

# *Tüketim Toplumunda Genç ve Yoksul Olmak: Dışlanma Süreçleri ve Karşı Stratejiler*

**Melike Aktaş Yamanoğlu**  
Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi  
• • •

## **Özet**

Kent yoksulu gençlerin tüketim toplumuyla ilişkilerine odaklanan bu çalışma çerçevesinde, tüketim toplumunda genç ve yoksul olmanın, gençlik ve yoksulluk deneyimlerini nasıl biçimlendirdiği ve bunlara yönelik kavrayışları nasıl yeniden tanımladığı incelenmiştir. Kent yoksulu gençlerin tüketim baskılarıyla karşılaşma ve bunlarla baş etme biçimleri, tüketim toplumu göstergelerini yorumlama pratikleri, tüketim toplumuna dahil olabilmek için geliştirilen pratik stratejiler ve direniş stratejileri çalışmada üzerinde durulan diğer konulardır. Ankara'nın Altındağ, Mamak ve Sincan bölgelerinde yaşayan ve yaşları 15 ile 29 arasında değişen toplam 65 gençle yapılan yarı-yapılandırılmış görüşmelere dayanan alan araştırmasının bulguları, kent yoksulu gençlerin tüketim toplumuyla ilişkilerinin dışlanma süreçleri ve bunlara karşı verilen sembolik mücadeleler etrafında şekillendiğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda kent yoksulu gençler, tüketim toplumunun ne tam dışında kalmakta ne de tam anlamıyla içinde yer alabilmektedirler.

**Anahtar sözcükler:** yoksulluk, gençlik, tüketim toplumu, sosyal dışlanma, dışlanmaya karşı stratejiler

## ***Being Young and Poor in Consumer Society: Exclusion Processes and Anti-strategies***

## **Abstract**

This study focuses on sub-urban poor youth's relationships with consumer society and examines how being a poor youth in consumer society structures youth and poverty experiences and the conceptualizations of poverty and youth in this context. Encountering consumerist pressures and coping with them, interpretation practices of consumer society signs, practical strategies that facilitates of inclusion to consumer society and resistance strategies are the other subjects discussed in the study. The field research findings based on semi-structured interviews with 65 young people living in Ankara's Altındağ, Mamak and Sincan districts between the age of 15-29, indicated that poor youth's relationships with consumer society are meaningful in the context of both exclusion processes from this society and symbolic struggles given against to these processes. In this context, sub-urban poor youth neither totally excluded nor totally included in consumer society.

**Keywords:** poverty, youth, consumer society, social exclusion, strategies against social exclusion

## *Tüketim Toplumunda Genç ve Yoksul Olmak: Dışlanma Süreçleri ve Karşı Stratejiler<sup>1</sup>*

Günümüz toplumlarını birer “tüketim toplumu” olarak yorumlayan akademik çalışmalar, tüketimin tüm toplumsal alanlarda sahip olduğu merkezi rolün altını çizmektedirler (Jameson, 1983; Miller, 1995; Slater, 1997; Bauman, 1999; 2007; Ritzer ve Slater, 2001; Cohen, 2003; Baudrillard, 2004; Trentmann, 2004). Tüketim her zaman için toplumsal hayatın önemli bir parçası olmasına rağmen günümüz toplumlarından “tüketim toplumu” olarak bahsedilmesi, bu toplumlardaki bireylerin tükettiğine dair alelade bir gerçekten daha farklı bir gerçeğe de vurgu yapmaktadır. Tüketim toplumu, tüketim merkezli yaşam biçiminin ve yaşam stratejisinin seçiminin cesaretlendirildiği ve sürekli olarak desteklediği, bireylerin tüketici “rolleriyle” veya “yetenekleriyle” öne çıktığı bir toplum olarak ele alınmaktadır. Böylece tüketicilerin tüketim alanında gösterdikleri “performans” bir “başarı” ölçütü haline gelmekte ve tüketim toplumuna dahil olabilme ile tüketim toplumundan dışlanma arasındaki ayrımı düzenleyen bir prensip olarak işlev görmektedir (Bauman, 2007: 53).

Literatürde tüketim toplumunu konu edinen çalışmalar genel olarak, “tüketimin toplumsal yaşamı kuşatması” üzerinde dururken, tüketim toplumunu homojen bir yapı olarak ele almakta ve farklı toplumsal katmanların tüketim toplumuyla ilişkilerini ve farklılaşmış deneyimlerini inceleme konusu yapmamaktadır. Bu bağlamda tüketim toplumunun yoksulları ancak birer “dezavantajlı”, “yetersiz” veya “kusurlu” tüketici olarak kavramsallaştırılmakta (Andreasen, 1975; Bauman, 1999; 2007) ve yoksulların tüketim toplumunda yaşama deneyimleri gerek uluslararası

1 Bu makale yazarın 2008 yılında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı’nda tamamladığı “Kent Yoksulu Gençlerin Tüketim Toplumunda Yaşama Deneyimleri: Ankara Örneği” başlıklı doktora tezi çalışmasından üretilmiştir.

gereksel ulusal literatürde ancak sınırlı sayıdaki çalışmada konu edilmektedir (Hill, 1992, 2001, 2002a, 2002b ; Hill ve Stephens, 1997; Chin, 2001; Sletten vd., 2004; De Castro, 2006; Hayward ve Yar, 2006; Nayak, 2006; Archer vd., 2007). Türkiye’de kent yoksulluğu üzerine geniş bir literatür bulunmasına rağmen (bakınız Işık ve Pınarcıoğlu, 2005; ODTÜ, 2000; Erdoğan, 2007a) kent yoksullarının tüketimle ilişkilerini tartışan çalışma sayısı sınırlıdır (bakınız Etöz, 2000; Ardıç, 2002; Ayata, 2003; Bora, 2007; Erdoğan, 2007b). Aynı şekilde gençlik çalışmaları da Türkiye’de son yıllarda giderek artmasına rağmen (bakınız Yentürk vd, 2008; Lüküslü, 2009), bu çalışmalar içinde yoksul gençlerin tüketimle ilişkilerine odaklanan çalışma da oldukça az sayıdadır (bakınız Yumul, 2006).

Bu makale, kent yoksulu gençlerin tüketim toplumuyla ilişkilerine odaklanmaktadır. Çalışmada Ankara’nın kent merkezi dışında kalan alanlarında ve gecekondu bölgelerinde (Altındağ, Mamak, Sincan) yaşayan gençlerin tüketim toplumuyla kendi tüketici dünyaları arasında kurdukları ilişkiler incelenmiştir. Bu bağlamda kent yoksulu gençlerin “gençliği” ve “yoksulluğu” nasıl deneyimledikleri, tüketim kültürü tarafından beslenen tüketim hayalleri, arzuları ve özlemleri, tüketim toplumundan dışlanma süreçleri ve bu süreçlere karşı geliştirdikleri stratejiler ile bunlarla mücadele biçimleri araştırılmıştır.

Tüketim toplumunda yoksul olmak, Zygmunt Bauman’nın ifadesiyle (1999: 60) “unutulmanın, yoksun bırakılmanın ya da aşağılanmanın, başkalarının girebildiği toplumsal şöleden dışarıya atılmanın üzüntüsüne dönüşen bir yetersizliğe” işaret ederken, bu süreci yoksul bir genç olarak deneyimlemenin daha şiddetli dışlanma süreçleri ürettiği öne sürülebilir.

Zira tüketim toplumunda gençlerin tüketici olarak sahip olduğu “ayrıcalıklı” bir konum bulunmaktadır. Genç tüketici gruplarının kârlılığı yüksek bir pazar kategorisi oluşturuyor olması, pazarlama mesajlarının bu hedef kitle üzerinde yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Gençlerin ayrı bir tüketici grubu olarak kabul görmesi II. Dünya Savaşı’nın ertesinde gençlerin tüketim harcamalarındaki yükseliş ve tüketim tercihlerinin farklılaşması ile birlikte gerçekleşirken (Abrams, 1959), gençlerin oluşturduğu pazarın zenginliği özellikle 1980 sonrası dönemde eşi görülmemiş düzeylere ulaşmıştır (Zaim, 2006: 92). Yoksul gençler, gençlere yönelik tüketim pazarının ancak kıyısında yer alabilmelerine rağmen tüketim yönelimli baskılara diğer toplumsal katmanlardan gençler gibi maruz kalmakta; ancak sahip oldukları kısıtlılıklar nedeniyle tüketim alanına katılımında çeşitli güçlüklerle karşılaşmaktadırlar. Genç olmanın anlamının, tüketime “özgürce” katılabilmek olarak yeniden tanımlandığı tüketim toplumunda yoksulluk nedeniyle bu “özgürlüklerden” mahrum kalmak, yoksul gençlerin dışlanma süreçlerine yeni boyutlar eklemektedir. Türkiye’de kent yoksulu gençler eğitim, sağlık, barınma gibi temel hizmetlere ulaşamama; yaşanan çevre koşulları tarafından üretilen mekânsal dışlanma ve genel olarak sahip oldukları düşük eğitimsel nitelikleri nedeniyle işgücüne katılmama riskleri altındadırlar. Tüm bu riskler, yoksulluğun bir parçası olarak gençlerin karşılaştıkları sosyal dışlanma biçimlerine örnek oluşturmaktadır.

Gençliğin çeşitli yaş aralıkları çerçevesinde, “çocukluktan yetişkinliğe bir geçiş dönemi”, “yaşamın bir evresi” ya da “bir dilimi” olarak ele alan yaklaşımların literatürde sahip olduğu ağırlıklı konumlara rağmen, bu türden “biyolojik” açıklamaların gençliğin karmaşıklığını ve sosyolojik boyutunu ihmal etmesi nedeniyle sorunlu olduğu söylenilebilir (Wyn ve White, 1997; Alemdaroğlu, 2005; Kentel, 2005; Lüküslü, 2005; Kurtaran vd., 2008). Bu yaklaşım biçimlerinde gençlik, “homojen bir grup” olarak kavramsallaştırılmakta, bu kategorinin kendi içinde nasıl farklılaştığına değinilmemektedir. Johanna Wyn ve Rob White’a göre (1997) gençlik, genç insanların ortak olarak paylaştıkları biyolojik özelliklere göre değil, içinde kurgulandığı toplumsal süreçlerle (eğitimsel süreçler, ailesel süreçler veya işgücü piyasasıyla ilişkiler gibi) birlikte anlaşılmalıdır. Dolayısıyla gençlerin bu kurumlarla ilişkileri açısından tarihsel, kültürel ve toplumsal olarak farklılaşan gençlik kategorilerinden bahsetmek mümkündür. Wyn ve White (1997: 10-11) gençliğin en iyi “ilişkisel” olarak tanımlanabileceği-

ni yani yaşın toplumsal olarak tarihsel ve kültürel belirli biçimlerde kurgulandığı, kurumsallaştırıldığı ve kontrol edildiği bir toplumsal süreç gönderme yaparak ifade edilebileceğini belirtirler. Gençlik bu bağlamda, gençliğin erişkinlikle ve güç ilişkileriyle olan ilişkisi açısından ele alınabilir (Wyn ve White, 1997: 11).

Pierre Bourdieu'ye göre "gençlik bir laftır" (1997: 130). Bourdieu bu belirlemesiyle, gençliğin yaş temelli açıklamalarının toplumsal sınıflandırmanın gücünü elinde bulunduran yetişkinler tarafından gençlerin hayat imkanlarını ve hareket sınırlarını belirlemek için kullanıldığı; gençliğin de aynı yaşlılık gibi veri olmadığının ancak gençler ile yaşlılar arasındaki mücadelede toplumsal olarak oluşturulduğunun altını çizmek istemektedir (1997: 130-131). Bourdieu'ye göre gençlerden ortak çıkarlarla donanmış, oluşmuş bir grup olarak söz etmek ve bu çıkarları biyolojik olarak tanımlanmış bir yaşa indirgemek, gençliğin içinde yuvalanan eşişsizliğin yeniden üretim mekanizmalarını gözlerden sakladığından açık bir manipölasyondur. Dolayısıyla gençlik kendi içinde farklılaşmamış bir grup olmaktan ziyade, sosyal statüye göre farklılaşan bir yapıda olduğu ve gençliğin anlamlandırılmasının ancak toplumdaki iktidar ilişkileri bağlamında incelenmesiyle mümkün olabileceği öne sürülebilir. Her ne kadar aynı dönemde doğmuş olmak, benzer şeyleri yaşamak gençler arasında çeşitli ortaklıklar yaratır demek mümkün olsa da (Wyn ve White, 1997: 16; Lüküslü, 2005: 35), "sosyal kökenden bağımsız", "tek bir gençlikten" söz etmek mümkün değildir (Kurtaran, vd., 2008: 7), zira farklı sosyal kesimden gençler bu ortaklıkları farklı şekilde deneyimlemektedirler. Gençliğe ilişkin bu farklı yaklaşımları bir araya getirerek "her genç kuşağın, bir önceki kuşaktan farklı özellikler gösterdiğini, ancak bu farklı özelliklerin sosyo-ekonomik kategorilerle bağıntılı olarak geliştiğini" söylemek mümkündür (Kentel, 2005: 13). Dolayısıyla bir yandan art arda gelen kuşakların, örneğin ebeveynler ile çocuklarının, diğer yandan farklı toplumsal kategorideki gençlerin arasında yoğun farklılıkların bulunduğundan söz edilebilir. Bourdieu "kuşak çatışması" olarak söz edilen sürecin, esas olarak farklı yaşlarda oluşmuş "esin sistemlerinin çatışmasından" ileri geldiğini, ebeveynlerin ile çocuklarının özlülerinin, farklı mallara ulaşma imkanlarına ve malların farklı bölüşüm yapılarına göre inşa edilmiş olduğunu verdiği örnekle şöyle açıklar (1997: 137):

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

Esasında gençlik denilen olgunun tanımlanmasında öğrenci olmak belirleyici bir kategori olarak kabul görmektedir. Gençliğe atfedilen birçok özelliğin öğrenci olma durumuyla bağlantılı olduğu görülmektedir (Benlisoy, 2003: 283). Öğrencilerin belli bir yaş dönemi boyunca üretim sürecinin dışında kalmaları ve bunun beraberinde getirdiği boş zaman imkanları, gençliğin tanımlanmasında kullanılan unsurlardandır. Günümüzde gençlik, okul gibi toplumsallaşma mekânları vasıtasıyla olduğu kadar, çeşitli tüketim biçimlerine dahil olmakla da tanımlanır hale gelmiştir (Benlisoy, 2003: 289). Belirli tüketim kalıplarının, alışkanlıklarının ve yaşam biçimlerinin benimsenmesi ya da benimsenebilmesi, gençleri genç olmayanlardan ayıran önemli kriterlerdendir. Bu çerçevede genç ve yoksul olmanın, hem gençlik hem de yoksulluk deneyimini farklılaştırdığından söz edilebilir. Tüketim toplumunda genç ve yoksul olarak yaşamak, bu gençlerin tüketimle ilişkilerine hem diğer toplumsal katmanlardan gençlerden hem de kendi katmanlarındaki yetişkinlerden farklı boyutlar eklemektedir. Dolayısıyla yoksul gençleri, hem gençler hem de yoksullar içerisinde farklılaşan, ayrı bir toplumsal kategori olarak ele almak mümkündür.

Bu çalışmada ilk önce yapılan alan araştırması hakkında bilgi verilecektir. Bu bölümde kent yoksulu gençlerle yapılan görüşmelerde izlenen yöntem ve karşılaşılan güçlüklerle değinilecektir. Alan araştırmasından elde edilen deneyimin, benzer çalışmalar için yol gösterici olabileceği düşünülmektedir. Çalışmanın ikinci bölümü genç ve yoksul olmanın tüketim toplumu içinde kazandığı farklı anlamlara odaklanmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde kent yoksulu gençlerin tüketim toplumu göstergeleri ile karşılaşma alanlarına ilişkin değerlendirmeler sunulmaktadır. Ardından kent yoksulu gençlerin tüketim toplumundan dışlanma deneyimleri ve bunlara ilişkin geliştirilen stratejilere değinilmektedir.

## Kent Yoksulu Gençlerle Görüşmeler: Alan Araştırması Hakkında

Ankara'nın Altındağ, Mamak ve Sincan ilçelerinin çeşitli mahallelerinde yürütölen alan araştırmasına dayanan ve niteliksel araştırma yöntemiyle yapılan bu çalışmanın verileri, 2007 yılı içerisinde, yaşları 15-29 arasında değişen toplam 65 gençle yapılan 58 yarı-yapılandırılmış derinlemesine görüşmelerle derlenmiştir<sup>2</sup>. Alan araştırmasının yürütöldüğü bölgelerden özellikle Altındağ ilçesi, Ankara'nın halen en yoğun gecekondü nüfusunun bulunduğu yerleşim yeri olmasından ötürü, alan araştırmasının esas yoğunlaştığı bölge olmuştur. Alan araştırması sonucunda elde edilecek bulguların, Türkiye'deki kent yoksulu gençlerin bütününe genellemek gibi bir yönlemsel amaç güdülmemiştir. Bunun yerine kent yoksulu gençlerin gündelik yaşamlarında tüketimle olan ilişkileri, kendi tikel bağlamında anlaşılmaya çalışılmış ve gençlerin deneyimleri eşliğinde yoksulluk, gençlik ve tüketim ilişkisinin aldığı farklı biçimler üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu amaç doğrultusunda yoksulluğun farklı katmanlarından gelen gençlere ulaşılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın örneklemini de kent yoksulu gençleri "temsil edebilecek" bir kapsam seçme amacıyla oluşturulmamıştır. Ancak görüşölen kişilerin seçiminde birtakım ölçütler de kullanılmıştır. Gençlerin seçiminde yaş ve cinsiyet dağılımına; görüşölen gençlerin arasında ilköğretim okullarına, meslek ve teknik eğitim veren orta öğretim kurumlarına ve genel liselere devam etmekte olan öğrencilerin, okulu erken terk etmiş veya eğitimine ara vermiş, işsiz ve çalışmakta olan gençlerin bulunmasına dikkat edilmiştir. Görüşölecek gençlerin seçiminde, çalışmada yoksulluğun nesnel bir ekonomik kategori olarak tanımlanmamasından ve kent yoksulluğunun çok boyutlu bir olgu olarak ele alınmasından hareketle, belirli bir gelir grubu ile araştırma sınırlandırılmamıştır. Ancak görüşölen gençlerin hane halkı gelirleri dört kişilik bir

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

ailenin asgari geçim haddinin çok altındadır<sup>3</sup>. Yaşanılan yerin yoksulluk deneyimine olan katkısı gözetilerek, özellikle yoksulluğun mekânsal olarak yoğunlaştığı bölgelerde, yaşam standartlarını yükseltebilecek her türlü kaynaktan belli ölçülerde yoksun olan kişiler araştırma için uygun örneklem olarak düşünülmüştür. Bu çerçevede görüşülen kişilerin büyük bir kısmını da, yaşam düzeylerini yükseltebilecek ekonomik, sosyal ve kültürel sermayeden<sup>4</sup> yoksun gençler oluşturmuştur.

Görüşülecek kişilere çeşitli kişi ve kurumların referanslarıyla ulaşılmıştır. Altındağ bölgesindeki hanımlar lokalleri (Beşikkaya, Seyfi Demirsoy, Altınpark), kültür merkezleri (Hüseyin Gazi Kültür Merkezi, 29 Ekim Kültür Merkezi) ve Büyükşehir Belediyesi Altındağ Gençlik ve Kültür Merkezi, Mamak bölgesinde Çağdaş Gençlik Merkezi bu bölgede yaşayan gençlere ulaşılmasını sağlamıştır. Bu merkezlerdeki yetkililerin ilişkileri aracılığıyla, buralara devam eden, buralarda kurs ve eğitim gören gençlerden araştırmaya katılmak isteyenlerin listesi sağlanmış, daha sonra bu kişiler teker teker aranılarak, uygun görüşme yeri ve saati tespit edilmiştir. Sincan bölgesinde ise Saraycık Mahallesi gerek konumu gerekse buradaki konutların tümünün gecekondulu olmasından dolayı araştırma

- 3 Türkiye Kamu-Sen Araştırma Geliştirme Merkezi'nin yapmış olduğu 2008 Mayıs ayına ait asgari geçim endeksi (yoksulluk sınırı) sonuçlarına göre, dört kişilik bir ailenin asgari geçim haddi 2.589,39 YTL'dir ([http://www.kamusen.org.tr/mevzuat.asp?menu=istatistik&konu=asgari&de\\_tay\\_id=98](http://www.kamusen.org.tr/mevzuat.asp?menu=istatistik&konu=asgari&de_tay_id=98)). Görüşmelere katılan gençlerin hane halkı gelirleri ise genellikle düzensizdir veya 700-900 YTL civarında yoğunlaşmaktadır. Bu sonuçlar, görüşülen gençlerin önemli bir kısmının yoksulluk sınırının çok altında, hatta açlık sınırında yaşadıklarını göstermiştir.
- 4 Ekonomik, kültürel ve sosyal sermaye kavramları, Bourdieu'nün (1984, 1995, 1997; Bourdieu ve Wacquant, 2003) kavramsallaştırılmasına uygun biçimde ele alınmıştır. Buna göre ekonomik sermaye, taşınmaz malları, nakit parayı, hisse senetlerini vb. içeren kişinin sahip olduğu mali kaynakları gösterir. Kültürel sermaye olarak ifade edilen sermaye türü Bourdieu'nün çalışmalarında entelektüel sermaye, bilgi sermayesi, eğitimsel sermaye gibi kavramlarla da anılır. Featherstone (1996: 174); Bourdieu'nün kültürel sermaye kavramının, "dolaysızca hesaplanabilir, mübadele edilebilir ve gerçekleştirilebilir olan iktisadi sermayeye paralel olarak, kültüre dayanan iktidar kiplerinin ve birikim süreçlerinin de var olduğunu" gösterdiğini ifade eder. Kültürel sermayenin üç biçimi vardır; kültürel sermaye a) nesneleşmiş halde (resimler, kitaplar, makineler, binalar gibi kültürel ürünler), b) bedenselleşmiş halde (sunum tarzı, konuşma biçimi, bedene ilişkin özellikler-bronz ten, adaleli vücut, dövme, piercing vb.) ve c) kurumsallaşmış halde (eğitim düzeyi, akademik diplomalar vb.) bulunur. Son olarak Bourdieu sosyal sermaye kavramıyla, bireyin ya da grubun, belli ilişkiler ağına dahil olmasıyla ve bu ilişki ağı içerisinde karşılıklı tanıma ve tanınma sayesinde elde ettiği gerçek ya da potansiyel kaynakların toplamını ifade eder. Bourdieu, bu üç tür sermaye biçimine son çalışmalarında simgesel sermaye olarak yeni bir kategori eklemiştir. Simgesel sermaye, diğer sermaye türlerinden herhangi birinin, algı kategorileriyle kavrandığında büründüğü biçimdir. Wacquant, Bourdieu'nün bütün çalışmalarının simgesel sermayenin çeşitli biçimlerinin ve sonuçlarının keşfedilmesine yönelik bir arayış olarak da okunabileceğini söyler (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 108).

için seçilmiş, buradaki gençlere o mahallede yaşayan bir ailenin referansı ile onların bazı tanıdıklarına, akrabalarına ve komşularına ulaşılmıştır. Altındağ Kale Mahallesi'ndeki katılımcılara, o bölgede yaşayan bir kişinin referansı ile gençlerin zamanlarını geçirdikleri bir kahvehanede ulaşılmıştır. Araştırmanın bir bölümü ise Ankara Ostim Sanayi Bölgesi'nde çalışan usta, kalfa ve çıraklarla yürütülmüştür. Buradaki gençlere ise Sanayi Bölgesi'nde bir dükkân sahibinin referansı ile ulaşılmıştır. Araştırmaya katılacak kişilerin soruları yanıtlamak için ayırması gereken zaman, soruların onların özel duygu, düşünce ve deneyimlerini anlamaya yönelik olması, katılımcıların seçilmesinde çeşitli bağlantı ve referanslara başvurmayı zorunlu kılmıştır. Araştırma için seçilen bölgelerdeki suç oranlarının yüksekliği, gençlerin tanımadıkları kişilerle konuşmak istememelerine neden olmaktadır. Bu türlü sorunlar, kişisel tanıdıklar ve kurumsal ilişkiler sayesinde önemli ölçüde giderilmiştir. Ayrıca görüşmelerin yapıldığı kuruluşlara görüşme günleri dışında da gidilerek, buralara devam eden gençlerle mümkün olduğunca çok zaman geçirilmeye çalışılmıştır. Böylece hem görüşmelere katılan gençlerin araştırmacıya güven duymaları sağlanmaya çalışılmış hem de görüşülen gençlerin yanı sıra diğer gençlerle de iletişim kurabilme ve gözlem yapabilme fırsatı elde edilmiştir.

Görüşmelerin öncesinde araştırılan konu ve temalara yönelik olarak temel sorular başlıklar altında belirlenmiş ve her bir kategori altında sorulabilecek çeşitli sorulara ilişkin görüşme planı hazırlanmıştır. Ancak görüşülen tüm gençlere aynı soruların yöneltilmesi yerine, görüşülen kişilerin anlatıları doğrultusunda sorular yeniden biçimlendirilmiş, bazı durumlarda yerleri değiştirilmiştir. Görüşmelerin tamamına yakını, görüşülen kişinin izni alınarak kaydedilmiştir. Bu çalışmada gençlerin mahremiyetlerini korumak adına, isimleri değiştirilmiştir.

Görüşmelerde mümkün olduğunca Bourdieu'nün (1999: 609) "aktif ve metodolojik dinleme" olarak adlandırdığı yöntem kullanılmıştır. Bu yöntemin temel amacı, araştırmacı ile görüşülen kişi arasındaki toplumsal mesafenin azaltılması ve dolayısıyla araştırma ilişkisine içkin olan simgesel şiddetin mümkün olan en alt seviyeye indirgenebilmesinin sağlanmasıdır. Her araştırma ilişkisi (gerek nitel gerekse nicel araştırmalar) bir

toplumsal ilişki üzerine kuruludur.<sup>5</sup> Toplumsal ilişkilerde taraflar arasındaki farklı sermaye kompozisyonlarından doğan toplumsal asimetrik konumlar, bir yandan araştırma sonuçlarını etkilerken bir yandan da araştırmacı ile görüşülen kişi arasında simgesel şiddetin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Araştırmacının kendine dönük düşünömsellik kazanması (*reflex reflexivity*), görüşmenin içinde yapılandığı toplumsal yapının ve bunun görüşme üzerindeki etkisinin algılanmasına ve izlenmesine yarayan sosyolojik hissetme ve görme biçimlerinin geliştirilmesine katkıda bulunacaktır.<sup>6</sup> Böylece araştırmacı ilk önce kendi soru sorma ve değerlendirme biçimlerini belirleyen varsayımları (ön kabulleri) fark edebilecektir. Öte yandan görüşmelerin kasıtlı olarak planlanmasa dahi bir çeşit “zorla dahil olma” (*intrusion*) süreci olması ve bu süreçteki tarafların özellikle kültürel sermayeye sahiplik temelindeki asimetrik konumları tarafından üretilen dilsel sermaye eşişsizlikleri, görüşmelerde simgesel şiddetin meydana gelmesinin koşullarını üretir. Bourdieu’ya göre (1999: 609), görüşmelere için olan bu iki özelliğin dikkate alınması, bunların etkilerini tamamen yok etmese de kontrol altında tutabilmeye olanak sağlayacaktır. Bourdieu’nün araştırma ilişkisindeki bu türden metodolojik ve epistemolojik sorunları aşmak için öne sürdüğü “aktif ve metodolojik dinleme” yöntemi, taraflar arasında şiddet içermeyen iletişimin (*non-violent communication*) kurulması ya da diğer bir ifadeyle araştırma ilişkisinin mümkün olabildiğince ideal sınırlara ulaştırılması için gerekli görölmektedir

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

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

(Bourdieu, 1999: 608-609). Araştırmacı şiddet içermeyen iletişimi gerçekleştirebilmek için özellikle araştırma ilişkisindeki dilsel ve sembolik piyasanın<sup>7</sup> yapısına göre hareket etmelidir. Pratikte pek de kolay başarılamayacak bu durumun sağlanabilmesi için Bourdieu'nün önerisi gerektiğinde taraflar arasındaki toplumsal mesafenin azaltılmasını sağlamak amacıyla araştırmacının görüştüğü kişinin dilini, görüşlerini, duygularını ve düşüncelelerini kontrollü bir şekilde taklit etmesidir (1999: 609). Ayrıca görüşülecek kişilerin seçiminde, yakın çevreye ya da tanıdıkların referansına başvurmak taraflar arasında aşinalık ve yakınlık sağlayacağı için şiddet içermeyen iletişimin kurulmasına yardımcı olacaktır (1999: 610).

Her dilsel alışveriş, bir iktidar edimi potansiyelini içerir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 140). Ancak bu araştırmada da söz konusu olduğu gibi taraflar arasında sermaye dağılımında asimetrik konumlar işgal eden eyleyiciler söz konusu olduğunda bu durum daha da belirgin olmaktadır. Görüşmelere başlamadan araştırmacının kendisini tanıtmasıyla birlikte ortaya çıkan asimetrik ilişkinin aşılabilmesi için araştırmanın yapılma gerekçesi görüşülen kişiye açıklanmaya çalışılmış, araştırmacının orada özellikle onları dinlemek için bulunduğu, soruların doğru yanıtlarının aranmadığı, kendilerini en rahat ifade ettikleri şekilde konuşulması istenmiştir. Ayrıca görüşülen kişi ile aradaki toplumsal mesafenin azaltılmasının sağlanması için onların hayat hikayeleri dinlenmiş, bu hikayeler üzerinden görüşülen kişi ile çeşitli benzerlikler kurulmuş, zaman zaman soruların yanıtlarının dışına çıkan konuşmalara izin verilmiştir. Görüşmelerde sorulan sorular, "epistemik şiddet" oluşturacak şekilde araştırmacının kendi (akademik, kültürel, sınıfsal vb.) dünyasından çıkan ifadelerle değil (Erdoğan, 2007c: 45), mümkün olduğunca görüşülen kişinin toplumsal uzamdaki konumlarını ve toplumsal koşullarını anlayarak onların görüş açılardan biçimlendirilmiştir. Görüşülen kişilerin büyük bir kısmının araştırmanın neden yapıldığı ile olduğu yakından ilgilendikleri gözlemlenmiştir. Onların sorularına en ayrıntılı şekilde yanıt verilirken, yaşadıkları deneyimlere ilişkin onlardan yanıt almayı cesaretlendire-

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

cek ifadeler kullanılmıştır. Ancak araştırmanın yoksulluk temelli bir araştırma olduğu, gençleri bu şekilde adlandırmamak ve susturmamak için ve böylece yoksullara/yoksulluğa dair simgesel şiddet biçimlerine dahil olmamak adına açıkça belirtilmemiştir. Zira gençlerin kendilerini yoksul olarak adlandıracak her türlü ifade ve örnekten özellikle kaçındıkları, bu türden sorulara cevap vermek istemedikleri yapılan ilk görüşmelerden itibaren ortaya çıkmıştır.<sup>8</sup>

Her ne kadar görüşmelerde toplumsal asimetri etkilerini azaltmak için metodolojik özen gösterilmiş olsa da araştırmanın bu sorunların tamamen üstesinden geldiğini söylemek mümkün değildir. Öncelikle görüşülen kişilerin seçimi, araştırmada açıkça ifade bulmasa da onları yoksul olarak adlandırmıştır. Ayrıca görüşmelerde sorulan soruların bazıları belki de onların kendilerine hiçbir zaman sormadıkları ya da sormak istemedikleri türden sorular olmuştur. Bu sorular, mahrumiyetlerini onlara göstermiş ya da tekrar hatırlatmış olabilir. Sorulan arzu ve hayaller, görüşülen kişilere belki de asla ulaşamayacakları şeylere özlem uyandırmış olabilir. Tüm bunlar aslında araştırmacının istemeden de olsa sembolik şiddet biçimlerine dahil olması anlamına gelebilir. Ancak görüşülen kişilerin çoğu, görüşme sonrasında araştırmaya katılmaktan dolayı memnuniyet duyduklarını, araştırmanın kendi seslerinin duyulmasına katkıda bulunacağına inandıklarını, konuşmanın onları rahatlatmış olduğunu, istediği takdirde tekrar görüşmelere katılabileceklerini dile getirmişlerdir.

Bu çalışmada kent yoksulu gençlerin deneyimlerine yapılan vurgu öncelikle, yoksulluğun ekonomik ve nicel veriler etrafında kavramsallaştırılmasının yoksulluğun çok boyutluluğunu ihmal ettiği düşüncesinden

8 Görüşmelere katılan gençlerin kendilerini yoksul olarak adlandıracak süreçlerden uzak tutmak istemeleri, görüşmelerin dışındaki tutumlarında da belirgin bir unsur olmuştur. Örneğin gençlere arkadaşlarıyla da görüşme yapılabilmesi için yardımcı olmaları istendiğinde, buna karşı gönülsüz oldukları gözlemlenmiştir. Bunun nedeni sorulduğunda ise arkadaşlarının kendilerini “düzgün” ifade edemeyeceklerine inandıkları, onların kendilerinden “farklı” oldukları ya da görüşmelere katılmak istemeyecekleri gibi açıklamalar öne sürülmüştür. Gençlerin kendi arkadaşlarını görüşmelere dahil etmekte çekingen davranmalarının önemli bir nedeninin, gençlerin yoksulluklarını gizlemek için çaba göstermelerinden kaynaklandığı düşünülebilir. Ayrıca görüşmelerde gençlerin sıklıkla kendi arkadaşlarından verdikleri örneklerden yararlanmaları, aynı şekilde arkadaşlarının da kendileri hakkındaki düşüncelerini açıklıkla dile getirebileceği endişesinin de bu süreçte belirleyici olduğu söylenilebilir. Gençlerin yoksulluklarını gizlemekte kullandıkları taktikler, aynı zamanda onları evlerinde ziyaret etme isteği üzerine de ortaya çıkmıştır. Görüşmelerin kendi evlerinde yapılması istendiğinde gençler buna karşı çıkmış ve neden olarak ailelerinin olası tavırları ya da zaman kıstlılıkları gösterilmiştir.

kaynaklanmaktadır. Yoksulluğu bunu deneyimleyenler açısından ifade ettiği anlama odaklanılarak yoksulların kendi anlatımlarının ön plana alınması, yoksulluğun getirdiği farklı sosyal dışlanma süreçlerinin de anlaşılabilmesine katkıda bulunacaktır. Diğer taraftan gençlik kavramının nesnel bir kategori olarak ele alınmaması nedeniyle kendi içinde nasıl farklılaştığının anlaşılabilmesi ve toplumsal süreçlerle ilişkisinin kurulabilmesi için gençlerin deneyimleri önem taşımaktadır. Deneyimin kavramsallaştırılmasında Bourdieu'nün "habitus" kavramından yararlanılmıştır. Habitus, toplumsal olan ile kişisel olanın nasıl bağıntılı olduğunu göstermesi açısından bu çalışma için merkezi kavramlardan birisidir. Bourdieu, eylemin belli kurallara ve normlara uyma zorunluluğu taşımadan, bilinçli niyet taşımadan nasıl düzenlendiğini; nasıl düzenli istatistikî biçimler izlediğini; eylemlerin düzenlilikleri soyut dışsal yapıların ya da öznel amaçların ürünü olmadan nasıl tekrar tekrar meydana geldiğini anlatmak için geliştirdiği habitus kavramını (Swartz, 1997: 95), "kültürel bilinçdışı", "alışkanlık oluşturucu güç", "basit, derinden içselleştirilmiş temel biçimler dizgesi", "zihinsel alışkanlık", "algıların, takdirlerin ve eylemlerin zihni ve cismanî şemaları gibi kavramlardan yararlanarak açıklar (Swartz, 1997: 110). Deneyimleri habitus kavramı çerçevesinde ele almak, deneyimleri biçimlendiren "önceden edinilmiş değerler, kavramlar, tutumlar" (Bora, 2005: 33) ile bunların içinde oluştuğu toplumsal bağıntılarla ilişkisini kurmak anlamına gelir. Dolayısıyla bu çalışmada görüşülen kent yoksulu gençlerin anlatıları, toplumsal gerçekliğin onların gözünden nasıl görüldüğünü ifade ederken diğer taraftan da bu kavrayışları biçimlendiren toplumsal ilişkilerin bir ürünü olarak değerlendirilmelidir.<sup>9</sup>

9 Bourdieu, habitus kavramının temel işlevinin, eylemin açıklanmasında, rasyonel eylem kuramının günümüze uyarlanmış şekli olan akılcı eyleyici olarak "*homo economicus*" teorisinin temsil ettiği eylem felsefesinden kopuşa işaret etmek olduğunu belirtir (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 110). Pratiğin gerçek mantığının açıklanmasını, Bourdieu ne eylemi yapılar karşı verilen basit bir tepki olarak ele alan nesnelci kavrayışa, ne de eylemin tamamen bireysel seçimlere dayandırılan ve bireyin davranışlarında sürekli kârını azamileştirmeyi amaçladığını öngören öznelci kavrayışa dayandırarak yapar. Bourdieu, pratiği özgül mantığı ile anlamaya çalışırken, kendi ifadesiyle "hem eyleyiciyi feda etmeden özne felsefesinden kaçınmak hem de yapının eyleyici üzerinde ve onun aracılığıyla yarattığı etkileri hesaba katmaktan vazgeçmeden yapı felsefesinden kaçınmak niyetiyle hareket eder" (Bourdieu ve Wacquant, 2003: 111). Bourdieu'ya göre "özneler", gerçekte bir pratik duygusuyla (yani tercihlerden, görüş ve ayırım ilkelerinden, dayanıklı bilgisel yapılardan ve durumun algılanmasıyla buna uyan yanıtı yönlendiren eylem kalıplarından oluşan edinilmiş bir sistemle) donatılmış, eyleyen ve bilen eyleyicilerdir.

## **Yoksul Gençlerin Tüketim Baskısıyla Karşı Karşıya Kalışı**

Tüketim toplumunda yayılan sayısız pazarlama mesajlarıyla yapay bir bolluk algısı sürekli olarak yeniden üretilmektedir. Bu mesajların ikna becerisi ve etkileme kapasitesi, gereksinimlerin çeşitli tüketim olanaklarına bağlanmasıyla arttırılır. Her ne kadar bu mesajların esas hedefinde yoksullar olmasa da onlar da diğer tüketiciler gibi bu mesajları alımlamakta ve benzer tüketimci baskıya maruz kalmaktadırlar. İletilen mesajlar tüketim toplumunun meşru kabul edilen yaşam standardını ve tüketim biçimini tanımlamaktadır. Böylece kent yoksulu gençler de tüketim toplumunun “normal” kabul edilen tüketim ölçütlerini öğrenmekte, kendi yaşam koşullarını ve yoksulluklarını bu ölçütlere göre anlamlandırmaktadırlar. Tüketim toplumunda yaygın ve olağan olarak kabul edilen tüketim kalıpları, yoksul gençler için “bir ödül” (Zehra, 19; Ahu, 21) “bir heves” (Ertan, 19), “hayal” (Kemal, 19; Örsan, 20) olarak değerlendirilmekte, bunlara ulaşabilmek “her gencin istediği bir şey” (Hakkı, 24) olmasına rağmen onlara çok uzak görünmektedir. Tüketim toplumunun tüketim olanakları konusunda bütünlüklü bir bilgiye sahip olmasalar dahi kent yoksulu gençler, bu tüketim alternatiflerine ulaşabilmeyi “iyi ve rahat yaşam” gereklilikleri olarak kabul etmektedirler. Tüketimci baskılar, onların yaşamlarını, sosyal ilişkilerini ve buldukları çevreyi çok çeşitli kıstaslar aracılığıyla değerlendirmelerine neden olurken, ekonomik kısıtlılıkları meşru kabul edilen tüketim standartlarına ulaşmayı engellediği için yoksullukları katlanarak artmaktadır.

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

Tüketimciliğin ısrarlı çağrıları, kişilerin kendilerini gerçekleştirmesinin yegane yolunun tüketim nesnelileriyle bütünleşmeleri olduğu, kişinin toplumsal statüsünün çeşitli tüketim nesnelere sahip olunması yoluyla sağlandığı, toplumsal kimliklerin belli tüketim nesnelinin kullanılması ve sergilenmesi yoluyla kazanıldığı görüşlerini iletmektedir. Tüketim toplumunda her çeşit gereksinimin bir tüketim olanağına bağlanması, bunla-

ra ulaşamayan yoksullar açısından sahip oldukları yaşam koşullarını daha fazla ağırlaştırmaktadır. Böylece zenginlik ile yoksulluk arasındaki farklılıklar, meşru kabul edilen hayat biçimine ve tüketim standardına ulaşabilmekteki yetkinlikler açısından yeniden tanımlanmaktadır. Yoksul gençler için zengin olanları tanımak “görünen köyün kılavuz istememesi” gibi apaçıktır:

Giyiminden kuşamından... zengin insanların yapısı belli. Görünen köy kılavuz istemez, insan kendisini belli ediyor, baktığın zaman anlıyorsun, her şeyleri farklı... (Ertan, 19, ilköğretim mezunu, tamir ustası)

Böyle giydikleri elbiseler falan, zaten belli oluyor, görünen köy kılavuz istemiyor. (Olca, 17, lise öğrencisi)

Ben zengini yolda gördüğümde kıyafetinden anlarım, fakirse kıyafetleri aynen benim gibi olur. (Yavuz, 17, lise öğrencisi)

İnsanları göz kararı anlayabiliyorsun, insanın duruşu gelişi, konuşma tarzı, ne bileyim giyinişi belli ediyor. (Haldun, 26, lise mezunu, garson)

Aynı şekilde zenginlerin de kendilerini giyim-kuşamlarından ayırt edebildiklerini düşünmektedirler:

Zenginin giydiği ayakkabıyı ben giyemem, beni buradan ayırt edebilir. Benim ayakkabım ile onun ayakkabısı bir değildir. Onun ayakkabısı markadır, daha temizdir, daha güzeldir. Benim ayakkabım ise öyle değildir. (Zehra, 19, lise mezunu, işsiz)

Zengin olduğu düşünülen kişilerin tüketimleri, yoksul gençlerinkilerin aksine “çeşitli”, “lüks”, “rahat”, “kendine güvenli”, “gösterişli”, “markalı”, “farklı”, “dikkat çekici” olarak tanımlanmaktadır. Buna karşılık yoksul gençlerin tüketim biçimleri ise “sıradan”dır.

Mesela bir badiyi sen her gün giyebiliyorsun, mesela badin yok, mecburen aynısı her gün giyeceksin veya iki tane var değiştirerek giyersin. Zenginler bir giydiğini bir daha giymez. O kadar çeşitlilik yani. Bu varken bunla yetineyim değil de bu varken 2-3 tane daha olsun diyorlar... Çoğu bugün şunu giydiğimde diğer gün onu giymemeyim artık, hep böyle der mesela. (Ruken, 20, lise mezunu, ofis işleri yapıyor)

Farklı da giyiniyorlar bize göre yani, biraz garip. Derli toplu bir kazak giymek yerine bir tarafını yırtmış, bir tarafına bir şey yapmış, kesin paraları daha fazla yani... (Halime, 15, ilköğretim öğrencisi)

Buradakiler bir kot pantolon, üstüne bir badi giyer, onların pantolonları, montları çeşitli, değişik, daha güzel, saçları makyajları daha gösterişli... Buradakiler normal spor ayakkabı giyiyor, onlar hep Converse takılıyorlar. (Semra, 16, ilköğretim mezunu, işsiz)

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

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

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

*Soru: Peki nasıl yüzün güler?*

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

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

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

Yoksul gençlerin ekonomik kısıtlılıkları onları buldukları çevreye hapsedmektedir. Yaşanılan çevrenin koşulları ise gençlerin istedikleri gibi hareket edebilmelerini engellemektedir. Gençler buldukları çevrede arkadaşlarıyla gezebilecekleri ya da bir araya gelebilecekleri mekânların bulunmadığını, özellikle de kız ya da erkek arkadaşlarıyla rahatça görüşebilmenin mümkün olmadığını söylemektedirler. Kızlar için evlerin bahçeleri, arkadaşlarının evleri en çok kullanılan buluşma mekânlarıdır.

Erkekler ise yakın çevredeki parkları, kahvehaneleri ya da sokakları arkadaşlarıyla bir araya gelmek için kullanmaktadırlar. Çok sık olmasa da ancak özel günlerde gidilebilen Kızılay gençlerin en önemli eğlence merkezidir. Bunun dışında erkekler, kendi erkek arkadaşlarıyla Ankara çevresindeki barajlara veya Atatürk Orman Çiftliği'ne gitmeyi en özel gezme ve eğlenme biçimleri olarak anlatmaktadırlar. Çankaya ilçesi sınırları içinde kalan Tunalı Hilmi Caddesi ve çevresi Ankara gençlerinin en rağbet ettiği eğlence ve gezme adresi olmasına rağmen yoksul gençler gezmek istediklerinde buralara asla "gitmeyi bile düşünmediklerini", "akıllarına buraların gelmediğini" söylemişlerdir. Görüşülen gençlerin önemli bir kısmı hayatlarında hiç Çankaya, Tunalı Hilmi Caddesi veya Bahçelievler'e gitmediklerini, buraları hiç bilmediklerini söylemişlerdir. Bilinen en önemli merkezi bölgeler Kızılay ve Ulus civarındır. Böylece zengin ve yoksul gençler arasındaki ayırım mekânsal olarak da kurulmaktadır.

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

## **Tüketim Toplumu Göstergeleri ile Karşılaşma Alanları**

Moda ve gençlik dergileri, reklamlar, televizyonda yayınlanan diziler ve magazin programları, kent yoksulu gençlerin çeşitli tüketim alternatiflerini öğrendikleri, farklı yaşam tarzlarına ve tüketim biçimlerine ilişkin bilgi edindikleri en önemli araçlar olmaktadır. Örneğin Ruken (20), paralı olarak satılan magazin dergilerini almasalar bile zaman zaman ellerine geçen dergileri arkadaşları arasında değiştirerek kullandıklarını söylerken özellikle de gazetelerle birlikte ücretsiz dağıtılan gençlik dergilerinin ve eklerinin, son moda olan giysiler ve diğer tüketim ürünlerini öğrenebildikleri birer kaynak olduğunu şöyle anlatmıştır:

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

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

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

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

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

Kent yoksulu gençler medya aracılığıyla bir yandan tüketim toplumu imgelerine dair bir anlayış geliştirirken bir yandan da kendi yoksul konumlarını içselleştirmektedirler. Reklamlarda, dizilerde ve magazin programlarında iletilen yaşam tarzının yoksul gençlerin yaşam alanlarında karşılığının bulunmaması, onların bu yayınlara karşı olumsuz bir kavrayış geliştirmesine de neden olmaktadır. Örneğin Onur (16), "magazin programları zenginlerin şeylerini bize anlatıyor, hiç beni ilgilendirmeyen şeyleri bana anlatıyorlar" derken; Korkut (20) bu programları kendi yaşa-

myla hiç ilgisi olmadığı için “saçma” bulduğunu ve “izlediğini ama bir mana çıkaramadığını” söylüyor. Selçuk (18), bu programlardaki zenginlerden etkilenen yoksul gençleri “zenti” olarak değerlendiriyor.

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

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

Onlara yazık diyorum, gerçekten yazık, nasıl yazık? Bir Şey varsa eğer, bu buraya kolay gelmedi, yani bunu alıp da kolay harcayamam, yok sayamam... (onlar) kolay tüketiciler, kolay tketebiliyorlar her Şeyi, sevgiyi dahi... (Ezgi, 20, meslek lisesi mezunu, belediyyeye ait bir kurumda ocuk bakıcısı)

Yazık diyorum ya, yazık.. boş yani boş işler yapıyorlar. hep bu dünya için çalışıyorlar, öbür tarafı dşnmeyim burayı düşünüyorlar... Öbür dünyada onlara teker teker hesabı sorulacak. (Atilla, 17, ilköğretim mezunu, kaportacı, kalfa)

Medya, tüketim toplumunun maddesel olanaklarını ve tüketim standartlarını iletmekte işlevseldir. Bu kanalla tüketim toplumdaki yaşam ve tüketim alternatiflerinin varlığı konusunda bilgi edinen gençler, çoğunlukla bunlara karşı yoğun bir arzu duymakta ancak bu tüketim olanaklarını kendi habitusları aracılığıyla değerlendirerek, bunlara ulaşmalarının mümkün olamayacağı Őeklindeki düşünme biçimi dolayımıyla kendi madun konumlarını iselleştirmektedirler.

Medya aracılığıyla edinilen bilgilerin gençlerin yoksul yaşamlarına etkisi, anlatılan yaşam biçimlerinin bir kurgudan ibaret olduğunun düşünülmesi ve bu tüketim olanaklarına sahip olan insanların ve tüketim

biçimlerinin olumsuzlanması yoluyla hafifletilirken, tüketim toplumu göstergeleriyle kendi yaşam alanlarında karşılaşan gençler için durum daha dramatik biçimlerde yaşanmaktadır. Bu konuda özellikle alışveriş merkezlerinde edinilen deneyimler önem kazanmaktadır. Alışveriş merkezleri, her türlü tüketim alternatifinin ve nesnesinin bir arada bulunduğu mekânlar olarak, kent yoksulu gençlerin tüketim toplumuyla somut olarak yüzleşmelerini sağlamaktadır. Görüşülen gençlerin çoğu hayatlarında hiç alışveriş merkezine gitmediklerini belirtirken, aslında “oraları televizyonda görüp merak ettiklerini” (Melda, 17) “hep önünden geçtiklerini”, “bu kadar araba burada ne yapıyor diye düşündüklerini” (Gonca, 16) fakat oralarda “ne yapacaklarını bilemedikleri için” (Mehmet, 21) ya da “alışveriş merkezlerinde kendilerine göre bir şey olmadığını” ve buraların “zenginlere ait bir mekân” (Selçuk, 18) olduğunu, oralarda “rahat edemediklerini” (Engin, 20) düşünmelerinden dolayı gitmek istemediklerini ya da gitmek için “fırsat” bulamadıklarını söylemektedirler. Alışveriş merkezlerine gitme alışkanlığı olan kent yoksulu gençler için ise buralar daha çok bir müze gibi ziyaret edilen, zenginlerin nasıl yaşadıklarını öğrenmek için, “görgülerini arttırmak için” (Sertaç, 18; Aysel, 25) gidilen mekânlardır. Buralardaki tüketim alternatiflerinden haberdar olan gençler için tüketim toplumunun nesnelere karşı merakları ve ilgileri artmaktadır. Alışveriş merkezlerinin yarattığı sosyal etkileri incelediği tez çalışmasında Aksu Akçaoğlu da alt gelir grupları için benzer sonuçlara ulaşmıştır. Akçaoğlu, alışveriş merkezlerinin bu kesim tarafından “turistik bir gezi mekânı” olarak değerlendirildiğini belirtmiştir<sup>10</sup> (Cumhuriyet Gazetesi, 2007). Aynı konuda tez çalışması yapan Laçın Tutalar da işsiz gençlerin alışveriş merkezlerinde bütün günü tek bir çay içip oturarak geçirdiklerini gözlemlemiş ve bu durumu gençlerin çevreyi incelemesi ve bu yolla sosyalleşmesi girişimi olarak yorumlamıştır (Cumhuriyet Gazetesi, 2007).

Tüketim toplumu göstergeleri ile çeşitli alanlarda karşılaşan yoksul gençler, bir yandan bu tüketim ürünlerine ve biçimlerine merak ve ilgi duymakta, bunları uygulamak istemekte diğer yandan bunlara ulaşamama durumları yoksulluklarını içselleştirmelerine neden olmaktadır. Tüketim toplumunun tüketim olanaklarına ulaşamamak, gençlerin yaşam-

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

larından duydukları memnuniyetsizlikleri arttırırken ve yoksulluğa dair yeni anlamlar kazandırırken, bu durumun yarattığı çelişkiler yoksul gençler tarafından manevi değerlere daha fazla sarılarak giderilmeye çalışılmaktadır.

### Tüketim Toplumundan Dışlanma Deneyimleri

Tüketim toplumunda tüketebilmek, pazarda var olan alternatifler arasında seçim yapabilme özgürlüğüyle ilişkilidir. Bauman (2007), tüketim toplumdaki özgürlüğün seçim özgürlüğü ile iç içe olmasının yoksullar açısından sonucunu onların bu özgürlük alanından mahrum oldukları iddiasıyla açıklar. Tüketim tercihlerinin özgürce yapılabilmesi tüketicilerin çeşitli kısıtlamalara tabi olmamasını gerektirir ancak yoksul tüketicilerin sahip oldukları yetersiz ekonomik kaynaklar, onların “tercih edebilme” olanaklarını -ya da “tercih ehliyetlerini” (Bauman, 1999)- sınırlandırmaktadır. Böylece yoksulların tüketim toplumdaki konumları, özgür tüketici tercihinden yoksun olma durumlarıyla tanımlanır. Bu süreç yoksul gençler açısından tüketim alanından dışlanma deneyimlerinin merkezindedir. Örneğin Umut (15) ve Oğuz (15) çok beğendiklerini söyledikleri giyim eşyalarına ancak vitrinden bakabildiklerini, paraları olmadığı için satın alamadıklarını şöyle anlatmışlardır:

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

*Soru: Sen ne tarz şeylerden hoşlanıyorsun?*

Böyle kapşonlu, şapkalı şeyler daha güzel gözüküyor... İnsanın gözü kalıyor, en çok ayakkabıda kalıyor. Arkadaşlarımızla diyoruz şu ayakkabıyı alsak diye. Mağazalara bakıyoruz öyle, çoğunlukla Kiler'e<sup>11</sup> bakıyoruz, ayakkabılara bakıyoruz. Rus pazarında elbiselere bakıyoruz...Televizyonda falan görüyoruz, reklamlarda falan görüyoruz. En çok da Kızılay'da gezerken bebelerin üstünde görüyoruz çok güzel oluyo. Onlara güzel yakışiyo bize de güzel olur mu diyoruz... (Oğuz, 15, ilköğretim öğrencisi)

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

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

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

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

Tüketim toplumunun ideal tüketicisi, yoğun tüketici aktiviteleri ile hayatını “renklendirebilen” ve asla sıkılmaya fırsatı olmayan kişilerdir. Yoksul gençlerin yaşamları ise farklı deneyimler yaşayamama durumunun ürettiği “sıkıcı” ve “monoton” bir yapıdadır.

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

Daha yaşım 19, 20'ye giriyorum ya bıkkınlık gelir mi? Şu zamanda bıkkınlık gelir mi? Artık bünyem yoruldu yataktan kalkamıyorum. Şöyle yatıyorum bakıyorum ya kalkıp ne yapacağım diyorum. İyice yatıyorum 12'ye 1'e kadar yatıyorum, yapacak bir şeyim yok ki... (Kemal, 19, ilköğretim mezunu, işsiz)

Bu gençlerin yaşamlarının “tekdüzeliği” esas olarak, tüketim toplumunun can alıcı özelliklerinden biri olan “zamanın satın alınabilmesi”, yani “çalışmaktan kaçınma ve çalışmanın yerine boş zamanı ya da başka çalışma türlerini geçirme yeteneği” ile ilişkilidir (Urry, 1999: 179). Veblen'in de (2005) üzerinde durduğu gibi “boş zamana” sahip olabilme ve bu zamanı tüketime tahsis edebilme, üst sınıf pratiğidir. Örneğin Selim (23), çalışmak zorunda olmasının yarattığı sonuçları, kendisini zenginlerle karşılaştırarak şöyle anlatmıştır:

Biz bu ortamda yaşadığımız için, diğerlerinin ortamını bilemiyoruz ki. Nasıl bileceğiz? Ne bileyim, aşırı zengin olan var, çocuklarını da okutuyorlar, akşamları Sakarya'dan çıkmak bilmiyorlar. Biz yazın tatile gidemeyiz, ama onlar gidiyorlar işte... Biraz özentili oluyor. Şöyle özentili oluyor, biraz da bizim elimizde olsa yani, mesela bu sene tatile gidebilir miyiz dedim, olmadı, gidemedik yani... (Selim, 23, ilköğretim mezunu, kaportacı, usta)

Sanayide çocuk yaşlardan itibaren çalışmakta olan Korkut (20), çalışmaktan dolayı boş zamana sahip olmadığını şöyle anlatmıştır:

Pek öyle gezme alışkanlığımız yok. Bir de zaten hafta içi komple buradayız (sanayi sitesini kastederek), bir Pazar günü anca evde kalıyoruz, akşam yedi sekizde anca çıkıyoruz, zaten hava kararıyor, biz eve gidene kadar bir bir buçuk saat yol sürüyor buradan. Evden anca beş dakika, akşam yemeğimizi yiyince arkadaşları görmeye çıkarız, iki konuşur geri geliriz. Başka gezme yok... Millet kafelere falan gider gezer, hafta içi mesela kız arkadaşıyla, bugüne kadar hiç öyle bir şey yapmadık yani, onlardan mahrum kaldık... Burada insan sıkılıyor, çalışırken de sıkılıyor insan. Mesela arkadaşlarımız gezerdi, hadi gel bir yere gidelim, gezelim ama izin alamıyorsun, iş yoğun gidemiyorsun. Onlar geziyor, sen burada çalışıyorsun, bu sefer de sıkılıyor insan, onlar gezip sen burada çalışırken... (Korkut, 20, ilköğretim mezunu, kaportacı, usta)

Mustafa (23) alışveriş merkezlerinde gördüğü gençleri kendisiyle karşılaştırıp, boş zamanı nasıl bulabildiklerini anlayamadığını söylemiştir:

Onlar nasıl olup da boş vakit bulup geziyorlar onu da aklım almıyor. Hani böyle boş vakit derken, onlar hayata hep gezme olarak bakıyorlar herhalde... Bizim olayımız ne, biz nasıl en çabuk eve gideriz, o... Zaten eve gidiyorsun, banyo yapıyorsun, tıraş falan derken belli bir saat. En erken sekizde gidiyoruz eve, ev de uzak olduğu için... Bazı günler var, on bir, on ikiye kadar, yeri geliyor sabah dörde kadar çalıştım. (Mustafa, 23, ilköğretim mezunu, oto mekanik ustası)

Tüketim toplumunda duyguların da çeşitli tüketim biçimlerine ve tüketim ürünlerine dönüşerek ifade edilmesi gerektiği baskısı, kent yoksulu gençlerin kendilerini dışlanmış hissetmelerine örnek oluşturur. Özellikle karşı cinsle aralarında geliştirmek istedikleri romantik ilişkilerde tüketim ürünlerini "gerektiği" gibi kullanamayan gençler için bu durum bir "utanç" olarak değerlendirilmektedir. Bu durum özellikle kız arkadaşlarının tüketim isteklerini yerine getirmekte zorlanan erkekler için geçerlidir. Yoksulluğun bu bağlamda erkekler ile kadınlar arasındaki duygusal ilişkilerin geliştirilmesi için de engel oluşturduğu düşünülmektedir.

Her şeyin sonu paraya çıkıyor, her şeyin... Örnek veriyorum biriyle çıkıyosun, cebinde paran yok. Kız sana diyo ki “ya bana bir kola alır mısın?” ne yaparsın? Mahcup olmak da değil, alamayacağını söyleyemezsin bile. Alamam diyemezsin. Naparsın? Başka şeylere yeltenirsin. Yoksul takımı denilen insanlarda bu böyle, zenginlerde bu yok zaten. Zengin istemez, “yaa bana bir kola alsana” diye bişey yok. Alıyor, koyuyor istemesine gerek kalmıyor zaten... (Kemal, 19, ilköğretim mezunu, işsiz)

Kız arkadaşım olsa, buluşsak, hem stres olurum hem de üzülrüm pahalı bir yere gitmek isterse diye. Cebimde nereden baksan ancak 20 lira var, o para da neye yetecek eğer lüks bir yere gitmek isterse? (Yavuz, 17, lise öğrencisi)

Çeşitli tüketim harcamalarından kaçınmak için yoksul gençlerin bulduğu çözümler, özellikle kız veya erkek arkadaşlarıyla parklarda buluşmak, yollardaki banklarda oturmak ve böylece maliyetleri en aza indirmek olmaktadır. Genellikle genç kızlar ve erkekler arasındaki duygusal ilişkilerin sürdürülmesi, yoksulluk nedeniyle somut buluşma pratiklerine dönüşmemekte, telefon mesajlarıyla ya da internet ortamındaki yazışmalarla sağlanmaktadır. Sertaç (18) yaşadığı bölgedeki kız-erkek arkadaşlığının aldığı biçimi şöyle anlatmıştır:

Şimdi (burada) cebinde telefonu olan olur, kontör olmaz çaldırır, kapatır. Kız da çaldırır kapatır, konuşma yok. Ya da mesaj. Öyle buluşalım, bir yere gidelim falan yok. Buluşsa nereye gider en fazla Kurtuluş Parkı'na gider, soğukta oturur, oturur evine geri döner...(Alışveriş merkezindeki gençleri kastederek) onlara bakınca, herkes öyle olmak ister. Bu çevrede herkes onlar gibi yani kız arkadaşıyla çıkıp dolaşmak ister ama yapamaz. Parası olsa belki yapabilir çünkü hayatı öğrenir. Hangi ortamda nasıl takılacağını bilir ve sonra da onu yapabilir. (Sertaç, 18, lise mezunu, elektrik işlerinde çalışıyor)

Tüketim toplumunun normlarına uygun bir şekilde yaşayamayan gençlerin kendilerini psikolojik açıdan dışlanmış hissediyor olmasına ek olarak, kent yoksulu gençler bu dışlanma biçimlerini çeşitli mekânlarda ve karşılaşmalarda somut olarak da deneyimlemektedirler. Lüks ve zengin semtler, alışveriş merkezleri, kültürel faaliyet alanları, restoranlar, lüks mağazalar, spor ve güzellik merkezleri kent yoksulu gençler için başka bir dünyaya ait mekânlardır. Görüşülen gençlerin anlatılarında öne çıkan bu eğilim, Yumul'un (2006) bulgularıyla paralellik göstermektedir. Yumul (2006: 247) zengin mekânı olarak adlandırılan bu yerlerin, yoksul gençler üzerindeki “yabancılaştırıcı” etkisinden söz eder ve bu mekânların onlar

tarafından “farklı bir dünya” olarak tanımlandığını belirtir. Bu alanlar müze gibi gezilen, merak edilen ancak kendilerini ait hissetmedikleri için rahatsızlık yaratan yerlerdir. Bu mekânlarda görünüşleri, kıyafetleri, konuşmaları ve tavırları nedeniyle istenmediklerini; buradaki insanların bakışlarından rahatsız olduklarını, kendilerine hırsız gibi yaklaşıldığını, saygısız davranışlara maruz kaldıklarını düşünmektedirler.

Lüks yerlere gittiğinde biraz çekingenlik olur, insanlar acaba bana mı bakıyor şöyle yapsam nasıl olur, böyle yapsam gözlerine batar mı... (Yavuz, 17, lise öğrencisi)

İşte biz oralara gezme olarak gidiyoruz da sadece geçiyoruz oradan. Oradaki yerlere gidip oturmayı hiç düşünmüyoruz bile... Rahat hissetmiyorum kendimi. Yani oradaki insanlar bir değişik... tavırları davranışları... biz oraya gittiğimizde bize bi acayip bakıyorlar yani... biz kaldırımda yürürken onlar çekiliyo mesela. Bizim oradan olmadığımızı anlıyorlar... (Yıldırım, 19, meslek lisesi mezunu, tesisatçı)

(Zengin muhitlerde) Oralarda karşıdan gelen sanki bir insan değil de canavar gibi (görüyorlar) yol açılıyo, bakışlarından anlıyorum, erkekler kafasını önüne eğiyor, kızlar daha değişik bakıyor, artı önümüzden çekiliyorlar. (Selçuk, 18, lise öğrencisi)

Ben sinemaya gitsem adam şöyle bir bakıyor, hadi kardeşim burada sana film yok dermiş gibi... (Kale'den bir genç)

Ben oralara gitmeyi hiç sevmem, gıcık oluyorum. Gidiyosun, boş boş dolaşıyorsun... Zenginın parası züğürdün çenesini yorar. Onu görürüm, bunu görürüm, o şöyle, bu böyle, insanın tuhafına gidiyor. (Halil, 19, lise mezunu, işsiz)

Yoksul gençlerin bu bağlamda yaşadıkları dışlanma süreci aynı zamanda kendileri üzerindeki kuşku ve önyargılarla ilgili bir durumdur. Yoksul gençlerin hem medyada hem de akademik incelemelerde “suç”, “şiddet” ve “uyuşturucu madde kullanımı” gibi konularla yer alması, bu gençlerin toplumda genel olarak “problemlı” ve “sorun çıkarmaya aday” kişiler olarak algılanmalarına neden olmaktadır (Griffin, 1997: 17-20, Çin, 2001: 3). Bu durum onların farklı toplumsal katmanlardan kişilerle ilişkilerini etkilemekte, hatta kentin bazı bölgelerine ve çeşitli tüketim alanlarına (alışveriş merkezleri, eğlence merkezleri, sinemalar vb.) katılımlarını engellemektedir (De Castro, 2006: 183).

Zeynep (19) bilinirliliği yüksek ve yabancı markalar satan bir mağazada satıcıların ona karşı yaklaşımlarından duyduğu rahatsızlığı şöyle dile getirmiştir:

Orada çalışanlar sanki oranın sahibi gibi davranıyorlar... Havalılar, tipine bakıyorlar, zengin insan görünce yanına giderler, kabinde seni itekler geçerler... Çantandan, ayakkabından senin zengin olduğunu anlıyorlar ya da oranın müşterisi olmadığını anlarlar, bu bakmaya gelmiş derler... Ben bunları görünce bir daha da oraya gitmedim, zaten oradan bir şey alabileceğimi de sanmıyorum... (Zeynep, 19, lise mezunu, giyim mağazasında satış elemanı)

Kendi üzerlerindeki kuşku ları içselleştirmiş gençlerin çoğ u durumda kendilerine karşı özel veya olumsuz bir tavır sergilenmemesine rağmen, bazı yaklaşımları kişisel olarak değerlendirdikleri, kendilerini sürekli olarak karşılarındaki insanlara referansla tanımladıkları ve kendi yoksulluklarını “ne kadar kapatmaya çalışsalar da” bir şekilde belli olduğunu düşündükleri için dışlandıklarını yoğun biçimde hissetmektedirler. Görüşmelerde gençler, maddi durumları daha iyi olan kişilerin kendilerini “beğenmedikleri”, onlarla “alay ettikleri” ve “dalga geçtikleri”ne dair çok sayıda örnekler vermişlerdir. Bu durumun gerçekte nasıl yaşandığı bilinemez ancak açıkça belli olan kent yoksulu gençlerin kendi yoksulluklarını bir “utanç”, “eksiklik”, “güvensizlik” duygusu olarak yaşadıklarıdır.<sup>12</sup> Bu nedenle kendilerine yöneltilen her türlü bakışı, sözü ve tavrı bu çerçeveden yorumlamakta ve böylece hem kendi yoksul konumlarını içselleştirmekte hem de zenginlere dair basmakalıp düşüncelerini pekiştirmektedirler. Çeşitli tüketim olanaklarından dışlanan gençler açısından toplumsal eşitsizlikler, sınıfsal burukluklara ve kızgınlıklara dönüşmektedir. Örneğ in Zehra (19), lise yıllarında sınıf arkadaşlarının onu ve kendisi gibi maddi durumu düşük kişileri sürekli olarak “ezdiklerini” söylemiştir. Bu konuda verdikleri örneklerden Zehra’nın arkadaşlarının onun yanında markalardan, gezdikleri yerlerden, sinemadan, müzikten bahsettiklerinde kendisini dışlanmış hissettiğ i anlaşılmıştır. Zehra’ya göre arkadaşlarının bu davranışları sadece kendisini ve diğ er yoksul öğrencileri ezmek için yapılmıştır:

Öğretmenlerimiz derdi ki “arkadaş olun, hepiniz aynı sınıftasınız, konuşun” derlerdi, bir konuştuğumuzda onlar değ işik değ işik şeyler yaparlardı. Direkt markaya gelirdi, hadi buraya gidelim, şuraya gidelim...Onlar mesela Kızılay’da

12 Yoksulluğ u yalnızca maddesel yetersizlikler içeren, dezavantajlı veya güvenli olmayan ekonomik durum olarak değ il, sosyal ilişkiler içinde değerlendirmek yoksulluğ un çok boyutluluğ unun anlaşılmasına katkıda bulunur. Yoksulluğ un ilişkisel/sembolik olan yönü, yoksulluğ u “konuşabilmekten yoksunluk; kişinin özsaygısına ve haysiyetine saygı göstermeme, aşağılanma ve küçük görülme, utanç ve damga; güçsüzlük” gibi kavramlarla ilişkisini kurar (Leister, 2004: 7). Yoksulluğ un bir utanç, eksiklik, güvensizlik ifadesi olması, yoksulların anlatımlarına odaklanan çeşitli uluslararası literatürdeki çalışmalarda da dile getirilmiştir (bakınız Charlesworth, 2000; Chin, 2001; Hill, 2001, De Castro, 2006).

kafeye gidip oturmayı çok seviyorlardı ya da sinemaya gitmeyi ya da başka bir yere gitmeyi, Tunalı'da gezmeyi... Küçük radyolar vardı, biz onlardan dinliyorduk, sonradan bize inat diye mp3'leri falan getirip gözümün önünde dinlemeye başladılar. İşte bak bundan klip de yayınlanıyor falan diye, bu şekilde de ezmeye başlamışlardı bizi... (Zehra, 19, lise mezunu, işsiz)

Umut (15) için de sınıftaki “zengin” çocukların gittikleri tatilleri anlatmaları, kendisini (ya da yoksulları) hor gördüklerine dair bir işarettir.

Zenginler kendi aralarına göre yani zengin takılmayı seviyorlar. Fakirleri hor görüyorlar... Bizim okulda var, bazıları hava atıyor ‘biz Antalya’ya gitmişiz, denize girmişiz’ derler falan işte hor görüyorlar. Mesela derste bir şey oldu mu, en ufak hareketini hemen işpiyonlarlar... Onlar kendilerini böyle kabadayı hissediyorlar, diyorlar bilmem esrarıcıları çağırırız, gebertiriz sizi diyorlar. Yani biz de korkuyoruz onlardan, hakkımız olanı yapmaya çalışıyoruz. Korktuk mu daha da üstümüze geliyorlar... (Umut, 15, ilköğretim öğrencisi)

Erdoğan’ın da (2007b: 65) belirttiği gibi yoksullar ile zenginler arasındaki toplumsal-sınıfsal ve kültürel hiyerarşilerin kökleşmesinin yoksullar açısından yarattığı en çarpıcı sonuç, yoksulluğun özsaygı yitimiyle ifade edilmesidir. Yukarıda bahsedilen genç yoksulların yoksulluklarını bir “utanç”, “eksiklik” ve “güvensizlik” çerçevesinde anlamlandırmaları, Erdoğan’ının bu bulgularıyla örtüşmektedir. Görüşmelere katılan gençler, Erdoğan’ının da belirttiği gibi yoksulluğu esas olarak giderek derinleşen toplumsal eşitsizlikler ve maddi sefaletten daha çok bunların kendilik üzerinde yarattığı duygusal-sembolik şiddeti dert ederek yorumlamaktadırlar (2007b: 66). Bu bağlamda yoksulluğun yarattığı dışlanma süreçleri, bu gençlerin onurlarına, özsaygılarına ve özgüvenlerine de yönelen bir tehdittir.

Şenol (20) yoksullukla kendine güvensizlik arasında kurduğu doğru-dan bağlantıyı şu şekilde ifade etmiştir:

Paran varsa cebinde güvenin var, yoksa insanın güveni yok. Düşün yani, cebinde 100 milyon parası olan insan kendine güvenir, işte bir yerlerde gezerler, ederler. Cebinde parası olmayan insanlar gezemez, güvensiz hisseder. O zaman da insanlara o şekilde bakar, zengin hayata bakar, ben niye olmuyorum diye düşünür. (Şenol, 20, lise mezunu, işsiz)

Engin (20) alışveriş merkezlerindeki güvenlik önlemlerini kişiselleştirmekte ve bunu kendisine yöneltilen bir “kuşku” olarak algılamaktadır. Engin’in bu ifadeleri tüketim toplumunda yaşamının verdiği “özgüvensizlik” bir ifadesi olarak değerlendirilebilir. Aynı şekilde Leman’ın da

(21) insanların içlerinden kendisi hakkında konuştuklarına inanması, yok-sulluğun “özgüven” yitimi ile çerçevlendiğinin birer örneğidir.

Alışveriş merkezlerine gitmeyi sevmiyorum, bir sefer gittim, hoşlanmadım, çünkü dakikada bir arıyorlar, cihazdan geçiriyorlar, cebimizde telefon var, kemerimiz var, bip bip ötüyor. Sevmiyoruz biz oraları ya. Sanki şey gibi... Bir de sade olacak, gireceksin, çıkacaksın. (Engin, 20, meslek lisesi mezunu, oto mekanik çırağı)

Karşımdaki insanın düşüncelerini hissederim böyle içinden konuştuklarını hisse-derim, acaba içinden ne geçiyordur bana karşı diye... (Leman, 21, ilköğretim mezunu, işsiz)

Kentlerde yaşayan ve tüketim olanaklarına aslında çok “yakın” ancak bir o kadar da “uzak” olan gençler açısından, dışlanma süreçleri onlarda çelişkili duygu durumları yaratmaktadır. Yaşıtları gençlerin tüketim ola-naklarına bakarak onları “şanslı” gören gençlerin yanı sıra bu durumu “kader” olarak benimseyip kabullenen gençler ve bunların tam tersine zenginlere karşı “öfke” ve “hınç” gibi şiddet eğilimli duygular geliştiren gençler de bulunmaktadır.

Eylem Ümit’in (2007) suça karışmış çocuklar ve gençlerle yaptığı görüşmelerde tüketim olanaklarına yöneltilmiş öfke ve şiddetin izleri açıkça dile getirilmiştir. Ümit’in araştırmasındaki gençlerin yüzde 86,5’i “kent merkezinde vitrinlere bakar, vitrindekileri alacak param olmadığı için üzülürüm” derken, yüzde 81,1’i “kent merkezinde pahalı arabalara binen zenginleri görünce öfke ve hınç duyarım” diye belirtmiştir (2007: 207). Ümit’in araştırmasında, bazı gençlerin sahip olmak istedikleri tüke-tim olanakları için gayrimeşru faaliyetlere katıldıkları, bu gayrimeşru faaliyet ağlarının desteklemesi sayesinde çeşitli tüketim ürünlerine ulaş-malarının kolaylaştığı ve gençlerin bu imkanlardan vazgeçmek istemedik-leri için bu ilişki ağları içinde kalmayı tercih edebilir gözüktüklerine dair kanıtlar sunulmuştur (2007: 163-165, 278). Örneğin Ümit’in görüştüğü suça karışmış gençlerden biri “gayrimeşrunun” kendisine sağladığı tüke-tim olanaklarını şöyle anlatmıştır (2007: 278):

Pazarda su satarken spor ayakkabım olsun çok isterdim. Pahalı gelirdi. Alamazdım. Hiç spor ayakkabım olmazsa diye korkardım. 11 yaşında gayrimeşruya alıştım. Ondan sonra hiçbir şey pahalı gelmiyor. Her istediğimi alırım; korkmuyorum artık. (Elmadağ 21)

## Tüketim Toplumundan Dışlanma Sürecine Karşı Geliştirilen Stratejiler

Kent yoksulu gençler tüketim toplumundan dışlanma süreçlerine karşı, bu dışlanma süreçlerinin onlarda yarattığı duygu durumlarını gidermek, tüketim toplumuna dahil olabilmek ve tüketici yaşamına katılabilmek için çeşitli stratejiler geliştirmişlerdir. Tüketim alanında yürütülen bu stratejiler, gençlerin her zaman bilinçli faaliyetleri değildir. Yoksul gençlerin habitusları bağlamında şekillenen bu stratejiler Bourdieu'nün belirttiği gibi hiçbir bilinçli kurala uymasalar da veya önceden düşünülmüş amaçlara yönelik olmasalar da, tutarlı ve toplumsal olarak anlaşılabilir örüntüler oluşturan, düzenlilikler gösteren, nesnel olarak belirlenmiş "eylem hatlarının" etkin kullanımındır (Wacquant, 2003: 31). Kent yoksulu gençlerin çoğu zaman bilinçli niyetler taşımayan stratejileri, "kendisi de dışsal sınır ve imkanların zımni aynası olan içselleştirilmiş habitustan çıkar" (Otner 1996'dan aktaran Bora, 2005: 45).

Kent yoksulu gençlerin zenginliğe ilişkin algılamaları ve düşünceleri, zenginlerin tüketim olanaklarının kaynağını değerlendirme biçimleri, çeşitli tüketim alanlarından ve zenginlerle karşılaşma alanlarından kendilerini uzak tutmaları ve bunların karşısında kendilerinin sahip olduğu manevi değerlere vurgu yapmaları veya tüketimcilik karşıtı tavır geliştirmeleri dışlanma sürecine karşı geliştirilen stratejiler olarak yorumlanabilir.

Çiğ bir insan değilimdir. Her şeye sahip olsam da çok çok yükseklerde uçmam, mütevaziyimdir yani. Çok çok yükselmem aslında benim çok çok alçalmam demek. Yani çok yükselsem de alçak olabilen insanım... Benim amacım şu: Kendimi uçurtmaya benzetiyorum, uçurtmalar niye böyle havada dik durur, rüzgara kapıldıkları için mi, hayır, rüzgara karşı durdukları için. Hep bu amaçla çalıştığım için de çıtam o kadar yükseliyor ki beni göremiyorlar. (Ezgi, 20, meslek lisesi mezunu, belediyeye ait bir kurumda çocuk bakıcısı)

Biz küçücük şeylerden mutluluk duyan insanlarız, küçücük şeylerden kendimize bir şey alan insanlarız. Zengin bunu yapamaz. Zengin benim yanıma gelip konuşamaz. Bizim yaptığımız ortamları zenginler yapamaz. Bizim 35'lik rakımızla, aldığımız peynirle, üzümle, sokak ortasında oturduğumuz ortamı, zengin bulamaz. (Örsan, 20, ilköğretim mezunu, işsiz)

Öte yandan çeşitli tüketim ürünlerinden toplumsal ilişkilerin kurulması için yararlanılması, bu tüketim ürünlerinin arkadaşlar arasında değiş

tokuş edilmesi veya ödünç alınan, kiralanan ürünlerin kullanımı, taklit markaların kullanımı, özel günlerin tüketime ayrılması ve çeşitli tüketim ve karşılaşma alanlarında tüketim ürünlerinin sembolik anlamlarından yararlanılarak toplumsal mesafelerin azaltılması girişimleri kent yoksulu gençlerin tüketim toplumuna dahil olabilmek için geliştirdiği diğer stratejiler olarak değerlendirilebilir. Tüketim toplumunda meşru kabul edilen tüketim ürünlerine kendi bütçeleri dahilinde ikinci el dükkanlardan, indirimli satış mağazalarından, pazarlardan, çalıntı mal satan satış yerlerinden veya seri sonu mağazalardan ucuz yoldan ulaşmaya çalışan kent yoksulu gençlerin bu stratejileri de onların tüketici yaşamına girmelerini kolaylaştıran çözüm yolları olarak işlev görmektedir.

Yoksul gençler, tüketim nesnelерinin kullanım farklılıkları ve farklı tüketim pratikleri dolayısıyla kurulan toplumsal ilişkilerin sınırlarını, tüketimi bir sembolik sermaye biçimi olarak kullanarak yeniden biçimlendirmeye çalışmaktadırlar. Tüketimin bir sembolik sermaye imkanı olarak kullanılması, kent yoksulu gençlerin kendi yoksulluklarını (ekonomik ve kültürel sermaye biçimlerini kapsayan şekilde) gizlemek ve diğer sınıflarla aralarındaki toplumsal mesafeleri azaltmak için tüketimden aktif olarak yararlanmasında belirginlik kazanır. Böylece sınıflar arasında tüketim aracılığı ile kurulan ayrımların görünürde kaybolduğuna inanılmaktadır. Ayrıca kent yoksulu gençler tüketim ürünlerinden ve kalıplarından yararlanarak kendilerine ilişkin algıları biçimlendirmeye çalışmaktadırlar. Tüketimi “izlenim yönetiminde” sembolik bir araç olarak kullanarak gençler, kendi üzerlerindeki kuşku ve önyargıları gidermeye ve çeşitli tüketim mekânlarına dahil olabilmeye, böylece tüketim yoluyla toplumsal ilişkileri daha eşitlikçi biçimde yeniden düzenlemeye çalışmaktadırlar. Kent yoksulu gençlerin toplumsal uzamdaki konumlar arasındaki mesafelerin azaltılmasında ve sahip olunan konumların geliştirilmesinde birer kaynak olarak işlev gören tüketim pratikleri, gençlerin tüketim toplumuna dahil olabilmelerini kolaylaştırırken aynı zamanda tüketim yoluyla kurulan mesafelere karşı verilen bir mücadelenin ve direnişin de ifadesi olarak yorumlanabilir.

Yoksul gençlerin bu stratejileri, Ronald Paul Hill'in de belirttiği gibi duygusal ve davranışsal stratejiler olarak farklılaşmaktadır (2002b: 286).

Gençler bir yandan tüketim toplumuna dahil olabilmelerini kolaylaştıracak somut çözüm yolları ararken diğer yandan kendilerini dışlanmış hissetmemek için geçmiş dönemdeki görece rahat yaşamların anılarını canlı tutmakta veya gelecekte hayal ettikleri olanaklara sahip olabileceklerini düşünerek kendilerini rahatlatmaktadırlar.

Kent yoksulu gençlerin dışlanma süreçlerine karşı geliştirdikleri stratejilerin yanı sıra, bu gençlerin aileleri de onlar için çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Kent yoksulu aileler zaman zaman bütçelerini aşan harcamaları, Thiery Kochuyt'un da çalışmasında belirttiği gibi bu gençler için "yapay bir bolluk algısı" üretecek şekilde kullanılmaktadırlar (2004: 145). Zaman zaman ailelerin temel gereksinim giderlerinden kesintiler yapılarak, yoksul gençlerin sahip olmak istedikleri tüketim ürünleri satın alınmakta böylece gençlerin yaşadığı dışlanma sürecine karşı önlem alınmaktadır. Ailelerin geliştirdiği bu türden stratejiler, gençlerin anlatılarında özellikle çevrelerindeki arkadaşlarının yaşamlarından örnekler verilerek aktarılmıştır:

Bir arkadaşımız çok güzel giyiniyordu kendine yakıştırıyordu giydiğini marka giyiyordu ama meğer ki öğrendik ki kızın aile durumu çok düşükmüş. (Ruken, 20, lise mezunu, ofis işleri yapıyor)

Babam bize kısıtlama getirmez. Sizin gözünüz kalmasın, yapın der babam, ben çalışıp size bakarım der, borç alırım gene yaparım der, eğer istiyorsanız, kimseye özenmeyin... (Zehra, 19, lise mezunu, işsiz)

Ayrıca çalışma yaşamına katılmış olan yoksul gençler, kendi kazandıkları paranın bir kısmını kardeşlerinin istekleri için ayırdıklarını anlatırken ailelerin uyguladığı bu türden stratejilere benzer örnekler vermişlerdir:

(Kız kardeşime) imkanım olukça alırım. Şimdi de alıyorum zaten. Sabah okula giderken ne kadar para istiyorsa veriyorum. Cep telefonunu da ben aldım zaten. (13 yaşında küçük ama) istedi ben de aldım... Babam tabii ki almıyor, benden isteyince tabii ben dayanamıyorum alıyorum. Küçükken benim bazı isteklerim yerine gelmediği için alıyorum. (Yıldırım, 19, meslek lisesi mezunu, tesisatçı)

Yoksul gençlerin tüketim toplumundan dışlanma süreçlerine karşı geliştirdikleri pratik stratejiler kadar tüketim toplumuna karşı çeşitli direniş pratiklerinin de var olduğundan söz edilebilir. Kent yoksulu gençlerin pratik stratejileri tüketim toplumuna dahil olmayı kolaylaştıran, dışlama

mekanizmalarının yarattığı olumsuzlukların bertaraf edilmesine ve bu gençlerin özsayıgılarını korumalarına yönelik girişimlerden oluşurken direniş stratejileri tüketim toplumunun “meşru” kabul ettiği tüketim biçimlerini hedef alır ve bunları yeniden tanımlar. Öte yandan bir takım direniş pratikleri ise apaçık bir şekilde tüketim toplumu göstergelerini veya tüketebilen kesimi hedef alan ve tüketim toplumuna karşı yöneltmiş öfkenin de içinde barındırıldığı pratiklerdir. Patrick Champagne (1999: 59) Fransa’nın dezavantajlı bölgelerinde yaşayan gençlerin medyadaki temsilini konu aldığı incelemesinde, işsiz ve yoksul gençlerin çeşitli tüketim toplumu göstergelerini ve tüketim ürünlerini hedef alan şiddet eğilimlerini, bu gençleri dışlayan sembollerin yıkılması ve tahrip edilmesi girişimi olarak yorumlamaktadır. Bu gençlerin alışveriş merkezlerini saldırgan davranışların merkezi olarak seçmelerinde olduğu gibi arabaları çalmaları, yakmaları veya bunlara çeşitli şekillerde zarar vermeleri Champagne’e göre bu tüketim ürünlerinin yoksul gençlerin sahip olmadığı birçok yatırım biçimini içermesi (sadece ekonomik değil, psikolojik, sosyal ve yatırılan zaman açısından) ayrıca gezip dolaşmak ve serbest zamanı da ifade etmesinden kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda araba bu gençler açısından işgücü piyasasına dahil olabilmeyi ve bu alandaki başarıyı simgelemektedir. Kendilerinin bunlara ulaşamamaları, gençlerde şiddet içeren eğilimler ortaya çıkartmaktadır. Görüşmelere katılan gençlerde Champagne’nin belirttiği türden şiddet eğilimlerinin çok yaygın olmadığı ancak çeşitli tüketim ürünlerine ulaşamama durumunun kent yoksulu gençler açısından gerginlik kaynağı olduğu ve zaman zaman şiddet içeren duygu durumlarının ortaya çıkmasına neden olduğu gözlemlenmiştir.

Şimdi onlarda var sen de yok, insanın zoruna giden budur... Hırsızlık bundan başlamış biliyor musun? Bakıyor şimdi sende var onda yok, bunlar böyle, onlar böyle. Ben ne yaparım ben de gider hırsızlık yaparım, arsızlık yaparım, yolsuzluk yaparım, parayı kolay yoldan bulurum. (Halil, 19, lise mezunu, işsiz)

Ben böyle değilim dışarıda. Daha bir sinirliyim. Bu sinirim nereden geliyor? Kıskaçlık oluyor. Şuna bak diyosun araba almış, 17 yaşında Mercedes’e biniyor. Neden böyle? Ben neden binemiyorum? (Kemal, 19, ilköğretim mezunu, işsiz)

Örneğin bazı gençlerin lüks arabalara veya evlere bakıp öfke duymaları, Kızılay veya Tunalı Hilmi Caddesi’nde kız veya erkek arkadaşları ile rahatça gezip tozan gençlere karşı kin beslemeleri ve onlara olumsuz tavır

takınmaları bu öfkenin en açık biçimde göze çarptığı direniş pratikleri olarak yorumlanabilir. Örneğin Halil (19) Ankara'nın Kale Mahallesi'ne turistik gezi ve eğlence için lüks markalı arabalarla gelen kişilere duyduğu öfkeyi şu şekilde ifade etmiştir:

Buraya geliyor mesela... Bakıyosun, adamın üzerinde milyarlık araba. Gerçekten abla insanın zoruna gidiyo... Pahalı lüks arabaları burada gördüğüm zaman içimden gasp etmek geliyo ya da anahtarını elime alıp boydan boya çizmek geliyo... (Halil, 19, lise mezunu, işsiz)

Diğer taraftan tüketim toplumuna karşı geliştirilen direniş pratikleri, öfke ve şiddet içeren tutumların sergilenmesinde olduğu kadar bir takım yaratıcı tüketim pratiklerinin geliştirilmesinde de göze çarpmaktadır. Örneğin genç kadınların kendi el becerileriyle yaptıkları veya moda ya uygun hale getirdikleri kişisel veya haneye ait tüketim ürünleri; gençlerin kendi aralarında geliştirdikleri ve uyguladıkları moda biçimleri ve giyim tarzları; kendi özgünlüklerini ortaya koymak ve kendilerini farklılaştırmak için sergiledikleri bedensel süsleme teknikleri bu türden bir direniş pratiğinin bir parçası olarak da yorumlanabilir. Örneğin Ezgi (20), kendi giyim eşyalarına elbeceriyle stil kazandırdığını şöyle anlatmıştır:

Benim ihtiyacıma karşılık gösteriyorsa, beni mutlu ediyorsa, hiçbir şeyden kaçınmam, alırım, yaparım, ederim, beceririm... Ben bir kıyafet alıyorum, bakıyorum ki fiyatı on milyon, boncuklu, pullu. Hiçte on milyon vermem diyorum. Al Ezgi şuradan iki milyona bir tane o badiden, alıyorum o badiyi, eve geliyorum, o kadar güzel işliyorum ki, o badiye on basar. Kendi emeğimi vermişim. Benim çoğu kıyafetlerim boncuklu, pullu. Hatta kokoş derler bana. Hepsi kendi yaptığımdır... Şallarımı, fularlarımı falan almam yani, kendim yaparım, örerim. Herkes hazır zanneder. (Ezgi, 20, meslek lisesi mezunu, belediyeye ait bir kurumda çocuk bakıcısı)

## Sonuç

Kent yoksulu gençlerin tüketim toplumunda yaşama deneyimleri, tüketim toplumundan dışlanma süreçleri ve tüketim toplumuna dahil olabilmek için ya da kabul görebilmek için verilen sembolik mücadeleler etrafında şekillenir. Yoksulluğa ve genç olmaya ilişkin anlamlara yeni boyutlar kazandıran tüketim toplumu, bu toplumda "meşru" kabul edilen tüketim ölçütlerine ulaşamayanları "kusurlu" tüketici olarak ilan edip

çeşitli dışlama biçimleri üretirken bir taraftan da tüketiciler arasında sınıf farklılıkları gözetmeksizin tüm toplumsal kesimleri tüketimci mesajların hedefine yerleştirir. Gençler tüketim toplumunun en “ayrıcılık” kitlesi olarak, iletilen bu mesajlardan en çok etkilenen ya da etkilenmesi beklenen kesimi oluşturur. Bu bağlamda yoksul gençler, yoksul olmayı tüketim toplumunda genç olabilmenin önündeki en önemli engel olarak deneyimlemektedirler. Yoksulluk tüketim toplumunda maddi yoksunlukların çok ötesinde, kişinin “özsaygısına” ve “özgüvenine” yönelik bir tehdit olarak anlam kazanmaktadır.

Yoksulluğu “yetersiz tüketim kapasitesi” olarak kavramsallaştıran tanımlamaların, yoksulluğun çok boyutlu özelliğini ve insan hayatının farklılıklarını göz ardı ettiği gerekçesi ile Amartya Sen (1992: 109) tarafından geliştirilen “yapabilirliklerden yoksunluk” yaklaşımında, yoksulluğun temel gereksinimlerin karşılanmasındaki yetersizliklerden değil, kabul edilebilir bir yaşam düzeyine ulaşmak için gerekli temel yapabilirliklerden yoksun olma durumundan meydana geldiğinin altı çizilmektedir. Bu anlamda tüketim toplumunda yoksul olmak, kabul edilebilir olan yaşam standardının tüketim alanında gösterilen performansla birlikte değerlendirildiği bir ortamda, genç yoksulları daha şiddetli dışlanma süreçleriyle karşı karşıya bırakmaktadır. Sahip olunan kısıtlı kaynaklar, kent yoksulu gençlerin tüketim alanına özgür katılımlarının önünde engel oluşturmaktadır ve tüketim tercihlerini sınırlandırmaktadır. Ancak bu durum bu gençlerin tüketim toplumunun tamamen dışında kaldıkları anlamına gelmemektedir. Geliştirilen duygusal ve davranışsal stratejilerle bu gençler, tüketim toplumuna dahil olmaya, kendilerini dışlayan süreçlerle mücadele etmeye çalışmaktadırlar. Bu stratejiler, bir yandan yoksul gençlerin kendilerine yoksulluklarını hatırlatan süreçlerden uzak durmasıyla diğer yandan da çeşitli tüketim biçimlerinden yararlanılarak yoksulluğun kapatılması süreçlerini içerir. Bu bağlamda başvuru stratejiler, zaman zaman birbiriyle çelişen ancak esas olarak toplumsal eşitsizliklerin tüketim alanında görünür kılınmasına verilen tepkileri içermektedir.

### Kaynakça

- Abrams, Mark (1959). *The Teenage Consumer*. London: London Press Exchange.
- Alemdaroğlu, Ayça (2005). "Bir 'İmkan' Olarak Gençlik." *Birikim* 196: 21-29.
- Andreasen, R. Alan (1975). *The Disadvantaged Consumer*. New York: Free Press.
- Archer, Louise, Sumi Hollingworth ve Anna Halsall (2007). "University's not for Me- I'm a Nike Person: Urban, Working-Class Young People's Negotiations of 'Style', Identity and Educational Engagement." *Sociology* 41(2): 219-237.
- Ardıç, M. Nergiz (2002). *Household Survival Strategies of the Urban Poor in Turkey*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Bilkent Üniversitesi.
- Avrupa Konseyi (2003). *Experts on Youth Policy Indicators*. (Final Report). Strasburg: European Youth Center [http://www.coe.int/t/dg4/youth/Source/Resources/Documents/2003\\_YP\\_indicators\\_en.pdf](http://www.coe.int/t/dg4/youth/Source/Resources/Documents/2003_YP_indicators_en.pdf). Erişim tarihi: 20.05.2008.
- Ayata, Sencer (2003). "Yeni Orta Sınıf ve Uydu Kent Yaşamı." *Kültür Fragmanları*. Çev., Zeynep Yelçe. Deniz Kandiyoti ve Ayşe Saktanber (der.) içinde. İstanbul: Metis. 37-56.
- Baudrillard, Jean (2004). *Tüketim Toplumu*. Çev., Hazal Deliceçaylı- Ferda Keskin. İstanbul: Ayrıntı.
- Bauman, Zygmunt (1999). *Çalışma Tüketicilik ve Yeni Yoksullar*. Çev., Ümit Öktem. İstanbul: Sarmal.
- Bauman, Zygmunt (2007). *Consuming Life*. Cambridge: Polity Press.
- Benlisoy, Foti (2003). "Öğrenci Muhalefetinin Güncelliği." *Toplum ve Bilim* 97: 281-300.
- Birleşmiş Milletler (1993). *The Global Situation of Youth in 1990s: Trends and Prospects*. New York.
- Birleşmiş Milletler (2005). *World Young Report 2005*. [www.un.org/esa/socdev/unyin/wyr05.htm](http://www.un.org/esa/socdev/unyin/wyr05.htm). Erişim tarihi: 18.06.2008.
- Bora, Aksu (2005). *Kadınların Sınıfı: Ücretli Ev Emeği ve Kadın Öznelliğinin İnşası*. İstanbul: İletişim.
- Bora, Aksu (2007). "Kadınlar ve Hane: Olmayanın Nesini İdare Edeceksin?" *Yoksulluk Halleri: Türkiye'de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. Necmi Erdoğan (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 97-133.
- Bourdieu, Pierre (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Çev., Richard Nice. London: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1995). *Pratik Nedenler*. Çev., Hülya Tufan, İstanbul: Kesit.
- Bourdieu, Pierre (1997). *Toplumbilim Sorunları*. Çev., Işık Ergüden. İstanbul: Kesit.
- Bourdieu, Pierre (1999). "Understanding." *Weight of the World: Social Suffering in Contemporary Society*. Pierre Bourdieu vd. (der.) içinde. California: Stanford University Press. 607-627.

- Bourdieu, Pierre ve Loic J.D. Wacquant (2003). *Düşüniimsel Antropoloji İçin Cevaplar*. Çev., Nazlı Ökten. İstanbul: İletişim.
- Champagne, Patrick (1999). "The View From Media." *Weight of the World: Social Suffering in Contemporary Society*. Pierre Bourdieu vd. (der.) içinde. California: Stanford University Press. 46-59.
- Charlesworth, Simon (2000). "Bourdieu, Social Suffering and Working-Class Life." *Reading Bourdieu on Society and Culture*. Bridget Fowler (der.) içinde. Oxford: Blackwell Publishers. 49-65.
- Chin, Elizabeth (2001). *Purchasing Power: Black Kids and American Consumer Culture*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Cohen, Lizabeth (2003). *A Consumer's Republic: The Politics of Mass Consumption in Postwar America*. New York: Alfred A. Knopf.
- Cumhuriyet Gazetesi (2007). "Alışveriş Değil Turistik Gezi." 24 Aralık 2007.
- De Castro, Lucia Rabello (2006). "What is New in the South? Consumer Culture and the Vicissitudes of Poor Youth's Identity Construction in Urban Brazil." *Young* 14(3): 179-201.
- Dünya Bankası (2007). *Development and the Next Generation: World Development Report*. Washington DC.
- Erdoğan, Necmi (der.) (2007a). *Yoksulluk Halleri: Türkiye'de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. İstanbul: Demokrasi Kitaplığı Yayınları.
- Erdoğan, Necmi (2007b). "Yok-sanma: Yoksulluk-Maduniyet ve Fark Yaraları." *Yoksulluk Halleri: Türkiye'de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. Necmi Erdoğan (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 47-95.
- Erdoğan Necmi (2007c). "Garibanların Dünyası: Türkiye'de Yoksulların Kültürel Temsilleri Üzerine İlk Notlar." *Yoksulluk Halleri: Türkiye'de Kent Yoksulluğunun Toplumsal Görünümleri*. Necmi Erdoğan (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 29-46.
- Etöz, Zeliha (2000). "Varoş: Bir İstila Bir Tehdit!" *Birikim* 132: 49-53.
- Featherstone, Mike (1996). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. Çev., Mehmet Küçük. İstanbul: Ayrıntı.
- Griffin, Christine (1997). "Representations of the Youth." *Youth in Society: Contemporary Theory, Policy and Practice*. Jeremy Roche ve Stanley Tucker (der.). London: Sage. 18-25.
- Hayward, Keith ve Majid Yar (2006). "The 'Chav' Phenomenon: Consumption, Media and the Construction of a New Underclass." *Crime Media Culture* 2(1): 9-28.
- Hill, Ronald Paul (1992). "Homeless Children: Coping with Material Losses." *Journal of Consumer Affairs* 26(2): 274-287.
- Hill, Ronald Paul (2001). "Surviving in a Material World: Evidence from Ethnographic Consumer Research on People in Poverty." *Journal of Contemporary Ethnography* 30(4): 364-391.

- Hill, Ronald Paul (2002a). "Stalking the Poverty Consumer: A Retrospective Examination of Modern Ethical Dilemmas." *Journal of Business Ethics* 37: 209-219.
- Hill, Ronald Paul (2002b). "Consumer Culture and the Culture of Poverty: Implications for Marketing Theory and Practice." *Marketing Theory* 2(3): 273-293.
- Hill, Ronald Paul ve Debra Lynn Stephens (1997). "Impoverished Consumers and Consumer Behavior: The Case of AFDC Mothers." *Journal of Macromarketing* 17: 32-48.
- Işık, Oğuz ve Melih M. Pınarcıoğlu (2005). *Nöbetleşe Yoksulluk*. İstanbul: İletişim.
- Jameson, Frederick (1983) . "Postmodernism and Consumer Society." *The Anti-Aesthetic: Essays on Postmodern Culture*. Hal Foster (der.) içinde. Seattle: Bay Press. 111-126.
- Kentel, Ferhat (2005). "Türkiye'de Genç Olmak: Konformizm ya da Siyasetin Yeniden İnşası." *Birikim* 196: 11-17.
- Kochuyt, Thierry (2004). "Giving Away One's Poverty. On the Consumption of Scare Resources Within the Family." *The Sociological Review* 52(2): 139-161.
- Kurtaran, Yörük, vd. (2008). "Gençler Hakkında, Gençler İçin, Gençlerle." *Türkiye'de Gençlik Çalışması ve Politikaları*. Nurhan Yentürk, Yörük Kurtaran ve Gülesin Nemutlu. (der.) içinde. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 3-20.
- Leister, Ruth (2004). *Poverty*. Cambridge: Polity Press.
- Lüküslü, Demet (2005). "1960'lardan 2000'lere Gençlik Tipleri: Maddecı Başarıcı Manager Tipinden Yuppie ve Tiki'ye." *Birikim* 196: 30-36.
- Lüküslü, Demet (2009). *Türkiye'de "Gençlik Miti": 1980 Sonrası Türkiye Gençliği*. İstanbul: İletişim.
- Miller, Daniel (der.) (1995). *Acknowledging Consumption: A Review of New Studies*. London: Routledge.
- Nayak, Anoop (2006). "Displaced Masculinities: Chavs, Youth and Class in Post-industrial City." *Sociology* 40(5): 813-831.
- ODTÜ (2000). *Kentsel Yoksulluk ve Geçinme Stratejileri: Ankara Örneği*. Ankara: ODTÜ Kentsel Politika Planlaması ve Yerel Yönetimler Anabilim Dalı 1999 Stüdyo Çalışması Yayın No 4.
- Ritzer, George ve Don Slater (2001). "Editorial." *Journal of Consumer Culture* 1(1): 5-8.
- Sen, Amartya (1992). *Inequality Reexamined*. Massachusetts: Harvard University Press.
- Slater, Don (1997). *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Sletten, Mira, Tone Fløtten and Anders Bakken. (2004). Poverty and Social Exclusion Among Young Norwegians-The Role of Consumption. <http://www.hks.harvard.edu/inequality/Summer/Summer04/papers/Fløtten2004.pdf> Erişim tarihi: 29.05.2008

- Swartz, David (1997). *Culture and Power: The Sociology of Pierre Bourdieu*. Chicago: University of Chicago Press.
- Trentmann, Frank (2004). "Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption." *Journal of Contemporary History* 39(3): 373-401.
- Urry, John (1999). *Mekânları Tüketmek*. Çev., Rahmi G. Öğdül. İstanbul: Ayrıntı.
- Ümit, Eylem (2007). *Mekândan İmkana: Çocuk Suçluluğunun Habitusu Ceza Ehliyeti İlişkisi*. Ankara: Ankara Barosu.
- Veblen, Thorstein (2005). *Aylak Sınıfının Teorisi*. Çev., Zeynep Gültekin ve Cumhuriyet Atay. İstanbul: Babil.
- Wacquant, Loic J.D. (2003). "Giriş." *Düşünümsel Antropoloji İçin Cevaplar*. Çev., Nazlı Ökten. P. Bourdieu ve Loic J. D. Wacquant (der.) içinde. İstanbul: İletişim. 13-47.
- Wyn, G. Johanna ve Rob White (1997). *Rethinking Youth*. Australia: Allen & Unwin.
- Yentürk, Nurhan, Yörük Kurtaran ve Gülesin Nemetli (der.) (2008). *Türkiye'de Gençlik Çalışması ve Politikaları*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Yumul, Arus (2006). "Kuştepe Gençliği ve Bilgi Üniversitesi Öğrencileri: Sınıfsal/ Bedensel Karşılaşmalar." *İstanbul Gençliği*. Gülten Kazgan (der.) içinde. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 243-248.
- Zaim, Ayça (2006). "80 Sonrası Orta Sınıf Gençliğinin Kendini Farklılaştırma Stratejileri." *Birikim* 208: 89-96.