

## KÜLTÜREL SERMAYE, HAYAT TARZI ALIŞKANLIKLARI VE BEĞENİ ALGISI <sup>1</sup> CULTURAL CAPITAL, LIFESTYLE HABITS AND PERCEPTION OF TASTE

Meryem KÜÇÜK  
Sakarya Üniversitesi  
İTBF  
Sosyoloji  
meryemk@sakarya.edu.tr  
ORCID: 0000-0002-2210-3153

Zehra HOPYAR  
Sakarya Üniversitesi  
İTBF  
Sosyoloji  
zehrahopyar@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-2028-9812

### ÖZ

### ABSTRACT

**Geliş Tarihi:**  
10.01.2024

**Kabul Tarihi:**  
19.03.2024

**Yayın Tarihi:**  
25.03.2024

**Anahtar Kelimeler**  
Kültürel sermaye,  
habitus, kültürel  
tüketim ve zorunlu-  
lüks beğeni algısı.

**Keywords**  
Cultural capital,  
habitus, cultural  
consumption,  
obligatory luxury,  
and perception of  
luxury taste.

Toplumsal sınıflar veya gruplar, gelir ve toplumsal statü ile ilişkili olmasının yanı sıra belli başlı hayat tarzı alışkanlıklarını ve kültürel tüketimini de içermektedir. Yine toplumsal sınıflar; benzer yakınlıkları, pratikleri ve konumları çerçevesinde betimlenebilir. Diğer taraftan, gündelik hayatın bir boyutu olan sosyal ve kültürel sermaye, kültürel sembelleri, pratikleri ve sınıfsal ayrımları pekiştirmektedir. Sınıf koşullarında yaşanan farklılaşma yaşam tarzı ve kültürel tüketim boyutuyla ayrıma gider. Bourdieu'ye göre bu durum; lüks (refah) beğeni ve zorunlu beğeni karşılığında ortaya çıkar. Bu karşılıklı, statü ayırımı izin veren maddi koşullara sahip olan bireyler ile böyle bir lüksü veya refahı olmayanlar arasında cereyan eder. Bu temel tezden yola çıkarak çalışmada 'kültürel tüketim ve hayat tarzı alışkanlıkları' analiz edilir. İlk olarak, ileri sürülen tezle ilişkili olarak teorik bir tartışma yürütülür. Teorik çerçevenin ana hatlarını, Pierre Bourdieu'nün; 'kültürel sermaye, hayat tarzı alışkanlıkları ve zorunlu-lüks beğeni algısı' tezleri oluşturur ve çalışmanın konusuyla ilişkilendirilir. İkinci olarak, çalışmada belirlenen konu ve kapsama bağlı olarak İstanbul'un ilçesi olan Zeytinburnu'nda bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Nicel verilerin toplanmasında "tabakalı ve basit seçkisiz örnekleme" tekniğiyle 772 kişiye anket uygulanmıştır. Verilerin analizi; "statü dağılımı, eğitim vasıfları, mekânsal konum ve tercihler, tüketim araçlarının dağılımı ve kültürel etkilere katılım değişkenleri" üzerinden değerlendirilmiştir.

Social groups or classes have relationship with income and social status besides they include some lifestyles and cultural consumption. Social classes be describe according to their familiarities, practices and status. On the other hand, social and cultural capital, which is an important part of the daily life, strengthen cultural symbol, practices and class discrimination. Differentiation in life conditions causes discrimination in terms of lifestyle and cultural consumption. According to Bourdieu, this condition brings about contradiction between luxury taste and obligatory taste. This contrast takes place between people who have the material conditions that allow distinction of status and people who don't have such luxury or well-being in their life. The study analyses cultural consumption and different lifestyle habits. Firstly, a theoretical discussion is conducted depending on the thesis put forward. Theoretical framework consists the cultural capital, lifestyle habits and perception of obligatory-luxury taste by Pierre Bourdieu and it is associated with topic of the study. Secondly, a field research in Zeytinburnu was carried out depending on the topic and scope determined in the study. In this study was conducted a questionnaire by using stratified and random sampling technique and 772 people participated this research. The analyse of the data evaluated on status variances, pattern of education, cultural effects and heritage variances.

**DOI:** <https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.1417723>

**Atıf/Cite as:** Küçük, M., & Hopyar, Z. (2024). Kültürel sermaye, hayat tarzı alışkanlıkları ve beğeni algısı. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 14(1), 272-283.

<sup>1</sup> Bu çalışma, 2021 tarihinde yazılmış olan "Mekânsal Dönüşüm ve Kentsel Ayrışma: İstanbul-Zeytinburnu Örneği" adlı doktora tezinin verilerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

## Giriş

Toplumsal sınıf veya grupların analizi, gelir ve toplumsal statünün yanı sıra hayat tarzını da işaret eder. Toplumsal sınıflar, mekân içerisinde “benzer hayat koşulları ve koşullanmalar” sağlayan, haliyle “benzer yatkınlıklar” ve buna bağlı olarak “benzer pratikler” oluşturan “benzer konumlar” çerçevesinde tanımlanabilir (Swartz, 2013, s. 201). Bourdieu’nün belirttiği gibi (2015), tüketici davranışlarının çoğu gelir düzeyiyle ilişkili olmasının yanında, bu ilişkinin beraberinde getirdiği kültürel yatkınlıklar da dikkate değerdir. “Kültürel tüketim ve hayat tarzı alışkanlıkları”, toplumsal sınıflara benzer eksenler üzerinden dağılım gösterir ve yapısal bir uyumluluk söz konusu olur. Gündelik yaşamın bir boyutu olan kültürel ve sembolik sermaye, kültürel simgeleri, pratikleri ve toplumsal ayrımları pekiştirmektedir. Diğer taraftan, Bourdieu’ye göre “sosyal sınıf ilişkileri kendilerini sembolik olarak statü ilişkileri bağlamında göstererek, sosyal mekânda bir yaşam tarzı veya farklılaşmış yaşam tarzları tarafından grupların kategorize edildiği bir ‘statü’ olarak inşa eder. Bu bağlamda ‘sosyal sınıfların habitusları’<sup>2</sup>, mekana ilişkin tutumları belirli sosyal gruplara ait olma ve diğer gruplara ise ait olmama algılarını ifade etmektedir” (Özet, 2018, s. 42-46).

### Pierre Bourdieu, Kültürel Sermaye ve Hayat Tarzı Alışkanlıkları

Bourdieu’nün teorisinde “habitus”, “alan” ve “sermaye” kavramları önemli olmakla birlikte sosyal ilişkileri ve farklılığı analiz etmek adına dikkate değerdir. Bourdieu “habitus” kavramını işaret etmek üzere “kültürel bilinçdışı”, “alışkanlık oluşturan güç”, “temel, derinlemesine içselleştirmiş büyük örüntüler”, “zihinsel alışkanlık”, “zihinsel ve bedensel algı”, “beğeni ve eylem şemaları”, “düzenli doğaçlamaları üreticisi ilkesi” gibi ifadeleri kullandığı görülür (Swartz, 2013, s. 137; Calhoun, 2014, s.104-105). Diğer bir ifadeyle, habitus; bireylerin sosyalleşme sürecinde sosyal dünyayı görmelerine yol açan algı ve değerlendirmeler neticesinde ortaya çıkan eğilim ve yatkınlıktır (Türk, 2015, s. 135; Özet, 2018, s. 44). Alan (*champ*) ise mekânsal metaforlardan biridir. Habitusun var olduğu sosyal ortamın yapısını belirler. Alanlar; “malların, hizmetlerin, bilginin ya da statünün öğretildiği, dolaşıma girdiği arenaları ve aktörlerin bu farklı sermaye türlerinin biriktirip tekellerini alma mücadelesinde işgal ettikleri, rekabete dayalı konumlarını ifade eder” (a.g.e, 2013, s. 167; Kaya, 2014, s. 398).

Bourdieu, habitus ve alanı belirleyenin sermaye olduğunu ifade eder. Dahası, sermaye diğer kavramlarla ilişkili olup, ancak onlarla birlikte açıklanabilir. Ona göre sermaye üç şekilde açıklanır (1986); ekonomik, sosyal ve kültürel sermaye. *Ekonomik sermaye*, tüm gelir kaynaklarını (örneğin maaş, faizler) ve gelir güvencesini içerir. Buna ilaveten, ekonomik sermaye doğrudan paraya çevrilebileceği gibi mülkiyet hakları şeklinde de kurumsallaşabilir. *Sosyal sermaye*, sosyal ilişkilerin niceliğini ve kalitesini birleştirir, yani sosyal ağların boyutu ve yoğunluğu ile alakalıdır. Belirli şartlar altında ekonomik sermayeye dönüştürülebilen ve toplumsal yükümlülük (bağlantı) içeren bir sermaye formudur. *Kültürel sermaye* ise örgün eğitimden, belirli sanat bilgilerinden (örneğin opera ve ressamların adları, tablolar ve antika mobilyalar gibi) kültürel nesnelerin mülkiyetinden oluşur (Blasius & Friedrichs, 2008, s. 26). Dahası, kültürel sermaye aile ve okul vasıtasıyla edinilen eğitimsel yetidir. Bu yeti, kültürel olarak değer atfedilen ‘zevk veya beğeni ve tüketim kalıpları’ olarak karşımıza çıkar. Bu sebeple, kültürel sermaye doğrudan eğitimle ilişkili olmasa dahi yakından ilişkili eğilim ve tutumu içermektedir (Erkul, 2013, s. 629). Bu sermaye türlerine eşlik eden ve daha kapsamlı olan *Sembolik sermaye* ise “çeşitli sermaye türlerinin meşru olarak algılandıklarında ve kabul edildiklerinde aldıkları biçim” olarak tanımlanır (1986). Bourdieu’nün çalışmasında diğer “sermayeler”in (ekonomik, kültürel ve sosyal) yanında var olmasına rağmen, sembolik sermaye, sermayenin farklı bir biçimi değildir, aksine diğer sermayelerin meşrulaştırılmış, tanınan biçimi olarak görülmelidir.

Bourdieu’ye göre kültürel sermaye üç türde ortaya çıkar (1986; Aydemir, s.17 ; Tan , 2021, s. 2022-23); ilki *‘bedenleşmiş halde (embodied state)’*; zihin ve bedenün uzun süreli yatkınlığı şeklinde var olur (örneğin çocuğun aileden edindiği dil ve yazım bilgisi). İkincisi *‘nesnelleşmiş halde (objectified state)’*; bilimsel eserler, kitaplar, resimler, sözlükler, araçlar vb. gibi kültür ürünü şeklinde ortaya çıkar. *Üçüncüsü ise ‘kurumsallaşmış halde (institutionalized*

<sup>2</sup> Bu kısımda sosyal sınıf habituslarının mekana olan vurgusunun öne çıkarılması, çalışmanın saha kısmının mekana ilişkin analizleridir. Halbuki, habitus sadece mekana ilişkin bir husus değil, tarihsel ve yaşamsal koşullanmalara ilişkin bir toplumsal bilinç biçimi olup, söz konusu koşullu bilincin etkisiyle belirlenmiş yatkınlık ve etkinlik biçim ve düzeyine işaret eder.

state'); eğitim ve bürokrasinin hiyerarşiye olan etkisi olarak görülür. Özellikle eğitim kurumları insanlara (ayrıcılık ya da dezavantajlı) mesleki konum belirleyerek sınıf hiyerarşilerinin yeniden üretimine sebep olur.

Diğer taraftan, sermayenin önemli bir formu olan kültürel sermaye toplumsal eşitsizliklerin kültürel olarak yeniden üretimini belirtir. Bourdieu bu tezini 1979'da yayınladığı *Ayrım (Distinction)*<sup>3</sup> adlı eserinde detaylı bir şekilde tartışmaktadır: “Farklı sınıfların kültürel beğenileri ve kültürel tüketim yatkınlıkları arasındaki ayrışma ve hiyerarşi oluşumu, ‘kültürel sermaye, habitus ve alan’ arasındaki ilişki üzerinden inşa edilir” (Bourdieu, 2014, s. 47-48; 2015, s. 10). İleri sürülen teze göre; toplumsal sınıflar içindeki sermayenin varlığı ve boyutu farklılaşmaktadır (Fine, 2011, s. 99). Nihayetinde, ekonomik konum sosyal sınıfı belirlerken, ekonominin bileşimi olan kültürel sermaye de sınıfsal kesim ve ayrımı ortaya çıkarır. Buna ilaveten, farklı sınıflar farklı kültür tarzının ortaya çıkmasına sebep olsalar dahi, her sınıf ve sınıfsal boyut içinde var olan “kültürel kalıplar tek biçimliliği” üretir. Sınıf eksenli kültürel kalıpların varlığı “türdeş yaşam tarzını” var eder. Bourdieu, sosyal sınıfları (üst, orta ve alt) yaşam tarzı nitelikleri aracılığıyla tanımlar. Üç sınıf içindeki sınıf fraksiyonların her birine yaşam tarzı özelliklerinin belirli bileşimlerini atar ve bu da "zorunluluktan ayrılma (veya mesafe)" olarak adlandırdığı şeyi üretir. Hem sosyal sınıflar hem de onların alt bölümleri, yani sınıf fraksiyonları, üyelerinin beğenisine göre farklılaşır (Blasius ve Friendrichs, 2008, s. 25). Dahası, farklılaşan beğeni yargıları üyeler arasında güçlü bir bariyer oluşturmaktadır.

Sınıf koşullarında yaşanan bu farklılaşma yaşam tarzı ve kültürel tüketim boyutuyla ayrıma gider. Bourdieu'ye göre bu durum; *‘lüks (refah) beğeni ve zorunlu beğeni’* karşıtlığını ortaya çıkarır. Bu karşıtlık, statü ayırımına izin veren maddi koşullara sahip olan bireyler ile böyle bir lüksü veya refahı olmayanlar arasında cereyan eder. Diğer bir anlatımla, bireylerin sınıfsal konumuna bağlı olarak maddi zorunluluktan kurtulma derecesi bir sınıfın habitusunu ya da kültürel faaliyetlerini belirler. “Hayatın stilizasyonuna odaklanan üst veya orta sınıflar ile maddi zorunluluğu olan alt sınıf birbirine uzak kültürel biçimleri tercih eder” (Bourdieu, 2015, s. 16-17). Yine karşıtlığı ayırt etmenin üç koşulu vardır; “beslenme, kültür ile kendini takdim ve temsil için yapılan harcamalardır (giyim, güzellik ve bakım ürünleri, hizmetçi vs.)”. Örneğin, beslenmenin sınıf temelli farklılık gösterdiği şu şekilde açıklanır; alt sınıf veya işçi sınıfı erkekleri hem bedenlen yoğun çalışmalarını hem de erkeksiliği pekiştirmek adına ağır ve etli gıdaları tercih eder. Bu sebeple balıktan hoşlanmazlar çünkü balık hafif, dikkat gerektiren ve kadınsı bir besindir. Bunun aksine, orta sınıf erkekleri ise balığı hafif, tüketiminin pahalı ve sağlıklı olması sebebiyle tercih eder. Bourdieu burada, “orta sınıfın maddi zorunlulukların baskısından nispeten uzaklığını, bütün kültür kalıplarında duyusal ve işlevsellikten ziyade, biçim ve stile genel bir bağlılık sergileyerek idealize ettiğini öne sürer” (a.g.e, 2015, s. 16-17; Palabıyık, 2011, s. 132). İleri sürülen sınıfsal yapıdan ilki hem ekonomik (en düşük maliyeti) hem de besleyici besinlere zorunluluğu ile popüler beğeniye ifade ederken, ikincisi mutlak bir seçim özgürlüğü sağlaması (mümkünler evreni) ile refah tüketimi ve beğeniye temsil eder. Böylelikle bu ayrışma ilişkisi, iktisadi ve kültürel temellük araçları üzerinden her seferinde yeniden harekete geçer. Sınıfsal düzlemde farklılaşan kültürel sermaye öğeleri-kültürel tüketim, nesne ve hizmetler ayrışmanın (eşitsizliğin) görünümünün şekillendirir.

### Yöntem ve Veri Analizi

Çalışma “kültürel tüketim kalıpları ve hayat tarzı alışkanlıklarını” analiz etmek adına alan araştırmasını İstanbul'un ilçesi olan Zeytinburnu'nda gerçekleştirmiştir<sup>4</sup>. Nicel verilerin toplanmasında 772 kişiye anket uygulanmıştır. 772 kişi olarak belirlenen örneklem büyüklüğü, Zeytinburnu ilçesi sınırları içinde yer alan Beştelsiz, Çırpıcı, Gökalp, Maltepe, Merkezefendi, Nuripaşa, Seyitnizam, Sümer, Telsiz, Veliefendi, Yenidoğan, Yeşiltepe mahallelerine “tabakalı ve basit seçkisiz örnekleme” tekniğiyle dağıtılmıştır. Her mahalleden 50 kişilik örnekleme geçmeyecek şekilde ve ilgili mahallenin kapalı konut (site) ve kapalı konut dışı (mahalle) ayırımına da

<sup>3</sup> Bourdieu'nün ilk kez 1979'da Fransa'da yayınlanan "Distinction" (1984) kitabı, sosyal tabakalaşma araştırmalarına en büyük katkılardan biridir. Bourdieu, esas olarak, bir toplumdaki (mesleğe göre işlevselleştirilmiş ve "sınıf fraksiyonları" olarak etiketlenmiş) üst, orta ve alt sınıflar içindeki farklı grupları tanımlamakla ilgilenir. Meslek gruplarını yaşam tarzı özelliklerine göre tanımlar, böylece geleneksel tabakalaşma araştırmasının unsurlarını “yaşam tarzları” kavramıyla birleştirir. (Blasius ve Friendrichs, 2008, s.24).

<sup>4</sup> Çalışma sahası olan Zeytinburnu, birbirinden farklı sosyo-ekonomik ve kültürel bir sosyal yapıya sahip olması sebebiyle seçilmiştir.

dikkat ederek örneklem dağıtılmıştır. Bu nicel veriler “IBM SPSS Statistics 20” paket programı ile analiz edilmiştir. Çalışmanın araştırma bulgularını analiz edecek olursak;

**Tablo 1:** Toplumsal Statü Dağılımı

	Sayı	Yüzde
Sosyo-ekonomik düzeyi üst	32	4.4
Sosyo-ekonomik düzeyi biraz üst	73	10.1
Sosyo-ekonomik düzeyi orta	496	68.8
Sosyo-ekonomik düzeyi ortanın altında	78	10.8
Sosyo-ekonomik düzeyi alt	42	5.8
Toplam	721	100.0

Görüşülenlerin kendilerini en yüksek oranla; %68.8 ile “Sosyo-ekonomik düzeyi orta”, %10.8 “Sosyo-ekonomik düzeyi ortanın altında”, %10.1 Sosyo-ekonomik düzeyi biraz üst, %4.4’ü Sosyo-ekonomik düzeyi üst ve %5.8’i Sosyo-ekonomik düzeyi alt olarak tanımladığı görülür. Tabloya göre, görüşülenler çoğunlukla toplumsal statü olarak “orta sınıfa” ait olduğunu belirtir. “Alt ve üst sınıfa” aidiyet az olmakla birlikte bu durum toplumun geneli ile uyumluluk taşımaktadır. Buna ilaveten toplumsal statü, ekonomik, kültürel ve sosyal unsurları birleştirme eğilimindedir ve sıklıkla tabakalaşmanın çok katmanlı doğasına duyarsız bazı hiyerarşik ölçek biçiminde kullanılır (Flemmen ve ark., 2019). Sosyal sınıflar çok boyutlu bir kavram olarak kullanılmak - yani sermaye türleri - ekonomik, kültürel ve sosyal yönlerin ayrı unsurlar olarak ele alınması nedeniyle bize tabakalaşmanın doğasını daha iyi kavramamızı sağlar (Custers ve Engbersen, 2022).

**Tablo 2:** Kapalı Konut (Site) / Mahalleye Göre Toplumsal Statü Dağılımı

	SİTE/MAHALLE		Toplam	
	Site	Mahalle		
Toplumsal Statü Dağılımı	Sosyo-ekonomik düzeyi üst	14	18	32
		12.4%	3.0%	4.4%
	Sosyo-ekonomik düzeyi biraz üst	17	56	73
		15.0%	9.2%	10.1%
	Sosyo-ekonomik düzeyi orta	78	418	496
		69.0%	68.8%	68.8%
Toplumsal Statü Dağılımı	Sosyo-ekonomik düzeyi ortanın altında	2	76	78
		1.8%	12.5%	10.8%
	Sosyo-ekonomik düzeyi alt	2	40	42
	1.8%	6.6%	5.8%	
Toplam	113	608	721	
	100.0%	100.0%	100.0%	

(p<0, 05)

Görüşülenlerin %14.8’inin kapalı konutta oturduğu, %85.2’sinin ise mahallede bir apartmanda oturduğu belirlenmiştir<sup>5</sup>. Mahalle / kapalı konuta (siteye) göre toplumsal statüsü karşılaştırıldığında ise; kapalı konutta oturanların %27.4’ü kendini “sosyo-ekonomik düzeyi üst-biraz üst”, %69’u “sosyo-ekonomik düzeyi orta” ve %3.6’sı “sosyo-ekonomik düzeyi ortanın altı-alt” görürken, mahallede oturanlar; %12.2’si “kendini sosyo-ekonomik düzeyi üst-biraz üst”, %68.8’i “sosyo-ekonomik düzeyi orta” ve %19.1’i “sosyo-ekonomik düzeyi ortanın altı-alt” görmüştür. Tabloya göre, kapalı konutta oturanlar toplumsal statü olarak “orta ve üst sınıf”

<sup>5</sup> Zeytinburnu (2020 verilerine göre) toplam konut sayısı 102246 olup bunların 174’ü müstakil ve 46’sı kapalı konut (site) tarzı bir yerleşim birimini içermektedir. Zeytinburnu’nda belirlenen 46 adet kapalı konutta (sitede) 16618 adet konut bulunmaktadır.

olarak kendilerini tanımlarken, mahallede oturanların ise “orta ve alt sınıf” olarak kendilerini tanımladığı görülmüştür.

**Tablo 3:** Mahalleden Kapalı Konuta (Siteye) Taşınma Nedenleri

	Sayı	Yüzde
Oturduğum mahalledeki ev kiralari arttığı için	1	1.3
Ev sahibi çıkardığı için	4	5.1
Oturduğum mahalle bakımsız, kalabalık ve otopark sorunu olduğu için	14	17.9
Oturduğum evden daha iyisini aynı fiyata ya da daha ucuza bulduğu için	5	6.4
Kendi evimi satın aldığı için	30	38.5
Daha prestijli ve güvenli bir yerde oturmak istediğim için	12	15.4
Şehrin içinden kaçmak istediği için	2	2.6
Kendi kültürüme ve yaşam tarzıma daha uygun komşularla bir arada yaşamak istediği için	2	2.6
İşyerime yakın olmak için	5	6.4
Diğer	3	3.8
Toplam	78	100.0

Görüşülenlere mahalleden kapalı konuta (siteye) taşınma nedenleri sorulduğunda; en yüksek oranla % 38.5 “Kendi evimi satın aldığı için” cevabını verdiği görülürken, diğer yüksek oranlı cevapların ise %17.9’u “Oturduğum mahalle bakımsız, kalabalık ve otopark sorunu olduğu için” ve %15.4’ü “Daha prestijli ve güvenli bir yerde oturmak istediğim için” olduğu, en düşük oranla ise %1.3’ü “Oturduğum mahalledeki ev kiralari arttığı için” olduğu belirtilmiştir. Tablodan da görüleceği üzere, mahalleden kapalı konuta taşınmanın belirleyici özelliklerinden birinin gelir yoluyla satın alınan dışarıya izole yaşam biçimidir. Buna ilaveten, bu yeni yaşam tarzının, hem “çevresinin planlı, sakin ve park alanının olması” hem de “prestijli ve güvenli” bir yaşam imkanı sunması taşınanlara toplumsal olarak bir ayrıcalık inşa eder. Bu ayrıcalık, mekânsal hareketlilikte belirleyici unsurlar arasındadır. Buna ilaveten; kapalı konut, yeniden yapılanan ekonomik yapının veya ekonomik faktörlerin bir tezahürü olarak karşımıza çıkarken gelir farklılaşmasıyla belirginleşen *sınıflaşmayı-tabakalaşmayı* doğurmaktadır.

Diğer yandan, kapalı konut, genellikle üst ve orta sınıfın ulaşma imkanı olduğu bir ayrıcalık olarak burada ikamet edenleri toplumun geri kalanından ayırıştırır ve farklılaştırır bir mekân biçimi üretmektedir. “Bu ayrıcalık toplumsal olarak en açık biçimiyle mekânda billurlaşmaktadır” (Kurtuluş, 2005, s. 115). Diğer bir ifadeyle, bu tarz bir konutta yaşamak hem gelir odaklı bir statüyü hem de bir yaşam tarzını belirten bir imajı sembolize eder. Yaşanılan yer bir imajı temsil ettiğinden kendinden farklı olan gruplarla kendini farklılaştırma, ayırıştırma imkanı sunar. Buna ilaveten kapalı topluluklar, temsil ettiği imaj ile “arınmış hayatları” inşa eder. Didem Danış 2001 yılında Bahçeşehir araştırmasında, orta ve üst sınıfın tercih ettiği uydu yerleşmeleriyle ortaya çıkan toplumsal ayrışmanın kendini “kültürel düzeyde” gösterdiğini belirtir. Toplumun geri kalanından görece gelir düzeyi yüksek olan bu gruplar, kendi konumunu ve kimliğini korumak (statü ve yaşam tarzını vurgulayarak) adına kendinden farklı olanı aşağı görmektedir (s. 159).

**Tablo 4:** Aylık Masraf Dağılımı

	Sayı	Yüzde
Mutfak	292	37.9
Kira	341	44.3
Doğalgaz, elektrik, su	98	12.7
Eğitim, sağlık	19	2.5
Giyim	20	2.6
Toplam	770	100.0

Araştırmada görüşülenlerin aylık masraf dağılımı en yüksek oranla; %44.3 “kira” ve %37.9 “mutfak”, en düşük oranla %2.5 “eğitim ve sağlık” ve %2.6 ile “giyim” olduğu görülmüştür. Toplumsal sınıfların/grupların hayatında önemli yeri olan tüketim araçları ‘üretim ve dağıtım’ alakalı olup, hayat tarzını etkileyen unsurlar

arasındadır. Castells bu durumu kolektif tüketim kavramıyla açıklar (1977); toplumun yapısal bir unsuru olan kolektif tüketim (eğitim, ulaşım, sağlık planlama, vb.) emeğin yeniden üretimi için kent mekânında kendini gösterir. Tüketim araçları toplumsal grupların/sınıfların yaşamlarında önemli olup, ekonomik sermaye ve sosyal beklentiler ile ilintilidir.

**Tablo 5:** Gıda Alışverişinin Yapıldığı Yer

	Sayı	Yüzde
Bakkaldan	75	9.7
Semt pazarından	139	18.1
Büyük marketlerden	476	61.8
Birleşerek toptan alıyoruz	59	7.7
Diğer	8	1.0
Toplam	770	100.0

Görüşülenlerin, gıda alışverişlerini yüksek oranla %61.8 “Büyük marketlerden”, en düşük oranla %9.7 “Bakkal” ve %7.7 “Birleşik toptancıdan” yaptığı görülmektedir. Bu durumun arka planında, günümüz toplumlarının küreselleşme ile birlikte tüketim yerlerinin ve alışkanlıklarının değişimi bulunmaktadır. Artık, toplumların temel ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin mekânsal bir dönüşüme uğradığı belirtilebilir; nitekim eskiden işlevsel olan ‘semt pazarı ve bakkal’ yerine günümüz büyük marketlerin yer alması toplumsal alışkanları da köklü değişikliklere sürüklemektedir.

**Tablo 6:** Evinizde Temizlik, Çocuk Bakımı, Bahçe İşleri Vs. Çalışan Yardımcı / Yardımcılar Var Mı?

	Sayı	Yüzde
Yok	712	94.1
Haftada 1-2 kez temizliğe gelen bir kişi	32	4.2
Sürekli yatılı bir kişi	5	.7
Sürekli gündüz çalışan bir kişi	4	.5
Sürekli gündüz çalışan birden fazla kişi	2	.3
Sürekli yatılı bir kişi, gündüz çalışan bir kişi	1	.1
Diğer	1	.1
Toplam	757	100.0

Araştırmada görüşülenlere evinizde çalışan bir yardımcı ya da ihtiyaçlar konusunda alınan desteğin varlığı sorgulandığında; %94.1’i olmadığını, %4.2’si “Haftada 1-2 kez temizliğe gelen bir kişi” ve en düşük oranla %0.1 ile “Sürekli yatılı bir kişi, gündüz çalışan bir kişi” olduğu belirtilmiştir. Araştırmada sorulan sorunun cevabı yüksek oranda kişinin gelir düzeyiyle ilintili olup, gelir düzeyinin artmasıyla bu tarz temel ihtiyaçlarını kolaylıkla karşılama arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır.

**Tablo 7:** Ailece Boş Zamanlarınızı, Tatil Günlerinizi Nasıl Geçirirsiniz?

		Evet	Hayır	Toplam
Akraba, dost ziyaretine gideriz	Sayı	649	111	760
	Yüzde	85.4	14.6	98.4
Sinemaya gideriz	Sayı	268	473	741
	Yüzde	36.2	63.8	96
Pikniğe, kıra gideriz	Sayı	395	345	740
	Yüzde	53.4	46.6	95.9
Deniz kenarına gideriz	Sayı	421	324	745
	Yüzde	56.5	43.5	96.5
Alışveriş merkezlerine gideriz (AVM)	Sayı	462	284	746
	Yüzde	61.9	38.1	96.6
Evde geçiririz	Sayı	597	119	716
	Yüzde	83.4	16.6	92.7

Görüşülenler aileleriyle, boş zaman ve tatil günlerini şu şekilde geçirdiklerini belirtirler; %85.4'ü “Akraba, dost ziyaretine gideriz”, %36.2'si “Sinemaya gideriz”, %53.4'ü “Pikniğe, kıra gideriz”, %56.5'i “Deniz kenarına gideriz”, %61.9'ü “Alışveriş merkezlerine gideriz (AVM)”, %83.4'ü “Evde geçiririz” şeklindedir. Tablodan çıkan sonuca göre görüşülenlerin çoğunluğunun sosyal sermaye olarak nitelendirdiği ağlarını ‘tanışıklık ve yakın ilişki’ üzerinden kurduğu görülür, dahası bu sosyal ağlar boş zaman aktivitelerinde etkili olduğu anlaşılmaktadır. Diğer bir yüksek oranlı cevap ise görüşülenlerin %61.9'unun Alışveriş merkezlerinde (AVM) boş vakitlerini geçirdikleri görülür. Bu durum, toplumların kültürel tüketim mekânlarının / algılarının değişmesiyle ilişkili olup hayat tarzının değişime uğramasını anlatır.

**Tablo 8:** Arkadaş ve Aileniz İle Genellikle Nasıl Sosyalleşirsiniz?

	Sayı	Yüzde
Aynı mahallede / sitede ev gezmelerine gideriz	367	48.9
Eski mahallemizdeki arkadaşlarımızla ev gezmeleri yaparız	51	6.8
Daha çok dışarıda yemek yemek için buluşuruz	102	13.6
Daha çok dışarıda kültürel faaliyetlere (sinema, konser, tiyatro, vs.) katılmak üzere buluşuruz	56	7.5
Arkadaşlarımızla alışveriş merkezlerinde buluşuruz	43	5.7
Arkadaşlarımızla sosyalleşmeye vaktimiz olmuyor	110	14.7
Diğer	21	2.8
Toplam	750	100.0

Araştırmada “Arkadaş ve Aileniz İle Genellikle Nasıl Sosyalleşirsiniz?” sorusu sorulduğunda, yarıya yakını %48.9'u “Aynı mahallede/sitede ev gezmelerine gideriz”, en düşük oranla (% 5.7) “Arkadaşlarımızla alışveriş merkezlerinde buluşuruz” şeklinde cevap verdiği görülür. Tablodan çıkan sonuç, bir önceki tablo ile birbirini desteklemektedir; görüşülenlerin ailesi ile boş zamanını değerlendirme biçimi ile sosyalleşme sürecini aynı şekilde açıkladığı görülür. Diğer taraftan, aynı soru kapalı konutta/mahallede oturanlar çerçevesinde karşılaştırıldığında sonuçların dikkate değer oranda farklılık arz ettiği görülmektedir;

**Tablo 9:** Mahalle / Kapalı Konuta Göre Arkadaş Ve Aileniz İle Genellikle Nasıl Sosyalleşirsiniz?

	SİTE/MAHALLE		Toplam	
	Site	Mahalle		
Sosyalleşme Türleri	Aynı mahallede / sitede ev gezmelerine gideriz	19	348	367
		16.7%	54.7%	48.9%
	Eski mahallemizdeki arkadaşlarımızla ev gezmeleri yaparız	12	39	51
		10.5%	6.1%	6.8%
	Daha çok dışarıda yemek yemek için buluşuruz	31	71	102
		27.2%	11.2%	13.6%
	Daha çok dışarıda kültürel faaliyetlere (sinema, konser, tiyatro, vs.) katılmak üzere buluşuruz	9	47	56
		7.9%	7.4%	7.5%
	Arkadaşlarımızla alışveriş merkezlerinde buluşuruz	13	30	43
		11.4%	4.7%	5.7%
Arkadaşlarımızla sosyalleşmeye vaktimiz olmuyor	29	81	110	
	25.4%	12.7%	14.7%	
Diğer	1	20	21	
	0.9%	3.1%	2.8%	
Toplam	114	636	750	
	100.0%	100.0%	100.0%	

(p<0, 05)

Araştırmada kapalı konut (site) veya mahalleye göre “Arkadaş ve Aileniz İle Genellikle Nasıl Sosyalleşirsiniz?” sorusuna verilen cevap karşılaştırıldığında; kapalı konutta (sitede) oturanların çoğu yani %27.2’si “Daha çok dışarıda yemek yemek için buluşuruz” cevabı verirken, mahallede oturanların çoğu (%54.7’si) “Aynı mahallede / sitede ev gezmelerine gideriz” cevabını verdiği görülmektedir.

Belirtilen gruplar, kendi içinde gelir farklılıkları yaşadığından kültürel ve ekonomik sermaye getiren pratikler de (davranışlar) değişmektedir. Gelir düzeyi yüksek olan gruplar, maddi yetersizlik neticesinde ortaya çıkabilecek kültürel tüketim davranışlarından ya da zamansal kısıtlamalardan bağımsızdır. Gelir düzeyi düşük olan gruplar ise öncelikli gayesi temel ihtiyaçlarını karşılamak üzerine olması, boş vakitlerini geçireceği zamanlara ya da kültürel sermaye üretecek davranışlara uygun bir vakit geri kalmamaktadır. Bourdieu bu durumu tezinde şu şekilde açıklar: Tüketim örüntüleri farklı boyutlara dayanmakla birlikte, lüks beğeni (veya özgür beğeni) ile zaruri beğeni (veya zorunlu beğeni) arasındaki karşılıkları içerir. “Lüks beğeni zorunluluğa olan mesafe, özgürlükler veya bazen söylendiği gibi bir sermayeye sahip olmanın sağladığı kolaylıklar tarafından tanımlanan maddi varoluş koşullarının ürünü olan bireylere özgüdür; zaruri beğeni ise tam da ifade ettiği gibi ürünü olduğu zorunluluklara işaret eder” (Bourdieu, 2015, s. 265). Nitekim, belirtilen grupların hayat koşullarındaki farklılıklar, sosyalleşme düzeyini, tüketim algılarını ve beğenilerini etkileyebilmektedir.

**Tablo 10:** Sinema, Tiyatro, Konser, Sergi vb. gibi Katılımı

	Sayı	Yüzde
Haftada en fazla bir kez	32	4.2
Haftada birden fazla	17	2.2
İki haftada bir kez	56	7.3
Ayda bir kez	133	17.4
Çok nadir	247	32.3
Hiç gidemiyoruz	280	36.6
Toplam	765	100.0

**Tablo 11:** Sinema, Tiyatro, Konser, Sergi Vb. Gibi \* Kapalı Konut / Mahalle Karşılaştırması

		SİTE/MAHALLE		Toplam
		Site	Mahalle	
Sinema, Tiyatro, Konser, Sergi Vb. Gibi	Haftada en fazla bir kez	6 5.3%	26 4.0%	32 4.2%
	Haftada birden fazla	1 0.9%	16 2.5%	17 2.2%
	İki haftada bir kez	24 21.2%	32 4.9%	56 7.3%
	Ayda bir kez	22 19.5%	111 17.0%	133 17.4%
	Çok nadir	40 35.4%	207 31.7%	247 32.3%
	Hiç gidemiyoruz	20 17.7%	260 39.9%	280 36.6%
Toplam		113 100.0%	652 100.0%	765 100.0%

(p<0, 05)

Araştırmada “Sinema, Tiyatro, Konser, Sergi vb.” gibi etkinliklere katılım en yüksek oranla %36.6 ile “hiç gitmiyoruz” ve %32.3 “çok nadir” çıkarken en düşük oranla %2.2 ile “haftada birden fazla” çıkmıştır. Yine, araştırmada kapalı konut (site) ve mahalleye göre “Sinema, Tiyatro, Konser, Sergi vb.” gibi etkinliklere katılma oranı karşılaştırıldığında, kapalı konutta (sitede) oturanların en yüksek oranla verdiği cevap % 35.4’ü “çok



nadir” derken, mahallede oturanlar % 39.9’u “hiç gidemiyoruz” cevabını verdiği görülür. Dahası, bu tür kültürel etkinliklere “iki haftada bir kez” katılım kapalı konutta oturanlar için % 21.2 iken, mahallede oturanlarda %4.9 olarak görülmektedir. Özellikle toplumsal sınıflardaki sermaye (ekonomik ve kültürel) farklılıkları, tüketici davranışını ve hayat tarzını etkiler. Hayat tarzı farklılıkları, toplumsal sınıflar / tabakalar arasında önemli ayrışmalara sebebiyet vermektedir.

Diğer taraftan, kültürel sermaye; örgün eğitimden, belirli sanatsal-sosyal aktiviteleri ve kültür nesnelere kapsar (Bourdieu, 1986, s. 16; 2015, s. 33). Eğitim sermayesi hem aile tarafından sağlanan kültürel aktarım hem de okul yoluyla oluşmuş etkinliklerin ürünüdür. Aktarılan kültürün yoğunluğu ve boyutuna göre bireylerin habitusları veya yatkınlıkları farklılaşmaktadır.

**Tablo12:** Eğitim Düzeyi \*Sinemaya Gideriz Karşılaştırması

	EVET	HAYIR	Toplam
Okur-Yazar değil	3	13	16
	0,4%	1,7%	2,1%
Okur-Yazar	0	8	8
	0,0%	1,0%	1,0%
İlkokul mezunu	43	138	185
	5,6%	17,9%	24,0%
Orta okul mezunu	37	95	140
	4,8%	12,3%	18,1%
Lise mezunu	92	126	225
	11,9%	16,3%	29,1%
Y. Okul / Üniversite mezunu	45	48	99
	5,8%	6,2%	12,8%
Yüksek Lisans / Doktora	11	11	24
	1,4%	1,4%	3,1%
Liseye devam ediyor	1	5	6
	0,1%	0,6%	0,8%
Y.Okul/Üniversiteye devam	29	15	45
	3,8%	1,9%	5,8%
Toplam	268	473	741

(p<0, 05)

Görüşülenlerin eğitim durumu şu şekildedir: %16.4’ü üniversite mezunu, %35.9’u lise mezunu, %24’ü ilköğretim mezunu, %19.4’ü İlköğretim/ortaokul mezunu ve %3.7’sinin ise diploması olmadığı belirlenmiştir. Eğitim düzeyi yoğunluklu olarak, lise ve ilköğretim düzeyinde olup, evreni temsil edicidir. Ayrıca, eğitim değişkeni çalışmanın konusu ve amacı için önemli olup, kültürel sermayenin oluşumu ve buna bağlı gelişen tutum ve algıda belirleyici olduğunu söyleyebiliriz. Tablo 12’ye baktığımızda, görüşülenlerin eğitim düzeyi ile kültürel bir etkinlik olan “sinemaya gitme davranışı” karşılaştırıldığında; yüksek oranla %11,9 “Lise mezunu” ve %5,8 “Y. Okul/Üniversite mezunu” olduğu görülmüştür. Eğitim sermayesinin artışıyla birlikte kişilerin yatkınlık ve alışkanlıklarının farklılaşacağına işaret etmektedir. Buna ilaveten, kişilerin gündelik tercihlerini belirleyen –yiyecek, alışveriş, sanat, ve müzik gibi-estetik hassasiyet ve yatkınlık bulunduğu toplumsal grubun benzerliklerini ve diğerine olan farklılığını sembolize etmektedir. Kişiler, gündelik deneyim ve tüketimlerini kendilerine benzer olan ile ötekine ayırma yaparak sınıflandırma yapmaktadır. Bu sınıflandırma eğilimi, habitus yapılarındaki benzer sosyo-kültürel kodlarla oluşmaktadır. Nihayetinde, habitus bizlere bir topluluk veya sınıfın aynı koşul yatkınlığı paylaşacağı veya ötekine göre farklılaşacağı çerçevesini sunmaktadır.

## Sonuç

Toplumsal sınıf veya gruplar, gelir ve toplumsal statü ile ilişkili olmasının yanı sıra belli bağlı bir hayat tarzı alışkanlıklarını ve kültürel tüketimi içermektedir. Yine toplumsal sınıflar, benzer yatkınlık, pratikleri ve konumları çerçevesinde betimlenebilir. Diğer bir yandan kültürel tüketim ve hayat tarzı farklılıkları, toplumsal sınıf fraksiyonlarına benzer dağılım gösterip, yapısal bir uyumluluk içermektedir. Bu temel tezden yola çıkarak çalışma; toplumsal sınıfların 'kültürel tüketim ve hayat tarzı alışkanlıklarını' analiz etmektedir. Çalışmanın ilk kısmında; Pierre Bourdieu'nün; 'kültürel sermaye, hayat tarzı alışkanlıkları ve zorunlu-lüks beğeni algısı' tezleri ele alınarak, tartışma yürütülmüştür. İkinci kısımda ise; çalışmada belirlenen konu ve kapsam çerçevesinde bir alan araştırması analizi gerçekleştirilmiştir. Sosyal ve kültürel sermayenin bir göstergesi olan tüketim ve hayat tarzı farklılıkları; "statü dağılımı, eğitim vasıfları, mekânsal konum ve tercihler, tüketim araçlarının dağılımı ve kültürel etkinliklere katılım değişkenleri" üzerinden değerlendirilmiştir. Araştırma bulgularında; statü göstergesi, mekânsal tercihler ve tüketim araçlarının dağılımı, toplumsal sınıf veya grupların tüketim davranışlarını ve hayat tarzını belirlemede etkin olduğu fark edilmiştir. Dahası, kolektif tüketim araçları, toplumsal sınıfların hayatlarında önemli olup, ekonomik sermaye ve sosyal beklentiler ile ilişkilidir. Bir diğer husus ise görüşülenlerin boş vakitlerini değerlendirme süreçlerinde çoğunlukla (%85.4'ü) "akraba, dost ziyaretine gitmek" şeklinde betimlemesi bizlere "tanışıklık ve ilişki ağları" üzerinden sosyal sermayelerini kurduklarını göstermiştir. Diğer bir oran ise görüşülenlerin boş vakitlerini (%61.9'unun) alışveriş merkezlerinde (AVM) geçirmeleridir. Bu sonuç bizlere günümüz tüketim algısının değişmesiyle, toplumsal yaşam tarzı alışkanlıklarının evrilmesini anlatır. Araştırma bulgularında görüşülenlerin mekan tercihleri (mahalleden kapalı konuta yönelim) ise hem gelir odaklı bir statüyü hem de yaşam tarzı farklılıklarını bizlere anlatmıştır. Buna ilaveten, görüşülenlerin yaklaşık yarıya yakınının, arkadaşları veya aileleri ile sosyalleşme biçimlerini (% 48.9'u) "Aynı mahallede / sitede ev gezmelerine gideriz" şeklinde ifade ettiği görülürken; diğer taraftan aynı soru kapalı konut ve mahallede oturanlarla karşılaştırıldığında önemli bir farklılık ortaya çıkmaktadır. Kapalı konutta (sitede) oturanların çoğu (%27.2'si) "Daha çok dışarıda yemek yemek için buluşuruz" cevabı verirken, mahallede oturanların çoğu (%54.7'si) "Aynı mahallede / sitede ev gezmelerine gideriz" cevabını verdiği görülmüştür. Yine, "Sinema, Tiyatro, Konser, Sergi vb." gibi etkinliklere katılım, kapalı konut toplulukları için "(% 35.4'ü) çok nadir iken, mahallede oturanların (% 39.9'u) hiç gidemiyoruz" cevabını verdiği görülmüştür. Bu tarz kültürel etkinliklere "iki haftada bir kez" katılım kapalı konutta oturanlar için % 21.2 iken, mahallede oturanlar için %4.9 olarak belirlenmiştir. Görüşülenlerin sosyalleşme süreci ve kültürel etkinliklere dağılımında eğitim sermayesinin önemli bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Eğitim sermayesinin artışıyla birlikte kişilerin yatkınlık ve alışkanlıklarının farklılaşacağına işaret etmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen sınıflarda sermayenin varlığı ve boyutu farklılaşmaktadır. Ekonomik konum sosyal sınıfı belirlerken, ekonominin bileşimi olan kültürel sermaye de sınıfsal kesim ve ayrımı ortaya çıkarır. Diğer bir anlatımla, sahip olunan ekonomik sermaye farklılıkları, kültürel ve sembolik sermayeyi oluşturan pratiklerin farklılaşmasına sebebiyet vermektedir. Sonuç olarak, toplumda gelir düzeyi orta ve yüksek olan sınıflar, maddi yetersizlik ile oluşabilecek herhangi "kültürel tüketim pratikleri veya zamansal kısıtlamadan" özgürdür. Gelir düzeyi düşük olan sınıflar ise kültürel tüketim davranışlarını incelemek yerine, temel ihtiyaçlarını karşılamayı amaç edinir. Nihayetinde, tüketim alışkanlıkları veya örüntüleri farklı boyutlara ulaşması zaruri beğeni (veya zorunlu beğeni) ve lüks beğeni (veya özgür beğeni) ile arasındaki karşılıkları belirtir ve şekillendirir.

## Kaynakça

- Aydemir, M. A. (2011). *Toplumsal İlişkilerin Sosyal Sermaye Değeri (Topluluk Duygusu ve Sosyal Sermaye Üzerine Bir Araştırma)* (Yayınlanmamış Doktora Tezi b.). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Blasius, J., & Friendrichs, J. (2008). Lifestyles in distressed neighborhoods: A test of Bourdieu's "taste of necessity" hypothesis. *Poetics*, 24-44.
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. (J. Richard, Dü.) *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, 241-258.

- Bourdieu, P. (2010). Sermaye Biçimleri. A. Z. Ünal, & M. M. Şahin (Dü) içinde, *Sosyal Sermaye: Kuram, Uygulama, Eleştiri* (s. 45-77). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (2014). Vive La Crise! Sosyal Bilimde Heterodoksi İçin. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan (Dü) içinde, *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* (3. Baskı b., s. 33-53). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. (D. Fırat, & G. Berkkurt, Çev.) Ankara: Heretik Yayınları.
- Calhoun, C. (2014). Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan (Dü) içinde, *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* (s. 77-131). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Castells, M. (1977). *The Urban Question: A Marxist Approach*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Custers, G. ve Engbersen, G. (2022) The urban class structure: class change and spatial divisions from a multidimensional class perspective, *Urban Geography*, 43:6, 917-943, DOI: 10.1080/02723638.2021.1887633.
- Danış, D. (2001). İstanbul'da Uydu Yerleşmelerin Yaygınlaşması: Bahçeşehir Örneği. F. Gümüsoğlu içinde, *21. Yüzyıl Karşısında Kent ve İnsan* (s. 151-160). İstanbul: Bağlam.
- Erkul, A. (2013). Konut Tercihi ve Sosyo-Mekansal İlişkilerde Kültürel Sermayenin Rolü: Kuru Sitesi ve Or-An Sitesi Örnekleri Üzerinden Bir Karşılaştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (4), 625-647.
- Fine, B. (2011). *Sosyal Sermaye Sosyal Bilime Karşı*. (A. Kars, Çev.) İstanbul: Yordam Kitap.
- Kaya, A. (2014). Pierre Bourdieu'nün Pratik Kuramının Kilidi: Alan Kavramı. *Ocak ve Zanaat: Pierre Bourdieu Derlemesi* (3. Baskı b., s. 397-421). içinde İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kurtuluş, H. (2005). İstanbul'da Kapalı Yerleşmeler: Beykoz Konakları Örneği. H. Kurtuluş içinde, *İstanbul'da Kentsel Ayrışma* (s. 161-187). İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Küçük, M. (2021). Mekânsal Dönüşüm ve Kentsel Ayrışma (İstanbul-Zeytinburnu Örneği). Yayımlanmamış Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Magne, F., Vegard, J. ve Lennart, R. (2019). Class and status: On the misconstrual of the conceptual distinction and a neo Bourdieusian alternative. *The British Journal of Sociology*, 70(3), 816-866. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12508>
- Özet, İ. (2018). *Kentli Mübafazakarlarda Habitus Dönüşümü: Fatih ve Başakşehir Örneği*. Isparta: Yayımlanmamış Doktora Tezi: Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu Sosyolojisinde "Habitus", "Sermaye" ve "Alan" Üzerine. *Liberal Düşünce*, 61-62, 121-141.
- Stavrides, S. (2016). *Kentsel Heterotopya: Özgürleşme Mekanı Olarak Eşikler Kentine Doğru*. (A. Karatay, Çev.) İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Swartz, D. (2013). *Kültür ve İktidar: Pierre Bourdieu'nün Sosyolojisi*. (E. Gen, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.
- Tan, M. (2021). Kültürel Sermayenin Kişilerarası İlişkilere Etkisi: Bourdieucu Bir Yaklaşım. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2016-2037.
- Türk, E. (2015). Sosyolojik Düşüncede Sosyal Sermaye Tartışmaları: Pierre Bourdieu ve James Samuel Coleman Bağlamında Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 1 (2), 127-149.

## EXTENDED SUMMARY

The analysis of social classes or groups refers to lifestyle, income, and social status. Social classes can be defined within the framework of "similar locations" that provide "similar living conditions and conditioning" in space, thus creating "similar predispositions" and accordingly "similar practices" (Swartz, 2013, p. 201). On the other hand, as Bourdieu (2015) points out, while most consumer behaviour is related to income level, the cultural predispositions this relationship brings are also noteworthy. According to Bourdieu, this situation reveals the opposition of luxury (welfare) favouritism and compulsory favouritism. This opposition occurs between individuals with material conditions that allow for status distinction and those who do not have such luxury or prosperity. "Cultural consumption and lifestyle habits" are distributed across social classes along similar axes, and structural compatibility exists. In addition, cultural and symbolic capital, which is a dimension of everyday life, reinforces cultural symbols, practices and social distinctions. According to Bourdieu, "Social class relations manifest themselves symbolically in the context of status relations, constructing a lifestyle in social space or a 'status' by which differentiated lifestyles categorise groups. In this context, 'habitus of social classes', their attitudes towards space express their perceptions of belonging to certain social groups and not belonging to others" (Özet, 2018, pp. 42-46). Based on this basic thesis, the study analyses 'cultural consumption and lifestyle habits'. Firstly, a theoretical discussion is carried out depending on the thesis. The main lines of the theoretical framework are Pierre Bourdieu's theses on 'cultural capital, lifestyle habits and the perception of obligatory-luxury taste'. They are related to the subject of the study. Secondly, depending on the subject and scope of the study, field research was conducted in Zeytinburnu, the district of Istanbul. In collecting quantitative data, a questionnaire was applied to 772 people with the "stratified and simple random sampling" technique. The data were analysed through "status distribution, educational qualifications, spatial location and preferences, distribution of means of consumption and participation in cultural activities variables".

In the research findings, status indicators, spatial preferences and distribution of means of consumption are the main factors affecting the consumption behaviour and lifestyle of social classes or groups. Moreover, collective means of consumption are essential in the lives of social classes and are related to economic capital and social expectations. Another point is that the fact that the interviewees mostly (85.4%) describe their leisure time as "visiting relatives and friends" shows that they build their social capital through "acquaintance and relationship networks". Another rate is that the interviewees spend their free time (61.9%) in shopping centres (AVM). This result tells us about the evolution of social lifestyle habits with the change in today's perception of consumption. In the research findings, the spatial preferences of the interviewees (from neighbourhood to closed housing) tell us about both an income-oriented status and a lifestyle difference. In addition to this, we see that almost half of the interviewees (48.9%) express the way of socialising with their friends or family as "We go to house tours in the same neighbourhood/housing estate"; on the other hand, a significant difference emerges when the same question is compared according to those living in closed housing and those living in the neighbourhood. While most (27.2%) of those who live in closed houses (housing estates) answered, "We mostly meet to eat out", most (54.7%) of those who live in neighbourhoods answered, "We go on house trips in the same neighbourhood/housing estate". Again, participation in events such as "Cinema, Theatre, Concert, Exhibition, etc." is very rare for the closed housing communities (35.4%), while those living in the neighbourhood (39.9%) answered "We never go". Participation in such cultural events "once every two weeks" is determined as (21.2%) for those living in gated communities and (4.9%) for those living in the neighbourhood. Again, it has been determined that educational capital is an essential factor in the socialisation process and distribution of the interviewees to cultural activities. It indicates that the predispositions and habits of individuals will differentiate with the increase in educational capital.

The existence and size of capital differ in the classes analysed within the scope of the research. While economic position determines social class, cultural capital, which is the economy's composition, reveals class division and distinction. In other words, differences in economic capital lead to differences in the practices that constitute cultural and symbolic capital. As a result, classes with middle and high-income levels in society are free from any "cultural consumption practices or temporal restrictions" that may arise due to financial inadequacy. On the other hand, low-income classes aim to meet their basic needs instead of prioritising cultural consumption behaviours. Ultimately, the different dimensions of consumption habits or patterns determine and shape the correspondences between necessity taste (or compulsory taste) and luxury taste (or free taste).