



İstanbul'da "Orta Sınıf" ve Kapalı Siteler

*

The "Middle Class" and Gated Communities in İstanbul

Seda Aydın

Özet

Bu makalede, 1990'larda ve 2000'lerin başında sadece kentli seçkinlerin yaşadığı kapalı sitelerin, özellikle 2008 krizi sonrasında, orta sınıfın daha geniş kesimlerine hitap eder hale gelmesi incelenmektedir. Hedef kitleye orta sınıfın yeni bölmelerinin dahil edilmesiyle bu konut biçiminin kimi özelliklerinin ve bu özelliklerin kent için anlamının nasıl değiştiği araştırılmaktadır. Ayrıca burarlarda yaşayanların konut pratiklerine dair söylemlerinin orta sınıf kategorisiyle ilgili nasıl bir tablo çizdiği tartışılmaktadır. Hedef kitlesi genişleyen kapalı sitelerin pazarlanmasında kullanılan dilin söylem analizinden ve site sakinleriyle gerçekleştirilen yapılandırılmış mülakatlardan beslenen çalışma, kapalı sitenin neoliberal konutun ideal tipini, kapalı site sakinininse neoliberal orta sınıf bireyin ideal tipini oluşturduğunu savunur. Bununla birlikte, "orta sınıf"ın sermaye birikim modelinin dönemsel özelliklerine göre sınırları tekrar ve tekrar çizilen siyasi ve ideolojik bir kategori olduğunu bu ideal tipler üzerinden göstermeyi amaçlar.

Anahtar kelimeler: orta sınıf, yeni orta sınıf, kapalı siteler, neoliberal kentleşme, konut

Abstract

In broad terms, this article deals with the expansion of the once-exclusive gated communities in İstanbul to the large segments of the middle class especially following the 2008 economic crisis. It analyses how the characteristics of this housing form and its meaning for the city change with the inclusion of new segments of the middle class to the target mass. It also examines what the discourses of the residents about their gated communities, their fellow residents and the city reveal about the category of "middle class". Based on 19 in-depth interviews with the residents of the gated communities addressing larger segments of the society, and discourse analysis of the advertisement material and other media coverage, it shows how the ideal types of neoliberal housing and the neoliberal middle-class urbanite are drawn. It also argues that the category of "middle class" is a political one with malleable boundaries (re)drawn according to the present regime of capital accumulation with these ideal types.

Keywords: middle class, new middle class, gated communities, neoliberal urbanization, housing

İstanbul'un kentsel mekânı giderek özelleşmekte ve kapanmaktadır. Şehrin çeperlerini hızla işgal eden kapalı siteler bu sürecin önemli bir parçasıdır. Özellikle 2005'ten beri sürekli artan bu konut biçiminin sayısı 2005 ve 2009 yılları arasında neredeyse ikiye katlanmıştır. 2005'te İstanbul emlak piyasasındaki kapalı konut sayısı 650 civarında tahmin edilirken (Perouse ve Danış, 2005), 2005-2009 yılları arasında 552 yeni kapalı site konut piyasasına sunulmuştur.¹ 1990 ve 2000'lerin başında özellikle yeni orta sınıflara ve burjuvaziye hitap eden lüks kapalı sitelerden farklı olarak, son dönemde inşa edilen bu kapalı siteler, 39.000 TL gibi fiyatlarla, kentli nüfusun daha geniş kesimlerini hedeflemektedir.

Kapalı sitelerin yapımında özellikle 2005 yılı itibariyle bir patlama görülse de, inşaat şirketlerinin daha düşük gelir gruplarını hedef kitlelerine katmaları ve konut fiyatlarını ucuzlatmaları 2008 krizinin etkileriyle gerçekleşmiştir. Kriz sonrası sert rekabet koşulları ve yüksek kar getiren lüks konut piyasasının doygunluğa ulaşması inşaat şirketlerini asıl konut talebinin geldiği daha düşük gelir gruplarına yöneltmiştir.²

TOKİ'nin kurumsal yapısının değiştirilmesi ve bu süreçte kooperatif sisteminin de ortadan kaldırılmasıyla birlikte 2000'li yıllarda konut piyasası TOKİ ile orta ve büyük inşaat şirketlerine kalmıştır. Bu piyasa koşullarında şirketler markalaşmaya önem vermeye başlamış ve bu şirketlerce üretilen kapalı siteler de emlak dilinde "markalı konut projesi" olarak adlandırılmıştır.³ Markalı konut projelerinin yüksek yapı kalitesi, satış sonrası hizmetleri ve güvenlik, yüzme havuzu ve otopark gibi lüks kapalı sitelerdeki karakteristik özelliklere sahip olduğu belirtilmiştir.⁴

1990'larda ve 2000'lerin başında, ekonomik liberalleşmenin ve küresel tüketim kültürünün bir yansıması olarak yalnızca yeni orta sınıf ve bur-

¹ İstanbul'da 4 yılda 552 konut projesi inşa edildi (*Habertürk*, 2009, 22 Haziran). (Epos Real Estate Consulting Inc.'in 2009 emlak piyasası raporundan hareketle).

² Konut piyasasındaki bu değişime eşlik eden ve kapalı sitelerin hedef kitesinin genişlemesine katkıda bulunan bir diğer unsurda konut kredisi (*mortgage*) piyasasının hızla genişlemesi oldu. Avrupa'nın en hızlı büyüyen üçüncü konut kredisi piyasasına sahip Türkiye'de bu iddialı büyümeye rağmen kredi veren bankalar nüfusun sadece en üstteki % 20'sinin konut kredisi kullanabilecek tasarruf fazlasına sahip olduğunu iddia ediyor (Demirel, 2011).

³ 2001 krizi sonrasında TOKİ doğrudan Başbakanlık'a bağlanmıştır ve bu yolla hükümet konut arzı konusunda, TOKİ tarihinde görülmeyen ölçüde söz sahibi haline gelmiştir. 2001 krizi sonrası TOKİ'nin dönüşümü ile ilgili daha fazla bilgi için bkz. Özdemir (2010).

⁴ www.tebernuskirecci.com.tr, 13 Mart, 2012.

juvaziye hitap eden kapalı siteler, bugün orta sınıfın daha geniş kesimlerini de hedeflerken, kapalı site imgesi de belirli yönleriyle yeniden çizilmekte ve yeni temsil biçimleriyle bu hedef kitleye uyarlanmaktadır. Makalenin ilk bölümünde medyada ve reklâm dilinde kapalı site temsilinin 90'lardan bugüne nasıl değiştiği ana hatlarıyla incelenecek, geçen yirmi yılın çoğunda sadece kentli seçkinlere ait olan kapalı hayat tarzının kitleleşmesi üzerinde durulacak ve bunun sonuçları tartışılacaktır. Bunu izleyen bölümdeyse "orta sınıf" kategorisine dair teorik tartışmalar eşliğinde, bu sitelerin sakinlerinin söylemleri üzerinden orta sınıfın mücadele ve müzakereyle yeniden üretilen sınırlarına ve bu süreçte 1990'lardaki yeni orta sınıfın hegemonik rolüne değinilecektir.

Metodoloji

Araştırmanın ilk aşamasında, 2011'in ilk altı ayında yazılı medya ve internet medyasından rastgele toplanan kapalı site reklâm, ilan, afiş ve broşürleri ile sektörel haber metinleri söylem analizi ile incelenerek bu metinler 1990'lardaki erken örneklerin medyadaki temsilleriyle karşılaştırıldı. Daha sonra, Anadolu ve Avrupa Yakalarında 2005 itibarıyla yapımı başlayan 100'er kapalı siteye dair yapım yılı, yapıldığı yer, inşaat firması, fiyat aralığı ve ödeme koşullarını içeren bilgiler toplandı ve bu tabloyu en iyi temsil eden kapalı sitelerde saha çalışmasına başlandı. 2005 ve sonrasında inşa edilmiş kapalı sitelerde oturan, kartopu örneklemleri yoluyla bulunan 14'ü kadın 5'i erkek 19 katılımcıyla açık uçlu soruların sorulduğu yarı yapılandırılmış mülakatlar gerçekleştirildi. Mülakatlar Ocak 2011-Nisan 2011 tarihleri arasında, mümkün olduğunca katılımcıların evinde yapıldı. Bununla birlikte çeşitli orta sınıf kapalı sitelerin reklâm kampanyalarını yapan farklı iki şirketten 3 reklâmcıyla da mülakat gerçekleştirildi.

Kartopu örneklemleri yoluyla bulunan katılımcılar öğretmen, ev emekçisi, mühendis, reklâmcı, üniversite çalışanı gibi farklı meslek gruplarından gelmektedir. 19 katılımcıdan üçü dışında hepsi yükseköğrenim görmüştür. Yedisi 12 ya da daha küçük yaşlarda çocuğu olan kişilerdir. Dokuz kişi yalnız ya da çocuğuyla yaşamaktadır. 11 kişi eğitim ya da iş gibi sebeplerle İstanbul'a başka illerden göç etmiştir. Katılımcılardan biri

kirada otururken, diğer 18 katılımcının 12'si ev alırken konut kredisi kullandığını ifade etmiştir.

Kapalı sitelerin hedef kitlesinin genişlemesi, kapalı hayat tarzlarının kitleselleşmesi

İstanbul'da 1990'ların başında yaygınlaşmaya başlayan literatür kapalı sitelerden genellikle şehrin yeni seçkinleri için oluşturulmuş etrafı çevrili yerleşim adacıkları olarak bahseder. Bu literatürde, ilk kapalı site örneklerinin sınırlı hedef kitlesini, burjuvaziyle birlikte ve "yeni orta sınıf" olarak tabir edilen kesim oluşturur (Geniş, 2007: 783). Küreselleşme ve ekonomik liberalleşmeyle 1990'larda ortaya çıkan yeni orta sınıf kategorisi, küresel ekonomiye güçlü bağlarla bağlı finans, reklâmcılık, danışmanlık, turizm gibi sektörlerde yöneticilik gibi yüksek kademelerde çalışanları ve kendi işini yapan genç kentli profesyonelleri içerir. Bu grup, aynı zamanda, küresel tüketim kültürünü ilk deneyimleyen gruptur. Ali Şimşek (2005) yeni orta sınıfın Türkiye'de ortaya çıkışını 1990'ların dönemselleşme özellikleri bağlamında değerlendirmek gerektiğini söyler. Küreselleşme söyleminin güçlendiği, serbest piyasa ekonomisinin ülkeye yayıldığı bu dönemin sonlarına doğru dünyaya uzun süreli refah getirecekmiş gibi görünen ekonomik patlamanın aslında krizle sonlanacak kısa bir dönem olduğu ortaya çıkmıştır (Stiglitz, 2003). Şimşek'in (2005) deyişiyle, 2001 krizi yeni orta sınıfları damaklarında suşi tadıyla bırakmış, 1990'ların ışıltılı banka tabelalarından geriye bir şey kalmamıştır.

Bali (2002) bu bağlamda, Özal döneminde ortaya çıkan yeni zenginlerin zenginliklerine paralel artan lüks arayışlarına dikkat çeker. Öncü (1997) kapalı siteleri küresel seçkinlerin tüketim kültürüne ait bir ikon olarak yorumlayarak, küresel "ideal ev miti" kavramıyla yeni orta sınıfların sembolik sermayelerini arttırmak ve korumak için giriştikleri kimlik mücadelesine değinir. Başka akademisyenlerse, kapalı sitelerin yükselişi ve buralardaki oturan profili ile ilgili çözümlemelerin sadece değişen sınıf kültürü ve yaşam tarzları ile açıklanamayacağını söyleyerek sermaye birikim süreçlerine ve üretim ilişkilerine dikkat çeker (örneğin, Kurtuluş, 2005). Bu konut tipinin şehrin çeperlerinde yayılması açıklanırken, rant sağlama amacındaki proje geliştiricilerin ayrıcalıklı ve seçkin bir yaşam fikrini sınırlı bir müşteri kitlesinin talebini arttırmak için ön

plana çıkarmasına dikkat çekilir. Bu literatürde, kapalı sitelerin ilk hedef kitlesinin toplumun çok ince bir tabakasıyla sınırlı olması nedeniyle inşaat şirketlerinin daha alt tabakalar için de kapalı site arzı sağlama eğiliminde olduğuna da işaret edilir (Perouse ve Danış, 2005; Özkan ve Kozaman, 2006).

Bugün İstanbul, kapalı sitelerin hızla çoğaldığı, hedef kitle olarak yalnızca kentli burjuvaziye ve yeni orta sınıfları değil orta sınıfın daha geniş kesimlerini seçtiği bir dönemden geçiyor.⁵ Bu yeni nesil kapalı siteler, çoğunlukla 1990'lardaki lüks örneklerdeki gibi güvenlik hizmetleri ve sosyal olanakların sunulduğu, stüdyo daireden dört odalı dairelere kadar uzanan konut büyüklüklerine sahip çok katlı apartman bloklarından oluşuyor. Aşağıda örneklerle de değinileceği gibi, proje geliştiriciler bu kapalı sitelerin, ya da markalı konut projelerinin, büyüyen hedef kitlesine beyaz yakalılar, orta kademe profesyoneller, memurlar, ücretli emekçiler gibi orta sınıfın daha geniş katmanlarını dahil ederken, sıklıkla "orta sınıfı kira ödemekten kurtarıp ev sahibi yapma" vurgusuna başvuruyorlar. Bir reklâm ajansının stratejik planlama uzmanı Türkan⁶ kapalı sitelerin değişen hedef kitlesini reklâmcılık dilinde şöyle ifade ediyor:

A ve B grubu şu anda doyma noktasında. Bu nedenle yeni hedef kitlesi C, hatta D grubu. C, Türkiye'deki en büyük sosyoekonomik grup. % 70 – 80 civarında. Talebin çoğu da C'den geliyor. (...) Bunlar memurlar, terfi etmiş işçiler, giriş seviyesindeki yöneticiler, emekliler... C grubu eskinin *orta direk*'i gibi.

Neoliberal konutun *ideal tipi* olarak kapalı siteler

Genişleyen hedef kitlesine rağmen, son dönemde inşa edilen kapalı sitelerde erken örneklerdeki yüksek duvarlar, güvenlik sistemleri, sosyal alanlar ve spor olanakları gibi prestij göstergelerinin hepsi mevcuttur. Ancak ilk kapalı site örneklerinde kentin ayrıcalıklı sınıfları için özel bir yaşam biçimi anlamına gelen bu göstergeler, bugün İstanbul gibi bir kentte güvenli ve mutlu bir yaşam sürmenin koşulu gibi sunulmakta-

⁵ Araştırmanın yapıldığı Ocak 2011'de, Avrupa Yakası'ndaki kapalı sitelerin % 53'ü, Anadolu Yakası'ndaki kapalı sitelerin % 42'si ortalama 200.000 TL'nin altında satılmaktaydı. Değinen literatürde incelenen erken kapalı site örneklerindeki konutların fiyatları ise ortalama 500.000 \$'dan başlamaktaydı.

⁶ Gerçek isimler kullanılmamıştır.

dır. İlk kapalı site örnekleri üzerine yazan Öncü (1997), küreselleşmenin homojenleştirici etkisiyle İstanbul'daki ayrıcalıklı sınıfların bu kapalı sitelerde Amerikan banliyösünden devşirilen bir ideal ev fantezisi yaşadığını belirtir. Bugünkü bağlamda, genişleyen hedef kitleleriyle kapalı sitelerin, 1990'larda sadece ayrıcalıklı sınıflarca yaşanabilen "ideal ev" mitini neoliberal kent yerleşmesinin *ideal tipi* haline getirdiğini söyleyebiliriz.⁷

Medyanın ve proje geliştiricilerin söylemlerinde kapalı sitelerin "halk"ın, "orta sınıfın" ya da "Türk ailesi"nin ideal konut tipi olarak kurgulandığına dair ilginç örnekler bulmak mümkündür. Örneğin, Ağaoglu Grup'un Ağaoglu Mytown İspartakule'yi sunuşunda, şirketin bu sitenin tasarımını belirlemeden önce oturma amaçlı ev almak isteyen 30.000 kişiyle bir anket yaptığına değiniliyor. Böylece, "Türk ailesi"nin bir evden ne beklediğine dair fikir sahibi olunduğu belirtiliyor. Şirketin anketine göre, "Türk ailesi" geniş ferah iç alanlar, büyük bir mutfak ve daha işlevsel banyo ve balkonlar istiyor.⁸

"Samsun site tarzı yapılaşma istiyor" başlığı altında *Bugün* gazetesinde çıkan haberde halkın değişen yaşam standartlarına vurgu yapılarak kapalı sitelerin günümüzün konut tipi olduğu şu şekilde belirtiliyor:

Lisanslı Gayrimenkul Değerleme Uzmanı Metin Civil halkın yaşam standartlarının ve alışkanlıklarının değişmesine bağlı olarak son yıllarda site tarzı yapılaşmalara talebin arttığını söyledi. Bu tarz sitelerin özellikle çocuklu ve kalabalık aileler tarafından gerek sosyal alanları gerekse güvenlik hizmetleri nedeniyle tercih edildiği gözleniyor (Şenol, 2011).

Proje geliştiricilerin söylemlerinde, kapalı siteler sadece kent merkezindeki orta sınıf mahallelerde bulunamayacak kaliteli evler sunmuyor, aynı zamanda Astrum Towers'ın ilanlarında belirtildiği gibi insanları kira ödemekten de "kurtarıyor". Bloklarının bazılarında bir gözlemevi ve bir gökbilim kütüphanesi de bulunduran Astrum Towers'ın web sitesinde "Size uyan bir ödeme planı mutlaka vardır!" vurgusu dikkat çekerken "Kiradan kurtaran kampanya" şöyle özetleniyor:

⁷ Weber'in ideal tip kavramı için bkz: Coser (1977).

⁸ http://www.emlakkulisi.com/26728_agaoglu_my_town_ismartakule_de_101_bin_700_tl_je_, 13 Mart 2011

Kiradan kurtaran kampanyayla ev satın almak isteyenler, peşinatlarını 1 yıl sonraya erteleyerek, taksitlerini 120 aya bölecek ve tapularını hemen alacaklar. Mayıs ayında taşınacakları yeni evlerinde, taksitlerini kiraya eş değer rakamlarla ödeyerek hem yeni bir ev sahibi olacak, hem de kiradan kolayca kurtulacak.⁹

Sektörel medyada, kiradan daha ucuza gelen aylık konut kredisi ödemelerinin öne çıkarıldığı “orta sınıfı ev sahibi yapma” temasının kullanıldığı haberler de sık. Hatta “orta sınıf ev sahibi oluyor” isimli bir emlak portalı bile mevcut.¹⁰ Kiradan kurtarma söylemi de öğretmenler ya da üniversite öğrencileri gibi orta sınıfın çeşitli bölmelerine yapılan vurguyla tamamlanmakta. Örneğin sitelerini hava hostesleri, havayolu çalışanları gibi beyaz yakalıların tercih ettiğini söyleyen Ukra İnşaat, hedef kitlesine üniversite öğrencilerini katarak sitenin bulunduğu yere yakın dört üniversitenin öğrencilerine özel bir kampanya başlatıyor (Kara, 2010). Ağaoğlu, Ağaoğlu Mytown’ın fiyatlarının özellikle medya, eğitim ve sağlık sektöründe çalışanlara kaliteli konut sağlanması için düzenlediğini iddia ediyor. Avçılar’daki Academia Apartments ise şöyle tanıtılıyor: “Avçılar’da yükselen proje özellikle üniversite öğrencileri ve aileleri, akademisyen, yeni evliler ve emekliler için kusursuz bir yaşam alanı ve yatırım imkânı sağlıyor.”¹¹

Kapılarını orta sınıfın daha geniş bölmelerine açan kapalı siteler pazarlama amacıyla orta ve alt orta sınıfların popüler kültür ikonlarına da başvuruyor. *Kurtlar Vadisi* isimli dizinin yıldızı Necati Şaşmaz’ın Ukra City reklamlarında oynaması buna bir örnek teşkil etmekte. Av Mevsimi ve Kurtlar Vadisi Filistin adlı iki Türk filminin de sponsoru olan Ukra City’nin 2011 hedefleri arasında iki TV dizinine daha sponsor olmak var. Şirket, Türk insanların dizilerle duygusal bağlar geliştirdiği fikrinden yola çıktığını ifade ediyor (Kara, 2010). Tüm bu pazarlama ve reklâm söylemlerinin gösterdiği gibi bugün sadece kapalı sitelerin hedef kitlesinin genişlemesinden değil, aynı zamanda bir zamanlar kentten yalıtıl-

⁹ http://www.regnum.com.tr/news/astrumtowersda_son_firsat.html, 13 Mart 2011

¹⁰ <http://www.ortasinfesahibioluyor.com/>

¹¹ http://www.emlakkulisi.com/academia_apartments_avcilar_da_nerede_academia_apartments_fiyatlari_kactan_basliyor-70254.html

mış, ayrıcalıklı bir yaşam tarzını simgeleyen bu mekânların "halkın", "beyaz yakalı çalışanların", "Türk ailesinin" istek ve ihtiyaçlarının vücut bulduğu neoliberal orta sınıf yerleşmenin ideal tipi haline geldiğinden de söz etmek gerekir.

Kapalı hayat tarzlarının kiteselleşmesi: kapalı sitelerin imajının yeniden çizilmesi

Kapalı sitelerin ilk örneklerine dair çalışmalarda, bir konutla beraber bir yaşam tarzının da satılmasının, orta sınıfın üst katmanlarının sürekli yeniden üretmeye ihtiyaç duyduğu kültürel ve sosyal farklılıklarının vurgulanmasında önemli olduğu söylenir (Bali, 2002; Bartu, 2001; Geniş, 2007; Kurtuluş, 2005; Öncü, 1997; Perouse ve Danış, 2005). Kemer Country ya da Alkent 2000 gibi ilk kapalı site örnekleri üzerine yapılan çalışmalarda buralarda seküler, Amerikalılaştırmış, düzenli, hijyenik, sağlıklı ve şehrin sosyal ve kültürel kirinden arıtılmış bir yaşam sözü verildiği vurgulanır (Ayata, 2002; Bali, 2002; Geniş, 2007; Kurtuluş, 2005; Perouse ve Danış, 2005) Bugün, kapalı sitelerin hedef kitlesinin genişlemesiyle bu prestijli imajın ve tarz sahibi yaşantının kiteselleştiğini söylemek de mümkün hale gelmiştir. Bir reklâm şirketinden stratejik planlama uzmanı Mehmet süreci şöyle özetler:

Hepimiz dizi izliyoruz, değil mi? Zengin ve ihtişamlı hayatları gösteren yüksek reytingli dizileri. Villalar, havuzlar... Yeni kapalı sitelerde, bunları isteyip de hiçbir zaman ulaşamayacak olan insanlara bunların bir mini modelini sunuyoruz. İçinde hizmetçileri olan bir villa söz vermiyoruz, ama kapılara güvenlik koyuyoruz. Güvenlik sizi her sabah selamlıyor, isminizle hitap ediyor. "Günaydın X Bey" diyor. Bir bahçe ve bir havuz vaat ediyoruz. Dizilerde o havuz sadece bir aileye ait olabilir. Ama olsun, artık sizin de bi yüzme havuzunuz oldu. Artık bu sizin ulaşamayacağınız bir ayrıcalık olmaktan çıktı. Böylece, o seviyeye ulaşmış gibi hissediyorsunuz. Bugün artık bu seviyeye küçük paralarla gelebilirsiniz. Düzenli bir maaşınız varsa, memur gibi, tamam. Kira öder gibi mortgage borcunuzu ödersiniz.

Bir diğer stratejik planıcı, Türkan, benzer şekilde durumu anlatır:

Biz hikayemizi öykünme üzerine kuruyoruz. Yüzme havuzları, golf sahaları hep öykünme duygusunu oluşturmak için. Mesela golf en üst tabakanın hobisi. Ama C grubuna hitap eden bir kapalı siteye golf sahası koyuyorsun. Çünkü golfle ilgili hiçbir fikri olmayan insanlar bunlara öykündükleri için gelip buralardan ev alıyorlar.

Sunulan yaşam tarzları itibariyle kitleleşen kapalı sitelerle erken örnekler arasında hem farklılıklardan hem de benzerliklerden söz etmek mümkün. Örneğin, işten sonra kalan zamanı huzurlu ve rahat bir ortamda geçirmek, stresli ve yoğun bir iş yaşamına sahip kentli seçkinlere pazarlanan erken kapalı site örneklerinin temel vaatlerinden biridir. Yüzme havuzu ve yeşil alan gibi özellikler bu çok yoğun profesyonellere “şehirden uzak ama şehre çok yakın” bir dinlenme imkânı sunmak için özellikle vurgulanmıştır (Bali, 2002; Kurtuluş, 2005; Perouse ve Danış, 2005; Şimşek, 2005). Bugünse, ‘stresli kent yaşamının yükünden kurtulmak’ lüks kapalı sitelerde yaşayan yeni orta sınıflara özel olmaktan çıkmıştır. Hangi fiyat kategorisinde olursa olsun, bütün kapalı siteler sakinlerine huzurlu ve rahatlatıcı bir ortam sunmayı hedeflediğini vurgular. Ancak sunulan çoğu zaman ilk örneklerdeki ortamın bir simülasyonudur. Örneğin Esenyurt’ta 55.000 TL’den başlayan fiyatlara sahip Haneplus, sakinlerine *yerlerinden kalkmadan* deniz havası almayı, göl kenarında yürümeyi ve adaların keyfini çıkarmayı vaat eder.¹² “2010’un en güzel manzarası”nın sözünü veren Haneplus’un pazarlamasında kullanılan bu ifade bu markalı konut projelerinde manzaranın bile üretim ve son kullanma tarihi olan markalı bir ürün olduğu hissini uyandırmaktadır.

Daha önce vurgulandığı gibi spor alanları ve sosyal alanlar da kitleleşen kapalı sitelerin olmazsa olmazlarından biri haline gelmiştir. Önceki çalışmalarda yeni orta sınıfların ve burjuvazinin kültürel farklılaşmasının bir sembolü olarak anılan bu alanların artık bu grupların ayrıcalıklarından olduğunu söylemek mümkün değildir. Ancak kitleleşen kapalı sitelerin pazarlanmasında daha önce değinilen statü yükseltme vurgusu o denli yoğundur ki, yüzme havuzu gibi olanaklar bu sitelerin reklamlarındaki tek tema haline gelebilmektedir. 75.000 TL’den başlayan fiyatlara sahip Academia Apartments’ın orta sınıf semtlerdeki dar

¹² <http://www.haneplus.com.tr/Site/index.asp>

caddelerde yer alan reklam afişlerinde afişin tamamını kaplayan "Academia'dan yeni bir daire alıyoruz. Yüzme havuzu bile var!" vurgusu dikkat çeker. Yüzme havuzu artık kitleleşmiş bir prestij sembolüdür. Burada prestijin, ancak şehrin plansız ve karanlık orta sınıf mahallelerinde kira ödemekten kurtulan kitlelere sunulan bir halinden bahsedilebiliriz.

İlk kapalı sitelerle ilgili çalışmalarda Batılı, seküler ve modern değerlerin üst sınıflara hitap eden bu sitelerin temel özelliklerinden biri olduğu ifade edilir (Ayata, 2002; Geniş, 2007; Öncü, 1997). Geniş (2007), Kemer Country üzerine çalışmasında site sakinlerinin kendilerini tanımlarken kentli, modern, Batılı, seküler gibi sözcükleri kullandığına değinir. Bu grup medeniyetten uzak davranışları, geleneksel kıyafetleri, özensiz görüntüleri, kokan vücutları ve gürültüleriyle kitleleri katlanılmaz bulmaktadır (Geniş 2007). Burada *kitleden* kasıt özellikle sosyal ve kültürel sermayesi olmayan göçmenler olsa da, ekonomik sermayeye sahip ama Batılılaşmış yaşam biçimlerini reddeden İslami yeni orta sınıflar da eleştirinin odağındadır. Kuru Sitesi üzerine yaptığı çalışmada Sencer Ayata da (2002) ayrıcalıklı sınıfların kendilerini taşralı, medeniyetten uzak ve kaba buldukları kent kalabalığından ayırma çabasına değinirken, bu kalabalığı oluşturan figürler arasında *türbanlı kadın ve taranmamış bıyıklı aşırı milliyetçi figürlerinin* de yer aldığına dikkat çeker.

Genişletilmiş bir orta sınıf kitesine hitap eden kapalı sitelerdeyse seküler ve Batılı değerlerin korunmasının temel bir mesele olmadığını görüyoruz. Tersine, sadece kadınlara ya da sadece erkeklere ayrılan yüzme havuzu gibi sosyal olanaklardan, sitelerin bahçelerine yapılan cami ve mescitlerden bahsettiğimiz bugünkü dönemde, giderek daha fazla kapalı sitenin İslami yaşam biçimlerinin önceliklerini dikkate alarak tasarlanmakta olduğunu söyleyebiliriz. Bu konudaki uç örneklerden biri üç etaptan oluşan her etabında ya sadece kadınlara ya da sadece erkeklere yönelik havuzların bulunduğu İhlas Bizimevler adlı site.

Yüzme havuzunda haremlik-selamlık uygulamasına imza atan bir başka kapalı site olan Star Towers'ın sahibi Nedim Özbek durumu şöyle açıklıyor:

Projeyi oluştururken yaptığımız araştırmalarda gördük ki sitelerde oturan pek çok kadın ortak havuza girmek istemiyor. Bu gerçekten yola çıkarak Star

Towers'ta kadın ve erkeklerin ortak kullanabilecekleri havuzun yanı sıra sadece kadınların kullanımına açık bir havuz inşa ediyoruz.¹³

Elbette, İslami motiflerin kapalı konutlara girişi AKP hükümeti döneminde İslami burjuvazinin yükselişiyle doğrudan ilgilidir. İslami değerlerin, statü ve farklılaşma sembolleriyle harmanlandığı kapalı sitelerde, hem kamusal söylemdeki değişim hem de ekonomi politikalarıyla yaratılan maddi dönüşüm somutlaşırken, bu konut tipinin aynı zamanda orta sınıfın hegemonik sınırları üzerindeki mücadelenin alanı haline de geldiği söylenebilir. İzleyen bölümde, bir sembolik mücadele alanı olarak kapalı sitelerin “orta sınıf” olma haline dair neler söylediğine, “orta sınıf”ın sınırlarına dair mücadele ve müzakerelerde konutun ne rol oynadığına değinilmekte, buna paralel olarak “orta sınıf” kategorisine dair farklı teorik yaklaşımlar tartışılmaktadır.

Kapalı siteler ve orta sınıf

Önceden belirtildiği gibi, özellikle 2008 krizinden bu yana medyada orta sınıf kategorisi müşteri kitlesi genişleyen kapalı sitelerin yeni hedefi olarak sunulmaktadır. Kapalı sitelerin pazarlanmasında diğer gelişmekte olan ülkelerde de gözlenen bu değişim, *The Economist* (2009) dergisinde yayınlanan ve yükselen piyasa ekonomilerindeki orta sınıfları, tüketim potansiyellerinden hareketle “küresel ekonominin yeni belkemiği” olarak tanımlayan raporla incelenmeye değer bir örtüşme sergiler.^{14, 15}

¹³ http://www.emlakkulisi.com/47903_star-towersta-m-fiyati-1000-tden-basliyor-

¹⁴ 2000'lerde kapalı sitelerin hızla çoğalması ve hedef kitlesinin genişlemesi diğer “yükselen piyasa ekonomileri”nde de gözlenmektedir. Bu ülkelerdeki konut piyasası ve kapalı sitelerin yaygınlaşmasıyla ilgili daha ayrıntılı bilgi, Çin için Wu (2010), Li ve Huang (2006); Doğu Avrupa için Brabek and Sykora (2009); Brezilya için Fernando Luis Lara (2011) ve Loureiro ve Amorim (2007) ile edinilebilir.

¹⁵ Türkiye’yi de kapsayan yükselen piyasa ekonomisi kavramı, 1980’lerin sonlarından itibaren finansal serbestleştirme politikaları izleyerek, ulusal mali piyasalarını uluslararası finansal sermayenin spekülasyonuna açmaya yönelik ekonomiler için kullanılır. 60’lı ve 70’li yıllarda kalkınmakta olan ülkeler olarak adlandırılan bu ekonomiler, kalkınma ve sanayileşme kavramlarının gündemden çıkarılmasıyla “yükselen piyasaya”lara dönüştürülmüşlerdir. Kalkınma ve sanayileşme kavramlarının yerini uluslararası finans ağlarının faiz, kur, borsa hesaplarına dayalı mantığı almıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Yeldan (2005).

The Economist'in raporuna göre, orta sınıfın temel özelliği kararınca keyfi harcama yapmaya yetecek gelir sahibi olmaktır. Bu formülde, yükselen piyasa ekonomilerinin düşük gelirli sosyal tabakaları –tamirciler, hizmetçiler, satış görevlileri, vb.- da, şimdiye dek "yeni orta sınıf" olarak tabir edilen kentli profesyoneller ve yöneticilerle birlikte, 2008 ekonomik krizinin getirdiği piyasa koşullarına göre yeniden tanımlanan "orta sınıf"ı yaratmaktadırlar. Rapor da bu koşullara değinilirken, Dünya Bankası'nın piyasada talep artışı için yeni bir motora ihtiyaç olduğu ve yükselen piyasa ekonomilerinde hızla genişleyen orta sınıfların büyük tüketim potansiyelinin buna aday görüldüğüne dair ifadesine yer verilmektedir.

Son yıllarda kapalı sitelerin hedef kitlesinin hızla genişlemesi ve konut kredisi piyasasındaki büyüme oranları dikkate alındığında, Türkiye'deki konut piyasasının *The Economist* ve Dünya Bankası'nın reçetesine iyi uyum sağladığı söylenebilir. Kararınca keyfi harcama yapabilen ama konut ve tüketici kredisi almaya da oldukça istekli olan Türkiye "orta sınıfları", diğer yükselen piyasa ekonomilerindeki benzerleri gibi, Amerikalı orta sınıfların alım gücünün hızla düştüğü 2008 krizi sonrasında, küresel ekonomi için iyi bir kaynak gibi görünmektedir. 1990'ların parlayan yıldızı "yeni orta sınıf" neoliberal ajandadaki başrolünü yükselen piyasa ekonomilerinin orta sınıflarına bırakırken, kapalı sitelerin hedef kitlesinin 90'lardaki "yeni orta sınıf"tan çok daha geniş bir gruba kayması dikkate değer bir paralellik arz etmektedir.

Bu noktada, farklı sermaye birikim modellerinde farklı sosyal kategorilerin ekonomi için önem kazandığı ve bu yolla sistemin sembolü ya da ideal tipi haline geldiği söylenebilir. Fordist dönemdeki Amerikan orta sınıfı, 1990'ların ekonomik liberalleşme ve küreselleşme atmosferindeki "yeni orta sınıf" ve 2008 sonrası dönemde yükselen piyasa ekonomilerinin orta sınıfları buna örnektir. Bu bağlamda "orta sınıf" sermaye birikim rejiminin dönemsel özelliklerine ve ihtiyaçlarına göre yeniden tanımlanan şekil verilebilen sınırlara sahip bir kategoridir.

Orta sınıf kategorisinin müphem karakteri Loic Wacquant gibi akademisyenlerce de vurgulanmıştır. Wacquant (1991), orta sınıf teorilerinin gerçekliğin bir özelliği olan bu müphemliği devreden çıkarmak yerine kapsamaya çalışması gerektiğini söyler. Bu noktada bu müphemliğin esasen orta sınıf kategorisinin siyasi ve ideolojik değerinden kaynaklan-

dığını vurgulayan literatüre değinmekte fayda var. Gelişmekte olan ülkeler üzerine üretilen bilginin, *The Economist* ve Dünya Bankası örneklerinde de görüldüğü gibi, orta sınıfı makroekonomik dinamikler perspektifinden konumlandığı düşünüldüğünde (Davis, 2010), orta sınıfın ideolojik rolü bu çalışmada özellikle önem kazanır.

Ryan Centner'a göre (2010) orta sınıf, siyasetin nesnesi olarak çok farklı ve kimi zaman birbiriyle çelişen anlamlara gelebilir. Centner (2010: 283-284) orta sınıf kategorisinin içeriğinin manipülasyona çok açık, ahlaki açıdan güçlü ve duygusal açıdan yüklü bir söylem kümesinden oluştuğunu söyler. Raka Ray'e (2010) göreyse, bir temsili kategori olarak "orta sınıf" tekil bir orta sınıfa işaret ederek sınıf içi ve sınıflar arası ilişkilerin üzerini örten bir birlik ve beraberlik söylemi projesidir. Ray'in belirttiği gibi, Hindistan orta sınıfları üzerine yazan Yadav, orta sınıf kategorisinin sosyolojik bir kategori olarak değil, Hindistan yönetici sınıflarının kendilerini adlandırmak için seçtikleri bir şahıs zamiri (*proper noun*) olarak görülmesi gerektiğini söyler. Orta sınıf siyasetinin ayırt edici özelliği hegemonik değer ve inançların ifadesinde üstlendiği ideolojik roldür.

Orta sınıf kategorisinin müphemliği tartışılırken, bunlarla birlikte orta sınıfın sınırları dahilinde ve onu oluşturan bölmelerin arasındaki iç çekişmelerden de söz edilmelidir. En somut seviyede bu sosyal kategori ne tutarlı bir bütün ne de istatistiksel bir rakamdır. Daha çok, sürekli müzakere edilen akışkan sınırlara ve iç farklılaşmalara sahip parçalı bir yapıdan söz edebiliriz. Bu kategoriyi oluşturanların varsayımı ise ekonomik, kültürel ve sembolik sermaye edindikçe küreselleşmeyle ilk tanışan 1990'ların yeni orta sınıflarının oturttuğu hegemonik modele göre idealize edilmiş, farklılaşmış bir kategorinin üyesi olabilecekleridir.

Hindistan orta sınıflarının tüketim üzerinden tanımlanmaya başlayan sınıfsal kimliğine dikkat çeken Leela Fernandes (2006) de, orta sınıf kategorisini sınırları üzerinde mücadele ve müzakere edilen bir kategori olarak kavramsallaştırır. Gelişmiş kapitalist ülkelerdeki orta sınıflardan farklı olarak, Hindistan orta sınıflarına atfedilen idealleştirilmiş sınıfsal kimlik ile bireylerin gerçek durumları arasındaki uçuruma dikkat çeken Fernandes, yeni orta sınıfın, orta sınıfın diğer bölmelerinin tüketim yoluyla ulaşabileceklerini düşündükleri hegemonik bir milli yaşam standardını temsil ettiğini vurgular. Bu bağlamda, orta sınıfın diğer bölmele-

rindeki bireyler, yeni orta sınıf değerlerini norm olarak alıp buna göre belirli tüketim pratikleri ve söylemsel temsil biçimleri geliştirerek orta sınıfın iç ve dış sınırları üzerinde bir sınır ve sınıflandırılma mücadelesine girerler.

Bu noktada, Fernandes'in yeni orta sınıfın tüketim alışkanlıklarının hegemonik karakteri üzerine geliştirdiği yaklaşımın, yeni dönem kapalı site örneklerinde görüldüğü gibi, Türkiye'ye de uyarlanabileceği iddia edilebilir. 1990'larda sadece kentin yeni orta sınıf ve burjuva seçkinlerinin deneyimlediği küresel tüketim kültürünün bir parçası olan ideal ev mitinin (Öncü, 1997) günümüzdeki kitleselleşmesiyle, bu mite içkin hegemonik karakterin bugünkü ideal konut tipinin karakteri haline geldiği söylenebilir. Reklâm stratejistlerinin öykünme kavramına yaptıkları vurgu da bu önermeyi desteklemektedir.

Farklı grupların sınıfsal kültürü ve yaşam tarzlarına dair farklılaşmaları ele alan literatürde, Bourdieu gibi düşünürler, üretim araçlarıyla olan ilişkiden çok, varoluş biçimlerinin ve eğilimlerin sınıfsal farklılaşmaları tanımladığını vurgular. Buna göre, orta sınıf kendini diğer gruplardan tüketim alışkanlıkları, yaşam tarzları, yeme içme ve sanat gibi alanlardaki zevkleriyle ayırır. Bourdieu'ya (1984) göre *sınıf*, farklı güç ve sermaye donanımlarıyla ve buna karşılık gelen alışkanlık, inanç, değer, zevk, duygu ve düşüncelerle belirlenmiş varoluş koşullarıyla birbirinden ayrılan sosyal grupları anlatan jenerik bir isimdir. Sosyal yapı tarafından şekillendirilen ve sınıfsal pratikleri düzenleyen bu içselleştirilmiş yönelimler *habitusu* oluşturmaktadır. Bu bağlamda, içselleştirilmiş yönelimlerin ve yaşam deneyimlerine dair söylemlerin incelenmesi, sınıfsal sınırlara dair mücadele, müzakere ve yeniden üretim süreçleri hakkında ilginç veriler sunabilir (Throop and Murphy, 2002: 189). Hedef kitlesi olarak kendine orta sınıfın geniş katmanlarını seçen kapalı sitelerin sakinlerinin kente, kapalı sitelere, diğer site sakinlerine ve kendilerine dair söylemlerinin incelenmesi konut meselesi üzerinden orta sınıfa ve 1990'lardaki yeni orta sınıfın sembolik pratiklerinin hegemonik rolüne dair önemli bulgular sunar.

Kentten fiziksel ayrışmanın değişen anlamları

Araştırmacılar kapalı sitelerin erken örneklerinin kentin geri kalanından fiziksel ayrışma ve yalıtım sağlayarak kentli seçkinlerin sosyal statüsünü pekiştirdiğine dikkat çeker (Geniş, 2007; Perouse ve Danış, 2005). Erken örneklerde, kentli seçkinler kentin geri kalanıyla arasındaki sosyal mesafeyi fiziksel mesafe yoluyla ifade etmeyi seçmiştir. Kentli seçkinlerin kendilerine benzeyen insanlarla mahalle kültürünü yeniden canlandırması ancak kendini “kara kalabalıklardan” ve taşralaşmış İstanbul’dan uzaklaştırması yoluyla olmuştur (Bali, 2002).

Bugünkü kapalı sitelerde ise, şehir merkezinden taşınmak bambaşka bir sürece, plansız mahallelerdeki eski ve karanlık apartman dairelerinden kurtulup çevre düzenlemesi olan, deprem yönetmeliğine uygun yapılmış evlere geçmek anlamına gelmektedir. Ataşehir Andromeda’da tek başına yaşayan 29 yaşındaki piyano öğretmeni Pelin durumu şöyle ifade eder:

Eski eşimle bir önceki evimiz çok eskiydi. Yirmi yıllık bir binaydı. Ev hiç temizlik göstermiyordu (...) Sonra apartmanı fare bastı. Çok korkunçtu. Çok rahatsız olmuştum. Yeter dedim. Artık yaptığım temizliği gösteren bir dairede oturmak istiyorum.

Bir televizyon kanalının montaj servisinde çalışan Semih, ataması yapılmayan çok sayıdaki genç öğretmenden biri olarak sınırlı gelirle İstanbul’da yaşamanın çözümünü hala ve amcalarıyla Ekşioğlu Şelale Konutları’nda yaşamakta bulmuş. Şimdi yaşadığı yerde gecekonduların olmaması onun için memnuniyet kaynağı.

İnsan yaşadığı evde mutlu olmalı. Bir eve taşındığında iyi koşullarda olmalı. Mesela yeni sitelerdeki binaların hep izolasyonu var. Bu da demek oluyor ki doğal gaza daha az para harcıyorsun. Böyle en üst katta yaşasan bile kışın zorlanmazsın. Yağmur suyu sızıntısı falan olmaz.

51 yaşındaki dört çocuk annesi Perihan, İhlas Bizimevlere Fındıkzade’deki 18 yıldır yaşadıkları apartman dairesinden taşınmış. Hasta annesine evde bakmak zorunda olan Perihan çok sevdiği mahalle-

sinden kapalı siteye taşınmasının tek nedenini daha geniş ve ferah bir eve sahip olma isteğiyle açıklıyor.

Önceki evimiz çok güzeldi. Ama sokakları çok dardı ve binalar dip dibeydi. Burası daha rahat. Orda yaşadığım için çok memnunum çok güzel komşularım oldu ama çok dar ve sıkışık oluşu...Karanlık, hiç hava yok. Burada en çok sevdiğim şey ferah oluşu. Her pencereden ışık geliyor. Diğer bloklarla aramızda mesafe var. Akşamları perdeyi kapatmak zorunda değilim. Mutfağım da geniş. Daha ne isterim.

Güvenliğin değişen anlamları

1990'larda İstanbul'daki suç oranları diğer dünya metropollerindeki gibi yüksek olmasa da kapalı sitelerin pazarlanmasında güvenlik söylemi merkezdedir. Erken kapalı site örnekleri üzerine çalışan bütün araştırmacılar da yeni orta sınıfı buralara çekenin güvenlik sorunlarından çok statü kaygısı olduğunu vurgular (Bartu, 2001; Geniş 2007; Kurtuluş, 2005; Perouse ve Danış 2005). Öte yandan Bartu Candan ve Kolluoğlu (2008) son çalışmalarında kentteki korku ve güvenlik endişesinin artık lüks kapalı sitelerde yaşayanlar için başat bir unsur olduğunu vurgular. Kentte korku söylemi artarak yayılırken yeni kapalı siteler için de güvenlik önlemleri olmazsa olmaz unsurlar haline gelmiştir.

Neden kapalı bir sitede yaşadıkları ya da kapalı siteleriyle ilgili en çok sevdikleri şeyin ne olduğu sorularına yanıt verirken katılımcıların biri dışında hepsi güvenlik kaygısını hem suç oranları hem de deprem açısından dile getirdiler. Tek başına ya da çocukla yaşayanlar için güvenlik meselesinin özellikle önemli olduğu da sık sık belirtildi. Ancak katılımcıların söylemleri güvenlik endişelerinin gerçek bir tehdit hissinden kaynaklanmadığını ve bunu daha çok kapalı sitelerde satın aldıkları huzur ve rahatlık paketinin bir parçası olarak gördüklerini göstermektedir. Örneğin, Pelin'in yeni evinde kapısını kilitlemediğini çünkü apartmana girmek isteyen herhangi bir kişinin iki güvenlikten geçmesi gerektiğini söylerken bunun kendisine *zaman kazandırdığını* vurgulaması ilginçtir. Kahvehane işletmecisi babayla ev hanımı annenin iki çocuğundan biri olan, Bitlisli komşularının babasına satırla saldırmasının ardından ailesiyle birlikte üç nesildir yaşadıkları Yedikule'deki evinden

Beylikdüzü'ndeki Medyakent'e taşınan Mert (23) içinse kapalı sitedeki güvenlik, *makine gibi işleyen* bir yaşamı ifade eder.

Kimi mülakat verenlerin söylemlerinde güvenliğin başta aranmayan ve hatta garipsenen ama huzur ve rahatlık paketinin bir parçası olarak zamanla alışılan bir olgu olduğu ortaya çıkar:

Sitede yaşamıyorsanız nasıl olduğunu hayal edemeyebilirsiniz. Buraya taşınmadan önce "Güvenlik olsun olmasın benim için fark etmez, kapımı kilitlerim yeter," derdim. Sonra sitede oturan bir arkadaşımı ziyaret ettim ve güvenlik sistemlerini görünce dedim ki "Hiç fena değil. Neden olmasın? Biz de böyle rahat yaşayabiliriz..." (Zühal, 34, reklamcı, bir çocuk annesi)

Buraya ilk taşındığımda gözüme her şey çok lüks göründü. Çok rahatsızdı. Bana göre bir yer değilmiş gibi hissettim. Doğal hiçbir şey yoktu. Her şey çok yapaydı. Eski apartmanların ruhundan bir parça bile yoktu. Her şey yepyenydi. Dışarıda güvenlik vardı. Kısa sürede buradan taşınırım dedim ama rahata kolay alışıyorsun. (Tülay, 43, sigortacı, yalnız yaşıyor)

Stratejik planlama uzmanı Türkan da son dönem kapalı sitelerin hedef kitlesini oluşturan orta sınıfların güvenlikle ilgili bir endişelerinin olmadığını ve önceliklerinin düzgün bir çevreye taşınmak olduğunu ifade eder. Türkan'a göre güvenlik er ya da geç ortadan kalkacak bir 'trend'. Bugünkü kapalı sitelerde, orta sınıfın geniş parçalarına önceki lüks sitelerin güvenlik söylemiyle hitap edildiği düşünüldüğünde, kent- sel mekânın hızla özelleşmesi, orta sınıf mahallelerin yerlerini kapalı orta sınıf adacıklarının alması ve kamusal alan fikrinin hızla yok olmasında hedef kitlesi genişleyen bu sitelerin payını vurgulamak önemlidir. Orta sınıfın geniş katmanlarına hitap eden güvenlik söylemiyle, ayrıcalıklı sınıfların kentin geri kalanından korunduğu değil, korunma olgusunun genelleştirildiği bir modele geçilmiştir. Bu, Setha Low'un gözetleme mekanizmalarının alışveriş merkezi ya da kapalı site gibi yerlerdeki özelleştirilmiş olanakların sadece belirli bir kamusalığa sunulduğu fikrini hatırlatır. Kamusal alan özelleştirilir, duvarlarla çevrilir ya da sınırlandırılırken, yalnızca, "vatandaş"tan ziyade "üye" olarak tanımlanabilecek belirli bir kesimin kullanımındadır (Low, 2006: 83).

Topluluk kimliğinin değişen anlamları

1990'larda kapalı sitelerdeki hayatın vaat ettiği bir diğer şey, küresel seçkinlerin tüketim kültürü üzerinden pekiştirilen bir ortak kimlikti. Geniş (2007) kimlik vurgusunun gelenek, miras ve doğanın yapıli çevreye birleşimini; topluluk ve aidiyet duygusu ile dayanışmayı güçlendirerek kent sorunlarını çözmeyi esas alan yeni şehircilik akımını hatırlattığını vurgulamıştır. Bali (2002: 115) bu kapalı sitelerin ayırt edici özelliğinin benzer kültürel değerlere sahip benzer kafa yapısındaki insanlara kapalı kapılar ardından bir topluluk oluşturmak için yaptığı çağrı olduğunu söyler. Kemer Country üzerine yapılan çalışmalarda sosyoekonomik statü, kültürel değerler ve demografik özellikler açısından oldukça homojen olan sitenin yeni taşınanların site içinden referans göstermeleri gerektiği de vurgulanır (Bali, 2002; Geniş 2007).

Bu sitelerin reklamlarında çoğunlukla eski İstanbul'a dair yoğun bir nostalji duygusu eşliğinde kentin bir çürüme ve çöküntü alanı ve hızlı kentleşme ve göç kurbanı olduğu söylenir. Bu faktörlerin "gerçek İstanbullu"ların aidiyet hissini tehdit ettiği vurgulanır. Broşürlerde proje geliştiriciler kendilerini "İstanbul'u İstanbullulara geri verebilir miyiz?" "Aidiyet duygusunu yeniden canlandırabilir miyiz?" gibi sorular sorarlar.

Bugün orta sınıf kapalı site reklamlarındaki modern ve rahat hayat vurgusu eski İstanbul'a duyulan nostaljiyle birleştirilmemektedir. Beyaz yakalılar ve memurlar gibi grupları kapsayan hedef kitlenin başka kentlerde doğup İstanbul'a üniversite eğitimi ya da iş için geldiği düşünüldüğünde bu değişim anlamlıdır. Öyleyse, kapalı sitelerin bugünkü hedef kitlesi 1990'larda ve 2000'lerin başında İstanbul'da kirlilik yarattığı ve kentli seçkinlerin kimlik kaybına neden olduğu söylenen grubun bir parçasıdır.

Bunu destekler biçimde, örneklemdaki 19 katılımcıdan hiçbiri eski İstanbul'a dair bir nostalji beslememekte ya da herhangi bir kimlik kaybı kaygısı duymamaktadır. Şehrin kaotik ve kontrol edilemeyen yapısından bahsedilse de yok olan değerler, göçün yıkıcı sonuçları gibi temalara mülakatlarda değinilmemiştir. Hatta birçok katılımcı, oturduğu sitenin şehir merkezine uzak olmasından yakınmaktadır. Bundan sonra nereye taşınacakları sorulduğunda yirmi katılımcının dokuzu Bostancı ve Ci-

hangir gibi merkezi bölgelerin adını vermiş, beşi ise kapalı siteye taşınmadan önce Kadıköy ve Üsküdar gibi merkezi bölgelerde ev aradıklarını vurgulamıştır:

Buraya taşınmadan önce Bağdat Caddesi'ne yakın bir ev kiralamak istedim. Ama burada kiraya ödediğim parayla orada ancak eski bir ev kiralayabiliyordum. Şimdi bir ev almayı düşünüyorum ve Bağdat Caddesi'ne yakın olsun istiyorum. Çünkü İstanbul'da yaşadığımı ancak oraya gidersem hissedebiliyorum. (Fatma, 38, öğretmen, bir çocuk annesi, oğluyla yaşıyor)

Taşınmaya karar verdiğimizde merkeze uzak bir ev istemedik. Çünkü Yedikule [ailenin üç nesildir yaşadığı semt] çok merkezi bir bölge. Kadıköy ve Üsküdar'da ev baktık. Ama oralarda iki oda bir salon bir evin fiyatı bizim Bizimkent'teki üç oda bir salon dairemizle aynı fiyata. Fiyatı ve çevre düzenlemesini düşününce buranın en iyi seçenek olduğuna karar verdik ve bazı önceliklerimizden vazgeçmek zorunda kaldık. (Mert, 23)

Kapalı sitelerde "kendileri gibi insanlarla yaşamak" katılımcıların çoğunlukla vurguladıkları bir kavram. "Kendileri gibi insanlar"la ne anlatıldığı belirsiz olsa da katılımcılar bunu çoğunlukla işleri ve gelir seviyeleri üzerinden kurgulamaktadır:

Otopark geceleri hep dolu oluyor. Sabahlarıysa bomboş. Bu demek oluyor ki burada belli bir tipoloji yaşıyor. Ücretliler. Bu nedenle de bana rahat geliyor. Sana benzeyen insanlarla yaşayınca huzurlu oluyorsun. En azından nerde durmaları, ne yapıp ne yapmamaları gerektiğini biliyorlar. Çünkü belirli bir medeniyet seviyesindeler (Fatma, 38).

Bununla birlikte, katılımcıların neredeyse hepsi sitelerinde her çeşit insanın olduğunu ve kimlerle oturduklarını aslında bilmediklerini vurguluyor. Yine de katılımcıların çoğu, sadece sabah ve akşam selamlaşarak iletişim kurdukları komşularının soğuk davranışlarından şikayet etseler de, komşularının *düzgün*, *saygılı* ve *kaliteli* kişiler olduğu konusunda hemfikir. *Elit*, *düzgün* ve *kaliteli* olmak komşuların soğukluğunu açıklamak için dahi kullanılıyor:

Bunlar elit insanlar. Genelde çalışıyorlar. Aralarında üst düzey yöneticiler var. Orta ya da üst gelir seviyesindeler. İnanılmaz soğuklar. Aslında eski komşularımızı özleyiyoruz. Ama bu insanlar daha mesafeli. Daha saygılı. *Çalışan olduk-*

ları için, elit insanlar oldukları için diğer insanlarla fazla yüzgöz olmak istemiyorlar. (Mert, 23)

Son dönem orta sınıf kapalı sitelerde sakinler için yaratılan kimliğin statü kavramı üzerine bina edildiği söylenebilir. Belirli bir gelir düzeyinin, sabah gidip akşam gelmek gibi belirli çalışma koşullarının ve belirli mesleklerin kaliteli ve görgülü olmakla bağdaştırılması bu mantığın bir yansımasıdır.

Proje geliştiricilerin bu yaklaşımı nasıl ele aldığını stratejik plançı Türkan şöyle özetler:

Herkes statü yükseltme ve başarı duygusunun peşinde. Planlı, düzenli bir çevre, temiz bir daire,(...) bahçede havuz olması bile... Bunları görünce bana uygun insanlar burada yaşıyor diyorsunuz. Benim gibi başarmış insanlar... Çünkü insanlar bu sitelere taşınmadan önce diğer site sakinleriyle ilgili çok soru soruyor. Kendileri gibi insanlarla yaşamak istiyorlar. Ama *benzerlik burada sadece başarı üzerinden kuruluyor*. O yüzden buralara taşındığında kriterin diğer sakinlerin ederinin ne kadar olduğu. Nerede yaşıyorsan osun çünkü. *Orda gerçekten kimin yaşadığını bilmek o kadar da önemli değil artık. İnsanlar bunun cevabını yüzme havuzuna ya da sosyal olanaklara bakarak veriyorlar.*

Eşi yurtdışında olduğu için kızı doğar doğmaz güvenlik için bir kapalı siteye taşınan ve eşinden ayrıldıktan sonra bankada çalışmaya başlayan Sinem (33) aynı olguyu bir site sakini gözüyle şöyle anlatır:

Benim sitemdeki insanlar benzer yaşamlara sahip (...) Zaten oturan profilinin benzerliği de bir prestij göstergesi. Bazı insanlar sırf bu prestij meselesi yüzünden buraya geliyor (...)Yani "Çok para kazanmaya başladım bunun gibi bir yerde yaşamayı hak ediyorum. Mutluyum. Farklıyım..." Kesinlikle asıl meselenin bu olduğunu düşünüyorum. Ağaoğlu'ndan ev aldım, ya da Uphill'den ev aldım diyebilmek.

Öyleyse, sembolik, kültürel ve ekonomik sermayeleri üzerinden topluluk kimliğine sahip homojen gruplara hitap eden Kemer Country gibi önceki örneklerden farklı olarak; orta sınıf *kapalı siteler (gated communities)* insanların birbirlerini tanımadığı ama "kendileri gibi" ol-

duğunu varsaydığı *hayali cemaatler (imagined communities)*¹⁶ gibidir. Buradaki önemli nokta, bu varsayımın kökünde ekonomik sermaye benzerliği, statü yükseltme fikri, başarı ve hep çok meşgul olmak, sabah gidip akşam gelmek gibi çalışma koşullarının *kaliteli ve görgülü* olmakla ilişkilendirilmesidir.

Orta sınıf kapalı sitelerdeki *hayali cemaat* olgusu, Allen Pred'in (1984) kurumsal ve bireysel pratikleri ve bu pratiklerle iç içe geçmiş yapısal özellikleri vurguladığı ve mekânı bir süreç olarak kuramsallaştırdığı yaklaşımını hatırlatır. Bu sürece katılan bireyler –ki onlarsız bir süreç olarak mekândan söz etmek de imkânsızdır– sürecin hem öznesi hem de nesnesi olmaktadır. Bireylerin düşünceleri, eylemleri, deneyimleri, anlam atıfları toplumla ve onun yapısal özellikleriyle etkileştikçe bir oluş içindedir. Başka bir deyişle, mekânda toplumsallaşma ve mekânın bir süreç olarak toplumsal yeniden üretimi ayrı süreçler haline gelirler. Bir mekân olarak kapalı site, site sakinlerini yapılandırırken, mekân tarafından yapılandırılan bireyler de kendi yapılandırılmış yaklaşımlarıyla kapalı siteyi kendi tahayyüllerindeki ideal konut tipi üzerinden toplumsal olarak yeniden üretmektedir.

Kapalı sitelerde orta sınıf kimliğinin temel işaretleri

Mülakatlarda öne çıkan “bizim gibi insanlar” söylemi yeni nesil kapalı sitelerdeki orta sınıf kimliği için merkezi olduğundan, “bizim gibi insanlar” kategorisinde en fazla öne çıkan eğitim ve çalışma koşulları gibi unsurlar orta sınıf kimliğini anlamaya yardımcıdır. Bu bağlamda, katılımcıların kimliklerine dair ifadeleri hem kapalı sitelerin “bizim gibi insanlar” kategorisinin tahayyülüne katkısını ortaya koymakta hem de mekânda toplumsallaşma ve mekânın bir süreç olarak toplumsal yeni-

¹⁶ “Hayali cemaat” kavramı Benedict Anderson (1991) tarafından bir siyasi cemaat olarak *milleti* anlatmak için ortaya atılmıştır. Anderson’a göre hayali cemaatin gerçek bir cemaatten farkı üyelerinin günlük yaşamlarında birbirleriyle yüzyüze etkileşim içinde olmamalarıdır. Bunu yerine üyeler birbirleriyle bağlarını ve birliklerini hayal ederek kurar ve sürdürürler. Erken dönem kapalı siteler sınırlı site sakininin gerçek gündelik etkileşimini içerdiğinden gerçek topluluklar (community) olarak görülebilirken, orta sınıf kapalı sitelerde birbirini hiç görmeyen ama “bizim gibi insanlar” imgesi üzerinden bir birlik hayal eden site sakinlerine bu bağlamda “hayali cemaat” atfı yapılabilir.

den üretimi eş süreçlerinde, ideal neoliberal orta sınıf konut tipiyle ideal neoliberal kentli tipi arasındaki paralellikleri göz önüne sermektedir.

Eğitilmiş ve meşgul olmak

Katılımcılar benzer ekonomik sermayeye sahip olduklarını kabul ettikleri diğer site sakinlerinin sembolik ve kültürel sermayelerini çoğunlukla varsaydıkları iş koşulları ve eğitim seviyeleri üzerinden tahayyül etmektedir. Üniversite mezunu, işinde gücünde çalışan (beyaz yakalılar) bu bağlamda başat imgedir.

Yukarıda anlatıldığı gibi, uzun mesai saatlerine sahip işinde gücünde çalışan profili, kapalı sitede oturmaya yetecek gelir seviyesinin yanında sembolik sermayenin önemli bir göstergesidir. Yapılan işe dair duyulan gurur, katılımcılar diğer kapalı siteler hakkında olumsuz yorumlar yaparken yüzeye çıkabilmektedir. Zühal önceki sitesiyle yeni taşındığı siteyi şöyle karşılaştırır:

Oradaki oturan profil iğrenç. Zenginler. Sadece zenginler; başka hiçbir özellikleri yok. Bazıları metresler için ev tutuyor orda. Rus metresleri olan adamlar yani... Burada ise doktorlar, mühendisler, üniversite mezunu insanlar yaşıyor. Mesleği olan insanlar. Genelde karı koca çalışıyor. Gündüz etrafta çok dadı görüyorum, oradan biliyorum.

Zühal'in sözlerinde de görüldüğü gibi bir işle çok meşgul olmak üniversite diplomasına sahip olmayı sembolize etmekte ve eğitimsiz yeni zenginlerle daha taşralı ve geleneksel gruplardan ayrışma anlamına gelmekte. Site sakinlerinin ayırt edici ya da ortak özellikleri sorulduğunda katılımcıların birçoğu iyi eğitimliliği vurgulamış ve eğitimi "düzgün insan" olmanın göstergesi olarak çok çalışmakla bağlamıştır:

Mesela SOYAK'ta sabahları bir sürü araba siteden çıkardı. Site bomboş olurdu. Sonra bakıcılar gelirdi. Sitenin yeni sahipleri diyorum ben onlara. Otopark akşamları dolu, sabahları bomboş olurdu. Yani belirli bir tipoloji yaşıyor orda. Çalışanlar, ücretliler. Size benzeyen insanlarla yaşadığınız bilmek huzur verici. En azından neyi yapıp neyi yapmamaları gerektiğini biliyorlar. Çünkü eğitilmiş ve medeni insanlar. (Fatma)

Önceden yaşadıkları yerlerle karşılaştırdıklarında, katılımcılar için eğitilmiş insanlarla yaşamak -her ne kadar soğukluklarından şikayet etmeler de- birbirlerini anlayabilmek ve iletişim kurabilmek anlamına gelmektedir:

Özellikle bir tamirat falan olduğunda kimse karşı çıkmıyor ve iş hemen yapıyor. Önceki apartmanımızda çok zordu, kimse ödemezdi. Burada eğitim seviyesi daha yüksek. Genelde üniversite mezunu, çalışan insanlar. Birbirimize gidip gelmesek de en azından konuşabiliyoruz. İletişim kurabiliyoruz. (Emine, 56, diş hekimi, eşiyile yaşıyor)

İslami burjuvaziden ve yeni zenginlerden ayrışma

Mülakatlarda katılımcılar "türbanlı kadın" ı birçok defa, kendi sitelerinde görmediklerine memnun oldukları, yan komşu olarak gördüklerinde şoke oldukları, ya da aynı ortamda bulunmakla ilgili herhangi bir sorun yaşamadıkları bir imge olarak vurguladılar. Yeşil sermayenin önde gelenlerinden İhlas Holding tarafından yapılan ve site sakini kadınların genelde türbanlı olduğu Bizimevler'de yaşayan Perihan bununla sorunu olmadığından söz ederken sitesini şehir merkeziyle şöyle karşılaştırdı:

Sanki şehir merkezindeki komşularımız daha eğitimliydi. Buradaki insanlar Doğu'dan gelmişler. Bunlar genelde özellikle İhlas'ı seçmiş kapalı kadınlar ve aileleri. Kapalılar arasında eğitilmiş kadınlar da var tabii ama buradaki kadınlar çok eğitimsiz görünüyor.

Ayata'nın (2002) kapalı site sakinlerinin şehir merkezinde yaşayanları türban ve bıyık üzerinden kaba ve medeniyetten uzak olarak algıladıklarına dair ifadesi hatırlanacak olursa, Pervin'in düşünce biçimi böyle bir ifadeyi tam tersine çevirmektedir. İhlas Bizimevler sakinleri bu örnekte şehir merkezindeki komşulara göre eğitim düzeyi daha düşük, türbanlı kadını temsil etmektedir.

Boşandıktan sonra Ataşehir'deki kapalı sitesinden başka bir kapalı siteye taşınan Fatma yeni siteyle ilgili olumsuz düşüncelerini de yine türban meselesi üzerinden anlatır. Yüzme havuzu gibi olanakların dindar

aileleri sitesinden uzak tutacağını düşünen Fatma, durumun tersine gelişmesini sitenin yapımında TOKİ'nin katkısının olmasıyla açıklıyor:

Buraya taşındığım gün yan komşumun türbanlı olduğunu görünce şoke oldum. SOYAK'ta 8 yıl yaşadım ve hiç türbanlı kadın görmemişim. Bence bu TOKİ'yle alakalı. Yoksa öyle insanlar neden yüzme havuzu falan olan bir siteyi tercih etsin ki? Ama tabii bu insanlar bu tip evleri sırf hava atmak için alıyorlar, kullanacaklarından değil.

Orta sınıf kapalı sitelerde İslami değerler ve semboller giderek artan bir görünürlüğe sahip olsa da, dindar olmayan site sakinleri için Batılı ve seküler değerlere tutunmak ve İslami simgeleri ötekileştirmek, kendilerini, özellikle AKP hükümeti döneminde yükselen yeni zenginlerden, çalışan bir sınıf olarak ayırmalarındaki temel yol haline gelmiştir. Üniversiteden sonra ücretli çalışan olmak katılımcıların çoğunlukla benimsediği "modern" biçimdir. Bunun karşısında ise genelde kendi işini yapan, ticaretle uğraşan İslami burjuvazinin *türban –düşük eğitim– görgüsüzlük* üçgeni durur. İki oğlu ve eşiyle Ataşehir'deki KentPlus'ta yaşayan Ebru (38), Ukra City adlı sitenin reklâmlarını yorumlarken iş, eğitim ve İslam arasında kurulan hayali ilişkilerin canlı bir örneğini verir:

Bana üç çeşit insan varmış gibi geliyor. Eğitimsiz zenginler, eğitilmiş orta gelirli ve eğitilmiş zenginler. UkraCity bana eğitimsiz zenginlerin gideceği bir yermiş gibi geliyor. Orada yaşamayı asla düşünmezdim iki nedenle. Öncelikle, adı yüzünden Arapça gibi geliyor. İkincisi de reklâmları yüzünden... Orda daha İslami kesimler yaşıyor bence. Ama mesela bizim sitemizde türbanlı sadece bir kadın var.

İlginç biçimde, sabah gidip akşam gelen, eğitilmiş ve görgülü ücretli çalışan imgesi sadece İslami burjuvazinin değil 1980 sonrası yeni zenginlerinin de karşısına konulur. Piyano öğretmeni Pelin sık sık ders vermeye gittiği Kemer Country'deki insanları kendi kapalı sitesindekilerle karşılaştırırken ilki hakkında şöyle diyor:

Onlar çok aşırı zenginler. Görgü kurallarından o kadar bihaberler ki... Evleri çok aşırı büyük. O eve bakmak için yanında en az üç kişi çalıştırman lazım. Çok antipatik geliyor bana.

Doğu Avrupalı orta sınıflar üzerine yazan Grzegorz Ekiert (2010) orta sınıfın çeşitli bölmelerinin ayrı, karmaşık ve sıklıkla kesintiye uğramayan jeneolojileri olduğunu anlatır. Bu jeneolojiler farklı modernizasyon rotaları, devlet inşası, kentleşme ve küreselleşme süreçlerini yansıtırken sınıf içi bölmeler arasındaki geçmiş çatışmaların anılarını da canlı tutmaktadır. Mülakatlardan yapılan alıntılar katılımcıların ifadelerinin nasıl belirli jeneolojik yollar etrafında toplandığını ve orta sınıfın diğer bölmeleleriyle çekiştiğini göstermektedir. Bu çekişme esnasında taban alınansa 1990'larla ülkeye giren ve yüksek kademeli çalışanlar ve profesyonellerin temsil ettiği yeni orta sınıfın hegemonik ideali ve bu ideale olan öykünmedir.

Sonuç

Bu makalede 1990'larda ve 2000'lerin başında sadece kentli seçkinlere hitap eden kapalı sitelerin hedef kitesinin özellikle 2008 krizinden sonra orta sınıfın daha geniş kesimlerini kapsamaması incelenmiştir. Hedef kitleye orta sınıfın yeni bölmelerinin dahil edilmesiyle, kapalı sitelerin "Türk ailesi"nin ya da "halk"ın oturduğu / oturmak istediği konut tipi olarak gösterildiği, bu anlamda neoliberal konutun ideal tipi olarak kurgulandığı sonucuna varılmıştır. Seçkinlere hitap eden ilk kapalı site örneklerindeki prestij kaynağı özellikler kiteselleşirken, hedef kitesi genişleyen kapalı sitelerde, pazarlama söyleminin başlı başına yeni orta sınıfın hegemonik değerlerini temsil eden bu özelliklere öykünme üzerine kurulduğu görülmüştür.

Makalede ayrıca kapalı sitelerin "orta sınıfı ev sahibi yapma" vurgusundan hareketle "orta sınıf" kategorisi ve orta sınıf kimliği konut pratikleri üzerinden tartışılmıştır. Bu bölümde hem "orta sınıf"ın sermaye birikim modelinin dönemsel özelliklerine göre sınırları tekrar ve tekrar çizilen siyasi ve ideolojik bir kategori olduğu iddia edilmiş, hem de bu kategorinin sınırları dahilinde ve onu oluşturan bölmelerin arasındaki kültürel ve ekonomik sermaye üzerinden yaşanan çekişmelerden söz edilmiştir. 1990'larla ülkeye giren ve yeni orta sınıfın hegemonik değerleri haline gelen küresel tüketim kültürü idealine ve bu ideale olan öykünmeye dikkat çekilerek, bu bağlamda incelenen kapalı sitelerde oturan site sakinlerinin "eğitilmiş, seküler, modern, çok meşgul ücretli çalış-

şan" imgesi üzerinden bir ideal neoliberal kentli tipi kurguladığı sonucuna varılmıştır.

Kapalı siteler ve orta sınıf başlıkları ele alındığında incelenebilecek bir diğer konu kapalı sitelerin mekânsal karakterinin "orta sınıf" olmayı nasıl şekillendirdiğidir. Bu noktada makalede Allen Pred gibi akademisyenlerin mekân teorisine katkıları üzerinden çok sınırlı bir tartışma yürütülmüş olsa da; kapalı sitelerin mekânsal karakterinin "orta sınıf" kimliğinin oluşumunu nasıl yapılandırdığı ve aynı zamanda "orta sınıf" kimliğinin oluşumu tarafından nasıl yapılandırıldığı soruları detaylı bir çalışmayı gerektirmektedir. Bu bağlamda toplumsal ve mekânsal ilişkiler arasındaki diyalektiğe vurgu yapan Lefebvreci bir yaklaşım bu araştırmalar için uygun bir izlek olarak görülebilir.

Teşekkür: Bu makaleye zemin hazırlayan araştırmaya sundukları değerli katkılar için Ayfer Bartu Candan, Tuna Kuyucu ve Didem Danış'a teşekkür ederim.

KAYNAKÇA

- Anderson, B. (1991). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London; New York : Verso.
- Amorim, L. & Loureiro, C. (2007). The space of architecture and a new conservation agenda. *City & Time*, 2: 1-10.
- Ayata, S. (2002). Joys of Suburbia. In D. Kandiyoti and A. Saktanber (Eds.). *Fragments of culture*. New Brunswick, N.J. : Rutgers University Press.
- Bali, R. (2002). *Tarz-ı Hayattan Life Style'a*. İstanbul: İletişim.
- Bartu, A. (2001). Kentsel ayrı(ş)ım: İstanbul'daki yeni yerleşimler ve Kemer Country örneği. F. Gümüšoğlu (Ed.). *21. yüzyıl karşısında kent ve insan* içinde. İstanbul: Bağlam.
- Bartu Candan, A. & Kolluoğlu, B. (2008). Emerging spaces of neoliberalism: A gated town and a public housing project in Istanbul. *New Perspectives on Turkey*, 39: 5-46.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. London: Routledge.
- Brabec, T. & Sykora, L. (2009). Gated communities in Prague. In C. Smigiel (Ed.). *Gated and Guarded Housing in Eastern Europe*. Leibnitz-Institut für Länderkunde.
- Cardoso, A. L. & Leal, J. A. (2010). Housing Markets in Brazil: Recent and Trends and Governmental Responses to the 2008 Crisis. *Journal of Housing*, 10:191-208.
- Centner, R. (2010). Spatializing distinction in cities of the global south: volatile terrains of morality and citizenship. In J. Go (Ed.). *Political power and social theory*. Boston: Emerald.
- Coser, L. (1977). *Masters of sociological thought: ideas in historical and sociological context*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

- Ekiert, G. (2010). The end of communism in Central and Eastern Europe: the last middle class revolution?. In J. Go (Ed.). *Political power and social theory*. Boston: Emerald.
- Davis, D. E. (2010). The sociospatial reconfiguration of middle classes and their impact on politics and development in the global south: preliminary ideas for future research. In J. Go (Ed.). *Political power and social theory*. Boston: Emerald.
- Demirel, H. (2011, 1Mays). Büyüklerin 2015 hesabı. *Capital*.
- Fernandes, L. (2006). *India's new middle class: democratic politics in an era of economic reform*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Geniş, Ş. (2007). Producing elite localities: The rise of gated communities in Istanbul. *Urban Studies*, 44: 771-798.
- Kara, M. (2010, 27Aralık). Ukra İnşaat iki projede 400 milyon dolara ulaşacak. *Hürriyet*.
- Kurtuluş, H. (2005). İstanbul'da kapalı yerleşmeler: Beykoz Konakları örneği. H. Kurtuluş (Ed.). *İstanbul'da Kentsel Ayrışma: Mekansal dönüşümde farklı boyutlar içinde*. İstanbul: Bağlam.
- Lara, F. L. (2011). New (Sub)urbanism and old inequalities in Brazilian gated communities. *Journal of Urban Design*, 16: 369-380.
- Li, S. & Huang, Y. (2006). Urban Housing in China: Market Transition, Housing Mobility and Neighbourhood Change. *Housing Studies*, 21: 613-623.
- Li, S. (2010). Mortgage loan as a means of home finance in urban China: A comparative study of Guangzhou and Shanghai. *Housing Studies*, 25: 857-876.
- Low, S. (2004). *Behind the gates: life security and the pursuit of happiness in fortress America*. New York; London: Routledge.
- Öncü, A. (1997). The Myth of the Ideal Home Travels Across Cultural Borders to Istanbul. In A. Oncu ve P. Weyland (Eds.). *Space, Culture, Power: Struggles Over New Identities In Globalizing Cities*. London: ZED.
- Özdemir, D. (2011). The Role of the Public Sector in the Provision of Housing Supply. In Turkey, 1950–2009. *International Journal of Urban and Regional Research*, 35: 1099-1117.
- Özkan, E. & Kozaman, S. (2006). Gated Communities: as an efficient force in the fragmentation process of Istanbul, 42nd ISoCaRP Congress: Cities Between Integration and Disintegration- Istanbul: YTU- TÜRKİYE, [http://www.isocarp.net/Data/case_studies/881.pdf] adresinden erişilebilir.
- Perouse, J. F. ve Daniş, D. (2005). Zenginliğin mekanda yeni yansımaları: İstanbul'da güvenli siteleri. *Birikim*, 104: 92-123.
- Pred, A. (1984). Place as Historically Contingent Process: Structuration and the Time-Geography of Becoming Places. *Annals of the Association of American Geographers*, 74: 279-297.
- Ray, R. (2010). 'The middle class': Sociological category or proper noun?. In J. Go (Ed.). *Political power and social theory*. Boston: Emerald.
- Stiglitz, J. (2003). *The Roaring Nineties*. New York: W. W. Norton & Company.
- Şenol, S. (2011, 20 Temmuz). Samsun site tarzı yapılaşma istiyor. *Bugün*.
- The Economist*. (2009, Feb 14). Special Report: The new middle classes in emerging markets: Bourgeoning Bourgeoisie.
- Şimşek, A. (2005). *Yeni orta sınıf*. İstanbul: Epokhe.

- Throop, J. & Murphy, K. M. (2002). Bourdieu and phenomenology: A critical assessment. *Anthropological Theory*, 2: 185-207.
- Yeldan, E. (2005). Yükselen piyasa ekonomisi olarak Türkiye. http://www.bilkent.edu.tr/~yeldane/Yeldan14_2Mar05.pdf, 13 Mart 2012 tarihinde ulaşıldı.
- Wacquant, L. J. D. (1991). Making Class: The Middle Class(es) in social theory and social structure. In S. G. McNall, F. Levine, and R. Fantasia (eds.), *Bringing Class Back In: Contemporary and Historical Perspectives*. Boulder: Westview Press.
- Wu, F. (2010). Gated and packaged suburbia: Packaging and branding Chinese suburban residential development. *Cities*, 27: 385-396.

Seda Aydın: Boğaziçi Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler – Sosyoloji Çift Anadal Programı'ndan 2008'de mezun oldu. Aynı yıl UC Berkeley Sosyoloji'de doktora başlandı ancak sağlık sorunları nedeniyle eğitimini yarıda keserek Türkiye'ye döndü. 2009'da Boğaziçi Üniversitesi Sosyoloji Yüksek Lisans Programı'na başladı. Halen İstanbul Şehir Üniversitesi Şehir Araştırmaları Merkezi'nde araştırma görevlisi olarak çalışmaktadır.

E-mail: sedaaydinnn@gmail.com