



Eşraf ailelerin tüketim tercihlerinde eğitimin etkisi: Manisa örneği

Günce Demir *

*Arş. Gör. Dr., Kırıkkale Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi/Sosyoloji Bölümü, Kırıkkale Üniversitesi, Ankara Yolu 7. Km, 71450 Yahşihan, Kırıkkale, TÜRKİYE. e-posta: gunceyilmaz@gmail.com
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7747-6769>

MAKALE BİLGİSİ

Geliş Tarihi: 13.12.2019
Kabul Tarihi: 05.03.2020
Çevrimiçi Kullanım Tarihi: 15.06.2020
Makale Türü: Araştırma makalesi

Anahtar Kelimeler:

Tüketim, Eğitim,
Kültürel Sermaye,
Eşraf

ÖZ

Bu çalışmada Manisa eşrafının tüketim tercihlerinin eğitim durumlarına göre farklılaşması incelenmektedir. Tüketmek ve tüketilen ürünler üzerinden kendini göstermek çağın en temel davranış kalıplarından birisidir. Bir diğer deyişle toplum içinde sınıf konumlarını belirlemede tüketim sembolik bir değer taşır. Seçkin olmak için seçkin bir hayat tarzı benimsemek gereklidir. Ortaya konulan bu seçkin hayat tarzını hem diğerlerine hem de aynı sınıf konumlarını paylaşan gruptakilere göstermek gereklidir. Bu noktada tüketim davranışı bireylerin en önemli yardımcıdır. Tüketim tercihleri sahip olunan seçkinliği karşı tarafa aktarır. Peki zaten toplumsal bir statü konumuna sahip bir grup için bireylerin tüketim tercihleri bu statüyü yansıtmakta nasıl bir role sahiptir? Hangi ürünlerin neden tüketildiği bu nokta da oldukça önem kazanmaktadır. Özellikle statü konumunu devam ettirmek isteyen aileler için eğitim önemli bir belirleyicidir. Bu çalışmada eşraf ailelerin almış oldukları eğitimin tüketim tercihlerine etkisi incelenmiştir. Manisa eşrafından olarak bilinen aileler ile görüşmeler yapılırken iki kuşak arasında eğitim seviyesi açısından anlamlı farklar gözlenmiştir. Bu farkın ortaya çıkmasında eşraf ailelerinin statü konumunun etkisi irdelenmiştir. Eğitim seviyelerini yükseltmek eşraf aileler için bir statü göstergesidir. Ayrıca eşraf ailelerinin iki kuşağı arasında gözlenen eğitim seviyesi farkının tüketim tercihlerine yansıdığı gözlenmiş olup, bu bulgu da kültürel sermayenin tüketim tercihlerindeki önemini bir kez daha teyit eder nitelikte çıkmıştır.

The effect of education over notable families' consumption preferences: A case of Manisa

ARTICLE INFO

Received: 13.12.2019
Accepted: 05.03.2020
Available online: 15.06.2020
Article Type: Research article

ABSTRACT

In this study, the differentiation of consumption preferences of Manisa notables according to their educational status is examined. Consuming and performing self through consumed products is one of the most basic behavioral patterns of the era. In other words, consumption has a

Keywords:

Consumption,
Education, Cultural
Capital, Notables.

symbolic value in determining class positions in society. To be distinguished, it is necessary to adopt an elite lifestyle and show this elite life style to the others and to those who share the same class positions. At this point, consumption behavior is quite useful for individuals. What role do individuals' consumption preferences have for reflecting this status position for a group that already has status? At this point which products will be consumed is the determiner. Education is an important determinant especially for families who want to maintain their status. In this study, the effect of education level of notable families on consumption preferences is examined. Significant differences are observed between two generations of Manisa notables in terms of education level. The effect of the status positions of these notable family generations at different educational backgrounds are examined and as a result, it is visible that such effect over consumption preferences does exist. Rising personal education levels is a status symbol for notable families. We have encountered results such as the fact that the difference of education levels between two generations of notable families also makes difference about their consumption preferences. These new findings confirm the idea that cultural capital is an important factor over consumption preferences.

1. Giriş

Tüketim, yaşamın sürekliliğini sağlamak için bir gerekliliktir. Bir eylem olarak tüketim, insan yaşamının her alanına dahildir. Güne başlarken yüz yıkamak için su tüketilir, diş fırçalarken suya ek olarak pek çok farklı renk ve markada fırçalar, macunlar kullanır. İşe ya da okula giderken benzin ve kullanılan aracın ömrü tüketilir. Tüm bunları yaparken hayat, çevre ve kaynaklar tüketilir. Verilen bu örnekleri sonsuz ölçüde çoğaltmak mümkündür. Kısacası tüketmeden yaşamak da, bu eylemden uzak durmak da olanaksızdır (Odabaşı, 2013, s. 15). Klasik ekonomi alanında 19.yüzyıla kadar tüketim konusunda pek çalışma yapılmamıştır. 19. yüzyıldan itibaren tüketim konusunun dikkat çekmesinde temel sebep, değişmeye ve farklılaşmaya başlayan tüketim normlarının bir çeşit denge bulmasıdır. Bu bakımdan yeni endüstri kollarının gelişmesi ve yeni tüketim maddelerinin üretimi sonucunda tüketim normları dikkat çekmeye başlamıştır. Ayrıca ticaret yaşamının gelişmesi ve endüstriyel devrimler ile varlık birikim hacminde ve hızında yaşanan hareketlenmede tüketim konusunda araştırmaların yapılmasına ortam yaratmıştır (Kıray, 2005, s. 14).

Bu çalışmada ele alınan grup “Manisa Eşrafı”dır ve tüketim tercihlerinin eğitim durumlarına göre farklılaşması incelenmektedir. Türkiye’de küçük kentlerin kendine has dinamiklerini ve toplumsal yapısını yansıtan çalışmalara az rastlanmaktadır. Eşraf özellikle sahip olduğu görece elit yapısı sebebi ile küçük kentlerin toplumsal tabakalaşması açısından belirleyici bir yere sahiptir. Durakbaşı vd.lerinin 2008 yılında gerçekleştirdikleri proje kapsamında Türkiye’de taşra burjuvazisinin ortaya çıkmasında yerel eşrafın rolünü ve taşra kentlerinde orta sınıfın konuna bakılmıştır. Bu çalışmada Türkiye’nin toplumsal yapısı açısından taşra burjuvazisinin önemini belirtmektedir (Durakbaşı. vd. 2008.). Eşraflık kavramı olarak belli bir grup insana atfedilen bir sıfat olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir sosyal olgunun sıfatlaştırılmış hali olarak eşraflık, uzun yıllar boyunca aynı topraklarda yaşamış ve bir yerin bilinen kişileri olma halini bize aktarır. Türk toplum ve kültüründe ortaya çıkan yapısı, özellikle bir bölgeye ait seçkinliği belirtmesi anlamında hala güncelliğini koruyan bir tanımlama aracıdır. Bir kentte eşraf olmak “diğerleri”nden farklı olduğunu belirten bir durumdur.

Eşraf, Türk dil kurumunun tanımına göre; bir yerin zenginleri, sözü geçenleri, ileri gelenleri olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2005 s. 658-659). Eşraf ailelerde bu sebeptendir ki yaşadıkları kentin bilinen, tanınan, önemli kararlar alınırken danışılan aileleridir. Eşraflığın “bilinir olma” ve “seçkinlik” hali tüketim tercihleri üzerinden kendini açık şekilde ortaya koymaktadır. Aileler ile yaptığımız görüşmeler sırasında da üzerinde en çok durdukları temel noktalardan birisi de tercihlerinin sembolik değerini belirtmenin ve bu sembolik değerini kuşaklar arasındaki aktarımının çok önemli olduğunu vurgulamak olmuştur. Ülkemizde toplumsal bir olgu olarak statü konularının gösterilmesinin ele

alındığı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan ilk akla gelen Sencer Ayata'nın (1988) kentsel orta sınıfların salon kullanımları üzerinden statü yarışlarını ele aldığı makalesidir. Üstünel ve Holt'un (2009) Türkiye'den örnek verdiği sanayileşmenin az olduğu ülkelerde statü tüketimini irdelediği çalışmasında ve Üstünel ve Thompson'ın (2012) Pazar piyasa performansları üzerinden oynanan toplumsal statü oyunları ve sembolik sermayenin gösterilmesi üzerine Türkiye örneğine değindiği makalesinde tüketimin statü göstergesi olarak Türk toplumunda hatırı sayılır bir yeri olduğunu görmekteyiz.

Türkiye'nin batısında yer alan Manisa ilinde uzun yıllardır yaşamakta olan eşraf aileler bu çalışmanın öznesi konumundadır. Manisa tarih boyunca birçok uygarlığın beşiği olmuştur. Bu topraklardan gelmiş geçmiş ve yaşamış olan kavimler, uluslar, imparatorluklar, devletler nice yapıtlarını bu günlere miras olarak bırakmıştır. Eski çağlardan itibaren başlayan bu miras, Hititler, Frigler, Lidyalılar, Roma ve Bizans uygarlıklarının Manisa'ya bıraktığı izler ile çeşitlenmiştir. Osmanlı İmparatorluğu için de Manisa önemli bir kent olmuştur. Osmanlı imparatorluğunu yönetecek veliahtların yetiştirildiği birkaç kentten birisidir. Veliiahtların yetiştirilmesi için görevlendirilen zümrenin etkisi ile Manisa eşrafı olarak nitelediğimiz şehrin ileri gelenlerinin oldukça donanımlı bir kültür mirasını kuşaktan kuşağa aktardığı ortadadır (Bektaş, 2009, s. 5).

Melih Pekdemir “taşrada mahrumiyet hem vardır hem yoktur.”der (Bora, 2005, s. 86). Manisa bu durumun açık bir örneğidir. Küçük bir taşra kenti olarak pek çok şeyden mahrum olsa da, Manisa bir bakıma İzmir'in Anadolu kapısıdır. Özellikle, Gediz ırmağının son yüzyıla dek İzmir Körfezine aktığı düşünüldüğünde Manisa'nın konumunun önemi ortaya çıkar. “Kral Yolu” da denilen güney ulaşım çizgisi, Sard'dan sonra saçaklanarak Milet'e ,Efes'e İzmir'e ve Foça'ya ulaşmaktadır (Bektaş, 2009, s. 7). Manisa ilinin tercih edilmesinde Manisa'nın tarih boyunca her ne kadar taşra olarak adlandırılrsa da tarihi ve kültürel açıdan hep önemli bir kent olması ayrıca bu durumun getirisi olarak Manisa'da aristokratik bir kesim her zaman var olması ve her dönem kentte ‘üst sınıf’ yapısından söz ediliyor olması önemli tercih sebeplerimizdendir. Ticaret sermayesi açısından bakıldığında şehzadeler kenti olduğu dönemde yüksek arz talep artışı olduğu açıktır. İmparatorluğun merkezine hizmet etmeyi düşünen ticari yapı ister istemez güçlü bir talebe cevap verecek donanıma sahip olmalıdır. Zengin mal ve hizmet yelpazesi yaşam tarzlarının da farklılaşmasına sebep olmuştur. Bu farklılaşma değişen yaşam koşulları ve tarihin akışkanlığı içinde günümüze kadar gelmiştir.

Bu çalışmada eşraf sıfatını taşıyan Manisa'lı kişilerin, bir diğer deyişle Manisa'nın bilinen, tanınan, sözü geçen kişilerinin statü konumlarını tüketim tercihleri vasıtası ile ortaya koymalarındaki çabaları incelenecektir. Statü konumları kuşaklararası aktarılırken eğitim seviyesi farklarının bireylerin tüketim tercihleri üzerindeki etkisi de analiz edilmeye çalışılacaktır.

2. Çalışmanın genel yapısı

Günümüzde, toplumu algılayış ve toplumdaki davranış biçimleri ile ilgili çok sayıda çalışma yapılmaktadır. Bu çalışmalar sayesinde toplumu oluşturan unsurların pek çoğu hakkında bilgi sahibi olunsu bile, bu unsurların neler olduğundan daha önemli olan, bireylerin bu unsurları nasıl kullandığı konusudur. Belirlenen unsurların bireyler tarafından kullanımı konusunda ayrıntılı bir çerçeve çizilmesi gereklidir. Toplumsal tabakalaşma ve sosyal sınıflar konusu toplumu oluşturan temel unsurlardandır. Ancak yukarıda belirttiğimiz gibi artık bu sınıfların neler olduğu ya da neden oluştuğundan öte bu toplumsal tabakalaşma ve sınıf ayrımlarının nasıl oluştuğu ve nasıl şekillendiği bizler için önemli bir hale gelmiştir (De Certeau, 2009, s. 45).

Tabakalaşma ve sınıf konusu ele alındığında karşımıza çıkan en temel konulardan biri üretim ve tüketim ilişkileridir. Üretim, toplumlar için önemli bir süreçtir. Üretim biçimleri toplumları anlamlandırma konusunda uzun süre belirleyici bir rol oynamıştır. Ancak günümüzde, merkezi, gürtülcü ve göz alıcı olduğu kadar ussal ve yayılmacı olan bir üretim biçimi, “tüketim” olarak nitelendirilen başka bir üretim biçimiyle örtüşmektedir. Bir üretim biçimi olarak tüketim ele alındığında daha önce ele alınan üretim biçimlerinden oldukça farklıdır. Tüketimin daha dağınık ve kurnaz bir üretim yönetimidir. Tüketim kendini ürünler üzerinden değil, daha çok egemen ekonomik düzen tarafından dayatılan ürünlerin kullanım biçimleri ile ortaya koyar (De Certeau, 2009, s. 45).Eşit olmayan güçler arasındaki ilişkiler açısından bir değerlendirme yapılacak olursa, benzer düzenekler bile aynı sonuçları vermez. Bu nedenle ürün sisteminin getirdiği tüketici sınıflaması içerisinde yapılan

manevraların ayrımını yapmak gerekir. Tüketilen ürünlerin tercih edilme sebepleri bize tercih eden hakkında önemli bilgiler sağlamaktadır. Ayrıca tüketilen ürünlere simgesel değerler yüklemekte ve bireysel ilişkilerde tüketim stratejilerinin belirlediği simgesel dengeler ortaya çıkmaktadır (De Certeau, 2009, s. 52).

Tüketim tercihleri üzerinden farklılıkların görülmeye başlanması, ekonomik zenginlik gücü denebilecek bir olayın başlamasından bile eskiye dayanmaktadır. Hatta tüketim tercihleri üzerinden yapılan ayrımları avcılık, toplayıcılık kültürünün başlangıcına kadar götürmek mümkündür. Mal mülk tüketiminde en ilkel farklılık, daha sonra görüp öğrendiğimiz tüketim farklılığına benzer. İlkel zamanlarda, lüks tüketim ürünlerinin tüketilmesi doğrudan tüketicinin zevkine, konforuna göre yapılan bir tüketimdir ve efendinin zevkini göstermektedir. Ekonomik gelişme dönemlerinin başlarına bakılacak olursa, özellikle kaliteli malların kullanım ve tüketimi sadece parası ve zamanı bol olan insanlara has bir durum olmuştur. Daha sonraki dönemde ise, özel mal-mülk sahipliği, ücretli çalışma gibi sistemlerin kabul görmesi ve yaygınlaşması ile bol paralı ve zamanlı insan sadece yaşaması için gerekli olan şeyleri tüketmekle yetinmeyerek, her zaman ondan daha fazlasını ve ondan daha iyisini aramış, bulmuş ve tüketmiştir. Bu tarz bireyler, yiyecek, içecek, evler, hizmetler, ev eşyaları ya da kutsal eşyalar olarak her zaman en iyisine sahip olmayı amaçlamaktadır. Ayrıca yaşamını kolaylaştırmak, daha rahat ve konforlu yaşamak için ne gerekiyorsa yapar. Fakat tüketimlerinin amacı sadece rahat, konfor içinde yaşamak değildir elbette. Yaşam standardı ve şöhreti de söz konusudur. Lüks ve pahalı tüketim maddeleri zenginliğin belirtisi olduğu kadar ona duyulan saygıyı da arttıran önemli bir semboldür (Veblen, 2005, s. 58-62).

Seçkinliğini göstermek için tüketmek önemli bir stratejidir. Ancak önemli olan nokta neyin ve neden tüketildiğidir. Sürekli değişen moda ve akımlar her an yeni bir tüketim unsuru ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada beğeni ve tercihler ön plana çıkar. Özünde malzemeler, insan hayatını kolaylaştırmak için üretilir ve kullanılır. Ama insanlar arasında bu konuda bir rekabet ve kıyas vardır, çünkü devreye beğeni ve tercihler girer. Tüketirken ürünlerin sembolik değerlerini de tüketiyor olmamız onlara ikincil bir anlam yükler. Bu durum üretim aşamasından başlar. Pahalı malzeme kullanımı övgüye değer ve bir üretim sırasında pahalı malzeme kullanan üreticiler saygı ile anılır. Maliyeti ve satış fiyatı yüksek mallar değerli ve iyi kaliteli olarak algılanır. Tüketicinin gözünde her şeyin tamamlanması ve kabul edilmesi için eşya da övgü elementi olmalıdır (Veblen, 2005, s. 70). Tabi diğer yandan bu övgü elementini hem kültürel birikim olarak anlayabilmek, hem de bu ürünü ekonomik anlamda alabilecek güce sahip olmak gereklidir. Bu durum bireye diğerlerinden ayrılma hali, seçkin olma hali yüklemektedir.

Bu çalışma kapsamında Manisa'da eşraf olarak tanınan ailelerin eğitim seviyeleri dikkate alınmıştır. İki kuşağın eğitim seviyelerine bakılmış aldıkları mezuniyet dereceleri arasında kuşaklar arasında artan bir fark olan aileler çalışmamızın örneklemini olarak belirlenmiştir. İlkokul mezunu ebeveynin üniversite mezunu çocuğu, lise mezunu ebeveynin yüksek lisans mezunu çocuğu ve üniversite mezunu ebeveynin doktora mezunu çocuğu çalışmamızın örnekleminde yer almaktadır. Böyle bir kriter üzerinden çalışmayı kurgulama nedenimiz, kültürel sermayenin ölçülebilirliğini sağlayan temel noktanın eğitim durumuna dayanmasıdır (Bourdieu, 1986, s. 2).

Kültürel sermaye ile belirtmek istenen nokta aslında 'bilgi sermayesi' olarak tanımlayabileceğimiz, bir alanda gücü elinde tutanların eğitim yolu ile ailelere ve bu aile mensuplarına aktardığı yapıdır (Bourdieu vd., 2016, s. 108). Bourdieu için kültürel sermaye, bireylerin sahip oldukları sınıf konumları açısından oldukça belirleyicidir. Kültürel sermaye için eğitim formel bir yoldur. Eğitim ve okullar aracılığı ile elde edilen diplomalar, belgeler kültürel sermayeye objektif bir görünüm sağlar. Kültürel sermayeye 'okul' dışında katkı sağlayan bir diğer önemli kurum ise 'aile'dir. Bireyin aile hayatı içerisinde kazandığı niteliklerde kültürel sermaye için şekillendiricidir. Bireylerin ailelerinden gördükleri entelektüel birikim, terbiye, davranış kalıpları vb. sayesinde belli bir kültürel birikimleri olur. Okul ve aileden aldıkları birikim ile bireylerin toplum içinde sahip oldukları konum belirlenir (Bourdieu, 1986, s. 2).

Bourdieu için eğitim, kültürel sermayeyi besleyen ve hakim sınıfın faydasını gözeterek öğrencileri ayarlayan bir alandır. Bireylerin toplum içinde sahip oldukları konum pek çok durumda eğitim alabilme imkanlarına ve aldıkları eğitimin kalitesine etki eden bir faktördür. Öğrenilen dil ve yazı

pratikleri, beden hareketleri, jestler ve mimikler, içinde yetiştiğimiz çevreden etkilenen çoğu zaman çevremizin bize sunduğu imkanlara göre şekillenen pratiklerdir. Benzer şekilde özel kültürel birikim gerektiren kitap, sanat eseri, müzik zevki gibi içinde büyüdüğü çevre ile dirsek teması yüksek beğeni ve tercihlerdir. En iyiyi tüketmek kaygısı üzerinden hareket eden bir kesim için en iyinin ne olduğunu belirleyen temel etkenlerden biri de kültürel sermayedir. Yüksek beğeni ve tercihler en iyinin belirlenmesinde açık bir yol haritası çizmektedir.

Tercihlerimiz ve beğenilerimiz bizim kim olduğumuzu ortaya koyan haritalardır. Bourdieu'nun bu noktada dile getirdiği habitus kavramı ile çocuklukta öğrendiğimiz ve ileriki yaşantımızda uygulamaya soktuğumuz bir sınıflama sistemidir. Bir nevi yapılandırılmış yatkınlıklarımızdır. Dolayısıyla farklı farklı tüketim seçenekleri varmış gibi görünse de temelde tüketim pratiklerimiz bizim bu toplumsal olarak yapılandırılmış yatkınlıklarımızdır. Böylece aslında Bourdieu tüketim aleminde bir sınıf analizi tatbik etmektedir (Mackay, 1997, s. 5). Bourdieu'nun ortaya koyduğu sermaye türlerine bakacak olursak; Sosyal sermaye ile altı çizilmek istenilen temel nokta toplumsal hayatta ilişkiler ağının önemidir. Bireyin diğerleri ile olan bağlantıları, grup üyelikleri, bu ilişkilerin getirdiği eyleyicinin üstündeki veya ona yönelik yükümlülükleri, ayrıcalık ve itimat gibi kavramlar dikkate alınmaktadır. Bireyin bağlantıları ve bağlantıda olduğu noktalar ne kadar güçlü ise bireyin sosyal sermayesi de o kadar güçlüdür (Göker vd., 2010, s. 282). Kültürel sermaye ise bireyin sahip olduğu diplomalar, belgeler, sertifikalar ile oraya koyabildiği bir sermaye türüdür. Bourdieu'nun yaklaşımındaki ekonomik sermaye olgusuna bakacak olursak; Marx'ın çalışmasında nasıl ekonomik sermayeye sahiplik kişiye pek çok ayrıcalık sunuyor ise Bourdieu'nun yaklaşımında da hangi tür sermaye olursa olsun büyük bir sermaye sahipliği beraberinde pek çok ayrıcalığı da getirmektedir. Aynı zamanda toplumda yaşanan değişimler düşünüldüğünde ulaşılabilecek yeni bir konum ortaya çıktığında bu konumdan ilk haberdar olanlar ve bu konumlara yönelme eğiliminde olanlar herhangi bir sermaye bakımından zengin olanlardır.

Çalışmada köklü aileler olarak ele alındığı için kendine has bir bölgede kendi değerleri üzerinden varlık gösteren bir grup insanı incelemek çabası vardır. Bu noktada belli bir birikimden gelmeleri ve kendi varlıklarını bir şekilde grup içinde oluşturmaları bizi 'habitus' kavramına da yaklaştırmaktadır. Bu grupta varlık gösteren bireylerin bir şekilde sahip oldukları ve kuşaklar arasında aktardıkları bir habitusun varlığı aşikârdır. Huy, iyelik anlamına gelen Aristo'nun "heksis" kavramı, Bourdieu'nun "habitus" olgusunun kaynağı olarak düşünülmektedir. Bu kavram ortaçağ felsefesinde "sürekli yinelenen, alışkanlık haline getirilmiş davranış biçimi" olarak kullanılmıştır. Emile Durkheim'in ise kavramı "eğitimle şekil verilen, edinilen alışkanlıklar" şeklinde kullandığı görülmektedir.

Marcel Mauss 1934 tarihli "Techniques of the Body" isimli makalesinde şu ifadelerle yer verir (Çeğin vd., 2010, s. 305-306) "Latince olarak "habitus" dediğime dikkat edin lütfen, ki bunun ne anlama geldiği Frans'a da anlaşılammaktadır. Bu kelime "alışkanlık" kelimesinden daha iyi bir biçimde, Aristoteles'teki "exis" edinme ve "yetenek" anlamlarını ifade etmektedir. "Habitus" metafizik alışkanlıkları ya da şu gizemli hafızayı ifade etmez, ki bunlar ciltler dolusu kitaba ya da küçük ama ünlü tezlere konu olmuştur. Bu "alışkanlık" sadece kişilere ve onların taklitlerine göre değişmezler; özellikle toplumlara, eğitim biçimlerine, zevke, moda ve prestij değerlerine göre de değişirler."

Habitus Bourdieu'ya göre hem bireyi şekillendiren hem de bireyin eylemleri tarafından şekillenen bir yapıdır. Birey, habitus sayesinde farklı ihtimaller karşısında çözüm üretme yeteneği kazanır. Bir başka deyişle birey hem yapılaşmış bir sınıflamanın içerisinden gelmekte hem de yapılaşma sürecinde olan bir sınıflamayı inşa etmektedir. Kişi daha önce çevresindekilerin yaptığı birçok şeyi yeniden yaparak habitusu da yeniden üretmiş olur. Diğer bir deyişle habitus; eylemi yapan kişinin aslında üzerine düşünmeden, bireyin toplumca kendisinden beklenenin dışında bir şey yapmama eğilimi kaynaklı yaptığı ve özünde toplum tarafından kabul görmek için pratiğe döktüğü bir gerçekliktir. Kısaca, habitus kişiyi toplumsal düzendeki yerine uygun hale getiren eylem eğilimleri setidir. Çocuklukta edinilen birikimler habitusun şekillenmesinde büyük bir etkiye sahiptir. Habitus, içinden çıktığımız toplumsal dünyanın sınırlandırmalarına ayak uydurmamızı sağlar; yüz yüze geldiğimiz sonsuz sayıda durum için birçok strateji geliştirmemize olanak tanır. Bireylerin sahip oldukları habituslar ayrı ve ayrıştırıcı pratikler ortaya koyarlar. Farklı çevrelerden gelen bireylerin sahip oldukları alışkanlıkların birbirinden farklılık göstermesinin temel nedeni işte budur. Örneğin bireylerin habituslarına göre farklı yeme-içme tercihleri, siyasal yatkınlıkları, tüketim alışkanlıkları, kültür sanat

beğenileri vardır. Sahip oldukları sermaye birikimlerine göre inşa ettikleri habitusları farklılık göstermektedir.

“Tüketim, insanların öz kimliklerini ifade etmelerine, sosyal gruplara bağlılıklarının altını çizmelerine, kaynak biriktirmelerine, sosyal ayırmalarını sergilemelerine, sosyal etkinliklere katılmalarını güvence altına almalarına izin veren bir dizi pratik içerir” (Warde, 1996, s. 304).

Mackay’a göre; biz kültürel sermayemizi, beğenimizi nesnelere taşırız. Tüketim bu sebeple semboller, göstergelerin tüketilmesini içerir. Tüketim bir anlamda sistemin üzerine inşa edildiği bir dil gibidir (Mackay, 1997, s. 4). Bourdieu üzerinden düşündüğümüz de, tüketimin toplumun bize sundukları çerçevesinde öğrenilen bir davranış olmasının yanı sıra, tüketim pratiklerimizin aktif bir doğası vardır ve yaşadığımız değişimler ile bu tüketim pratiklerimiz kendini yeniden ve yeniden üretmektedir.

Günümüz toplumlarına bakıldığında üretim önem kaybetmemiş olmasına rağmen toplumsal düzen içerisinde bireylerin konumlanması tüketimleri doğrultusunda oluşmaktadır. Bu sebeple günümüz toplumu “tüketim toplumu” olarak isimlendirilmektedir (Bauman, 2004, s. 10).

Bugün yaşamımızda oldukça öneme sahip olan ‘tüketim’ konusunda çeşitli bilim insanları farklı görüşler öne sürmektedir. Günümüz de tüketim biyolojik ya da fizyolojik ihtiyaçları karşılamanın dışında daha çok ihtiyaç duyduğumuza inandırıldığımız için gerçekleşmektedir. Tüketim olgusunun bu kadar dikkat çekici olmasında araba satmanın araba yapmaktan daha zor hale gelmiş olması oldukça etkilidir. İnsanoğlu tatminsiz bir varlıktır ve her ürünün sınırsız sayıda çeşitliliği onların bu tatminsizliğini beslemektedir. Kapitalizmin “hep daha yenisi ve iyisi var” mottosu alma ve sahip olma isteği uyandırmaktadır.

Tüketim toplumu ile bireylerin başarı algıları da değişmeye başlamıştır. Neyi, nasıl ve kiminle tükettiği başarı değerlendirmesinde önemli bir yere sahiptir. İnsanlar birbirlerini sınıflandırırken diğerlerinin tüketim alışkanlıklarını ve tercihlerini göz önünde bulundururlar. Günümüz de tüketim tercihlerinden yola çıkarak genel yargı “ne tüketiyorsan o’sun” olarak şeklini almıştır (Todd, 2012, s. 46).

Yaşamsal bir önem taşıyan tüketim hakkında hem olumlu hem olumsuz pek çok yaklaşım mevcuttur. Bir süreç olarak tüketim ele alındığında, belirli ihtiyaçlarımızı tatmin etmek için bir ürünü ya da hizmeti arayıp bulmak, satın almak, kullanmak ya da yok etmek olarak tanımlamak olanaklıdır. Geleneksel tüketim kuramları tüketimi fayda temeline göre ele almaktadır. Buna göre tüketiciler sahip oldukları harcanabilir gelirle kendilerine en çok faydayı sağlayabilecek ürünü seçerler ve tüketirler. Bir diğer kurama göre ise, insanlar tüketimlerini bilinçli ya da bilinçsiz bir şekilde kimliklerini, kişiliklerini oluşturmaya dayandırır ve buna uygun ürünü seçerler (Bourdieu, 1989, s. 262). Tüketim; statünün, zevklerin, kimliğin ve sosyal ilişkilerin işaretleri ve kodları olarak, sosyal iletişim süreçleri içerisinde yer alır. Bu açıdan bakıldığında, günümüzdeki kullanımı ile tüketim, farklı algılanan iki kavramı birleştiren bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Warde, 2005, s. 137).

Günlük deneyimler ve yapılan çalışmalar bize tek bir tüketim yapısından söz edemeyeceğimizi göstermektedir. İhtiyaçlar hiyerarşisindeki yerimize göre yaptığımız tüketim de farklı olabilecektir. En basit örneği, zorunlu ihtiyaçlar için yapılan tüketimden, sembolik tüketime kadar uzayan, geniş bir tüketim yelpazesinden söz edilebilir. Eğer tüketim eylemi ihtiyaçların tatminine yönelip onları tatmin etmeyi planlıyorsa farklı tip tüketimlerden bahsetmek kaçınılmazdır (Odabaşı, 2013, s. 17).

Tüketim konusundaki genel yaklaşımlardan yola çıkarak tüketim normlarına gelindiğinde ev, giyim, besin ve boş zaman geçirme faaliyetlerinin ve bunlarla ilgili olarak belirlenen değerlerin toplumlararası farklılaşmasının yanı sıra toplum içinde de farklılaşması söz konusudur. Bütün toplumlar için geçerli olan şey her ferdin aynı biçimde tüketmediği gerçeğidir. Tüketim, bir toplumda var olan toplumsal tabakalaşmaya ve diğer statü organizasyonlarına göre farklılaşmaktadır. Tabakalaşmış bir toplumun çeşitli tabakalarında bireyler farklı farklı giyinir ve farklı besin maddeleri tüketir veya tüketim konusunda değişik endişeler taşımaktadır (Kıray, 2005, s. 13).

“Elit/seçkin” olma durumu araştırmamıza konu olan gurubun kendilerini tanımladıkları bir sıfat olması sebebi ile sıklıkla karşımıza çıkmaktadır. Görüşmelere başlamadan önce, ‘eşraf’ olarak tanınma kriteri esas alındığı için ailelerin kuşaklarının en az birinde toplum tarafından eşraflar arasında gösterilmesi gereklidir. “Eşraflık” durumu aile üyelerinin diğer toplum fertlerinden daha bilinir olma

ve onlardan ayrılma durumunu doğurmaktadır. 1980 sonrasında Türkiye’de ulusal kalkınmacı yaklaşım yerini serbest piyasa ekonomisine bırakmıştır. Serbest piyasa ekonomisi ile hedeflenen küresel piyasalara girebilmek için iktisadi büyümeyi arttırmak ve bu amaçla ticaret engellerini ortadan kaldırmak gereklidir. 1980’lerde Türkiye, devlet mülkiyeti ile devletin yönlendirdiği özel girişimlerin bileşimini esas alan modern bir sınıf yapısına sahipti. Ülke içinde üretilen tüketici mallarının geliştirildiği ulusal bir piyasa vardı ve bu piyasa, devletin teşvik ettiği tüketim kültürü ile besleniyordu. Önde gelen sanayiciler ulusal burjuvazi statüsünü yakalamışlardı. Sanayi, kentli, üniversite mezunu üst orta sınıfın girişimci, yönetici, teknik ve mesleki hizmetlerini kullanmaktaydı. Orta sınıfın, çekirdek orta sınıf aileleri maaşlılardan oluşmaktaydı; bu onları, geçimlerini ücretle sağlayan emekçi sınıfından ayırmaktaydı. 1980’lerde, çekirdek orta sınıf aileler devletin sağladığı sağlık, eğitim ve emeklilik güvencesiyle oldukça rahat bir yaşam sürmekteydiler (Balkan, Rutz, 2016, s. 53).

1980’li yıllar öncesinde, orta ve üst orta sınıf aile kesimleri ‘rahat bir yaşam’ sürme ve yükseköğrenim yapma şeklinde iki önemli hedefe ulaşmak istiyorlardı. Her iki kesim içinde çocuklarının yaşamının ve geleceğinin kendi yaşadıkları hayattan daha iyi olması gerekiyordu (Balkan, Rutz, 2016, s. 54). Bu yüzden ellerinden geldiğince kendilerinden sonra ki neslin okumasını istiyorlardı.

Çalışmanın ana kitlesinin belirlenmesi aşamasında, Manisa’da bulunan özellikle 1940 sonrası yerli mülkiyet sahibi ailelerin yazılı ve sözlü tarihi incelenmiştir. Manisa’nın tanınan, önde gelen aileleri ile doğrudan görüşmeler yapılmış, kentin ekonomik ve sosyal hayatı buldukları konum incelenmeye çalışılmıştır. Görüşme yapılan ailelerin özellikle 1940’lardan günümüze süregelen aile yaşamları incelenmiştir. Ayrıca yerli tarihçilerin hazırladığı yazılı kaynaklar, istatistiki veriler ve aile albümlerinin yanı sıra derinlemesine görüşme metodu kullanılarak bilgi toplamaya çalışılmıştır. Kentin 20.yy başında söz sahibi olan ailelerin üyeleri ile derinlemesine mülakatlar yapılmıştır. Kent hakkında araştırmalar yapan bazı yazarlar ve uzun yıllardır Manisa’da yaşayan farklı meslek mensubu ve farklı yaşlarda kişiler ile yapılan görüşmeler sırasında, Manisa genelinde tanıdıkları, duydukları köklü eşraf aileler sorulmuştur. Bu aileleri neden ‘köklü’ olarak tanımlandıklarını anlatmaları istenmiştir. Tekrarlanan belli başlı isimlerden öncelikle yola çıkarak görüşmeler yapılmaya başlanmıştır. Bu görüşmeler sırasında adı geçen başka ailelerde incelenerek araştırmamıza konu olabilecek olanları ile iletişime geçilmeye çalışılmıştır. Çalışmamızda aynı aileye mensup iki farklı kuşak ile görüşülmesi amaçlanmıştır. Böylece 13 erkek, 31 kadın olmak üzere toplam 44 kişi ile görüşülmüştür. Bu görüşmeler sırasında sözlü tarih metodu ile görüşülenlerin hayat hikayeleri kayıt altına alınırken, ailelerin tarihi, gündelik yaşam, politika, kentteki değişim ve kendi hayatlarında yaşanan değişimler hakkında bilgi edinilmiştir. Araştırmaya konu olacağı düşünülen aileler yüz yüze ya da telefon ile iletişime geçilerek çalışmamızın genel çerçevesi aktarılmıştır. Genellikle önce genç kuşağa ulaşılarak görüşme talebimiz aktarılmıştır. Akabinde aile üyelerinin arabuluculuğu sayesinde bir önceki kuşakla görüşme ayarlanmıştır. Görüşmeler kişilerin kendi evlerinde bireysel olarak yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

Eşraflığın “bilinir olma” ve “seçkinlik” hali tüketim tercihleri üzerinden kendini açık şekilde ortaya koymaktadır. Aileler ile yaptığımız görüşmeler sırasında da üzerinde en çok durdukları temel noktalardan birisi de tercihlerinin sembolik değerini belirtmenin ve bu sembolik değerlerin kuşaklar arasındaki aktarımının çok önemli olduğunu vurgulamak olmuştur. Saha çalışmasına başlanıldığı dönemde görüşmeler için adres bilgisi aldığımızda şehir merkezinde belli bir alanın dışına çıkmıyor olması bizim için önemli bir bulgu olmuştur. Teorik çerçevemizi şekillendirdiğimiz dönemde farkına varmadığımız bu durum. Saha çalışması sırasında açığa çıkmıştır. Konut çevresinin yanı sıra genelde eşya, mobilya, giyim kuşam ve yiyecek içecek tercihleri gibi pek çok ürün statü sembolü olması açısından yüksek önem arz etmektedir

3. Araştırma metodu, bulgular ve yorumlar

Çalışma Manisa ilinde yapılmıştır. Kent genelinde yaşayan ve eşraf olarak bilinen ailelerin birbirinden farklı eğitim seviyelerinden mezun iki kuşağı çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Bu eşraf aileler belirlenirken yerli tarihçiler, kent esnafı ve uzun süredir bu kentte ikamet eden yerli halka “eşraf ailelerden kimleri bilirsiniz?” şeklinde bir soru yöneltilmiş ve bu noktadan hareketle 22 aile adı

tespit edilmiştir. Ancak yapılan görüşmeler sırasında bu ailelerden dokuzunun eğitim seviyeleri arasında iki kuşakta anlamlı bir farklılık gözlenmiştir. Bu çalışma kapsamına alınmayan ailelerin eğitim seviyeleri iki kuşak arasında birbirine oldukça yakındır. Birinci kuşak aile üyelerinin de dönem şartları göz önüne alındığında yüksek oranda okumuş olmaları Manisa’da eğitime verilen önemi ortaya koymaktadır. Eğitim seviyeleri açısından kuşak arasında anlamlı farklar gözlenen dokuz ailenin Manisa’da ikamet eden birbirini takip eden iki kuşak üyesi ile görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler esnasında yarı yapılandırılmış bir görüşme formu kullanılmıştır. Çalışmamızda keşif odaklı ve açık uçlu olduğu için ‘derinlemesine görüşme tekniği’ uygulanmıştır. Burada temel amacımız görüşmecinin duygularını, bakış açısını ve perspektifini derinlemesine keşfetmektir. Derinlemesine görüşmeler sırasında gündelik bir konuşmaya kaymamış açısından, zaman zaman daha ayrıntılı sorular ile zenginleştirilmeye çalışılmıştır. Hayat hikâyelerini anlatmalarını isteyerek başlanılan bu görüşmelerde akabinde soru kâğıdında yer alan sorular takip edilmeye çalışılmıştır. Bu çalışmada demografik soruların dışında kalan bazı belirleyici olduğu düşünülen sorulara bakacak olursak:

- Ailenizi Manisa eşrafından olarak nitelendirir misiniz? Neden?
- Eşraf olmak sizin için ne ifade ediyor?
- Yapmış olduğunuz tercihlerinizde eşraf olmanın bir etkisi var mı?
- Tüketim tercihleriniz de eşraf olmanın etkisini hissediyor musunuz?
- Hangi okuldan mezunsunuz?
- Bu okula gitmeniz için sizi yönlendiren biri/birileri oldu mu?
- Aldığımız bu eğitimin size neler kattığını düşünüyorsunuz?
- Yapmış olduğunuz tüketim tercihlerinizde aldığımız eğitimin etkisi var mı?

Yukarıda yer alan sorularında genel çerçevesini ortaya koyduğu bu çalışmada görüşmecilerin kuşaklararası aldıkları eğitim ve bu eğitim kaynaklı olarak kültürel sermayelerinin değişiminin tüketim tercihlerinde etkisi irdelenmeye çalışmaktadır. Bir diğer değiş ile bu çalışma kültürel sermayenin ve temel birleşenlerinden olan eğitimin tüketim tercihleri üzerindeki etkisinin incelendiği nitel bir çalışmadır. Kültürel sermayenin hem maddi hem de manevi olarak yoğun hissedildiği “eşraf” içerisinde yer alan ve Manisa’da yaşayan ailelerin tüketim tercihleri yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi ile elde edilen nitel verilerden hareketle incelenmektedir. Görüşmelerden bazı alıntılara geçmeden önce katılımcıların demografik bilgilerine bakmanın faydalı olacağı düşünülmektedir. Katılımcıların demografik bilgilerinin yer aldığı tablo aşağıda yer almaktadır. Bu tablo bize açık şekilde iki kuşak arasında ki eğitim farkını göstermektedir.

Tablo 1
Katılımcı demografik bilgileri

1. Kuşak	Doğum yılı	Cinsiyeti	Eğitim düzeyi	Mesleği	Çalışıyor mu?	2. Kuşak	Doğum yılı	Cinsiyeti	Eğitim düzeyi	Mesleği	Çalışıyor mu?
X1	1945	Kadın	İlkokul	Ev hanımı	Hayır	Y1	1964	Kadın	Üniversite	Şehir böl. planlama	Hayır
X2	1938	Kadın	İlkokul	Terzi	Hayır	Y2	1972	Kadın	Üniversite	Eczacı	Evet
X3	1930	Kadın	İlkokul	Ev hanımı	Hayır	Y3	1953	Erkek	Üniversite	Öğretmen	Evet
X4	1936	Kadın	İlkokul	İşçi	Hayır	Y4	1954	Kadın	Üniversite	Eczacı	Evet
X5	1947	Kadın	İlkokul	Ev hanımı	Hayır	Y5	1969	Kadın	Üniversite	Bankacı	Hayır
X6	1951	Kadın	İlkokul	Ev hanımı	Hayır	Y6	1981	Kadın	Üniversite	Sos. Hiz. Uzmanı	Evet
X7	1964	Kadın	İlkokul	Esnaf	Evet	Y7	1982	Erkek	Ön lisans	Esnaf	Evet
X8	1943	Erkek	Üniversite	Esnaf	Evet	Y8	1985	Kadın	Doktora	Akademisyen	Evet
X9	1955	Kadın	Lise	Ev hanımı	Hayır	Y9	1978	Erkek	Yüksek lisans	Müteahhit	Evet

Bourdieu’nun açık şekilde belirttiği üzere kültürel sermaye edinimi için en kabul görmüş ilke “eğitim” den bir diğer ifade ile okullardan geçmektedir. Bireyin sahip olduğu diplomalar, sertifikalar ya da belgeler kültürel sermayenin rasyonel olarak ölçülmesini sağlamaktadır (Bourdieu, 1986, s. 2).

Tabi aile de kültürel sermaye açısından oldukça etkilidir. Bu çalışmada aynı ailenin iki kuşağına bakılması sebebi ile kuşaklar arasında kültürel sermayenin eğitim üzerinden ortaya koyduğu etkilerinin daha belirleyici olacağı düşünülmektedir. Görüşmelerimiz sırasında katılımcı X8'in hem kendisi hem kızı için kendi ailelerine uygun alanlara yönelme durumlarını şu sözlerle dile getirmiştir.

“Ben üniversite mezunuyum, ticaretle uğraşıyorum. Yıllardır bu işi yapıyorum. Ona göre davranmam gerekli giyimimden, yediğime kadar her şeye dikkat ederim. Bana bakarlar çünkü nereye gittiğime kiminle gittiğime bakarlar. Ticaretle uğraşacağım belliydi. Esnaf adamız ona göre okudum. Her işi kendimize, adımıza yakışır şekilde yapmak lazım. Çocuklarımda okusun çok istedim okudular da, tabi hepsi ticaretle uğraşmak istemedi o zamanda onlara bizim ailemize yakışan mesleklere yönelmelerini söyledim. Gerekli eğitimlerini en üst düzeyde aldılar. Dediğim gibi aksi bize yakışmazdı.”

Eğitimin kültürel sermaye açısından oynadığı bu önemli rol tüketim tercihleri üzerinden de görüşmeler esnasında oldukça açık şekilde gözlemlenmiştir. Katılımcı Y9

“Aldığımız ürünleri nereden aldığımız önemli, ben yurt dışında eğitim alırken tabi orada ki ürünleri de tecrübe etme fırsatı yakaladım. Yurda dönünce tabi başta bazı ürünleri bulamadım burada ama bir şekilde artık bulunuyor. Biraz fiyat farkı oluyor, eh lüks ürünler ama işte alabiliyoruz onun için alıyorum. Sonuçta bize yakışan bu. Hele bir de yurt dışı gördükten sonra farkımızı ortaya koymalıyız.”

Görüşmeler sırasında katılımcılara yönelttiğimiz “Yapmış olduğunuz tüketim tercihlerinizde aldığınız eğitimin etkisi var mı?” sorusuna bütün katılımcılarımız onaylar şekilde cevap vermiştir. Ancak birinci kuşak katılımcılar tüketim tercihlerinin aldıkları eğitimden etkilendiğini belirtmeler bile bunun çok da belirleyici bir durum olduğunu düşünmemektedirler. Bunda pek çok katılımcının ilkökul mezunu olmasının etkisi büyüktür. Katılımcı X5 için;

“eh okuduk okulları boşuna değil bir şeyler öğrendik neyi almak lazım neyi almamak lazım biliyoruz ama esas okuldan çok annem, babam, çevrem öğretti bana ne nereden alınır. Okulda öğrendiğimde olmasa yapamazdım çok şeyi gene de ne bileyim eşim dostumda etkili.”

Yukarıda aile ve çevre etkisinin altını çizen katılımcı X5 gibi katılımcı X3'de okulun etkisini yadsımamakla birlikte tüketim tercihlerini yaparken nasıl bir yol izlediğini bize şu sözlerle anlatmaktadır;

“ben okumayı çok sevdim. Çok severek okudum ama ilkökulda okuldan sonra okutmadılar. Çok akıllıydım okutsalardı neler olmazdım. Sen şimdi aldıklarında okulda öğrendiklerimin etkisi var mı diye soruyorsan kaç yıl önce bitirdiğim okulun ne etkisi olacak derdim ama kara cahil olanlardı vardı ben onları gördüm. Gene ben okuma yazma biliyorum. Sayıları biliyorum. Etkisi yok da diyemem o zaman. Zor sorular bunlar ben kaç yaşında kadınımdı.”

Katılımcı X6 için de okul etkili olmuş ancak çevre etkisini daha yoğun hissettiğini bize şu sözler ile aktarmıştır:

“ilkokuldan sonra okumadım pek okunmazdı o yıllarda. Başka şeyler vardı yapılması gereken. El işleri, tarla işleri, ev işleri... o zamanlarda öğrendiklerim kıymetli bilgiler okumayı yazmayı öğrettiler. Sanki daha çok şey öğreniliyordu o zamanlarda. Eğitimin etkisi her şeyde var yok diyemem. Ama esas beni bu aile, gelin gideceğim aileye göre yetiştirdiler. Nerden ne alınır, hangi terziye, hangi kumaş verilir bizim gibilerden öğrendim. Babam ancak ailemize denk olanlarla görüşürdü beni öğrendim bence her şeyleri öyle...”

Katılımcı X5, katılımcı X3 ve katılımcı X6'nın alıntılarında görüldüğü gibi katılımcılar ilkökul eğitiminin bile tüketim tercihlerinde etkili olduğunu düşünmekte. Ancak bu etki oldukça hafif bir düzeyde gözlemlenmektedir. Daha çok yakın çevre ve aile etkisini dile getirmişler ve ailelerinin sahip olduğu statüye göre tüketmeleri gerektiğinin altını da net şekilde çizmişlerdir.

İkinci kuşak için aynı soruya aldığımız bazı cevaplara bakacak olursak, katılımcı Y1;

“Üniversiteyi şehir dışında okudum. Buradan ilk gidince farklı geldi tabi üniversite ortamı, başka bir şehir, evden uzak olmak... hepsi çok şey kattı bana. sonra okul başladı bam başka bir

dünya... ufkum açıldı. Arkadaşlarım oldu farklı illerden hatta farklı ülkelerden. Eee böyle olunca şimdi sana tüketim tercihlerimi okuduğum okul etkilemedi desem olmaz. Beni etkiledi bir kere okul, tükettiklerimi etkilemez olur mu? Annem başta garipserdi eve gittiğimde giydiklerim bir başka diye, kızım ne derler bak bir şansımız var bizim burada derdi. Sonra alıştı herhalde ya da denilenler rahatsız etmedi....”

İkinci kuşak katılımcılardan Y4’de aldığı eğitimin tüketim tercihlerine etkisini şu sözlerle dile getirmiştir;

“Ben eczacılık okudum. Bu insanı farklı yapıyor biraz, ya da bende öyle oldu bilmiyorum. Daha ince eler sık dokur bir insan oldum. Bir şey alacaksam onu incelerim bakarım her şeyine. Onun için aldığım eğitimin etkisi olduğunu düşünüyorum. Üniversite mezunu olmak da tabii çok şey katmıştır bana sonuçta mürekkep yaladık.”

İki kuşak açısından değerlendirdiğimizde özellikle ikinci kuşak açısından eğitim düzeylerinin tüketim tercihlerinde etkisi olduğu açık şekilde dile getirilmiş ve yukarıda yer alan bazı örnekler ile bu durum belirtilmeye çalışılmıştır.

Çalışmamıza katılan bütün katılımcılar “ailenizi Manisa Eşrafından olarak nitelendirir misiniz?” sorusuna “evet, nitelendiririz” olarak cevap vermişlerdir. Ailelerinin köklerini ve Manisa halkının ailelerine ne kadar saygı duyduğunu ayrıntılı bir şekilde dile getirmişlerdir. Saygı duyulan, fikri alınan ve sevilen aileler olduklarını da eklemiştir.

Görüşmeler sırasında katılımcılara “tüketim tercihleriniz de eşraf olmanın etkisini hissediyor musunuz?” sorusunu yönelttiğimizde, özellikle birinci kuşak katılımcılar “bize yakışan”, “bizim gibi olanların tercih ettiği” gibi ifadeler üzerinden cevaplarını oluşturarak eşraf olmanın tüketim tercihlerinde önemli yer tuttuğunu göstermişlerdir. Eşraf olarak kendilerine layık olan ürünleri tüketmek istediklerini ve tercihlerinde bunu ön planda tuttıklarını da eklemiştir. Katılımcı X2;

“Bizi burada herkes tanır, bilir, adımızı söyle bak çarşıda bilmeyen yoktur. Ben bunu düşünmeden hareket edebilir miyim? Bu bana yakışır mı? Hep bu soruları düşünerek bir şey yaparım. Çünkü sadece kendim için yaşamıyorum ailemi temsil ediyorum. Aldığım, giydiğim, yaptığım her şey ailemin de adına yakışır olmalı.”

Bilgin’e göre eşyaların önemli bir işlevi de sosyal mesaj taşımaktadır. Her bir eşya ya da ürün üretilme tarzıyla, nadir bulunup bulunmaması ile kolay üretilmesi ya da zor üretilmesi ile farklı bir özellik göstermekte ve bu özellik o ürünün taşıdığı sosyal mesajı belirlemektedir. Eşya bir iletişim sistem içerisinde düşünüldüğünde, sadece mesaj değil, aynı zamanda iletişim kanalı, iletişimin fiziksel dayanağı ya da mesajı iletenin taşıyıcısı olabilir. Eşya bireyin gözünde taşıdığı değere, anlama göre iletişimin konusu da olabilmektedir. Günlük hayatta eşya ile ilgili her türlü konuşma, eşyanın bu konumunu gözler önüne sermektedir. Bütün bu değerlendirmeler, eşyalar evrenin birbirinden çok farklı anlamlar taşıyan bir evren olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum eşyanın farklı sosyal gruplar ve durumlara göre farklı ölçülerde değerler sistemine dâhil olduğunu ortaya koymaktadır (Bilgin, 2011, s. 25-27).

Tıpkı yukarıda Bilgin’in ele aldığı şekilde eşraf aileler içinde tükettikleri eşyalar onların toplumun geneline göndermek istedikleri mesajlardır. Öyle ki katılımcı Y9 eşyanın taşıdığı değeri bize şu sözler ile ifade etmiştir;

“Benim evim, evimde kullandığım her şey, arabam, kıyafetlerim beni yansıtıyor. Dışardan bakan beni görüyor. Bu halimle görüyor ve diyor ki bu adam sağlam. Hem maddi olarak hem de manevi olarak sağlam. Bizim bu çevrede bir şansımız bir adımımız var ona göre yaşıyoruz. Ben ona göre yaşasam herkes gibi giyinsem herkes gibi olurum. Ama ben herkes değilim... babam da herkesten farklıydı benim. Bunu bilerek alıyorum ne alırsam...”

Sonuç

Bu çalışmada temel amaç, tüketim toplumundan söz ettiğimiz günümüzde, kültürel sermayenin en temel ayağı olan eğitimin tüketim tercihlerinde etkisine bakmaktır. Kişilerin mezun oldukları okullardan, katıldıkları programlardan ya da eğitimlerden aldıkları diplomalar, belgeler, sertifikalar

kültürel sermayeyi rasyonel olarak ölçmemizi sağlayan araçlarıdır. Bu noktadan hareketle bireyin sahip olduğu eğitim düzeyinden tüketim tercihlerinin arka planını irdelemek rasyonel bir çabadır. Ayrıca çalışmanın geneline baktığımızda bireylerin almış oldukları eğitimin tüketim tercihlerine etkisi açık şekilde dile getirilmektedir. Çalışmada ele aldığımız örneklem zaten görece bir seçkinliğe sahip olan Manisa’da yaşayan eşraf ailelerin iki kuşağıdır. Eşraf olmalarının getirisi olarak bu aileler geçmişten gelen bir saygınlığa ve bilinirliğe sahiptirler. Ancak bu ailelerin kuşakları arasında eğitim anlamında gözlenebilir bir fark mevcuttur. Bu fark onların aldıkları eğitimler ile kültürel sermayelerine yansımakta ve bu durumda katılımcıların tüketim tercihlerini etkilemektedir. Özellikle iki kuşak arasındaki eğitim düzeyi farkı genel tüketim davranışlarında etkisini hissettirmektedir.

Eşraf ailelerin birinci ve ikinci kuşak farklarına baktığımızda ikinci kuşağın tüketim tercihlerinde aldıkları eğitimin önemini dile getirmektedirler. Ürünleri seçerken ince eleyip sık dokumalarından, marka tercihini ön planda tutmalarından ya da eğitim aldıkları dönemde yaşadıkları coğrafyanın etkilerinden söz eden ikinci kuşak katılımcılar için eğitim ve eğitim hayatları tüketim tercihlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Birinci kuşak için ise aldıkları eğitimin tüketici tercihleri üzerindeki etkisi sadece okur yazar olmak ya da sayısal işlem yapabilme kabiliyeti ile sınırlı kalmaktadır. Birinci kuşak daha çok tüketicim tercihlerini belirlerken ailelerinden ya da sosyal çevrelerinden destek aldıklarını, onların ön gördüğü ya da yol gösterdiği şekilde bu tercihlere yön verdiklerini dile getirmişlerdir. Ancak birinci kuşak katılımcılar için kendi yaşadıkları dönemde tüketim tercihlerini belirlerken daha çok aileleri ve çevrelerinden etkilendiklerini belirtsele dahi ikinci kuşağı yetiştirme süreçlerinde, eğitime önem vermelerinin önemli bir nedeni olarak da, artık kendilerinin tercihleri belirlerken kullandıkları bu eş, dost, akraba etkisinin yetersiz kalacağını fark ettiklerinden söz etmişlerdir. Birinci kuşak, bu anlamda ikinci kuşağı yetiştirenler olarak, tüketim davranışında sadece ekonomik sermayenin gücünü ön planda tutmayarak kültürel sermaye açısından da bir birikimin gerekliliğini sonraki nesle aktarmak için çabalamıştır. Bu noktada “diğerlerinden ayrılma” hali birinci kuşak için belirleyici bir mihenk taşıdır.

Görüşmeler sırasında açık bir şekilde ortaya konulduğu üzere, eşraf aileler için eşraflığın getirdiği bir ayrıcalık ve diğerlerinden ayrılma hali mevcuttur. Ancak kuşaklar arasında tüketim tercihlerine baktığımızda eşraflığın belirleyici etkisinin tercih ve beğeniler noktasında ikinci kuşak açısından daha çok aldıkları eğitim ile şekillendiğini söylemek yerinde bir tespit olacaktır. Daha önceki kısımlarda da dile getirildiği gibi ikinci kuşak katılımcılar tüketim davranışlarında aldıkları eğitimlerin ya da eğitim süreçlerinin etkisini alıntılarda da yer verildiği şekilde açıkça belirtmişlerdir. İkinci kuşak birinci kuşaktan miras aldığı eşraflık statüsü ile toplumsal yapı içinde konumunu sergilemeye devam ederken, eğitim ile kazandığı kültürel sermayenin ona sağladığı faydaları göz ardı etmemekte ve diğerlerinden ayrılma noktasında bu sermaye artışının desteğini ön planda tutmaktadır. Bu noktadan bireylerin tüketim tercihlerinde statülerinden hareketle yol aldıkları çalışmamızda “bizim gibilere uygun”, “bize yakışan” gibi ifadeler ile net bir şekilde ortaya konan bir bulgudur. Ayrıca kuşaklar arasında kendilerine uygun olanın tüketim tercihleri noktasında belirlenmesinde kültürel sermayenin farkı dikkat çekici oranda mevcuttur. Eşraf, hem statüsünü göstermekte hem de sürdürmekte “tüketim tercihlerinin” belirleyici olduğunu dile getirmiştir. Sahip olunan eşyanın taşıdığı anlam, bireye kazandırdığı statü ve statü konumu tüketim tercihlerinin “diğerlerinden ayrılma” halini yaratmasında önemli bir belirleyicidir. Bu sebeple eşraf aileler tüketim tercihlerinin değerinin farkında olarak kuşaklar boyunca bu ayrılma halini yaratmıştır. Dönemin gerekleri üzerinden de sermaye birikimlerini arttırarak ayrıcalıklı pozisyonlarını korumuşlardır. Ekonomik sermaye birikiminin belirleyici özelliğinin azalacağını ön gören birinci kuşak katılımcıların, ikinci kuşak katılımcıların kültürel sermaye birikimlerine yatırım yapması da bu durumun bir göstergesidir.

Kaynakça

- Ayata, S. (1988). Kentsel orta sınıf ailelerde statü yarışması ve salon kullanımı. *Toplum ve Bilim*, 42, 5-25.
- Balkan, E. ve Rutz, H. (2016). *Sınıfın yeniden üretimi*. İstanbul: H2O Kitap.
- Bauman, Z. (2004). *Work, consumerism and the new poor*. New York. McGraw-Hill Education.
- Bektaş, C. (2009). *Manisa evleri*. İzmir: Mimarlar Odası İzmir Şubesi Yayınları.
- Bilgin, N. (2011). *Eşya ve insan*. İstanbul: Gündoğan Yayınları.

- Bora, T. (Ed.). (2005). *Taşraya bakmak*. İstanbul: İletişim.
- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital. handbook of theory and research for the sociology of education*. Westport, CT: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1989). *Distinction a social critique of the judgement of taste*. London: Routledge.
- Bourdieu, P. ve Wacquant, L. (2016). *Düşünümsel bir antropoloji için cevaplar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çeğin G., Göker E., Arlı A. ve Tatlıcan Ü. (2010). *Ocak ve zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- De Certeau, M. (2009). *Gündelik hayatın keşfi I. (Çev. Lale Aslan Özcan)*. Ankara: Dost Yayınevi.
- Durakbaşa, A., Karadağ, M. ve Özsan, G. (2008). *Türkiye’de taşra burjuvazisinin oluşum sürecinde yerel eşrafın rolü ve taşra kentlerinde orta sınıflar*, (TÜBİTAK destekli araştırma projesi raporu). Ankara: Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı.
- Göker, E. (2010). *Ekonomik indirgemeci mi dediniz*. İstanbul: İletişim Yayınları, 277-303.
- Kıray, M. B. (2005). *Tüketim normları üzerine karşılaştırmalı bir araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Mackay, H. (1997), *Consumption and everyday life*. London: Sage Press.
- Odabaşı, Y. (2013). *Tüketim kültürü: Yetinen toplumdaki tüketen topluma*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Todd, D. (2012). *You are what you buy: Postmodern consumerism and the construction of self*. Hawaii: University.
- Türk Dil Kurumu. (2005). *Türkçe sözlük*. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Üstüner, T. ve Holt, D. B. (2009). Toward a theory of status consumption in less industrialized countries. *Journal of Consumer Research*, 37(1), 37-56.
- Üstüner, T. ve Thompson. CJ. (2012). How marketplace performances produce interdependent status games and contested forms of symbolic capitals. *Journal of Consumer Research*, 38(5), 796-814.
- Veblen, T. (2005). *Conspicuous consumption*. New York: Penguin Books
- Warde, A. (1996). *Consumption matters: The production and experience of consumption*. Cambridge: Blackwell Publishers.
- Warde, A. (2005). Consumption and theories of practice. *Journal of Consumer Culture*, 5(2), 131-153.