber, internet alışverişine bunun yansımaları da görülmektedir, katılımcılardan üçü şehir dışındaki çiftliklerden online sipariş verdiklerini belirtmişlerdir. Giyim kuşam konusunda ise yurtdışına çıkışlarında hesaplı ve kaliteli alışveriş yapma alışkanlığı olduğunu ifade eden katılımcı sayısı hayli fazladır. Tüketim eğilimlerine ve tüketim mekânlarının kullanımına genel olarak bakıldığında çok-ışlevli yapılarda yaşayanların gösterdiği eğilimlerin, güvenli site sakinlerinden neredeyse hiç ayrılmadığını söyleyebiliriz. AVM çevresinde ikamet etmeyen veya çalışma amacıyla AVM'de bulunması gerekmeyen katılımcılar da, AVM etrafında örgütlenen yapılarda yaşayan veya çalışanlar kadar sıklıkla AVM kullanmakta, çeşitli sebeplerle sosyal ihtiyaçlarını bu kapalı alanlarda gidermektedirler. Mekânlara karşı duydukları olumsuz yargılar, kullanma zorunluluğu olarak görüp öne sürdükleri gerekçeler, estetik veya işlevsel açıdan yaptıkları yorumlar da büyük oranda birbiriyle benzerlik taşımaktadır. AVM etrafında örgütlenen bir yapıda yaşayan veya çalışan

insanların gündelik pratiklerinde görülen temel fark, alışkanlıklardan ziyade eylem sıklığıdır: Zorlu çalışanları yemek yemek için sürekli AVM içinde kalma zorunluluğu taşıırken, Zorlu veya Akasya’da ikamet eden veya hemen oturdukları sitenin yakınında AVM olan aile veya bireylerin AVM’den alışveriş yapma, AVM’deki lokantaya gitme sıklığının arttığı söylenebilir. Aile veya birey olarak yaşayanlar arasındaki temel ayrım, çok-ışlevli yapıda yalnız yaşayanların hiç yemek yapmayıp, sürekli AVM lokantalarında yeme eğiliminde olabilmeleridir.

### **3.2. Mekânların Tüketimi: Seyahat Etme ve Tatil Alışkanlıkları**

Yeme-içme mekânları konusunda yeni açılan yerlere gitme arzusuna değinmiştik, genel olarak bu durumu yeni yer deneyimleme arzusu şeklinde tarif etmek mümkün gözükmemektedir; çünkü katılımcılar aslında tüketim eğilimlerini “sahip olma” güdüsünden ziyade “yeni deneyim edinme/keşfetme” ifadeleriyle dile getirmeyi tercih etmektedirler. Görüşmecilerin benzer ifadeleri MacCannell’in (1999) serbest zaman aktivitelerini “kültürel deneyim” edinme şeklinde yorumlamasıyla teorik olarak da doğrulanmaktadır. Bir başka deyişle insanlar meta yerine deneyim satın almaktadır. Söz konusu deneyimler bir mekân içerisinde gerçekleştirildiği için, katılımcıların aynı zamanda mekân tüketicileri olduğunun bu bağlamda ayrıca altı çizilebilir.

Hafta sonu aktiviteleri arasında “arkadaşlarla buluşma, kahvaltıya gitme, aile ziyaretleri, sinemaya gitme, film izleme, çocuklarla zaman geçirme/çocukları bir yere götürme” eylemleri ağırlıktadır. Hafta içi zaman bulamadıkları için evde yemek yapmayan, dışarıda yemeyi tercih eden katılımcılar, hafta sonu da dışarıda zaman geçirmeyi tercih etmekte, sıklıkla AVM’lere gitmektedir. Hafta sonu kahvaltıları için aile veya arkadaşlarla dışarı çıkma eylemi için seçilen mekânlarsa, genellikle deniz kenarı, Boğaz, Bağdat caddesi olmaktadır.

Seyahat alışkanlığına değinecek olursak, sadece haftasonu için bir yere gitme alışkanlığı, İstanbul’a yakın veya İstanbul civarında bir yere seyahat etme eğilimine çok rastlanmamakla birlikte; genellikle katılımcılar

iş seyahatleriyle haftasonunu birleştirmekte, iş için yurtdışına çıkacakları zamanlarda, kendi tabirleriyle “önüne arkasına bir-iki gün ilave ederek” iş gezilerini tatile dönüştürmektedirler. Bu noktada Ergur’un (2008) hizmet sektörü çalışanlarının sanayi çalışanlarından farklılaşan özelliklerinin, tüketim örüntüleriyle şekillendiği düşüncesini barındıran çalışmasına tekrar değinmekte yarar var. Ergur’a göre, hizmet sektöründe çalışanlar tatillerini yaz ve kış tatili olarak ayırmakta, kış tatillerini belli bir spor özelinde nitelendirmektedir. Yurtdışı seyahatleriyse bu tatillerden ayrı olarak ele alınır. Bizim sahada karşılaştığımız tatil biçimleri ise, ‘deniz tatili’ ifadesiyle yaz tatili ve ikinci tatil olarak ‘yurtdışı tatili’ olmuştur.

En az iki defa tatile çıktıklarını belirten katılımcıların büyük kısmı; deniz tatili ve yurtdışı tatili olarak sınıflandırdıkları tatilleri aynı zamanda aileyle ve arkadaşlarla yapılan tatiller olarak sınıflandırma ihtiyacı duymuşlardır. Ancak bu tatilin amacı, zamanı veya yerine dair kesin bir nitelendirmeden ziyade, tercihen yapılan ayırmadır. Yurtdışı tatilleri ağırlıklı Avrupa ülkelerini kapsamakta ve yeni şehirlere gitme arzusu etrafında biçimlenmektedir. Yurtiçi- yurtdışı ayrımı yapmaksızın, yaz tatili-kış tatili ayrımını yapan katılımcılar da mevcuttur ve kış tatilinin amaçları arasında termal/kaplıca veya kayak aktivitesinin bulunduğu belirtilmektedir. Deniz tatilinde Ege kıyıları tercihinin yerini Yunanistan ve Yunan adaları almış durumdadır, çoğu görüşmeci Türkiye’de fiyatların çok yüksek olduğunu, otellerde kazıklandıklarını hissettiklerini ifade etmiş ve birçoğu düzenli olarak Yunanistan’a gitme alışkanlıklarından bahsetmiştir.

Deniz tatili için düzenli olarak aynı yeri seçen görüşmeciler, yurtdışı tatillerinde hep yeni bir yer görme arzusuyla farklı ülkelere seyahat etmekte ve bu gezilerin öncesinde tatil programı yapmaktadır. Deniz tatili için Ege ve bilhassa Bodrum tercihi söz konusu olsa da, yazlık sahipliğinin azlığı dikkat çekicidir; katılımcıların çoğu geçmişte yazlıkları olduğunu ancak sattıklarını ifade etmiştir. Yazlık sahibi olmanın yerini yeni yerler keşfetme arzusu almış gibidir; yeni kültür edinme, yeni deneyim edinme arzusuyla paraleldir.

Tüketim mekânlarının artan öneminin ardından mekânların tüketimi olarak vurguladığımız ‘yeni mekân deneyimleme’ edimiyle ön plana çıkan tatil/seyahat alışkanlıkları hususunda dikkati çeken iki belirgin eğilimden bahsetmek mümkündür: Birincisi, teknolojinin artan olanakları neticesinde mesafelerin zaman faktörü açısından kısılması, insanların hızlı ve konforlu bir biçimde yurtdışına, uzak mesafelere gidebilme olanağının doğmasıdır. İş seyahatlerinin tatilin bir parçası haline getirilmesi veya seyahat etme alışkanlığının çalışma yaşamını da kapsıyor olması ise iş hayatının merkezi öneminin küçük bir ispatı niteliğindedir. Bir diğer eğilimse, ‘yenilik’ arzusudur; bir önceki bölümde yeni açılan mekânları keşfetme veya farklı bir lezzeti tatma, yeni bir kültürle tanışma isteği, aynı yere tekrar gitmek –yazlık sahibi olmak, akraba ziyareti yapmak vb.– yerine bilinmeyeni keşfetmeyi tercih edilir hale getirir. Sermaye ulusuzlaştığı gibi, ulus aşırı sermayenin beslediği üst-orta sınıflar da, uluslararası yolculuklardan kültürel olarak beslenmektedirler. Küreselleşmeyle birlikte yerelleşme pratiği ise, ‘yeni kültür’ ile tanışma aşamasında farklı biçimlerde ortaya çıkmaktadır.

### **3.3. Çalışma Hayatı ve Serbest Zaman Etkinlikleri**

Hangi sektörlerde nasıl bir işte çalışırlarsa çalışsınlar, katılımcıların çalışma hayatlarının yoğun olduğunu, çalışmanın hayatlarındaki diğer konulardan öncelikli geldiğini, çünkü vakitlerinin çoğunu iş ve iş odaklı etkinliklerin aldığını söyleyebiliriz. Hafta sonu çalışan az sayıda görüşmeci olsa da, mail takibiyle, işlerin organizasyonu ile bir şekilde ev yaşamlarına çalışma hayatlarının dâhil olması çoğu katılımcı açısından geçerli bir durumdur.

Alışveriş ve tatil alışkanlıkları söz konusu olduğunda, çok-işlevli komplekslerde yaşayan veya çalışan katılımcılarla, güvenli sitelerde yaşayanlar arasında çok belirgin ayrımlar görülmezken, serbest zaman değerlendirme etkinlikleri açısından az da olsa farklılıktan bahsetmek mümkündür. Çok-işlevli kompleks içerisinde hem yaşayan hem çalışan Gaye Hanım ile Vedat Bey’in ifadeleriyle Zorlu’da home-ofis sahibi olan ve aynı zamanda çok-işlevli bir başka yapıda rezidans dairesinde yaşayan Yılmaz Bey’in ifadelerinde bu açıdan benzerlikler göze çarpmaktadır. Kendileri çalıştıkları yerleşkelerin merkezi lokasyonları ve statü



göstergesi değerleri nedeniyle iş görüşmelerini, toplantılarını kendi ofislerinde gerçekleştirip, gerekli olmadıkça buldukları yerden ayrılmazken; iş yaşantılarındaki durum sosyal hayatlarına da yansımaktadır. Arkadaşlarıyla buluşmak için bir yerden bir yere gitmek yerine, görüşmek istedikleri insanları buldukları yere davet etmeyi tercih ederler, merkezde ve erişilebilir olma halinin gündelik aktivitelerine yansıdığını, sinema, tiyatro vb. kültürel etkinlikler için dahi buldukları yerden ayrılmalarına gerek olmadığını vurgularlar.

Kent merkezindeki çok-ışlevli yapı komplekslerinin sosyal hayatın merkezi haline gelmesinin yanı sıra, katılımcıların serbest zaman etkinliklerindeki anlamlı sonuçları olan diğer farklılaşmalara bakıldığında ise, kişilerin mesleki farklılıklarıyla ilgi alanları açısından ayrışmaların doğduğunu belirtmemiz mümkündür. Bocoock (1993) mesleklerin şahısların kimliklerini oluşturduğunu, mülkiyet ve gelirin ise belli bir statüyü sağladığını iddia eder. Sahip olunan eşyalar, hayat tarzı mülkiyet üzerinden okunsa ve gelir durumu harcamayla tüketim örüntülerine yansısı da; tüketim ve hayat tarzının belirleyicisi, daha ziyade kimliği ve özgünlükleri ortaya koyan mesleklerdir. Wynne (1998), yeni orta sınıfların demografik özelliklerine bağlı olarak boş zaman aktivitelerinin farklılaştığını vurgularken, yaş, cinsiyet, eğitim, gelir ve meslekleri değişkenler olarak belirtmiştir. Lee (1993) ise sosyo-ekonomik dönüşümün kültürel tüketim üzerinden okunabilirliği iddiasıyla, tüketim – SES ilişkisini nispeten Bourdieu'ye yakın bir perspektiften sunmuştur.

İş yaşamı ve meslekler kadar serbest zaman etkinlikleri de, aynı SES grubu içerisindeki insanlar arasındaki farklılıkların kaynağı olarak önemli olmakla birlikte, serbest zaman geçirme alışkanlıkları arasındaki farklılaşmalar, aynı zamanda iş veya meslek gruplarından da kaynaklanabilmektedir. İnsanların ortak aidiyetleri, ait oldukları sosyal tabakanın sembollerinin yansımaları olan kültürel etkinlikler, sınıfsal ayrımı ortaya koyduğu kadar sınıf içerisindeki ayrışmaların da belirleyicisi olabilir. Özellikle Bourdieu'nün çalışmalarında rastladığımız sınıf fraksiyonları kavramı ve bunun belirleyici bileşenlerinden meslek ve eğitim vurgusu yine bu açıdan tartışılmaya değer ve yeni çalışmalar için bir çıkış noktası niteliğindedir. Bourdieu (1996), ev içinde tamirat yapmaktan, spor-kamp-yürüyüş gibi 'outdoor' aktivitelere, resim

yapma, enstrüman çalma, TV izleme, hatta misafir ağırlama biçimlerine, misafire yapılan yemeğin niteliğine çok kapsamlı sorularıyla üst sınıfların serbest zaman etkinliklerini irdelemiştir. Sadece Bourdieu'nün eserinde değil, kültürel tüketime yönelik çalışmaların çoğunda, dinlenen müzik türü, okunan kitap türü, izlenen TV programlarının türlerindeki farklılaşmaların sınıfsal ayırım üzerinden okunduğu söylenebilir. Tatil alışkanlıklarıyla ilgili değinmiş olduğumuz Ergur'un da (2008: 15), hizmet sektörü çalışanlarıyla sanayi çalışanlarının dinledikleri müzik türüyle ayrışmasının yanı sıra, aynı sınıf fraksiyonu içerisinde yaptıkları iş veya meslek gruplarına bağlı olarak ayrıştıklarına değinmesi dikkat çekicidir. Bizim çalışmamız ise mekân tercihleri odaklı olduğu için, tüketim örüntüleri kısmında kısaca yer verilen serbest zaman aktivitelerini fazla detaylandırma gereği duymadık. Ancak sınıf fraksiyonlarıyla karşılaştırma sağlayarak daha detaylı çalışmalar yapmanın önemli olduğu kanaatindeyiz.

Çalışma dışı zamanların nasıl değerlendirildiği sorusuna katılımcıların çoğu aileleriyle İstanbul'un çeşitli semtlerinde zaman geçirdiklerini belirtmiştir. Özellikle yeni çocuk sahibi olanlar eskisine nazaran daha az sosyal aktivitede bulduklarından yakınırken, çocuğu nedeniyle belirli etkinlikler yapması gereken, çocuk aracılığıyla zorunlu olarak sosyalleşenler de söz konusudur. Çocuk sahibi olmak ya da olmamak, çocukların büyümesiyle alışkanlıkların değişmesi, çocukların okulu veya sosyal etkinlikleri aracılığıyla sosyalleşme, velilerle arkadaşlık geliştirme vb. anlatılar göz önünde bulundurulduğunda, evlilikten ziyade çocuklu olmanın insanların yaşamındaki kökten değiştirici etkisi üzerinde durmak gerekir. Tıpkı farklı meslek gruplarından insanların kültürel sermayelerindeki farklılaşmanın gündelik pratiklerine yansımaları gibi, çocuklu ve çocuksuz katılımcıların sosyal hayatları arasındaki ayrışma da özel olarak çalışılabilir konular arasındadır.

Katılımcıların serbest zaman aktiviteleri konusunda ortaklaştıkları konulara dönecek olursak, "sinemaya gitme"nin ortaklaşılan etkinlikler arasında başı çektiğini söyleyebiliriz. Ev içi etkinlikler arasında film ve televizyon seyretme, dizi takip etme, müzik dinleme yoğunluktadır. Sinemaya gitme/film izlemenin yanı sıra arkadaşlarla zaman geçirme, spor yapma ve basketbol maçı izleme eylemleri de hem ev içi hem de dış

mekân etkinlikleri olarak deneyimlenen pratikler arasındadır. Katılımcılar arasında hem basketbol maçlarına gitmek hem evde seyretmek yaygındır. Spor konusunda ise hiç spor yapmadığını belirten görüşmeciler dahi yürüyüş yaptıklarının altını çizmekte ve bunu sağlık nedeniyle, yaşlarının ilerlemesiyle zorunlu hale gelen bir etkinlik olarak belirtmektedirler.

Özetlemek gerekirse serbest zaman aktiviteleri arasında sinemaya gitmek, basketbol maçı ve (bilhassa yaz aylarında) konser izlemek, aile ve arkadaşlarla zaman geçirmek, (özellikle hafta sonları) dışarıda kahvaltı etmek, seyahat etmek ağırlıktadır. Seyahat etme eylemini bir hobi olarak belirten çok sayıda katılımcı vardır. Çalışma dışı geçirilen zamanın niteliği konusunda bir diğer saptamamız da, çocuk sahibi olmanın sosyal aktiviteyi azalttığı veya tamamıyla çocuğa bağlı yeni bir sosyal yaşam biçiminin ortaya çıktığı yönündedir. Hayatında hiç enstrüman çalmamış, çocukluğunda spor yapmamış katılımcılar dahi, çocuklarının bir müzik dalına, dansa veya spora yönelmesini arzu etmekte, onları çeşitli kurslara göndermektedir ve böylece kendi sosyal hayatları da değişmektedir. Özel olarak, bir sporcu annesi olan Nesrin Hanım, kızının su balesi yapmaya başlamasıyla hayatının değiştiğini belirtmiştir. Profesyonel bir sporcu olan kızının maçları nedeniyle sık sık yurtdışı seyahatlerinde bulunan görüşmecinin bütün arkadaş çevresi, kızının arkadaş annelerinden oluşmakta, serbest zamanı bütünüyle evde veya dışarıda spor etkinlikleri izlemeye dayanmaktadır.

Bunların yanı sıra katılımcıların büyük kısmında spor alışkanlığı olduğunu belirtmek mümkündür. Herhangi bir hobi veya profesyonel uğraşları olup olmadığı sorulduğunda özel ilgileri olan görüşmeciler dışında hemen herkes spor yaptığını özellikle vurgulamıştır. Genellikle oturarak, uzun saatler boyunca çalışan, bütün gün toplantılar yapan, ev ile iş arasında uzun yol kat etse de evinden arabasına-arabasından iş yerine sürekli kapalı mekânda ve asgari ölçüde hareket ederek yaşayan katılımcıların sporu hayatlarının düzenli etkinliği haline getirmiş olmaları da beklenen ve hâliyle anlaşılır bir bulgudur.

### 3.4. Sosyo-Kültürel Beğeni ve İlgiler

Bu başlık altında sırasıyla spor alışkanlıkları, okuma alışkanlığı ve kitap satın alma tercihleri, kültürel etkinliklere katılım, iç mekâna yönelik estetik eğilimler ve katılımcıların kimi özel ilgi alanlarına yer verilmektedir.

Spor alışkanlığı hususunda, hiç spor yapmadığını, hoşlanmadığını ifade eden bir görüşmecinin dışında herkes spor yapmaya çalıştığını ifade etmiş, çoğu görüşmeci ise düzenli spor alışkanlığı olduğunu vurgulamıştır. Düzenli spor alışkanlığı olan katılımcıların çoğunun spor salonlarına üyeliği mevcuttur. Bu yüzdendir ki, yapılan sporlar arasında kardiyo ve yüzme ağırlıktadır. Genel olarak sıralayacak olursak, herkes yürüyüş yaptığını dile getirmekte, koşu, kardiyo, yüzme (kış aylarında kapalı havuz olanağı yüzmeyi devamlı/düzenli spor aktivitesi haline getirebilmektedir) yürüyüşün ardından gelmektedir. Sonraki sırada pilates, yoga ve bisiklet, ardından ise kayak ve basketbol sayılabilir. Köksal Bey profesyonel olarak kayak yapmakta, Aslı Hanım ile Evren Bey profesyonel sayılacak raddede yoga ve meditasyon ile ilgilenmektedir.

Okuma alışkanlığı konusunda doğrudan bir soru sormadığımız halde, mülakatlar esnasında okuma alışkanlıklarına ilişkin bulgu edinme şansımız oldu. Asıl sorulan soru ise kitap satın alınan mekân konusundaki tercihlerdi. AVM içerisindeki zincir kitapevinden, sahafa kadar pek çok seçenek sunulan katılımcılar, öncelikle kitap okuma alışkanlıkları konusunda kendiliğinden bilgi verme ihtiyacı hissettiler. Okuma düzeylerine bakılacak olursa, okuma sıklığı konusunda bir genelleme yapmak pek olası gözükmemektedir çünkü görüşmeciler ne sıklıkla okuduklarından ziyade aslında ne kadar çok okumak istedikleri ifadesiyle okumaya değer verdiklerini, ancak zaman ayıramadıklarını belirtme gereği duymuşlardır. Bu açıdan toplumun çoğu kesimindeki genel yargının gördüğümüz üst-orta sınıflar açısından farklı olmadığını belirtmemiz mümkündür. Hiç kitap okumadığını ifade eden Köksal ve Vedat Bey dışında, genellikle görüşmeciler kitap okumaya istediği kadar zaman ayıramadığını beyan etmişlerdir. Kitap okuma veya satın alma sıklığı için net yanıt verebilen katılımcı sayısının azlığı ise, aslında seyrek okuduklarının bir ispatı niteliğindedir. Ersin Bey ile Sezin Hanım dışında, sürekli ve düzenli okuyan iki

görüşmeci vardır; Sara Hanım ile Nesrin Hanım. Ancak bu görüşmecilerden birisi yazarlıkla uğraşmakta diğeri ise zaman zaman kitap eklerine eleştiriler yazıp çeşitli yayınevlerine editörlük ve çevirmenlik yapmaktadır; dolayısıyla bu katılımcılar da aslında ‘işleri gereği’ okumaktadırlar. Onların yorumlarını bu nedenle burada değerlendirmeyeceğiz.

Kitap satın almak için tercih edilen mekânlar üzerine eğilmeye çalışsak da, katılımcıların AVM içerisindeki D&R’lardan veya internetten kitap alışverişi yapmakta oldukları bir gerçektir. Robinson, Homer gibi eski köklü kitapçı isimlerini telaffuz eden görüşmeciler olmuştur fakat onların da yine özel ilgileri çerçevesinde okuma eğiliminde olmaları dikkat çekicidir. Akademisyen olan Ayten Hanım Homer’den alışveriş yaparken, yabancı dilde roman okuma alışkanlığı olan görüşmeciler Robinson veya Pandora gibi kitapçılara gittikleri bilgisini paylaşmışlardır. Yabancı dilde okuma alışkanlığı esasında yaygındır ancak yurtdışından kitap alma veya internet üzerinden sipariş verme, İstanbul’da kitapçıya gitmekten daha yaygındır. Online alışverişi kitap kadar e-kitap da kapsamaktadır, tablet veya kindle kullanımı düzenli okuyan görüşmeciler arasında yaygındır.

Okunan kitap türleri arasında kişisel gelişim kitapları, anı/biyografi, psikoloji kitapları ağırlıktadır. Ayrıca iş için okunan kitaplar, takip edilen çeşitli mecmualar söz konusudur. Tarih ve yakın dönem siyasi tarihini anlatan kitaplar, romanlar ise nispeten fazla okuyan görüşmecilerin tercih ettikleri kitap türleri arasındadır. Belli bir yazardan hoşlanıp onun tüm kitaplarını okuma, belli bir dönemde yazılan veya belli bir dönemi anlatan eserleri okuma da, yine sık kitap okuyanların eğilimleri arasındadır.

Kültür/sanat aktiviteleri konusunda mesleğe ve ilgi alanlarına bağlı olarak tutum ve alışkanlıkların çokça değiştiğini söylemek mümkündür. Özellikle tiyatro, opera gibi etkinliklere katılımı ilgili yurtdışı-yurtiçi kıyaslaması yapan görüşmeciler, yurtdışında izledikleri performansların yerini buradakilerin kesinlikle tutmadığının altını çizmiştir. Bir görüşmeci Türkiye’de bu gibi kültürel aktivitelere hiç katılmadığını

belirtirken, bir başkası İstanbul’da düzenli olarak takip ettiği opera, tiyatro, bale vb. etkinlikleri “iyi niyetli çabalar” olarak nitelendirmiştir.

Finans odaklı işlerde çalışan görüşmecilerin bir kısmının kültürel etkinliklere hiç ilgi duymaması, düzenli olarak sahne sanatları, konser ve tiyatro takip eden katılımcılarınsa daha ziyade yüksek lisans veya doktora mezunu olmaları, yine kültürel sermayenin belirleyiciliği çerçevesinde yorum yapmaya olanak tanımaktadır. Kullanıcıların bir kısmına yaşadıkları veya çalıştıkları yerleşke veya kurumlar vasıtasıyla davetiyeler gelmektedir. Sanat sergilerini ziyaret etme alışkanlığı çok az katılımcıda mevcut olmakla birlikte, genellikle opera gibi sahne sanatlarını deneyimlemeye benzer şekilde, yurtdışı seyahatlerinde yeni bir kültürü tanımının ‘gereği’ olarak sergi gezme eğilimi dikkat çekmektedir. Ancak günlük hayatının bir parçası olarak sergi takip etme alışkanlığı olan görüşmeciler İstanbul Modern’i ziyaret ettiklerini belirtmişlerdir.

Konser konusunda yaz aylarında düzenli olarak konsere gidildiğini belirtmiştik, tercih edilen mekân ise genellikle Harbiye Açık hava olmaktadır. Zorlu PSM, yine dile getirilen alanlar arasındadır; sadece konser veya sahne performansı değil, aynı zamanda çocuklara yönelik etkinlikler, tiyatro festivalleri de Zorlu’ya gitmek için tercih nedenleri arasında yer almaktadır.

İç mekân açısından görüşmecilerin eğilimlerine baktığımızda ise, evlerinin dekorasyonunda dikkat ettikleri niteliklerin genellikle sade, fonksiyonel, rahat olmasına özen gösterdiklerini belirtebiliriz. Ahşap ağırlıklı tasarım kullananlar, özellikle belli bir ağaç türünü seçenler, ahşabın verdiği sıcaklık hissine vurgu yapanlar çoğunluktadır. Bir görüşmeci tarafından Zorlu’daki ofislerin dizaynıyla ilgili, kullanılan ahşap malzemenin ‘ev hissi’ verdiği vurgusu yapılmıştır.

Çoğu katılımcı evlerinin iç mekânlarını kendilerinin tasarladığını ya da mimarlarına yaptırdıklarını, istediklerini bizzat mimarlarına belirterek tasarım sürecine dâhil olduklarını ifade etmiştir. Bir başka dikkat çeken nokta ise, evin dekorasyonu ile ilgili sorulara evdeki kitaplığın boyutuyla cevap vermeye

başlanmasıdır. Birkaç görüşmecide özellikle detaylıca konuşulan bu durum, aslında kitapların ve kitaplığın dekoratif amaçlı kullanımına işaret olmakla beraber, rezidans tipi yerleşim alanlarında, bilhassa yüksek tavanlı loftların satış kataloglarında kullanılan görsellerde de kitaplık kullanımı sözünü ettiğimiz durumun geçerliliğinin ispatı niteliğindedir. Söz konusu görsellerde, ‘dekoratif’ amaçlı kitaplık görüntüleri neredeyse manzarayla rekabet eder haldedir. Özelleştirilen kent alanlarında eyleyicilerin gündelik pratiklerinden hareketle, özellikle loft’larda yaşamayı tercih eden genç profesyonellere odaklanan Zukin (1982), yeni orta sınıfın temsilcileri diyebileceğimiz bu yüksek SES düzeyine mensup, iyi eğitilmiş, genç kesimlerin gündelik pratikleri üzerinden estetiğin kökenini sorgulamaktadır. Estetik ile eyleyicilerin gündelik hayatı arasındaki ilişki, Bourdieu’nün (1996) habitus kavramı üzerinden beğeni yargılarındaki ayrımları çözümlene biçimini çağrıştırmaktadır. Öte yandan, ‘genç profesyoneller’ olarak nitelendirilen sınıf, Florida’nın (2012) ‘yaratıcı sınıf’ tezini hatırlatır. Yazar, editör, bilişim uzmanı vb. kültürel sermayesi yüksek olan bu sınıfın ürettiği estetik değer, kent içerisindeki güncel dönüşümün ortaya çıkışında büyük rol oynar. Bizim çalışmamızda ise, her ne kadar yaratıcı sınıfa dahil edilebilecek ve bu ayrımı ispat eder nitelikte nispeten estetik kaygılara daha fazla sahip tekil örnekler yer alsa da, genel olarak estetik değer veya mekânın estetik kaygılarla seçimi konusunda bir yargıya varmamız çok ihtimal dahilinde değildir. Zukin’in loft tipi yerleşim alanlarının eski ‘bohem’ çatı katlarına nazaran güncel bir değer olarak varlık kazanması konusunda ise, bir ortaklıktan bahsetmek mümkündür. Katılımcıların çoğu ‘eskilik değeri’ üzerine düşünmemekte, yeni, steril alanlarda yaşamayı tercih etmektedir. Konforlu, ferah, fonksiyonel olmasıyla ön planda olan bu yeni mekânların metrekareleri ve planlama biçimleri, estetik değerlerden daha öncelikli konular olarak dikkati çeker.

Yaşama mekânlarının tasarımı özelinde metrekarelerin önemi, rezidans tipi alanlarda her odanın kendine ait WC ve duşunun bulunması, 4+1 yerine 4,5+1 gibi planlama sistemleriyle, bir ütü odası/hizmetli odasının evlerde standart olarak kullanılan bir mekân haline gelmesi gibi yenilikler yine evlerin iç mekân tasarımına dair belirgin özelliklerdir. Manzaranın yanısıra balkon ve/veya bahçe vurgusu, bu alanların davet vermeye elverişli oluşu, hakikaten kullanıcılar tarafından karşılık bulan cazibe etkenleri arasındadır. Doğal ışık

almak, yeşille iç içe olmak, düzayak dışarıya çıkıyor olabilmek görüşmecilerin çoğunun evlerinin tasarımı konusunda saydıkları önemli avantajlar arasındadır.

Ev için özel olarak herhangi bir obje satın alma eğilimi sadece birkaç kadın görüşmecide dikkat çekmiştir. Alışveriş yapılan veya tasarımları beğenilen yerler arasında ise Create and Barrel ile Zara Home özellikle telaffuz edilmiştir. Mudo City'nin ürünlerini fiyat/performans açısından eleştiren kullanıcılar arasında, Create and Barrel'da beğendiği bir ürünü mimarına daha uygun fiyata yaptırdığını söyleyen bir katılımcı mevcuttur. Burada hesaplı davranma eğiliminin yanısıra esasında yine tasarım sürecine dahil olma, 'kendi mimarına' yaptırma vurgusu da önemli gözükmektedir. Bali'nin (2000) seçkinler üzerine yazdığı yazılarında 'ayrıcalıklı olma hissine' değinmesini, bu açıdan hatırlamakta yarar var: Söz konusu SES grupları, kendilerinde olanın başkasında olmamasını arzu ettikleri için, sınırlı sayıda üretilen, özel olarak üretilen nesnelere tüketme eğilimindedir.<sup>10</sup>

Öte taraftan Create and Barrel ile Mudo City gibi üst düzey markaların yanısıra, hemen herkes IKEA ürünlerini kullanmakta, beğenmekte ve IKEA'ya belli aralıklarla gitmektedir. Yani lüks ilgileri olan kullanıcılar, bir yandan hesaplı davranma tutumlarını korumaktadır. Öte yandan IKEA tasarımının evrenselliği, kullanışlılığı ve fonksiyonelliğin estetik değerine önüne geçmiş olması, görüştüğümüz SES düzeyinin mekân ve mobilyalar konusundaki genel tutumunun bir göstergesi niteliğindedir.

Son olarak katılımcıların mekânlar açısından çok rafine zevkleri, estetiğe özel bir düşkünlükleri olduğunu söyleyemeyeceğimiz gibi, ilgi alanları ve sosyal yaşantıları açısından çok sıradışı bir durumun söz konusu olmadığını ayrıca belirtebiliriz. Yine de görüşmeciler arasındaki bazı özgün durumlara bakılacak olursa; meditasyon, yoga yapan görüşmecilerin yanısıra slow food'a ilgi duyan, sağlıklı beslenme ve sağlıklı yaşam konuları üzerinde duranlar mevcuttur. Yemek yapmak çoğunluk için bir zorunluluk olmaktan çıkmıştır,

---

<sup>10</sup> Özel bir alışveriş için seyahat etmek, geçmişteki 'antika merakının' yerini aldığını söyleyebileceğimiz *vintage* ürünlere artan ilgi de bunun ispatı niteliğindedir.



birtakım kullanıcılar içinse hobiyeye dönüşmüş durumdadır; hatta içlerinden Gaye Hanım füzyon mutfağına ilgi duymaktadır, gastronomi dersleri almış, aşçılık okulunda eğitim görmüştür. Ayten Hanımsa profesyonel bir eğitim almamıştır ama evinde verdiği davetlerde özel yemekler yapmakta olduğunu belirtmiş ve yemek kitaplarına düşkünlüğünün altını çizmiştir.

Köksal Bey profesyonel olarak kayak yapmakta, Şükrü Bey ise gitar çalıp şarkı söylemektedir. Yine Şükrü Bey'in düzenli olarak briç oynama alışkanlığı vardır, arkadaş grubu ile haftanın belli günleri Kalamış'ta bir kulübe gitmekte ve briç turnuvalarına katılmaktadır.

Halihazırda çok 'ekstrem' ülkelere seyahat etmemiş olmasına rağmen Aslı Hanım, meditasyon, sağlıklı yaşam/sağlıklı beslenme ilgisi nedeniyle Hindistan ve Brezilya seyahatleri planlamakta olduğu bilgisini paylaşmıştır; antik Hindu sağlık sistemi olan *ayurveda*<sup>11</sup>'ya ilgi duyan görüşmeci, *ayurvedik* beslenmeye çalışmakta ve konu hakkında daha fazla bilgilenmek adına Hindistan'a gitmeyi planlamaktadır, Brezilya'ya da benzer şekilde *John of God* turları kapsamında gideceğini belirtmiştir. Ayurvedik beslenme, kısaca belirtmek gerekirse, mekânsal ve zamansal açıdan 'o an'a ait besinin en sağlıklı besin olduğu fikrine dayanmaktadır. Yiyecekler yerel olarak temin edilmeli ve mevsiminde tüketilmelidir. Akarçay'ın (2016) beslenmeyi odağına aldığı çalışmasında da diyet ve sağlıklı beslenmenin orta sınıflar tarafından son derece önemsendiği vurgulanmakta; katkı maddeleri içermeyen, 'organik gıda' tüketiminin yaygınlaşmasına dikkat çekilmektedir.

Dolayısıyla özel ilgiler arasında 'sağlık' konusunun ön plana çıktığı söylenebilir. Görüşmecilerin hepsinin yaşlarından bağımsız olarak fiziksel durumlarının iyi olmaları, giyim kuşamlarına dikkat etmeleri, bakımlı ve zinde olmaları bu açıdan sağlıklarına dikkat ettikleri izlenimi yaratmaktadır; büyük çoğunluğunun

---

<sup>11</sup> Sanksritçe 'hayat bilgisi (life-knowledge)' anlamına gelen ayurveda, Hindistan kökenli, insanların fiziksel, zihinsel ve ruhsal olarak yaşamlarını iyileştirmelerini amaçlayan bir anlayıştır. Bedenin boşluk, hava, ateş, su ve toprak elementlerinden oluştuğu ve bütünsel olarak ele alınması gerektiği fikrine dayalı ayurveda; sağlığa dair bilgisinin temelinde yatan şeylerden biri doğal beslenmedir.

düzenli spor aktivitesini ihmal etmediğini düşünecek olursak, sağlık ve spor konusundaki bilinç düzeyiyle ortaklaştıklarını belirtebiliriz. Ancak kültür ve sanat odaklı konularda özgün ve tekil zevkleri, beğenileri söz konusudur, bu açıdan herhangi bir genelleme yapmak pek mümkün gözükmemektedir.

#### **4. SONUÇ**

Çok-işlevli yapı kompleksleriyle güvenli siteler arasındaki farklılıklardan hareketle çok-işlevli komplekslerinin özel olarak neden tercih edildiğini sorguladığımız ve söz konusu yapılardaki üst orta sınıfa mensup bireylerin tüketim örüntülerine odaklandığımız çalışma neticesinde, iki grup arasındaki ayrımların tüketim örüntülerinden ziyade, genel olarak mekânsal tercihlerinde ve sosyal yaşamlarındaki alışkanlıklarında belirgin olduğu sonucuna vardık. Daha önce geleneksel tipte sitelerde yaşayıp daha sonra AVM ile özdeşleşen veya birden fazla işlevin bir arada oluşuyla akla gelen yapılarda yaşayan katılımcıların, yaptıkları mekân seçimindeki ana motivasyonları kentin merkezinde yer almak, böylece kent hayatının olanaklarına erişebilir ve hem çalışma hayatında hem sosyal ilişkiler anlamında insanlar tarafından kolaylıkla erişilebilir olmak şeklinde özetlenebilir. Bu bağlamda sosyal alışkanlıkları değişen, gündelik hayatında fazla mekân değiştirmeden yaşayan, ancak şehir dışına sıklıkla çıkmaya çalışan, imkan bulduğu sıklıkta seyahat eden, yeni deneyim edinmek üzere para harcamayı seçen, fiziksel olarak yeterli hareket edemediği çalışma hayatı nedeniyle serbest zamanını spor yaparak değerlendiren bir kentli tipinden bahsetmemiz mümkün gözükmemektedir.

Tüketim örüntüleri ve hayat tarzlarındaki eğilimler açısından esasında güvenli site sakinleri ile yaşam komplekslerinde ikamet etmeyi seçen katılımcılar arasında çok belirgin farklılıklar görülmemekle beraber; çok-işlevli yapılarda değişen esas alışkanlığın çalışma hayatıyla doğrudan bağlantısı dikkat çekmektedir. Çok-işlevli kompleksler, birden fazla ihtiyacın minimum zamanda belirli mekânlar içerisinde giderilmesini sağlaması yönüyle tercih edilmekte, kentin merkezindeki lokasyonu veya merkezileşerek değer kazanmaları neticesinde –ulaşım ağına eklenmeleri, metro duraklarının açılması gibi gelişmelerle merkezileşmeleri- zamansal kazanım ve merkezde olmanın getirdiği rahatlık yönleriyle periferide yer alan herhangi bir güvenli siteden ayrılmaktadır. Aynı zamanda, özellikle Zorlu örneğinde, çalışma mekânı açısından söz konusu yapının tercih sebeplerinin başlıcası sosyal statü edinme veya sahip olunan statüyü koruma durumudur, bu yapılar iş yaşamındaki, buna bağlı olarak toplumsal hayattaki prestijin sembolü

haline gelmiştir. Gündelik pratiklerde belirgin ayrımlar olmasa dahi, sosyal statü kazanımına bağlı olarak değişen sosyal ağ (network) ile hayat tarzlarının farklılaşabildiğini söylemek mümkündür.

Çalışma kapsamında bir araya geldiğimiz katılımcıların İstanbul kentini deneyimleme biçimlerini tartışırken, kentte gerçekleştirmeseler dahi çok sayıda aktiviteye, imkâna erişebilir olmayı önemseyen ve bu nedenle İstanbul gibi bir metropolde yaşamının avantajlarının daha fazla olduğunu özellikle vurgulayan görüşmeciler, yine benzer şekilde hiç kullanmasalar dahi buldukları yaşam alanı içerisindeki spor, kültür, sanat faaliyetlerinden yararlanma olanaklarını önemsemektedir; hatta sınıfsal konumlarındaki ayrıcalıklı olma halinin bir başka örneğinin de bu açıdan var olduğunu belirtmek mümkün gözükmektedir. Burada bilhassa Zorlu Center'daki Performans Sanatları Merkezi yeni bir işlev alanı olarak, mevcut yerleşkelerden ayrılan bir başka özellik olarak önemlidir.

Sadece AVM etrafında örgütlenen yapılarda değil, rezidans-ofis komplekslerinde ve lüks konut alanlarında bulunan tüketim mekânlarının belirleyiciliği ise, sınıfsal kimliklerin tüketim örüntüleri üzerinden inşa edildiğinin bir göstergesi olarak ayrıca dikkati çekmektedir. Yaptığımız çalışmadan varılan sonuçlara göre, insanlar daha fazla dışarıda yeme eğilimi göstermekte, ev yerine dış mekânda buluşmayı tercih etmekte, çalışma hayatlarının belirleyiciliği nedeniyle meslekleri odağında sosyal çevre edinmekte ve bir arada oldukları insanlarla dışarıda buluşmayı tercih etmektedir; ev hayatının yerini dış mekân aktiviteleri almıştır. Beauregard'ın (2015) deyişiyle, insanların tüketim etkinliklerini kendi özel alanlarından kamusal alana taşımaları sınıfsal ayrımı görünür kılmaktadır. Veblen'in 'gösterişçi tüketim' kavramı çerçevesinde de okunabilecek olan bu durum, çok-işlevli yapılar içerisinde mekânsal kurgunun ayrıştırılmasıyla benzer SES grupları arasındaki ekonomik, sosyal veya kültürel ayrımları da görünür kılmaktadır.

Ev yerine dışarıda yemeğe çıkan, haftasonları dışarıda kahvaltı etme alışkanlığı geliştiren, akşamları eğlence amaçlı dışarı çıkmanın yanısıra arkadaşlarını evinde ağırlamak yerine dışarıda buluşan insanların dışarıda olma eyleminin karşılığı park veya bahçe gibi alanlar değil, ağırlıklı alışveriş merkezleridir.

Komplekslerde ikamet edenler zaten sıklıkla AVM kullanırken, hatta kimisi AVM içerisinde geçerek bir yerden bir yere ulaşımını gerçekleştirirken, nispeten geleneksel alanlarda yaşayan ve konut alanları yakınında tüketim odaklı mekânların sınırlı sayıda, sınırlı ölçüde olduğu katılımcılar da yaşadıkları yere olabildiğince yakın AVM'lere sıklıkla gittiklerini ifade etmiştir. Mesken alanına en yakın AVM'ye gitme ve kapalı mekânda zaman geçirme eğilimi, tüketim odaklı mekân tercihinin yanı sıra, iç mekânın konfor ve güvenlik sağlamasıyla da doğrudan bağlantılıdır. İnsanlar en kısa mesafeleri kat ederek ve en az zamanı harcayarak, yani sürekli artan önemde bir zaman ve mekân tasarrufu vasıtasıyla, güvenli ve konforlu alanlarda bütün ihtiyaçlarını bir arada karşılama arzusu taşımakta olduklarını çeşitli biçimlerde dile getirmektedir. Yine bu noktada güvenli site ile bilhassa AVM barındıran kompleks arasındaki ayrım dikkati çeker: AVM etrafında örgütlenen bir kompleks içerisinde ikamet eden bireyler, evlerinde misafir ağırlamak yerine, evlerinin bir parçası konumundaki AVM içerisindeki bir mekânda arkadaşlarını ağırlamayı dışarıda buluşmaya tercih edebilir, eğlence veya alışveriş amacıyla çıktıkları 'dışarı' onların hayatının bir parçası olan mekânın kendisi olabilir. Dolayısıyla özel ve kamusal alan ayrımları da AVM etrafında örgütlenen yapılar açısından yeniden tartışılmaya değer gözükmektedir.

Üst-orta tabakaların konfor gereksinimleri yaşadıkları iç mekânlarda da ön planda tutulmaktadır. Her şeyin sade, fonksiyonel, rahat olması gerektiğini vurgulayan katılımcılar, esasında bu fonksiyonellik ve rahatlık vurgusuyla lüksten uzak değil, bilakis lüks arzusu etrafında bir kurguyu ifade etmekte, akıllı ev teknolojileri, her şeyin uzmanları tarafından düşünülmüş ve tasarlanmış olmasını ima ederek olumlamaktadır. Tasarım süreçlerine fikirsel olarak dâhil olmak isteyen, çünkü genellikle yönetici pozisyonlarda olmaları gereği, süreci kendi inisiyatiflerinde deneyimleme arzusu güden katılımcılar, istedikleri doğrultuyu belirledikleri sürecin karar mekanizmasında yer aldıktan sonra kendilerine sunulan hizmeti en yüksek düzeyde almayı arzu ederler. Fonksiyon ve kullanılabilirlik meselesinin karşılığı işte bu, bütün işlevlerin bir arada ve en iyi düzeyde sunulması halidir.

Sonuç olarak çalışmadan çıkan bulguların genel bir yorumlamasını yapacak olursak; üst-orta katmanların rahatlık/konfor içinde ve güvende hissetme arayışında olduklarını, kendilerine sadece ekonomik değil sosyal ve kültürel açıdan da benzer insanlarla bir arada bulunma eğilimlerinin gündelik pratiklerinde belirleyici olduğunu söyleyebiliriz. Bu benzer insanlarla bir aradalık, özellikle iş yaşamlarının yoğun etkisi nedeniyle aynı sınıf fraksiyonlarını, yani birbirine yakın veya benzer meslek gruplarını bir arada toplamayı beraberinde getirmektedir. Bir diğer konu, kendilerine sınıfsal olarak yakın insanlarla kümelenirken, diğerlerinden tamamen ayrılmakta olmalarıdır; toplu taşıma kullanmayan, yaşadığı/çalıştığı mekândan sadece özel aracıyla çıkma eğilimindeki SES grupları açısından gündelik pratiklere baktığımızda hakikaten zaman zaman dış mekânla hiç temas kurmayan, otoparktan asansörüyle evine çıkıp evinden asansörle AVM içindeki restorana inen bir sınıfsal grupla karşı karşıya olduğumuzu söyleyebiliriz. Görüşmecilerimizin çoğu bu oranda bir konformizm içerisinde yaşamasalar dahi, arzularının bu yönde olduğu, ancak mekân ve zaman açısından yeterli düzeyde tasarrufta bulunabilirlerse diledikleri oranda kendilerini gerçekleştirip kent hayatını da diledikleri ölçüde deneyimleyebilecekleri kanısında olduklarını ifade etmişlerdir. Tüketim tercihleri odağında ise özellikle tatil alışkanlıkları, spor ve kültürel faaliyetleri; sınırlı mekânlar içerisinde zaman konusunda sıkışıklık yaşayan insanların buldukları her kısa zaman dilimini yeni mekân deneyimleriyle değerlendirme, yeni yer keşfetme ve hızla mekân ‘tüketme’ eğiliminde olduklarını göstermektedir. Spor ve sağlık konusundaki bilinç ve takip düzeyi ise, yine sınırlı mekânlardaki değişen yaşam biçiminin getirisi olarak fiziksel hareketlerinin zorunlu olmasının bir sonucudur.

Bizim yapmış olduğumuz çalışma, kentsel mekân odağında belirli sınıf fraksiyonlarının yaşam biçimlerindeki ayrımları, mekân ve tüketim örüntüleri üzerinde tarif etmek açısından amaçladıklarına birden fazla işlevin bir araya gelme nedenleri ve sonuçlarının sosyal sınıfları nasıl yeniden dönüştürdüğü konusunda saptadığımız bulgularla belli oranda ulaşmakla birlikte; özellikle yeni nesil yaşam alanlarında ortaya çıkan hiyerarşi biçimleri konusunda yeni çalışmalar yapılması gerektiğini göstermektedir. Toplumsal eşitsizliğin kendini yeniden üretme biçimleri sosyolojinin güncel konusu olarak incelemeye değerdir ve

içinde bulunduğumuz mekânların değeri her geçen saniye artmakta olan zamansal etkilerle ele alınması, disiplinler arası perspektifte farklı konular etrafında çalışılmak durumundadır.

## 5.SUMMARY

In order to analyze at which points multifunctional enclaves differ from gated communities, we decided to interview with people from upper-middle classes and used SES levels to determine socio-economic groups through social stratification perspective rather than class analysis. In this study, interviewees were chosen owing to their educational level at least university degree, property at least living the house belonging to themselves –the prices of those houses are so high that we can have an idea about how high their economic level is. The income of the interviewees were investigated that the monthly average is above 20.000 TL, the responds of the interviewees showed an interval from 8.000 to 50.000 TL.

We made semi-structured interviewees for this qualitative research. After having demographic data, in-depth interviewees were made during 45-50 minutes with 17 main questions. These questions were classified in two basic topics, former was “urban experiences and spatial preferences” with 7 basic investigations and the later was “consumption patterns and life styles” with the rest 10 investigations. In this article, the data based on second part of the study that is about consumption patterns are mentioned and a comparison between gated communities and multi-functional enclaves is realised in order to reveal basic sources of the distinction about the preferences of upper-middle classes.

According to the conclusions of those investigations, it can be claimed there is almost no significant distinction between upper classes’ consumption patterns owing to the different types of residential places. Their cultural tendencies and consumption patterns seem similar and the specific distinctions are derived from differentiations about spatial preferences. Since people living in multifunctional enclaves are generally close to the city centre, they are able to have comfort to access anything they need, or become accessible as long as they desire. Although all the interviewees prefer eating outside than cooking, going outside to meet friends instead of hosting them at home, doing outdoor activities than spending time inner places etc.; the ones living in multifunctional enclaves are distinguished from the others by gaining time and not changing



their location as much. While having no necessity to move between different places during everyday life, they travel much more and spend time and money for having new experiences, on the other hand.

During the fieldwork, in multifunctional areas, especially Zorlu Center, we also realized the relation between social status of people and their spatial preferences on working places. Besides occupations have become the basic factor about the distinction between people, working spaces are also significant indicators about occupational prestige of people from upper classes. In one hand, working becomes the main action of living and it also determines people's life styles by leading free time activities, in other hand, working spaces becomes the main reflection of people's social prestige that it also means these spaces where have been chosen due to social classes determine upper classes' social, cultural, occupational tendencies and life styles once more.

## **6. KAYNAKÇA**

- Akarçay, E. (2016). *Beslencenin Sosyolojisi: Orta Sınıf(lar)ın Yeme İçme ve Eğlence Örüntüleri*. Ankara: Phoenix.
- Bali, R. N. (2000). Burası New York, karşısı Üsküdar. *Birikim*, 131, 72-90.
- Bali, R. N. (2004). *Tarz-ı Hayat'tan Life Style'a: Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar*, (6. Bs.). İletişim: İstanbul.
- Beauregard, R. A. (2015). Mutenalaştırmanın Yarattığı Kaos ve Karmaşa. N. Smith ve P. Williams, (Ed.). *Kentin Mutenalaştırılması içinde*, (s. 56-82). M. Uzun, (Çev.). Yordam: İstanbul.
- Bocock, R. (1993). *Consumption*. Routledge: New York & London.
- Bourdieu, P. (1996). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (5. Ed.). R. Nice (Tr.). Routledge: London.
- Danış, D. (2001). İstanbul'da Uydu Yerleşmelerin Yaygınlaşması: Bahçeşehir Örneği. F. Gümüsoğlu (Der.), 21. Yy. *Karşısında Kent ve İnsan içinde* (s. 151-160). Bağlam: İstanbul.
- Ercan, F. ve D. Gültekin-Karakaş (2014). Küresel ve Yerel Dinamikler Üzerinden Türkiye İnşaat Sektörü. *Quo Vadis: Sosyal Bilimler – Artvin Çoruh Üniversitesi Hopa Uluslararası Sosyal Bilimler Konferansı, İktisat, Siyaset ve Toplum Üçgeninde Küreselleşmenin Yerel Dinamikleri*, 15-17 Ekim 2014.
- Erder, S. (2006). *Refah Toplumunda Getto*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Ergur, A. (2008). Sanayi ve Sanayi Sonrası Sektör Çalışanlarında Kimlik Stratejisi Olarak Tüketimin Sınıf Ölçütlerini Görünmezleştirici Etkisi. *Toplum ve Bilim*, 112, 7-30.
- Florida, R. (2012). *The Rise of Creative Class, Revisited*. New York: Basic Books.
- Gotham, K. F. (2005). *Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)*. *Urban Studies*, 42 (7), 1099–1121.
- İslam, T. (2003). *Galata'da Soylulaştırma: Soylulaştırıcıların Demografik ve Kültürel Özellikleri Üzerine Bir Çalışma*, TMMOB Şehir Plancıları Odası Kentsel Dönüşüm Sempozyumu, 11-13 Haziran 2003, YTÜ Basım-Yayın Merkezi, İstanbul, 159-172.

- Kalaycıoğlu, S., Çelik, K., vd. (2010). Temsili Bir Örneklemde Sosyo-Ekonomik Statü (SES) Ölçüm Aracı Geliştirilmesi: Ankara Kent Merkezi Örneği. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 183-220.
- Keyder, Ç. (2011). Yirmi Birinci Yüzyıla Gिरerken İstanbul. Deniz Göktürk, Levent Soysal ve İpek Türel (Haz.), *İstanbul Nereye? Küresel Kent, Kültür, Avrupa içinde* (s. 49-61), İstanbul: Metis Yayınları.
- Kurtuluş, H. (2011). Gated Communities as a Representation of New Upper and Middle Classes in İstanbul. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 44, 49-65.
- Lee, M. J. (1993). *Consumer Culture Reborn*. New York & London: Routledge.
- Ley, D. (1994). Gentrification and The Politics of The New Middle Class. *Environment and Planning*, 12 (January 1993), 53–74. Pearson.
- MacCannell, D. (1999). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. University of California: Los Angeles.
- Marcuse, P. (2005). Enclaves Yes, Ghettos No: Segregation and The State. D. P. Varady, (Ed.). *Desegregating the City: Ghettos, Enclaves, and Inequality içinde* (s. 15-30). New York: State University of New York.
- Miles, S. (2010). *Spaces for Consumption: Pleasure and Placelessness in the Post-industrial City*. London: Sage.
- Muğan Akıncı, G. (2013). Youth and Shopping Malls: A Case Study about Youth Preference in Mall Use. *MEGARON / Yıldız Technical University, Faculty of Architecture E-Journal*, 8 (2), 87–96.
- Paterson, M. (2006). *Consumption and Everyday Life*. London and New York: Routledge.
- Sassen, S. (1991). *The Global City: New York. London, Tokyo*. Oxford: Princeton University.
- Sassen, S. (2000). *Cities in a World Economy*. (2. Ed.). California: Sage.
- Sassen, S. (2002). *Global Networks, Linked Cities*. (Ed.). New York: Routledge.
- Smith, N. (1997). *The New Urban Frontier. Gentrification and the Revanchist City*. New York & London: Routledge.

Sunar, L., Kaya, Y., ve Otrar, M. (2015). Türkiye Sosyoekonomik Statü Endeksi (Araştırma Raporu No. 113K506). Ankara: TÜBİTAK.

Wynne, D. (1998). Leisure, Lifestyle and the New Middle Class. London and New York: Routledge.

Zukin, S. (1982). Loft Living: Culture and Capital in Urban Change. Baltimore and London: The Johns Hopkins University.