AYRIM PRATİKLERİ ÜZERİNDEN BİR SINIF ANALİZİ DENEMESİ: İSTANBUL'DA YAPILAN BİR ARAŞTIRMA

2018-2020

Fatma Didem Yemeniciler
151154109

DOKTORA TEZİ
Sosyoloji Anabilim Dalı
Sosyoloji Doktora Programı
Danışman: Prof. Dr. Bahattin Akşit

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü
Eylül, 2021

AYRIM PRATİKLERİ ÜZERİNDEN BİR SINIF ANALİZİ DENEMESİ: İSTANBUL'DA YAPILAN BİR ARAŞTIRMA

2018-2020

Fatma Didem Yemeniciler
151154109
Orcid:0000-0002-4326-8467

DOKTORA TEZİ
Sosyoloji Anabilim Dalı
Sosyoloji Doktora Programı
Danışman: Prof. Dr. Bahattin Akşit

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü
Eylül, 2021



JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli "*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*" ile bildirilen 6689 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli "*Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge*" ile bildirilen 6689 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

TEŞEKKÜR

Engin birikim ve tecrübesi ile beni her daim yüreklendiren ve yönlendiren değerli tez danışmanım Prof. Dr. Bahattin Akşit'e, tezimin önemli basamaklarından biri olan Mütekabiliyet Analizini anlamam ve tezimde kullanmam için sabırla bana vakit ayıran ve süreci yönetmeme destek olan Prof. Dr. Murat Güvenç'e, her daim pozitif ve yapıcı tutumuyla değerli görüşlerini benimle paylaşan, tezimin saha çalışması sürecinde doğru kişilere ulaşmamı sağlayan Prof. Dr. Nurgün Oktik'e, tez izleme komitesinde görev alarak eleştiri ve katkıları ile farklı bakış açısı kazandıran Prof. Dr. Esra Köten'e içten teşekkür ve şükranlarımı sunarım.

İstatistik ile ilgili sorularımda bana ayırdığı kişisel zaman için Fikrimühim şirketi danışmanı Sayın Nurgül Usta'ya,

Saha çalışması sürecine dahil olup görüşlerini benimle paylaşan tüm değerli katılımcılara,

Üzerimdeki emekleri için başta Prof. Dr. Belma Akşit olmak üzere, Maltepe Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nün tüm değerli hocalarına,

Bu uzun süreçte bana gösterdikleri sabır, anlayış ve destekleri için tüm yakın dostlarıma,

Ve son olarak, bana hep inanıp güvendikleri, bu yolculukta güç verdikleri için anne ve babama teşekkürü borç bilirim.

Fatma Didem Yemeniciler

Eylül, 2021

ÖZ

AYRIM PRATİKLERİ ÜZERİNDEN BİR SINIF ANALİZİ DENEMESİ: İSTANBUL'DA YAPILAN BİR ARAŞTIRMA 2018-2020

Fatma Didem Yemeniciler
Doktora Tezi
Sosyoloji Anabilim Dalı
Sosyoloji Doktora Programı
Danışman: Prof. Dr. Bahattin Akşit
Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 2021

Bu tez, Pierre Bourdieu'nun metodolojisi ve kavramsal araçlarından yararlanarak İstanbul ilinde yaşayanlar üzerinden bir kültürel sınıf analizi denemesi yapmayı hedeflemektedir. Bu çerçevede Bourdieu'nun Fransa örneğinde yaptığı, "Ayrım" kitabına konu olan kültürel alan ve sınıfsal konumlar arasındaki homojenlik varsayımını temel alarak, aynı dinamiklerin Türkiye örneğinde geçerliliğini ve nasıl tezahür ettiğini incelemektedir. Bu çerçevede, Bourdieu'ya yönelik eleştirel yaklaşımlar ve literatürde yakın dönemli benzer kültürel perspektiften bakan çalışmalar da araştırmanın inceleme odağına dahil edilmiştir.

Dinsellik Türkiye tarihinde kültürel alanı şekillendiren önemli bir olgu olarak öne çıkmaktadır. Araştırmada cevap aranan önemli sorulardan birisi Türkiye'nin kültürel alanında etkin olan ve alanı şekillendiren sermaye türleri ve dinselliğin kültürel alanında bir sermaye türü olarak olarak işlev görüp görmediği sorusudur. Bu bağlamda, bir yandan Bourdieu'nun homojenlik tezinin geçerliliği sorgulanırken, sınıf konumları üzerinde etkili olası dinamikler de tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmada nicel ve nitel yöntemler bir arada kullanılmıştır. Niceliksel çalışmada internet üzerinden ulaşılan 604 kişiden anket yöntemi kullanılarak veri toplanmıştır. Niteliksel araştırma sürecinde ise toplam 32 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Verilerin analizi için SPSS, Nvivo programları kullanılmıştır. Aynı zamanda verilerin birbiri ile ilişkiselliğini görmeye imkân sunan Çoklu Mütekabiliyet Analizi tekniği kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda, incelediğimiz örneklem içinde kültürel alanda toplam yedi ana grup ortaya çıkmıştır. Bunlardan ikisi dindarlığa mesafeli dururken, üç grup dindar, iki grup ise ortada yer almıştır. Araştırmadan çıkan en belirgin sonuçlardan birisi Fransa örneğinde geçerli olan sermaye türlerinin ve homojenlik tezinin incelediğimiz örneklemde geçerli olmadığıdır. Bir başka sonuç ise dindar gruplar arasındaki belirgin ayrışmadır.

Anahtar Sözcükler: Pierre Bourdieu, sosyal sınıf, tabakalaşma, dindarlık, MCA.

ABSTRACT

A CLASS ANALYSIS STUDY ON DISTINCTION PRACTICES: A RESEARCH CONDUCTED IN ISTANBUL 2018-2020

Fatma Didem Yemeniciler
PhD Thesis
Department of Sociology
Sociology Programme
Thesis Advisor: Prof. Dr. Bahattin Akşit
Maltepe University Graduate School, 2021

This study aims to conduct a cultural class analysis on the people living in the city of Istanbul by using Pierre Bourdieu's methodology and conceptual tools. In this framework, the research focuses on testing the validity of the same dynamics in Turkish cases, based on the homogeneity assumption between the cultural space and class positions, which has been the main argument of Bourdieu's book "Distinction " where he presents the results of an empricial study in French society. Under this context, critical arguments against Bourdieu and recent studies from a similar cultural perspective in the literature are also included in the focus of the research.

Religiosity stands out as an important phenomenon that shapes the cultural field in the history of Turkey. One of the important questions to be answered in the research is the question of the types of capital that are active and shaping the cultural field of Turkey and whether religiosity functions as a type of capital in the cultural field. In this context, while the validity of Bourdieu's homogeneity thesis was questioned, possible dynamics affecting class positions were also tried to be determined.

Quantitative and qualitative methods were used together in the research. In the quantitative study, data was collected from 604 people who were reached over the internet using the questionnaire method. In the qualitative research process, in-depth interviews were conducted with a total of 32 people. SPSS and Nvivo programs were used for data analysis. At the same time, the Multiple Correspondence Analysis technique was used, which allows us to see the correlation of the data with each other.

As a result of the research, a total of seven main groups emerged in the cultural field within the sample we examined. While two of them were distant from religiosity, three groups were religious and two groups were in the middle. One of the most obvious results of the research is that the capital types and homogeneity thesis valid in the example of France are not valid in the sample we examined. Another result is the remarkable resolution within religious groups.

Keywords: Pierre Bourdieu, social class, stratification, religiosity, MCA.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI iii
TEŞEKKÜR iv
ÖZ v
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER vii
TABLOLAR LİSTESİ ix
ŞEKİLLER LİSTESİ xi
KISALTMALAR xii
ÖZGEÇMİŞ xiii
BÖLÜM 1. GİRİŞ 1
1.1. Problem 1
1.2. Amaç 13
1.3. Önem 14
1.4. Varsayımlar 14
1.5. Sınırlıklar 14
1.6. Tanımlar 15
BÖLÜM 2. KURAMSAL ÇERÇEVE 18
BÖLÜM 3. YÖNTEM 40
3.1. Araştırma Modeli 40
3.2. Evren ve Örneklem 44
3.3. Verilerin Toplanması 48
3.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması 50
BÖLÜM 4. BULGULAR 55
4.1. Grupların Tanıtımı 69
4.1.1. Birinci Grup (C1) 69
4.1.2. İkinci Grup (C2) 74
4.1.3. Üçüncü Grup (C3) 79
4.1.4. Dördüncü Grup (C4) 83
4.1.5. Beşinci Grup (C5) 88
4.1.6. Altıncı Grup (C6) 92
4.1.7. Yedinci Grup (C7) 97
4.1.7. Sekizinci Grup (C8) 101
4.1.8. Dokuzuncu Grup (C9) 106
4.1.9. Onuncu grup (C10) 111
4.1.10. Onbirinci Grup (C11) 115
4.1.11. On ikinci grup (C12) 120
4.1.12. On Üçüncü Grup (C13) 124

4.1.13. On dördüncü grup (C14) 129
4.1.14. On Beşinci Grup (C15) 133
4.1.15. On altıncı Grup (C16) 137
4.2. Grupların Karşılaştırmalı Analizi 142
4.2.1. Grup Tanımlamaları 144
4.2.2. Grupların demografik açıdan karşılaştırılması 146
4.3. Grupların Yaşam Pratikleri Açısından Karşılaştırılması 149
4.3.1. Yerel Kültüre İlişkin Pratikler 149
4.3.2. Kültürel Tüketim Pratikleri 151
4.3.3. Sağlıklı Yaşama Dair Pratikler 153
4.3.4. Küresel Kültüre Dair Pratikler 154
4.3.5. Lüks Tüketim Pratikleri 156
4.3.5.1. Boş Zaman Alışkanlıkları 158
4.3.5.2. Alışveriş pratikleri 159
4.3.5.3. Değerler 161
4.3.5.4. Sınırlar 169
4.4. İslam Dini Hakkında Düşünceler 173
4.5. Siyasetle İlgili Düşünceler 183
4.6. Hayata Dair Görüşler 192
4.7. Meslekler ve Tüketim Davranışları 197
4.8. Derinlemesine Görüşmeler Üzerinden Kelime Frekans Analizi 205
BÖLÜM 5: ÖZET DEĞERLENDİRME VE TARTIŞMA 208
BÖLÜM 6: SONUÇ VE ÖNERİLER 221
EKLER 225
EK 1-Derinlemesine Görüşme Formu 225
EK 2-Anket Formu 232
EK 3-Derinlemesine Görüşme Detaylı Katılımcı Listesi 240
KAYNAKÇA 243

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 3.1: Derinlemesine Görüşme Katılımcılar Listesi 47
Tablo 3.2: Örneklemin Demografik Yapısı 48
Tablo 3.3: Çma Analizinde Kullanılan Pratikler Listesi 53
Tablo 4.1: Mesleklere Göre Örneklemin Dağılımı 56
Tablo 4.2: Katılımcılar Kendisini Nasıl Tanımlıyor? (%) 57
Tablo 4.3: Kimlik/Alt Kimliklere Göre Özet Tablo 58
Tablo 4.4: Laik/Dindar/Müslüman Tanımlamaları 65
Tablo 4.5: Çma Analizinde Kullanılan Pratikler ve Sergilenme Sıklığı 67
Tablo 4.6: Grup 1 – Demografik Yapı 71
Tablo 4.7: Tüketim Alışkanlıkları 72
Tablo 4.8: Birinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 74
Tablo 4.9: Grup 2 – Demografik Yapı 75
Tablo 4.10: İkinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 76
Tablo 4.11: Tüketim Alışkanlıkları 77
Tablo 4.12: Grup 3 – Demografik Yapı 80
Tablo 4.13: Üçüncü Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 81
Tablo 4.14: Tüketim Alışkanlıkları 82
Tablo 4.15: Grup 4 – Demografik Yapı 84
Tablo 4.16: Dördüncü Grup Katılımcıların İnanç Ve Laikliğe Bakışı 85
Tablo 4.17: Tüketim Alışkanlıkları 86
Tablo 4.18: Grup 5 – Demografik Yapı 89
Tablo 4.19: Beşinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 90
Tablo 4. 20: Tüketim Alışkanlıkları 91
Tablo 4.21: Grup 6 – Demografik Yapı 94
Tablo 4.22: Altıncı Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 95
Tablo 4.23: Tüketim Alışkanlıkları 96
Tablo 4.24: Grup 7 – Demografik Yapı 98
Tablo 4.25: Yedinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 99
Tablo 4.26: Tüketim Alışkanlıkları 100
Tablo 4.27: Grup 8 – Demografik Yapı 102
Tablo 4.28: Sekizinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 103
Tablo 4.29: Tüketim Alışkanlıkları 104
Tablo 4.30: Grup 9 – Demografik Yapı 107
Tablo 4.31: Dokuzuncu Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 108
Tablo 4.32: Tüketim Alışkanlıkları 110
Tablo 4.33: Grup 10 – Demografik Yapı 112
Tablo 4.34: Onuncu Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 113
Tablo 4.35: Tüketim Alışkanlıkları 114
Tablo 4.36: Grup 11 – Demografik Yapı 116
Tablo 4.37: On Birinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 117
Tablo 4.38: Tüketim Alışkanlıkları 119
Tablo 4. 39: Grup 12 – Demografik Yapı 121
Tablo 4.40: On İkinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 122
Tablo 4.41: Tüketim Alışkanlıkları 123
Tablo 4.42: Grup 13 – Demografik Yapı 125
Tablo 4.43: On Üçüncü Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 126

Tablo 4.44: Tüketim Alışkanlıkları 128
Tablo 4.45: Grup 14 – Demografik Yapı.....130
Tablo 4.46: On Dördüncü Grup Katılımcıların İnanç Ve Laikliğe Bakışı 131
Tablo 4.47: Tüketim Alışkanlıkları 132
Tablo 4.48: Grup 15 – Demografik Yapı.....134
Tablo 4.49: On Beşinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 135
Tablo 4.50: Tüketim Alışkanlıkları 137
Tablo 4.51: Grup 16 – Demografik Yapı.....139
Tablo 4.52: On Altıncı Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı 140
Tablo 4.53: Tüketim Alışkanlıkları 141
Tablo 4.54: Karşılaştırmalı Demografik Tablo.....147
Tablo 4.55: Karşılaştırmalı Müslümanlığa Bakış 148
Tablo 4.56: *Karşılaştırmalı Dindarlığa Bakış*.....149
Tablo 4.57: Karşılaştırmalı Laikliğe Bakış.....149
Tablo 4.58: Saygıdeğer Bir İnsanda Aranan Özellikler (%).....162
Tablo 4.59: Cinsiyet Ve Kültüre Dair Önermeler % 165
Tablo 4.60: Komşu Olarak İstenmeyen Gruplar % 170
Tablo 4.61: Din İle İlgili Önermeler.....174
Tablo 4.62: İki Araştırma Sonuçlarının Karşılaştırılması.....178
Tablo 4.63: Sizce Türkiye'nin En Büyük Sorunu Nedir? (%).....184
Tablo 4.64: Sevilen Politikacılar (%) 185
Tablo 4.65: Politikacıda Aranan Özellikler (%) 192
Tablo 4.66: İmkanı Olsa Ne Yapmak İster? (%) 193
Tablo 4.67: Sosyal Medyada Takip Edilen Konular (%).....194
Tablo 4.68: Sosyal Çevre – Sosyal Ortamda Görüşülen Kişiler (%).....195
Tablo 4.69: Mizah Anlayışı (%) 196
Tablo 4.70: Beğenilen Müzik Sanatçıları (%) 197
Tablo 4.71: Mesleklere Göre Her Gün Yapılan Pratikler (%).....201
Tablo 4.72: Mesleklere Göre Hiç Yapılmayan Pratikler (%) 202
Tablo 4.73: Meslek ve Dindarlığa Göre Çapraz Tablo, Hiç Yapılmayan Pratikler (%).203

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 4.1. Dendogram 66
Şekil 4.2: 16 Gruplu ÇMA Haritası 143
Şekil 4.3: Birleştirilen Gruplar.....143
Şekil 4.4: 7 Gruplu Özet ÇMA Haritası 144
Şekil 4.5: Yerel Kültüre Dair Pratikler 151
Şekil 4.6: Kültürel Tüketime Dair Pratikler.....152
Şekil 4.7: Sağlıklı Yaşam Pratikleri.....154
Şekil 4.8: Küresel Kültüre Dair Pratikler.....156
Şekil 4.9: Lüks Tüketim Pratikleri.....157
Şekil 4.10: Boş Zaman Alışkanlıkları.....159
Şekil 4.11: Alışveriş Pratikleri.....160
Şekil 4.12: Saygıdeğer Bir Kadın Ve Erkekte Aranan İlk Beş Özellik (%) 163
Şekil 4.13: Kelime Frekans Analizi 206
Şekil 4.14: Üst Sosyoekonomik Statüdeki Dindarların Kelime Frekans Analizi 206
Şekil 4.15: Orta ve Alt Sosyoekonomik Statüdeki Dindarların Kelime Frekans Analizi207
Şekil 5.1: 7 Gruplu Özet ÇMA Haritası 208

KISALTMALAR

TUİK : Türkiye İstatistik Kurumu

ÇMA : Çoklu Mütekabiliyet Analizi

MA : Mütekabiliyet Analizi

MCA : Multiple Correspondance Analysis

TUSIAD : Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği

MUSIAD : Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği

AYKA : Avrupa Yaşam Kalitesi Araştırması

CHP : Cumhuriyet Halk Partisi

AKP : Adalet ve Kalkınma Partisi

HDP : Hakların Demokratik Partisi

ÖZGEÇMİŞ

Fatma Didem Yemeniciler

Sosyoloji Anabilim Dalı

Eğitim

DereceYılÜniversite, Enstitü, Anabilim/Anasanat Dalı
Y.Ls.2015Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı
Ls.1994Marmara Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi
İktisat (İngilizce) Anabilim Dalı
Lise1990 Kadıköy Anadolu Lisesi

İş/İstihdam

YılGörev
2018-devam Nacora Sigorta Brokerlığı A.Ş.
Genel Müdür

Mesleki Birlik/Dernek Üyelikleri

YılKurum

2016 Anadolu Güneşi Derneği (Kurucu Üye)
2017 Kadıköy Anadolu Lisesi Mezunlar Derneği (KALID)
2017 International Sociological Organization

Alınan Burs ve Ödüller

Yayınlar ve Diğer Bilimsel/Sanatsal Faaliyetler

Maltepe Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Dergisi, 2018
Ayrım Perspektifinden (Yeni) Orta Sınıfa Bakış

BÖLÜM 1. GİRİŞ

Toplum içindeki bazı birey ya da gruplar, diğerlerine göre fayda ve seçeneklere erişim konusunda daha çeşitli kaynak ve imkanlara sahip olabilir. Sınıf ve tabakalaşma kuramları, bazılarının diğerlerine göre neden daha fazla olanağa sahip olduğuna cevap vermek ile ilgilenir. Buradaki kilit soru, bireyler arasındaki bu eşitsizliğin nasıl oluştuğu ve kuşaktan kuşağa nasıl aktarıldığı, yani yeniden üretim sürecidir. Bu soruya cevap bulmak için ise, o toplumun içindeki sınıf ve tabakalaşma dinamiklerini iyi analiz etmek gerekir.

Bu araştırma, Türkiye gibi geleneksel ve batı kaynaklı kültür alanlarının eş zamanlı olarak var olarak sürekli değişim ve dönüşüm içinde olduğu, endüstrileşme süreçleri ile görece geç tanışan bir toplumda, sınıf ve tabakalaşma dinamiklerini kültürü dikkate alan kuramsal perspektiften mercek altına almayı hedeflemektedir. Bu amaçla, bu bölümde bu tezi yazma gerekçelerini içeren problem, amaç, önem, varsayımlar, sınırlılıklar ile tanımlar bölümlerine yer verilmiştir.

1.1. Problem

Tabakalaşmış sosyal ilişkiler, eşitsizliğin bazı boyutlarında sosyal farklar hiyerarşik biçimde organize olarak oluştuğunda ortaya çıkar. Toplumsal eşitsizliğin birçok boyutu mevcuttur. Zira toplum, burada birçok farklı kaynak ve referansı dikkate alır. Kültürel, sosyal ve ekonomik olabilecek bu referansların hepsi sosyal ilişkilerimizde tabakalaşmaya olanak verir (Bottero, 2005).

Eşitsizlik üzerine düşüncelerin tarihine baktığımızda, karşımıza çıkan önemli düşünürlerden birisi Fransız Devrimi'ne düşünce öncülüğü yapmış isimlerden olan Jean-Jacques Rousseau'dur. 1712-1778 yılları arasında yaşamış olan Rousseau, İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı (Discurs sur I'Inegalite) eserinde yer alan konuşmasında, Dijon Akademisi tarafından sorulan, "İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı Nedir ve Bu Eşitsizlik Doğa Kanununa Mı Dayanır" sorusuna cevap aramıştır. Bu sorgu, Rousseau'nun diğer başyapıtlarından birisi olan "Toplumsal Sözleşme" için bir temel

oluşturma niteliği taşır. Rousseau, insan türünde iki temel eşitsizlikten söz eder. Bunlardan biri doğa tarafından getirilen fiziki eşitsizlik iken, diğeri insanların uzlaşması ile kurulmuş olan ve Rousseau tarafından manevi ya da politik eşitsizlik olarak tanımlanan eşitsizliktir. Rousseau'ya göre, uygarlıktaki ilerlemeler, eş zamanlı olarak ikinci tür eşitsizlikleri de arttırmaktadır. İlk insan toplumlarının en mutlu olduğu çağ, doğaya karşı ilerlediği zamanlar olmakla beraber, ilk düşkünlükler de bu dönemlerde ortaya çıkmıştır. Özel mülkiyetin ortaya çıkmasıyla, varlık sahibi olanlar, mülkiyetlerini korumak amacıyla insanlar arası bir sözleşme ile devlet kurumunu meydana getirmeyi düşünmüşlerdir. Ancak, bu sözleşme, Rousseau'ya göre hilelidir ve zorbalığa yol açmıştır. Rousseau, bu sözleşmenin yerine, herkesin özgürlüğünün korunacağı yeni bir sözleşme önermektedir (Rousseau, 2018, s. 87-91).

Eşitsizlik konusunun akademik çalışmalar içinde yer alması on dokuzuncu yüzyılın sonları ve yirminci yüzyılın başlarına tekabül etmektedir. Bu dönemde, literatürü besleyen çalışmalar Bottero'ya göre, Durkheim, Marx, Weber ve sonrasında Parsons'ın çalışmalarıdır (Bottero 2005:34). İlerleyen dönemlerde, eşitsizlikler ve tabakalaşma ile ilgili kuramlar, konuya yaklaşım şekli bakımından ele alındığında, iki kol üzerinden ilerlemiştir. Yapısal *(structural)* yaklaşımlar -ki klasik yaklaşımlar bu kategoride değerlendirilebilir- bilinirlik bakımından öncelikli sıradadır. Diğer yaklaşım şekli ise, ilişkisel *(relational)* yaklaşımdır. Bu yaklaşımda, gruplar arası sosyal ilişkilerin yakınlığı ya da uzaklığı üzerinden sosyal konumlar belirlenir. Pierre Bourdieu'nun çalışmaları bu yaklaşıma örnek niteliğindedir. Sosyal davranış, tüm kategoriler arasındaki uzaklığı belirleyen ana etmendir. İlişkisel yaklaşım bir anlamda yapısal yaklaşımın konuyu ele alış şeklini tersine çevirmektedir (Bottero, 2005). Parkin'e göre, tabakalaşma kuramı daha ilkel olanlardan daha karmaşık durumlara doğru yükselen bir gelişme kalıbını yansıtacak bir bilgi yığını olma anlamında herhangi bir tarihe sahip değildi (Parkin 2014; 647). Parkin'in bakış açısından, günümüzde sınıf ve tabakalaşma çalışmalarının çoğunun kökeni, yapısal yaklaşımı benimseyen Marx, Weber ve Pareto'nun yazılarında gizlidir. Özellikle, Marx ve Weber'in yaptıkları kapsayıcı etki, konunun gelişmesi üzerinde herhangi bir başka dönemden daha belirgindir (Parkin, 2014). Parkin, klasik kuramcıların modern toplumların sınıf çözümlemesi için çağdaşlarına hangi kavram cephanesini bıraktığını sorgular. Parkin'e göre bu cephanenin yetersizliği konusunda belki de eski kuramcıları değil de yenileri eleştirmek gerekir. Zira, aralarında Tönnies, Comte,

Spenser'in da olduğu birçok klasik kuramcının eserleri günümüz kuramcıları tarafından yeterince derinleştirilememiştir ve günümüz tabakalaşma çalışmalarında çoğunlukla dikkate alınan kuramcılar Marx, Weber ve Pareto ile sınırlı kalmıştır (Parkin, 2014, s. 647).

Durkheim'in sınıf ve tabakalaşma konusuna yaklaşımı özellikle "Toplumda İş bölümü" eserindeki önsözde oldukça açık olarak ifade edilmiştir. Bunun dışında "İntihar" ve başka eserlerinde de sınıf ve tabakalaşma ile ilgili konulara değinilmiştir. Durkheim, sınıf çatışmasının sanayi toplumunun ilerleyen dönemlerinde zayıflayacağı öne sürmüştür. Zira, devletin çatışmayı kurumsallaştırma yönünde bir takım kontrol mekanizmaları getireceği ve başarı temelli sosyal hareketliliğin sonuçta doğuracağı eşitsizliklerin, farklı yetenek, kapasite ya da çabaya atfedilmek suretiyle meşrulaştırılacağını düşünmektedir (Akt. Grusky & Galescu, 2014). Grusky ve Galescu'ya göre, Durkeim'ın sınıf analizi, eşzamanlı olarak iki alana katkıda bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, uzun vadede büyük sınıfların varlıklarını sürdürmelerini zorlaştıracak toplumsal güçler hakkında bir makro düzey açıklama, diğeri ise üretim alanında ortaya çıkması beklenen küçük sınıflar hakkında bir mikro düzey açıklamadır (Grusky & Galescu, 2014, s. 78).

Sınıf ve sınıf çatışmalarının merkezi rol oynadığı düşünce ekollerinden en önemlisi, Marx'ın çalışmaları ve bunun üzerine temellenen Marx ekolüdür. Neo Marxist ekolün öncülerinden Eric Olin Wright'a göre, sınıf konusunda en sistematik ve detaylı analizler Marx'ın çalışmalarında yer alır (Wright, 2004, s. 1). Marx, sınıflar arasındaki ayrımı mülkiyet ve sömürü ilişkileri üzerinden anlatmaya çalışmıştır. Köle ve köle sahipleri birer sınıftır, zira aradaki mülkiyet sahipliği farklılığı sömürü ortamını yaratmaktadır. Ev sahibi ya da evsiz arasında ise, mülk sahibi olmak açısından bir farklılık bulunsa bile sömürü ilişkisi olmadığı sürece, sınıfın varlığından söz edilemez (Wright, 2004). Kapitalist bir toplumda sömürü, üretim araçları üzerindeki mülkiyet hakları üzerinden tanımlanır. Buna göre, kapitalist toplumda üç sınıfın varlığından söz etmek mümkündür. Bunlar, üretim araçlarının sahibi olan ve buna bağlı sömüren tarafta yer alan kapitalistler, üretim araçlarına sahip olmayan ve kendi emeklerini satarak para kazanan işçiler ve toprak sahipleridir (Marx, 1990). Buna rağmen, Marx'a göre, İngiltere gibi ekonomik olarak gelişmiş bir toplumda bile sınıflardaki tabakalaşma en saf biçimi içinde görünmez ve tabakalar arası sınır çizgileri zayıftır (Marx, 1990, s. 772). Sınıflar

arasındaki ilişkiyi sömürü üzerinden incelemek, işçi ve kapitalistler arasındaki sistemin gereği olarak doğal bir çıkar çatışması olduğunu iddia etmek anlamına gelir. Bu çıkar çatışması, işçilerin maaşları üzerinden değil, o maaşı kazanmak için işe harcanan süre üzerinden yürür. Kapitalistlere göre, işçinin işe ayırdığı süre ve emek hiçbir zaman yeterli değildir ve kapitalist sürekli olarak bunu arttırmanın yollarını sorgular (Wright, 2004). Marx sınıf çıkarının esas temelinin mülkiyet olduğunu düşünmüştür. Buradan hareket ile, mülkiyet ilişkilerinin olmadığı bir toplumda sınıflar ve dolayısı ile de sömürünün olmayacağına inanır. Bu toplumda artık değer hak ettiği gibi emekçiye ait olacaktır ve kapitalistler tarafından el konulamayacaktır. Marx'a göre, devletin rolü güçlü olan sınıfın çıkarlarını korumaktan ibarettir (Akt. Wallace & Wolf, 2015: s.141). Bu sebeple, sınıfsız toplumların ortaya çıkması, gelecekte devletin ortadan kalkacağı anlamına gelmektedir. Yalnızca mülkiyet farklılıklarının ortadan kalkmasının sınıf konumlarını ortadan kaldıracağı görüşü birçok sosyal bilimci tarafından yeterli bulunmayarak sorgulanmıştır (Wallace & Wolf, 2015). Marx da tıpkı Rousseau gibi eşitsizliğin kaynağını özel mülkiyette görse de, probleme bulduğu çözüm açısından Rousseau'dan farklılaşır. Zira, Marx'ın devlet kurumunun iyileştirilebileceğine dair bir umudu yoktur.

Weber, tıpkı Marx gibi mülkiyetin sınıf konumlarının belirlenmesinde önemli bir yere sahip olduğuna inansa da bunun yanında geçerli olacak başka dinamiklerin de varlığına dikkat çekmiştir. Güç kavramına yoğunlaşan Weber, sınıf konumunu belirleyici olarak mülkiyet araçlarına sahip olup olmama durumunun yanında, iktidar ve statü konumlarının varlığını öne çıkartır (Akt. Ünal, 2011, s. 34). Weber'e göre, yasal otorite, her türlü gücün, ekonomik olsun ya da olmasın, dağılımını doğrudan etkiler (Weber, 1978, s. 926). Ekonomik olarak şekillenen güç, kuşkusuz diğer güç türleri ile aynı değildir. Tam tersine, ekonomik gücün varlığı, diğer alanlardaki gücün kaynağı da olabilir. Bireyler sadece kendilerini ekonomik anlamda zenginleştirmek amaçlı olarak gücün peşinde koşmazlar. Güç, bazen sadece ona sahip olmak için de talep edilebilir. Güce sahip olmak, bazen beraberinde bir toplumsal statü sağlasa da, bu durum her zaman böyle olmak zorunda değildir (Weber, 1978). Marx'ın Kapital'in üçüncü cildinde "sınıf konumlarını belirleyen nedir" sorusuna verdiği cevap yarım kalmıştır. Weber ise sınıf konumunun piyasa konumu tarafından belirlendiğini açıklıkla dile getirir. Weber'in terminolojisinde sınıflar birer topluluk değildir. Bir sınıfın varlığından söz etmek için, benzer yaşam şanslarına sahip bireyler, bu bireylerin ekonomik çıkarlar ve gelir

kaynaklarında benzerlik ile mal veya emek piyasalarında ortak konuma sahip olmaları gereklidir. Her koşulda, mülk sahibi olmak ya da olmamak tüm sınıf konumlarının ana belirleyici unsurudur. Mülkü olmayan bireyler ise, pazara sundukları hizmetin özelliklerine göre farklılaşırlar ve pazar içindeki kaderleri belirlenir. Buradan hareket ile, sınıf konumu aslında bir piyasa konumudur (Weber, 1978). Ünal'a göre, Marx ve Weber arasındaki temel farklılık Marx'ın önceliği toplumsal yeniden üretime ve bireylerin toplumsal sınıf kökenine vermesine karşılık, Weber'in mülkiyet ve üretim sınıfları arasındaki ayrım ve zaman zaman kesişmeden doğan toplumsal hareketliliği öne çıkarmasıdır (Ünal, 2011, s. 40).

Çağdaş tabakalaşma kuramlarının klasik kuramlardan nasıl etkilendiğine baktığımızda, temel kırılım Amerikan ve Avrupa yaklaşımlarında ortaya çıkmaktadır. Bu farklılık öncelikle birbirine bağlı "Sınıf" ve "Statü" terimlerinin kullanımında kendini belli etmektedir.

Amerikan yaklaşımında, tartışmanın ana konusu, sınıfların aile, kilise gibi gerçek varlıklar mı yoksa istatistiksel ve bir anlamda düşsel gruplar mı olduğudur. Burada Weber'in yaklaşımı Amerikan sosyologları arasında oldukça ilgi görmüştür. Ancak, Weber'in bazı kilit fikirlerinin Amerikan tabakalaşma kuramına ışık tutma sürecinde bazı değişikliklere uğradığı da başka bir gerçektir. Zira, Amerikan yaklaşımında benzer yaklaşımları olmasına rağmen Weber, tümüyle Marx'dan arındırılmış haliyle alınmıştır (Parkin, 2014). Amerikan ekolünün önde giden isimlerinden Talcott Parsons, sınıf konumları ile mülkiyet arasındaki ilişkiyi tamamen yok sayar. Parsons, Amerikan İşlevselci kuramın temsilcilerinden olup, Ünal'a göre, sınıf analizine bu çerçevede yaklaşımıyla Comte, Spenser ve Durkeim'in izinden gitmektedir (Ünal, 2011, s. 47). Parsons'a göre, tabakalaşma sosyal sistemin bütünlüğüne ait bir hiyerarşidir ve bu hiyerarşi ortak bir değerler sistemine bağlı olarak toplumsal tabakalaşmanın temeline sosyal rolleri oturtmaktadır (Akt. Ünal, 2011, s. 47). Parsons, Amerikan toplumundaki üretim araçlarının hareketliliğine dikkat çeker ve "sınıf" yaklaşımının Sanayi Devrimi'nden itibaren günümüze kadar olan süreçte, tabakalaşma sistemlerinin oluşmasında bir geçiş evresi kavramı olduğunu öne sürer. Sınıf kavramının çıkış noktasını ise, Avrupa toplumundaki aristokrat ve sıradan halk arasındaki bölünme olarak ele alır. Günümüzde gelinen noktada, artan iş bölümü ve mesleklerin çeşitlenmesi, kontrol edenler ve kontrol edilenler arasındaki ayrımı ortadan kaldırmıştır. Gelir kaynaklarının

sahip olunan mülkler üzerinden değil de icra edilen mesleklere bağlı olarak farklılık göstermesi ise, Marx'ın sömürülen proleter işçisinden, statü konumu ve geliri yüksek bir maaşlı çalışana geçiş sağlamıştır (Parsons, 1977).

Avrupa ekolünde ise, Weber ve Marx'ın izinden giden çalışmalar mevcuttur. John Goldthorpe'un çalışmaları Neo Weberci yaklaşıma örnek sayılabilirken, Neo Marxist çizgide Eric Olin Wright ve Guglielmo Carchedi'nin çalışmaları referans alınabilir. Pierre Bourdieu'nun yaklaşımı ise, tüm bunlardan farklı olarak Marx ve Weber'in yaklaşımları üzerinden yapılan bir sentez gibi düşünülebilir.

Goldthorpe ve arkadaşları tarafından geliştirilen sınıf şeması, son yirmi yıldır empirik sınıf analizlerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Breen'e göre, Weber'den ilham alan bir sınıf analizinin ayırt edici noktası, "sınıfların yaşam fırsatlarını şekillendirdiği ölçüde ilgiye mazhar" olmasıdır (Breen, 2014, s. 55). Goldthorpe'un sınıf şemasının amacı, emek piyasaları ve üretim birimlerindeki konumları ayırt etmek ya da bu konumların farklarını, yol açtıkları istihdam biçimleri açısından açıklamaktır (Akt.Breen, 2014, s. 56). Sınıfların yakaladığı iki temel ayrım, üretim araçlarına sahip olanlar ve olmayanlar arasındaki ayrım ile, üretim araçlarına sahip olmayanların işveren ile ilişkiler açısından konumlarındaki farklılıklardır. Burada, denetim konusu devreye girmektedir. İşveren, çalışanların çalışma saatleri içinde, kendi çıkarlarına uygun olarak davrandığından emin olmak çabasındadır. Goldthorpe'a göre, işler arasındaki ayrımın kritik boyutunu işin özelliği, başka bir deyişle varlığa özgülüğü belirler (Akt. Breen, 2014, s. 56). Varlığa özgülük, bir işin genel ve standart olmadığı ve herkes tarafından kolaylıkla icra edilemeyeceği, belirli vasıflar gerektirdiği anlamına gelmektedir. İşveren, bu vasıfları emek piyasasında kolaylıkla bulamayacağının farkında olarak, çalışanı elinde tutabileceğinden emin olmak ister. Denetim zorlukları da işte bu anlamda, yapılan işin standart olmamasından ötürü ortaya çıkar. Çalışanın işverenin çıkarları doğrultusunda davranmak için teşvik edilmesi, bu sorunları giderir. Bu teşvik çalışan için de avantajlı maddeler içeren bir iş sözleşmesinin varlığı anlamına gelmektedir. Sonuç olarak, Goldthorpe ve arkadaşlarının sınıf şemasında varlığa özgülük ve denetim zorluğu, belirleyici kriterler olarak yer alır. En ayrıştırılmış haliyle bu şema, on bir sınıfı ortaya koyar ancak zaman zaman yedi ve dört sınıfa indirgenmiş versiyonları da kullanılabilmektedir (Breen, 2014).

Marxist ekolün düşünürlerinden Eric Olin Wright, Marxist sınıf kavramsallaştırmasının en can alıcı noktasının sömürü kavramı olduğunu öne sürer. Wright'a göre, modern toplumlarda sömürü merkezli bir sınıf kavramı, birçok meselenin açıklanması için teorik anlamda güçlü araçlar sunmaktadır (Wright, 2014, s. 17). Wright, Marxist geleneği anlamak için öncelikle sınıf analizinin altında yatan eşitlikçilik tezi üzerinde durur. Bu tez, radikal eşitlikçilik tezi, tarihsel imkân tezi ve anti kapitalizm tezi olarak üç aşamalıdır. Radikal eşitlikçilik tezine göre, insani gelişme, yaşamın maddi koşullarının adilce bölüşülmesiyle büyük ölçüde güçlenecektir. Bu güçle toplumun üretken kapasitesi arttıkça ve mutlak kıtlık azaldıkça, radikal eşitlikçilik giderek daha da uygulanabilir hale gelecektir. Kapitalizmin doğası, yaşamın maddi koşullarının eşitlikçi bir biçimde bölüşülmesini engellemektedir. Kapitalizm, her ne kadar insani üretkenlik kapasitesini arttırmış olsa da diğer yandan eşitlikçiliğe gerçekten ulaşılmasını engelleyen kurum ve iktidar ilişkilerini eş zamanlı olarak yaratmaktadır. Wright, sınıf analizinin kavramsal temelinde, sınıf ilişkilerini ve sınıf yapısını anlama sorunu olduğunu düşünmektedir (Wright, 2014). Wright'a göre, Marxist gelenek, çağdaş toplumlardaki çelişkiler ve sorunların analizinde merkezi bir noktada durmaktadır ve demokratik toplumların geleceği için önem arz etmektedir (Wright, 2004, s. 251). Sınıf, normatif olarak belirlenmiş bir kavramdır ve zulüm, sömürü ve tahakküm kavramları üzerinde yükselmektedir. Wright'ın özellikle üzerinde durduğu konulardan birisi de sınıf konumlarının kavramsallaştırılmasıdır. Klasik Marxist gelenekte kapitalistler ve işçilerden oluşan temel bir toplumsal sınıf yapısı mevcuttur. Orta sınıf yöneticiler ve profesyonellere atıfta bulunan analizler de vardır ancak bunlar hiçbir zaman kavramsal bir statüye sahip değildir. Analiz içindeki boş konumlar ise, belirli üretim ilişkileri içinde, sosyal mülkiyet ilişkileri tarafından tanımlanır. Bireyler, bu boş konumlara üretim araçları ile olan direkt ilişkilerine göre yerleştirilir. Her birey, bir tek anda, ancak tek bir sınıfa dahil olabilir. Wright, bu geleneksel yaklaşımı iki şekilde yeniden inşa etmeyi hedefler. Bunu yaparken, öncelikle sömürü ilişkilerinden yola çıkarak, çok boyutlu bir sınıf konumları tablosu öne sürer. Goldthorpe'un şemasındaki işin varlığa özgülüğü ve denetime olanak sağlaması kriterinin yerini, Wright'ın yaklaşımında sömürü ilişkileri alır. Çalışan, sahip olduğu otorite ve diğerlerini kontrol etme yetkileri çerçevesinde sınıf konumunu kazanır. Böylece, orta sınıf sadece kapitalist ve işçi arasında kalan bir ara konum olmaktan çıkararak, sömürü ve tahakküm ilişkileri çerçevesinde tablodaki yerini

alır. Geleneksel yaklaşımda, boş konumlar bundan böyle tek sınıf konumuna indirgenemez (Wright, 2004). Sınıf konumları hakkında geleneksel Markxist yaklaşımın farklı ele alındığı bir diğer alan da ara sınıf konumlarıdır. Bireye sınıf konumunu kazandıran bir diğer etken de yaşam tecrübesi ve sahip olduğu maddi olanaklardır. Bir sınıf konumunda olmak, belirli eylemleri eylemek ve belirli eylemlerin bireyin başına gelmesidir. Sosyal ilişkiler üzerinden kazanılan işler buna örnek olabilir. Burada ailenin bireye sağladığı sosyal konumunu belirleyici ilişki imkânları da önemlidir. Bazı aileler içindeki bireyler, sahip oldukları işler dikkate alındığında farklı sınıflara bağlı olabilirler. Bu ailelerdeki bireyler hem direkt hem de ara sınıf konumuna sahip olabilir. Bu da sınıf analizine mikro bakışta özellikle toplumsal cinsiyet alanında yeni bir karmaşıklık seviyesinin önünü açar (Wright, 2004).

Guglielmo Carchedi de, tıpkı Wright gibi Marxsist geleneği devam ettirerek yeni bir orta sınıf arayışının peşine düşer. Carchedi'ye göre yeni orta sınıf üretim araçlarına sahip olmadığı halde sermayenin küresel fonksiyonunu yerine getiren sınıf olarak modern toplumlarda yükselmeye devam etmektedir (Carchedi, 2006). Carchedi analizinde ekonomik yapıyı temel alarak üretim ilişkileri üzerinden ilerler. Klasik Marxsist yaklaşım ile sosyal ilişkiler ve üst yapıyı (politik ve ideolojik) ekonomik alt yapı üzerine yerleştirir. Carchedi'nin temel sorusu, yeni orta sınıfın nasıl olup da emek gücünün üzerinde bir gelire sahip olduğudur. Cevabın en kilit noktası, bu sınıfa mensup bireylerin hem işçi hem de sermayenin küresel işlevini yerine getiriyor konumda olmasıdır. Yeni orta sınıf, üretim araçlarına sahip olmadıkları halde, çalışmaya ayırdıkları sürenin bir kısmını sermayenin fonksiyonunu yerine getirmeye ayırmaktadır. Bu da aldıkları ücretin iki farklı bileşenini gözler önüne sermektedir. Bunlardan birincisi, işçi rollerine atfen ödenen kısım iken, diğeri sermayenin fonksiyonu olmaktan dolayı hak ettikleri gelir tutarıdır. Bu sebeple de gelirleri, klasik işçi sınıfının gelirinin üzerinde kalmaktadır. Zaman işinde görev dağılımının ağırlığı değişebilmekte ve bu da çalışanın ücret skalasında değişmelere sebep olabilmektedir. Carchedi, yeni orta sınıfın hem kapitalist hem de işçi sınıfı özellikleri taşımasının politik anlamları üzerinde de durur. Bu durumun politik sonuçları ise sol hareketlerin yeni orta sınıfı etkileyemeyeceği anlamına gelebilir (Carchedi, 2006).

Yapısal yaklaşımlardan farklı olarak, Pierre Bourdieu'nun çalışmaları tabakalaşmanın kültürel boyutu üzerinden ilişkisel bakış açısı ile ilerler. Bourdieu'nun yaklaşımı bir anlamda Marx ve Weber'in sentezi ve geliştirilmiş hali gibi düşünülebilir.

Bourdieu, sosyal dünyayı toplumsal uzam olarak nitelendirir. Sermaye kavramı ise Bourdieu'nun kavramları arasında kilit öneme sahip kavramlardan biridir. Moore'a göre Bourdieu'nun sınıf analizindeki ayırt edici nokta "sermaye" kavramıdır (Moore, 2010, s. 102). Bourdieu, sermaye kavramını Marx'ın kullandığı anlamdan çok daha farklı olarak kullanmıştır. Bourdieu'nun terminolojisinde sermaye sahip olunan kültürel, ekonomik ve simgesel tüm varlıkların toplamını kapsar. Bireylerin toplumsal uzamda konumlandırılması işte bu sahip oldukları toplam sermayeden hareket ile gerçekleşir (Bourdieu, 2006: Moore, 2010). Bourdieu'nun analizinde kritik öneme sahip bir diğer kavram ise "habitus" kavramıdır. Habitus, Bourdieu'nun tanımıyla (2006) "bir konumun içkin ve bağıntsal özelliklerini bütünleşik bir hayat tarzında, yani insanlari mekanlar ve pratiklerle ilgili bütünleşik bir tercih dizisini dile getiren can verici ve birleştirici kökendir" (Bourdieu, 2006, s. 21). Habituslar bireyler arasında farklılaştırıcı pratiklerin hayata geçmesine sebep olur. Bir işçinin yedikleri, yeme biçimi ile sanayici bir patronun tercihleri farklıdır ve bu tercihler sınıflandırıcı şemaları oluşturur (Bourdieu, 2006). Bourdieu'ya göre ana fikir, bir uzamda olmanın farklılaşmak demek olduğudur (Bourdieu, 2006, s. 22). Ancak, buradaki önemli bir başka nokta da, yapılan tercihlerin, ancak bu tercihlerin anlamını anlayacak bir göz tarafından bakıldığında anlam kazanmasıdır (Bourdieu, 2006). Bourdieu'nun 1960'lı yıllarda Fransa genelinde yaptığı saha araştırmasının sonucunda 1979'da yazılan eseri La Distinction (Ayrım) sınıfsal perspektife kültürel bir analiz yapmak suretiyle farklı bir açıdan yaklaşır. Göker ve Çeğin La Distinction'ın Türkçe basımına yazdıkları önsözde, Bourdieu'nın bu eserde birbiriyle ilişkilendirilmemiş üç farklı çözümleme hattını birleştirme teşebbüsüne dikkat çekerler. Bunlar sırasıyla; üretim araçlarıyla ilişkili Markxist nesnel sınıfsal konumlar teorisi, Weberci statü grupları ve sınıfsal kültürü hâkim kılmaya yönelik örgütlü mücadeleleri içeren bir siyaset analizidir. Bourdieu'nun sınıf yaklaşımında kültür ve beğeni, ayrım pratiklerini hayata geçirmek ve uzam üzerinde sınıfsal konumları ayrıştırmak açısından kilit bir rol oynar. Bireyler, meşru *(legitimate)* olarak addedilen egemen sınıf tarafından belirlenen kültürel pratiklerin benimsenip hayata geçirilmesi sürecinde meşru kültüre yakınlık ve uzaklıklarına göre birbirilerinden ayrılır ve toplumsal uzam içinde farklı sınıf konumlarına sahip olurlar.

1980 ve 1990'lardan itibaren politik ve akademik çevrelerde bilinen anlamda sınıfın ortadan kalktığı ve post modern dünyada kimliklerin sınıfın yerini aldığı tezi yer

yer öne çıkmıştır. Erbaş ve Coşkun'a göre (2007), bu alanda yapışan tartışmalar üç düzeyde cereyan etmektedir. Birincisi, günümüz toplumlarında sınıf yapısının değiştiği ve yeni orta sınıfın yükselmesi üzerinedir. İkinci argüman, bu değişimle bağlantılı olarak sınıf ve sınıf kimliğine dayanan eski sosyal hareketlerin yerini, günümüzde kültürel kimliklere dayanan hareketlerin aldığını savunur. Üçüncü argüman ise, kültürel kimlikler üzerinden yükselen yeni toplumsal hareketlerin demokrasiye katkı sağlayacağı tezidir (Erbaş & Coşkun, 2007, s. 6). Bu konuda Erbaş ve Coşkun, her ne kadar kimlik hareketlerinde bir yükseliş olsa da bunun uzun dönemde sınıf hareketlerinin önemini azaltmayacağını savunmaktadırlar. İlaveten, kimliğe dayalı toplumsal hareketler demokratikleşmeye giden bir yol olarak gözükmekle beraber, Erbaş ve Coşkun'a göre, kültüre dayanan politikalar her zaman demokratik uygulamalar getirmemektedir (Erbaş & Coşkun, 2007, s. 23).

2011 yılında İngiltere'de BBC üzerinden yapılan ve 161.000 üzeri büyüklükte bir örnekleme sahip olan Great British Class Survey 21. yüzyılda sınıf dinamiklerinin geldiği noktayı görmek ve yukarıda bahsedilen yaklaşımlara karşı tez üretmek açısından önemlidir. Mike Savage ve arkadaşları tarafından BBC web sitesinden online olarak yapılan araştırma, günümüz İngiltere'sinde sosyal sınıfların üç temel ayırt edici sermaye türü üzerinden oluştuğunu göstermektedir: Ekonomik (gelire dayalı), kültürel (beğeniler, ilgi alanları, aktiviteler) ve sosyal sermaye (sosyal ağlar, arkadaşlıklar, topluluklar). Çağdaş dünyada eşitsizlikler bu farklı sermaye türlerinin birbirleriyle etkileşime girmesi sonucunda oluşmakta ve üretilmeye devam etmektedir. Bu sebeple basit kategorileştirmelerden kaçınmak önemlidir. Araştırma sonucunda yazılan "Social Class in the 21th Century" (Savage, 2015), sonuç bölümünde, sermaye türlerinin kümülasyonu üzerine odaklanırken, aynı zamanda buradan hareket ile 21. yüzyıl siyaset politikalarına temel teşkil edebilecek bulgu ve öneriler de paylaşmakta ve mevcut siyasi anlayışı, rekabetçi, kapitalist, neo liberal sistemi tartışmaya açmaktadır (Savage, 2015).

Cem Özatalay, Türkiye'de sınıf meselesinin 1960'lardan sonra sosyal bilimlerin araştırma gündemine girdiğini ve uzun süre boyunca Marx/Weber, sınıf/statü kavramları arasında sıkışıp kaldığını öne sürer. Özatalay'a göre bunun sebeplerinden birisi, uzun dönem geçerliliğini koruyan, dünyadaki ideolojik kutuplaşma iken, diğer sebep, 1960-80 arası dönemde, teorik ve politik argümanlara dayanarak böyle bir çalışmaya gerek duyulmayışı ve çalışma yapmak isteyen sosyal bilimcilere yönelik siyasal müdahaleler

olmuştur. (Özatalay, 2015, s. 121). İlk sınıf şeması Boratav tarafınan 1980 sonrasında gelişen kitleşen proleterleşme ile de alakalı olarak geliştirilmiş ve Boratav'ın yürütmüş olduğu saha çalışması sonucunda, 1995'te ilk sınıf profilleri yayınlanmıştır (Özatalay, 2015).

Türkiye gibi batı kültürünün yeni kimlik ve yaşam tarzlarının oluşumunda önemli rol oynadığı bir toplumda, sınıf çalışmalarını Bourdieu'nun izinden giderek, kültürel persfektiften ele almak, farklı bir sınıf okuması için zemin hazırlayabilir. Türkiye, hem tarihsel geçmişinden taşıdığı homojen olmayan kültürel yapısı, hem de yerel/global, dinsel/laik karşıtlıkları üzerinden yükselerek, sürekli değişim ve dönüşüm halindeki kültürel alanı ile, araştırmacılar için zengin bir araştırma evreni oluşturmaktadır. Osmanlı toplum yapısından günümüze kadar olan süreçte, İslam dini toplumsal yapının içinde her zaman önemli bir dinamik olarak varlığını sürdürmüştür. Bu bağlamda, Türkiye üzerinde yapılacak kültürel analizlerde mutlaka dinselliğin etkisi de göz ardı edilmemelidir. Araştırmacının 2014 yılında orta sınıf üzerinde yaptığı niteliksel saha çalışmasının bulgularına göre, dinsellik gündelik yaşam pratiklerinde önemli bir kırılım noktası olarak karşımıza çıkmaktadır (Yemeniciler, 2015).

Bu aşamada, Türkiye'de din sosyolojisi alanında yapılan yakın dönemli saha çalışmalarına ve literatüre bakmak İslam dini ve kültürel alan arasındaki ilişkiselliği daha iyi anlamak açısından önemlidir. Bu konuda yapılan saha araştırmaları arasında, 2008-2011 yılları arasında Akşit, Şentürk, Küçükural ve Cengiz tarafından köy ve kentleri içine alan 1538 kişilik bir örneklemi kapsayan ve "Türkiye'de Dindarlık" araştırması ile Çarkoğlu ve Toprak tarafından 1999 ve 2006 yıllarında iki kez yapılan, 1500 kişilik Türkiye genelinde bir örneklem kullanan "Türkiye'de Din, Toplum, Siyaset" araştırması öne çıkmaktadır (Akşit, Şentürk, Küçükkural, & Cengiz, 2012; Toprak & Çarkoğlu, Değişen Türkiye'de Din Toplum ve Siyaset, 2006; Toprak & Çarkoğlu, Değişen Türkiye'de Din Toplum ve Siyaset, 2000).

Çarkoğlu ve Toprak tarafından 1999 ve 2006 yıllarında yapılan iki araştırmada toplumun İslamcı-Laik ekseninde ayrışması ve bu ayrışmanın geçerliliği sorgulanmıştır. 2006'daki araştırmanın bulgularından birisi, Türkiye toplumunun giderek dindarlaştığı yönündedir. Ancak bu dindarlaşma, devletin laiklikten uzaklaşmasını destekleyenlerin arttığı anlamına gelmemektedir. Laikliği tehlike altında görenlerin sayısı iki araştırma

dönemi arasında artmadığı gibi, laikliğin karşıtı görüşlerin sayısı da artmamıştır. Hatta tam tersine şeriat devleti isteyenlerin yüzdesi yüzde 21'den yüzde 9'a düşerek kayda değer bir oranda azalmıştır. Araştırmaya katılanların yüzde 20'si kendilerini seküler olarak tanımlarken yüzde 49 İslamcı, yüzde 23 ise ortada tanımlamaktadır. (Toprak & Çarkoğlu, 2006: Toprak & Çarkoğlu,2000).

Akşit, Şentürk, Küçükural ve Cengiz'in araştırması, Türkiye'deki toplumsal yapı ve din ilişkisini inanç, ibadet, ekonomi, toplumsal cinsiyet ve siyaset perspektifinden incelemiştir. Araştırmanın sonucunda, bu alanlarda, tek bir sabit din yaklaşımı ve yorumundan ziyade, beş temel gerilim ekseninde değişen dinamikler gözlemlenmiştir. Bu gerilim eksenleri kutsal-dünyevi, kamusal-özel, kutsal metin-gündelik hayat, dinsel bilgi-bilimsel bilgi, geleneksellik-modernlik arasında süregelmektedir. Bu gerilim eksenleri, inanç, ibadet, siyaset, ekonomi ve toplumsal cinsiyet alanlarına yansımakta ve onları şekillendirmektedir. Araştırmanın önemli bulgularından biri de toplumun yaygın bilinenin tersine, dindarlar ve laikler olarak iki kesime ayrılmadığı, tam tersine laik olarak adlandırılanların da din ile ilişkileri olduğudur. Hem dindarlar hem de laikler homojen bir grup oluşturmamakta, bahsedilen gerilimler ekseninde çeşitlenmektedir. Çalışma Türkiye'deki inanış ve yaşama biçimlerini, dindarlık, laiklik ve muhafazakarlık eksenlerinde çeşitlenmiş toplumsal tipler olarak kavramsallaştırmaktadır (Akşit, Şentürk, Küçükkural, & Cengiz, 2012).

Türkiye'de kültürel alanı incelerken, dindar laik ekseninde sekülerleşmenin gidişatı konusu her daim ana tartışma eksenindeki konulardan biri olagelmiştir. Bu konuda Volkan Ertit'in Türkiye'de seküleşme hakkındaki görüşleri güncel literatüre katkı sağlamaktadır. Ertit, sekülerleşmeyi, "doğaüstü alanın toplumsal gücünün geçmişe göre azalması" olarak tanımlamaktadır. Doğaüstü alan tanımı, başta din olmak üzere, büyü, fal, halk inançları gibi olguları kapsamaktadır (Ertit, 2019, s. 319). Ertit'e göre, sekülerleşme teorisinin de savunduğu üzere, modernleşen toplumların sekülerleşmeden kaçınması imkansızdır. Bununla beraber, sekülerleşmeyi gözlemlerken sadece dini ibadet sıklığı ya da inanç esasları üzerinden ilerlemek yanıltıcı olabilir. Kesin bir kanıya varabilmek için, eş seçimi, cinsellik, yeme içme kültürü, eğitim, boşanma, çocuk yetiştirme gibi gündelik yaşamın farklı alanlarında doğa üstü alanın etkisini görmek gerekir (Ertit, 2019, s. 320-321). Bu bağlamda, Ertit, Türkiye toplumunun da giderek sekülerleştiğini savunmaktadır. Ancak, iki temel yanılgı sebebi ile toplumda yanıltıcı bir

muhafazakarlaşma/dindarlaşma algısı mevcuttur. Bu yanılgılardan birincisi, devletin din hassasiyetinin artması, diğeri ise, önceleri var olan ancak kamusal alanda görünürlükleri kısıtlı olan grupların ortaya çıkmasıdır.

Bu araştırmanın problemi, literatürde yer alan global/yerel, laik/dindar ikiliklerinden hareket ile, Bourdieu metodolojisini kullanarak Türkiye'deki kültürel alanın ve sınıfsal ayrım pratiklerinin nasıl çalıştığını, Türkiye ve dünyadan benzer araştırma örnekler ile mukayese ederek ortaya koymaktır. Araştırmanın bu konu bağlamında Türkiye özelinde sınırlı kalan literatüre katkı sağlaması hedeflenmiştir.

1.2. Amaç

Araştırmanın amacı, problem cümlesi bağlamında, Türkiye'deki kültürel alanın dinamiklerini kavramaya ve bunun sınıf ve tabakalaşma dinamikleri ile ilişkisini anlamaya yönelik bir yaklaşım geliştirmektir. Bu çerçevede, aşağıda yer alan araştırma sorularına cevap aranması hedeflenmiştir.

Soru 1: Türkiye'nin kültürel alanında etkin olan ve alanı şekillendiren sermaye türleri hangileridir?

Soru 2: Dinsellik Türkiye'nin kültürel alanında bir sermaye türü olarak olarak işlev görmekte midir? Eğer öyleyse, bu sermaye, kültürel sermaye ya da sosyal sermayeden hangisine daha yakındır?

Soru 3: Türkiye'de Bourdieu'nun Fransa örneğinde olduğu gibi seçkin (meşru) kültür-popüler kültür karşıtlığı var mıdır? Yoksa bu karşıtlık geleneksel-modern olarak mı alanda tezahür etmektedir?

Soru 4: Bourdieu'nun sınıf konumları ve beğenilerin örtüştüğünü savunduğu homojelik teorisi Türkiye örneğinde geçerli midir? Yoksa sınıf konumları dışında beğeniler üzerinde etkili olan dinsellik, cinsiyet, etnisite gibi başka dinamikler var mıdır? Kültürel hepçillik tezi Türkiye örneğinde geçerli midir?

Soru 5: Kültürel alanda gruplar arası sınırlar nasıl tezahür etmektedir?

Soru 6: Dindarlık ayrı bir habitus yaratmakta mıdır? Eğer evet ise, bu ayrışmanın sınırları sınıfsal konumlara göre birbirinden farklı mıdır?

1.3. Önem

Türkiye'de kültürel alana yönelik yapılmış olan saha çalışmalarının sayısı sınırlıdır. Dindarlık ve kültürel alanı inceleyen az sayıda da olsa saha çalışmaları literatürde mevcut olsa da, iki alanı birlikte gözlemleyen, başka bir deyişle dinsellik ve kültürel pratikler arası ilişkiyi mukayeseli inceleyen bir başka çalışma bulunmamaktadır. Araştırmanın kültürel alan dinamikleri hakkında yeni bulgular sağlarken, Türkiye'de sınıf üzerine yapılan saha çalışmaları literatürüne de katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Zira, sınıf araştırmalarında dinsellik durumunun etkisi literatürde çoğunlukla göz önüne çıkmamıştır.

1.4. Varsayımlar

Bourdieu'nun metodolojisini ve kavramsal araçlarını kullanan bu araştırmada, temel varsayım kültürel alanın farklı sermaye türleri tarafından oluşturulduğu ve elerin bu sermaye türlerinin bileşimine ve toplam hacmine göre göre uzamda konum aldıkları varsayımıdır. Araştırma bu varsayımdan hareket ile, bu sermaye türlerini ortaya çıkarmaya çalışmaktadır.

Bourdieu'ya göre "toplumsal uzam", konumlardan oluşan bir bütündür. Ancak bu konumlar arasında bir ilişkisellik vardır. Uzamlar üzerinde farklılaşma yaratan temel iki sermaye türü ise, ekonomik ve kültürel sermayedir. Eyleyiciler bu iki sermaye türüne sahip oldukları ölçüde ve sahip olma oranlarına göre uzam üzerinde birbirlerinden yakınlaşır veya uzaklaşırlar. Başka bir deyişle kâğıt üzerindeki mesafeler toplumsal mesafelere tekabül eder (Bourdieu, 2006, s. 18). Bourdieu'ya göre, istisnasız tüm toplumlar "toplumsal uzam biçiminde farklılıklarını nesnel olarak temellendiren yaratıcı ilkeyi kurmak koşulu ile anlayabileceğimiz faklı yapılar olarak ortaya çıkarlar". Burada bahsedilen ilke ise, her toplum özelinde geçerli olan sermaye türlerinin dağılım yapısı ve iktidar biçimleridir (Bourdieu, 2006, s. 50). İktidar biçiminden kasıt ise, farklı sermaye türleri arasındaki güç ilişkileri ve birinin diğerin göre değişebilen görece değeridir (Bourdieu, 2006).

1.5. Sınırlıklar

Araştırmanın aşağıda bahsedilen konularda bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmanın başlangıcında, niceliksel araştırma için kullanılacak örneklemin eğitim, cinsiyet, gelir durumu, dindarlık açısından yakın sayıda katılımcı içeren bir heterojen

yapıda olması hedeflenmiştir. Ancak bazı açılardan yeterli çeşitlilik sağlanamamıştır. Özellikle eğitim durumunun yüzde 61 üniversite ve üzeri olması araştırmanın başında planlanandan farklıdır. İlkokul mezunları ise yüzde 3 ile ortalamanın çok altında kalmıştır. Benzer şekilde cinsiyet açısından kadınların oranı da yüzde 62 ile hedeflenenin üzerindedir. Katılımcıların yüzde 45'i özel sektörde farklı pozisyonlarda çalışan beyaz yakalılardan oluşmaktadır. Bu anlamda mesleki statü açısından da hedeflenen çeşitlilik sağlanamamıştır. Nicel çalışmada arzu edilen çeşitliliğin sağlanamamış olmasının sebeplerden birisi, araştırmanın online bir platform üzerinden yürütülmesi ve bu platforma üye olan kişilerin sosyo ekonomik profillerinin belirli bir çizgide olması olabilir. İstenilen çeşitliliğin sağlanamamış olması, araştırma sonuçlarının geneli temsil kalitesini olumsuz yönde etkilemiş olabilir. Araştırmaya konu olan örneklem daha ziyade eğitim düzeyi yüksek, beyaz yakalı kadın katılımcıların yoğunlukta olduğu bir yapıdadır. Sonuçların değerlendirmesinde bu durum göz önünde bulundurulmuştur.

Araştırmanın bir diğer kısıtlılığı, niteliksel görüşmelerin toplam 35 kişi ile planlamasına rağmen saha araştırması sürecinin sonlarında başlayan pandemi sebebiyle 32 kişide kalmış olmasıdır.

Niteliksel görüşmelerde araştırmacının zorluk yaşadığı konulardan birisi özellikle alt sosyo ekonomik statüden katılımcılarla konuşurken yaşanan sıkıntıdır. Araştırmacının aşina olduğu kurumsal ve çoğunlukla seküler yapıdaki sosyal çevreden farklı olan bu kesim ile iletişimde, araştırmacı Bourdieu'nun da dikkat çektiği dil üzerinden sembolik şiddet uygulama tuzağına düşmemek ve sağlıklı bir iletişim yürütmek için yoğun çaba göstermiştir.

1.6. Tanımlar

Araştırma içinde sıklıkla geçen bazı kavram ve terimler bu bölümde açıklanmaktadır.

Alan: Alan kavramı, Bourdieu sosyolojisinin temel kavramsal araçlarından biridir. Bourdiue sosyal dünyayı dev bir oyun alanına benzetir. Bu dev alan içinde her yapı bir alt alandır ve eyleyiciler bu alanlarda oynanan oyunları kazanmak için mücadele verirler. Alan ve oyun kavramları arasında benzerlik olsa da, Bourdieu'ya göre (2014) "oyundan farklı olarak alan, bilinçli bir yaratımın ürünü değildir ve açıkça ifade edilmeyen ya da

kodlanmamış kurallara, daha doğrusu düzenliliklere uyar" (Bourdieu & Wacquant, Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar, 2014, s. 82). Bourdieu'ya (2014) göre, "alan sadece anlam ilişkilerinin değil, güç ilişkilerinin ve bu ilişkileri değiştirmeyi hedefleyen mücadelelerin yeridir" (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 89).

Sermaye ve Sermaye Türleri: Sermaye, Bourdieu sosyolojisinde Marx tarafından kullanılan anlamından farklı kullanılır ve büyük önem taşır. Calhoun'a göre sermaye biçimlerindeki farklılıklar ve onların dönüştürülme dinamikleri analizi, Bourdieu'nün teorisinin en özgün kısımlarından biridir (Calhoun, 2010, s. 106). Bourdieu bir sermaye türünün herhangi bir alanda sahibine alanda var olma ya da büyüklüğüne göre bir iktidar kurma imkânı sağladığını söyler. Bununla beraber her alanın (ve alan içinde oynanan oyunun) gerektirdiği sermaye türü farklıdır. Bourdieu'ya (2014) göre, sermaye ve alan nosyonları birbirine sıkı sıkıya bağlıdır (Bourdieu ve Waquant, 2014: s.83). Her oyuncu sahip olduğu sermaye türüne göre alan içindeki konumlarına ve diğerlerine göre görece kuvvete sahip olur. Sahip olduğu sermayenin büyüklüğü ve dağılıma bağlı olarak da oyun stratejilerini geliştirir. Aynı sermaye büyüklüğüne sahip ancak sermaye dağılım oranları farklı olan oyuncular farklı stratejiler geliştirir. Tüm bunlara ek olarak, oyuncular zaman içinde sermayelerini arttırmak ya da korumak için oyunu oynarken, bir yandan da oyunun kurallarını değiştirmeye çalışabilirler. Mesela, rakiplerin gücünün dayandığı sermaye türlerinin değerini düşürmek ve kendi sahip oldukları sermayenin değerini arttırmaya çalışabilirler. Araştırmanın amaçlarından biri de alan içinde geçerli özgül sermaye biçimlerini tanımlamaktır. Bourdieu, sermayenin her biri kendi alt türlerine ayrılan üç türünden bahseder. Bunlar, ekonomik sermaye, kültürel sermaye ve toplumsal sermayedir. Sonra, tüm bu sermayelerin "algı kategorileri ile kavrandığında büründüğü biçim" olarak simgesel sermayeyi de ekler (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 108). Tüm bu sermaye türlerinin üzerinde ise bir meta sermaye olarak devlet bulunur. Ekonomik sermaye, aktörlerin (eyleyicilerin) sahip olduğu ekonomik kaynaklar iken kültürel sermaye bilgi sermayesidir. Örneğin, dili kullanma becerileri, meşru kültürel kodları bilme becerisi ve içinde bulunduğu sosyal konuma dair alışkanlıklar kültürel sermayeye erişim ile bağlantılıdır. Kültürel sermaye öncelikle aileler tarafından sosyalizasyon sürecinde çocuklarına aktarılır. Okul çağına gelindiğinde ise alınan akademik eğitim, kültürel sermayeye katkı sağlar. Bourdieu (2015), çocukların okul çağına geldiklerinde

okullarda aileden aldıkları bu kültürel sermayeyi pratik hayata geçirerek daha alt kültürden gelen öğrencilere (örn. orta sınıftan gelen çocukların işçi sınıfı çocuklarına karşı) karşı öğretmenler tarafından ayrıcalıklı konumlandırıldıklarını savunur. Böylelikle okullar, eşitsizliğin kuşaklar arası yeniden üretimine katkıda bulunur (Bourdieu, 2015).

Bourdieu ekonomik çıkarlara kayıtsız görünen edebiyat, sanat, bilim gibi alanların bile sermaye birikimi ve sermayenin yeniden üretim mantığına göre işlediğini savunur (Aktaran Calhoun, 2010, s. 107).

Habitus: Bourdieu literatürünün en önemli kavramlarından biri olan habitus kavramını, Bourdieu (2014) "somutlaşmış bedene dönüşmüş toplumsallık" olarak tanımlar ve habitus nosyonunun ortaya çıkış amacının rasyonel eylem teorisinde geçen *akılcı eyleyici* varsayımına karşı çıkış olduğunu söyler (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 110). Bourdieu'ya (2014) göre kişisel ve öznel olan dahi kolektif ve toplumsaldır (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 116). İnsan zihni toplumsal olarak yapılandırılır ve bu durumun bilincine varmadığı sürece de sınırlıdır. Habitus eyleyicilere özel bir tür yatkınlıklar setidir. Habitus'un Bourdieu'ya (2006) göre, işlevlerinden biri "özel bir eyleyicinin ya da eyleyiciler sınıfının pratikleriyle mallarını/varlıklarını birleştiren tarz birliğini anlatabilmektedir" (Bourdieu, 2006, s. 21). Bourdieu, Habitus'u birleştirici bir köken olarak görür ve bir konumun içkin ve bağıntısal özelliklerini bütünleşik bir hayat tarzında dile getirdiğini savunur. Eyleyicilerin habitusları farklılaşmıştır ama aynı zamanda farklılaştırıcıdırlar da. Ayrışmış ve ayrı olmakla beraber ayrıştırıcı pratikleri de doğurmaktadırlar. Bir işçinin gündelik hayattaki tercihleri (yeme içme, spor, giyim vb.) bir sanayi patronununkinden farklıdır ve bu farklılık sınıflandırıcı şemaları oluşturur (Bourdieu, 2006).

BÖLÜM 2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde sınıf ve tabakalaşma üzerine Bourdieu sosyolojisinin kuramsal yaklaşımı ve ona yönelik eleştiriler ile, Türkiye ve dünyada yakın dönemde konuyla ilgili yapılan araştırmalar ve tartışmalar ele alınacaktır.

Bourdieu'nun sosyal bilimlere katkıları üzerine düşünmeye başladığımızda ilk göze çarpan, sosyal bilimlerin kilit düalizmleri olan birey/toplum, yapı/fail, makro/mikro, düalizmlerini aşma çabası ve bu yönde ortaya koyduğu alternatif kuramsal ve yöntemsel kavrayış metodlarıdır. Layder'e (2010) göre, bahsedilen bu düalizmler salt analitik ayrımlar olmayıp, ortaya çıkardıkları sosyolojik problemler, empirik araçlar dışlanarak, teorik düzeyde çözülemez (Layder, 2010, s. 1). Bunlar arasında en eski sosyolojik ayrım, birey ve toplum ayrımıdır. Bireyleri toplumsal etkilerden tamamen uzak olarak ele alan bu yaklaşımın her iki ucu da, tamamen toplumun etkisindeki robot birey tasavvuru ile tamamen özgürce kendi kararlarını veren toplumdan bağımsız birey düşüncesi, eşit ölçüde gerçeklikten uzak olmakla eleştirilmiştir. Faillik-Yapı düalizminin ise, Layder'e (2010) göre, kökleri daha yenidir ve birey/toplum düalizmine göre, "toplumsal etkinliğin karşılıklı etkisine ve bu etkinliklerin yer aldıkları bağlamlara odaklanması" sebebi ile daha üstündür (Layder, 2010, s. 4). Faillik ve yapı düalizminin ilgilendiği iki temel sorun, insanların toplumsal dünyayı gündelik toplumsal karşılaşmalarıyla inşa etme dereceleri ile toplumsal yapıların toplumsal etkinliği nasıl biçimlendirdiği konularıdır. Makro/mikro düalizmi ise, diğerlerinden farklı olarak analiz düzeyi, ölçek ve araştırma odaklarını konu alır. Mikro olgular yüz yüze davranışın yakın detayları ile ilgilenirken, makro olgular daha büyük ölçekleri ele alır (Layder, 2010).

Teorik düşünceleri biçimlendiren düalizm tabanlı bu bakış açıları, sınıf ve tabakalaşma çalışmalarına da kuşkusuz yansımaktadır. Düalistik bakış açısından yaklaşımları eleştiren Bourdieu, geliştirdiği kavramsal araçlar ile sınıf çalışmaları için yeni ufuklar açar. Bourdieu'nun gözünde sosyal bilim, toplumsal sınıfları nesnel sınırlarla ayrılmış gören nesnelci yaklaşım ile toplumsal düzeni sadece tercihlerin toplamı olarak gören öznelci yaklaşımların tümünü aşmalıdır (Bourdieu, 2006, s. 699). Zira, bir sınıf,

algılanan varlığı ve üretim ilişkileri içindeki konumu ile olduğu kadar tüketimi ile de belirlenir. Bireyler ve gruplar tüketim pratikleri üzerinden sosyal dünyaya bir temsil sunar ve bu temsil üzerinden de ayırt edici işaretlere tabi olarak ayrışır (Bourdieu, 2006).

Bourdieu "beğeni" (taste) kavramını "habitus" ile birlikte terorisinin merkezine yerleştirir. Bourdieu'nun burada "kültür"e atfettiği önem ise apayrıdır. Bourdieu'ya (2006) göre, kültür bir oyundur ve bu oyundan çıkış yoktur (Bourdieu, 2006, s. 26). Sosyal uzam ise bu oyunun oynandığı oyun alanıdır. Eyleyiciler, sosyal uzamda kültür ürünleri ile olan ilişkileri, başka bir deyişle beğenileri üzerinden ayrışırlar. Bourdieu üç tip beğeniden söz eder; Meşru (seçkin) beğeni *(legitimate taste)*, egemen sınıf ve eğitim sermayesi yüksek grupların sergilediği tüketim şekline tekabül ederken, ortalama beğeni *(middlebrow taste)* orta sınıfları, popüler beğeni *(popular taste)* ise halk sınıflarının eğitim sermayesi ile ters orantılı olan tüketim tarzına denk düşer. Bourdieu, buna ek olarak saf beğeni ve barbar beğeni türleri olarak da iki tanımlama yapar. Klasik sanat doğrudan duyulara hitap etmez. O sadece kendisinden anlayan, eğitilmiş (saf) beğeni sahibi eyleyiciye hitap eder. Saf bakış ise, Bourdieu'ya (2015) göre, dünyaya ilişkin sıradan tutumdan kopuşu gerektirir (Bourdieu, 2015, s. 55). Bourdieu saf beğeninin karşısına ise, eğitimsiz ve sanatı anlamaya yönelik kültürel kodlar çözmekten yoksun, barbar beğeniyi yerleştirir. Saf beğeni, insanı olanı, başka bir deyişle ortak kabul göreni ve duygusal arzuları red derken, barbar beğeni, doğrudan duyulara ve ortak kabullere hitap eder. Beğeni, bir bölme ilkesi (discretio) olarak gruplar üretir. Belirli konumları işgal edenler, o konumu işgal edenlere uygun mal ve pratiklere "beğeni" yoluyla yönlenirler. Sosyalizasyon süreci burada, sosyal sistemde birbirine denk ve yakın konumları işgal edenler arasında yakınlığı kuran bir tür işlemci gibidir. Kültürel olarak işlenmiş yatkınlıklar, tüketilen malların doğası ve tüketme usulleri aracılığı ile kavranır. Müzik, resim, giysi, mobilya seçimleri gibi. Bourdieu burada iki temel ilişkisellik tespit eder. Birincisi, kültürel ürün ve pratiklerin tercihi ile sahip olunan eğitim sermayesi, başka bir deyişle sahip olunan diplomalar arasındaki ilişki iken, diğeri, bu tercihlerin toplumsal köken ile olan ilişkisidir. Toplumsal kökeni belirlerken Bourdieu'nun referans noktası baba mesleğidir. Eğitim sermayesi yakın olanlar arasında ise toplumsal kökenin ağırlığı meşru kültürden uzaklaştıkça artmaktadır. Eğitim sermayesi, Bourdieu için oldukça önem taşır. Zira okul diploması bir gösterge olarak kültürel sermayeyi aileden ya da okuldan aktarılmış olmasına göre farklı derecede güvence altına alır. Bu

kategorileştirme bir sanat türünü ondan anlayanlar ve anlamayanlar olarak ikiye böler. Sanattan anlamak, başka bir deyişle saf beğeniye sahip olmak uzun bir dönemde edinilmiş eğitim sermayesinin sonucu olarak ortaya çıkar. Bourdieu'ya (2015) göre, diplomalar estetik yatkınlığı edinme kabiliyetinin bir garantisidir (Bourdieu, 2015, s. 50). Oyuncuların birbirine bakış açısı da uzam üzerinde işgal ettikleri konumdan bağımsız değildir. Oyuncuların kültürün oynadığı oyundan sıyrılıp nesnel bir bakış açısına sahip olmalarının tek yolu, oyuna bağlı olanların karşılıklı olarak birbirlerini tabi tuttukları kısmi nesnelleştirmelerden olabildiğince kaçınmaktır (Bourdieu, 2015).

Yukarıdaki yaklaşım paralelinde, Bourdieu'nun toplumsal sınıf tanımı klasik sınıf kuramlardan oldukça farklıdır ve oldukça da ilişkisel bir bakış açısı barındırır;

> "Toplumsal sınıf ne tek bir nitelikte ne belli bir nitelikler toplamıyla, ne de bir neden sonuç, koşullayan koşullanan ilişkisi içindeki temel bir nitelikten yola çıkılarak sıralanmış nitelikler zinciriyle tanımlanabilir. Toplumsal sınıf niteliklerin her birine ve pratikler üzerinde uyguladıkları etkilere öz değerini veren tüm ayırt edici nitelikler arası ilişkilerin yapısı ile tanımlanır" (Bourdieu, 2016:164-165).

Bourdieu'ya (2016) göre, toplumsal dünyanın anlamına dair mücadelenin bahis konusu, sınıflandırma kalıpları ve sistemleri üzerindeki iktidardır, (Bourdieu, 2015, s. 694). Bourdieu kâğıt üzerinde yapılan teorik sınıf analizlerine karşıdır. Zira, kâğıt üzerindeki sınıfı gerçek sınıftan ayıran, gerçek sınıfın harekete geçme gücüdür. Sınıfların varlığını yadsımak, farklılıkları ve farklılaşma ilkelerini reddetmek anlamına gelir. Bourdieu bu görüşü ile toplumun dev bir orta sınıfa dönüştüğü görüşüne de karşı çıkar. O'na göre farklılık, her zaman her yerdedir ve homojenleşmeye direnç gösterir. Buna rağmen, aslında var olan toplumsal sınıflar değil, toplumsal uzamdır. Sınıf konumları ise bu uzam üzerinde net olmayan çizgiler ile birbirinden ayrışarak, verili olarak değil ama her an yeniden inşa edilerek var olurlar. Toplumsal uzam her eyleyiciyi kapsar ancak her konum bir görüş açısıdır (Bourdieu, 2006).

Bourdieu'un sosyal dünyayı tanımlamakta ve dualiteleri aşmakta kullandığı en önemli kavram ise "habitus" tur. Bourdieu habitusu "toplumsallaşmış öznellik" ve "dünyayı belli bir dünya olarak var eden şey" olarak tanımlar. İnsan zihni toplumsal olarak sınırlıdır (Bourdieu & Wacquant, 2014). Habitusun etkileyiciliği bilincin ve söylemin uzağında olmasındandır. Habitus, eyleyicilerin dünyayı algılamak için

kullandıkları bilişsel yapılar, bedene işlemiş toplumsal yapılardır. Bir toplumdaki bütün eyleyicilere özgü işleyen bu algı biçimleri, ortak ve sağduyulu bir dünyanın üretimini mümkün kılar. Eyleyiciler, karşılarına çıkan seçenekler arasından mümkün olanı düşündüklerini habituslarına göre seçerler. İşte bu noktada, eyleyicilerin beyinlerinin sınırlarını aşma şansı, bu sınırları belirleyen kendi konumlarına ilişkin kendilerine ve başkalarına sundukları temsillerde saklıdır (Bourdieu, 2015). Toplumsal eyleyiciler kendilerine sunulan nesnel koşulları uzun bir sosyalizasyon süreci sonunda içselleştirir ve tercihlerini yaparken yapılabilecek ya da söylenebilecek tek şey olduğunu düşündüğü seçeneği seçer. Kısaca "nesnel şartlar", "öznel beklentiler" şeklinde eyleyiciler tarafından içselleştirilir ve bu diyalektik toplumsal dünyanın her yerinde her an geçerlidir (Bourdieu & Wacquant, 2014).

Bourdieu'nun beğeniler teorisine ampirik kaynağı, La Distinction (Ayrım)'a konu olan Fransa toplumunu incelediği çalışması, 1963, 1967, 1968 yıllarında 1217 kişilik bir örneklemden elde edilen veri seti ile gerçekleştirilmiştir. Bourdieu (2015) , La Distinction'ın Fransa toplumunu anlatmasına rağmen tikelleştirici okunmasına karşıdır. O'na göre, bir araştırmacı, farklı toplumlar üzerinde çalışırken, yapıları ve yatkınlıkları birbirinden ayırıp, kökenleri doğada değil, toplumların tarihlerinin tikelliğinde aradığı sürece gerçek farklılıkları görebilir (Bourdieu ,2015, 2006).

> "Benim tüm bilimsel girişimim toplumsal dünyanın en derin mantığının ancak tarihsel olarak konumlanan ampirik bir gerçekliğin tikelliğine daldığımız-ama bunu, o gerçekliği Gaston'ın deyimiyle 'olabilirin tikel örneği' olarak, yani olabilir konfigürasyonlardan oluşan sonlu bir ortamdaki örnek olarak, yeniden kurmak üzere yaptığımız takdirde kavranabileceği kanaatinden esinlenir" (Bourdieu, 2006, s. 14).

Bourdieu'ya (2015) göre, La Distinction'daki kuramsal model ampirik bir gerçekliğe işaret etmemektedir (Bourdieu, 2015, s. 14). La Distincion, 70'li yılların Fransa'sı bağlamında birçok gözlem ve ölçüm yönetimi kullanılarak, yapıyı kavramaya yönelik gerçekleştirilen ve belirli bir kültürel alana bağlı kalmış karşılaştırmalı bir antropolojik çalışma, bir toplumsal uzam çözümlemesidir (Bourdieu, 2015).

Bourdieu, Fransa için önerdiği modelin, diğer ülkelerde geçerli olup olmadığını sorgulamıştır. Buna cevabı evet olmakla beraber, kanıtlamak için öncelikle bağıntılar yerine, bu bağıntıların hangi fenomenal gerçeklikler dahilinde ortaya çıktığını dikkate

alan ve tözcü, naif okuma biçimlerinden kaçınan bir yaklaşım gerekir. Bunun için Bourdieu'ya (2006) göre, "toplumsal uzamı, her bir durumda sermayenin belli bir türünün dağılımı içinde sahip oldukları yerle farklılaşan, tanımlanan konumların yapısı olarak kurmak gerekir" (Bourdieu, 2006, s. 29). Fransa örneğinde, toplumsal uzam üzerinde ağırlığı olan iki önemli sermaye türü ekonomik ve kültürel sermaye olduğundan toplumsal uzam üç temel boyutta düzenlenir. İlk boyut toplam sermaye hacimlerine göre eyleyicileri konumlandırırken, ikinci boyutta her bir sermaye türünün toplam içindeki payı esas alınır. Üçüncü boyut ise, sermayenin zaman içindeki hacim ve yapısal evrimidir. Bu uzam üzerinde habitusları aracılığıyla tavır alan ve konumlanan eyleyiciler kültürel pratikleri, tüketimleri, siyasi eğilimleri ve benzer birçok tercihleri açısından bölgesel olarak gruplar oluşturur ve gruplar homojenlik arz eder. Böylece uzam üzerinden bir sınıflandırma ilkesi çalışır. Uzamın üzerinde bölgelere ayrılmış gruplar, gerçek dünyada sınıflara işaret eder (Bourdieu, 2006). Bu çalışmanın bir benzeri herhangi bir toplum üzerinde yapılmak isteniyorsa, öncelikle o topluma ilişkin farklılaştırma ilkelerinin ne olduğunu incelemek gerekir. Eğer ekonomik sermaye- örneğin, üretim araçlarına sahip olmanın devlet tarafından engellendiği bir sosyalist toplumda- devre dışı bırakılıyor ise, farklılaştırma ilkesi olarak kültürel sermayenin etkisi öne çıkar. Bourdieu (2006), burada siyasal sermayenin etkisini de göz ardı etmez. Siyasal sermayenin kendisine sahip olanlara kamu mal ve hizmetlerinin bir tür özel mülkiyetini sağladığını düşünür. Siyasal sermayenin sosyal uzamdaki etkisi, sadece sosyalist devlet yapıları için değil, aynı zamanda birkaç kuşaktır sosyal demokrat seçkinler yönetimindeki İskandinav ülkeleri için de geçerli olabilir. Sendika ve parti aygıtlarında edinilen siyasi türden bu toplumsal sermaye, aile ilişkileri sayesinde aktarılarak kuşaklar boyunca siyasi hanedanların oluşmasını da sağlayabilir. Siyasi sermaye, bu şekilde en önde gelen farklılaşma ilkesine dönüşürken, iktidar alanındaki mücadelede karşısında, sadece okul sermayesi sahipleri yer alır (Bourdieu, 2006).

Bourdieu'nun çalışmasınının sıklıkla eleştirilen noktalarından birisi, kültürel tüketim kalıplarının her zaman homojenlik göstermediği olgusudur. Peterson ve Kern'e (1996) göre, üst sınıfa mensup bireylerde de alt sınıfa mahsus tüketim kalıpları gözlemlenebilmektedir (Peterson & Kern, 1996, s. 900). 1980'lerde Amerika'da yaptıkları bir saha çalışmasında "kültürel hepçillik" olarak tanımladıkları yaklaşımı anlatan ikili, snopluktan kültürel hepçilliğe giden süreci, sosyal yapı ve değerlerdeki

değişimin etkilediği statü grupları temelli yapılan siyaset ile açıklamışlardır. Bu yaklaşıma göre, statü kazanmanın bir yolu da tüm kültürel tüketim pratiklerine hâkim olmaktan geçmektedir (Peterson & Kern, 1996).

Bourdieu'ya yönelik eleştirilerden bir diğeri de Michele Lamont'un görüşleridir. Lamont, Fransız ve Amerikan üst orta sınıfı üzerinde yaptığı araştırmasına dayandırdığı "Money, Moral & Manners" (1992) isimli kitabında ahlaki sınırlar üzerinde durur. Lamont saha araştırmasında, sembolik olarak inşa edilen sınırların Fransız ve Amerikan toplumunda insanların hayatlarını nasıl şekillendirdiğini ve kısıtlayabildiğini gözlemler. Lamont'a (1992) göre bu sınırları çözümlemek, toplumların nasıl farklılaştığını anlamamız için bir yol gösterebilir (Lamont, 1992, s. 174). Ancak sınırlar şeması şimdiye kadar sadece ekonomik ve kurumsal farklılaşmalar ile ilgilenen sosyal bilimciler tarafından yeterince önemsenmemiştir. Lamont, aynı zamanda çalışmasının tabakalaşma sistemlerinin kültürel ayırt edici boyutlarına da ışık tuttuğunu söylemektedir. Lamont Bourdieu, Focault ve Derrida'yı tabakalar arası tüm sınırların hiyerarşiye yol açtığını savunmaları sebebiyle eleştirir. Lamont'a (1992) göre, sadece çok güçlü olan sınırlar (örneğin, yaygın kabul gören) hiyerarşi yaratabilir (Lamont, 1992, s. 178). Başka bir deyişle, her kültürel farklılaşma hiyerarşi yaratmaz. Lamont'un saha araştırmasının bulgularına göre, bu sınırlar, Fransa örneğinde Amerika'dan daha güçlüdür. Bir diğer bulgu ise, tüm sınırlar içinde ahlaki sınırların diğer sınırlara göre farklılaşmaya olanak verirken, hiyerarşi yaratma etkisinin düşük olmasıdır (Lamont, 1992). Lamont, Bourdieu'nun paylaşılan ortak kültürel paydaların sınıfların yeniden üretimi üzerinde etkisini vurgulayan teorik yaklaşımını araştırması için temel aldığını söylemekle beraber, birçok açıdan Bourdieu'ya katılmaz. Lamont'a (1992) göre, kendi saha araştırmasından elde ettiği bulguların bir kısmı Bourdieu'nun bulguları ile çelişmektedir (Lamont, 1992, s. 181). Bunlardan birincisi, yukarıda da bahsedilen farklılıkların hiyerarşi oluşturma konusudur. Lamont'un bulgularında hiyerarşinin oluşup oluşmaması sembolik sınırların gücüne bağlı olarak gelişmektedir. İkinci olarak, Bourdieu, sosyoekonomik ve kültürel konumları öne çıkarırken, Lamont bu yaklaşımı, ahlaki göstergelerin önemini hafife almak ve sadece küçük bir grup insanın sorunu gibi görmek olarak yorumlayarak eleştirir. Bourdieu sosyo ekonomik statüye vurgu yaparken Lamont'a (1992) göre, üç tür statü arasındaki ilişki zaman ve uzama göre değişiklik göstermektedir (Lamont, 1992, s. 181). İlaveten, Lamont Bourdieu'nun teorisini Fransa örneğine fazlaca dayandırdığını ve

kültürel sınırların önemini abarttığını düşünür. Lamont, Bourdieu'nun beğeni ve tercihleri etkileyen "habitus" kavramının yerine, makro yapısal belirleyiciler ve kültürel repertuarları (macrostructural determinants and cultural repertoires) koyar (Lamont, 1992, s. 181). Lamont, Bourdieu'nun aktörlerin tüm davranışlarının altındaki sebebin sosyal uzamdaki konumlarını güçlendirmek olduğu ve bu sebeple alt sınıfların kendilerinde var olan yegâne sermaye olarak dürüstlük, iyi niyet gibi özellikleri öne çıkarttıkları tezine de karşı çıkar. Lamont'un bulgularında, ahlaki değerler bazen tek başına aktörler için bir hedef olabilmektedir. Lamont'un çıkarttığı sonuç, ahlaki değerlerin Bourdieu'nun çalışmasında bir kör nokta olduğudur. Lamount'a göre, Bourdieu insanların tercihlerini incelerken habitus kavramıyla yakın yapısal etkileri göz önüne alırken, daha geniş yapısal etkiler ve toplum tarafından bireylere sunulan kültürel kaynakların etkisini göz ardı etmektedir. İlaveten, sınırlar ve kişisel menfaatler arasında bağlantı olmayabileceği fikrine yer açmamaktadır. Bireyler sadece kendi habitusları etkisinde değil, aynı zamanda da kendi yaşamlarında tanık oldukları kültürel modellerden ödünç almak suretiyle de seçimler yapabilirler (Lamont, 1992).

Modesto Gayo ve arkadaşları, Bourdieu'nun sosyal dünyadaki konum ve beğeniler arasındaki güçlü ilişkiselliği savunan homoloji tezinin evrenselliğini 26 ülkeyi kapsayan ve 37000 adet gözleme dayanan bir veri seti üzerinden test etmişlerdir. Bu çalışmada sorgulanan, öncelikle araştırma kapsamındaki tüm ülkelerde, sosyal uzamı tanımlamada iki boyutun yeterli olup olmadığıdır. Araştırmanın bulgularına göre, ülkeler arasında Bourdieu tarafından kurulan modele benzerlik bulunmaktadır. Sosyal pozisyonlar uzamına bakıldığında, toplam sermaye hacmini gösteren birinci boyutun daha belirleyici olduğu bulgulanmıştır. Benzer şekilde, yaşam tarzları (beğeniler) uzamında ise birinci boyut belirleyici görünmektedir ve iki uzam birinci boyut açısından örtüşmektedir. Ancak, yaşam tarzları uzamında ikinci boyutun, yani sermaye hacmindeki farklılaşmanın etkisi görece azdır. Ekonomik ve kültürel sermaye arasında, Bourdieu'nun tespitlerinden farklı olarak, güçlü bir ilişkisellik bulgulanmamıştır. Buna rağmen, sonuçlar, araştırmacılara göre, yapısal homojenlik, din, modernleşme, kültürel çeşitlilik, endüstrileşme gibi her toplum özelinde önemli derecede etkisi olabilecek sosyal gerçeklikleri aşarak Bourdieu'nun homoloji tezini desteklemektedir (Gayo, Joye, & Lemel, 2018).

Katz Gerro, beş ayrı veri seti üzerinden, Amerika, İsrail, İtalya, Batı Almanya, İsveç ülkelerini kapsayan ve 11.075 adet gözlem sonucunu değerlendirmiştir. Katz Garro'nun cevap aradığı soru, kültürel tercihlerin sınıf konumu ile birebir ilişkiselliği Batılılaşmış toplumlarda olduğu kadar, post endüstriyel toplumlarda da geçerli midir sorusudur. Katz Gerro, çalışmasında sınıf ve kültürel tüketim arasında bağın zayıflığına vurgu yapan bazı teorik yaklaşımlardan bahseder. Bunlardan ilki, *yeni orta sınıf* yaklaşımıdır. Buna göre, post endüstriyel toplumlarda bireylerin çoğunluğu benzer yaşam tarzlarına sahiptir. Bu da, yaşam tarzlarının sınıf konumlarından bağımsızlaşarak bireyselleşmesi ve farklılaşmanın tüketim tarzları üzerinden üretilmesi sonucunu doğurmaktadır (Katz-Gerro, 2002). İkinci yaklaşım olan, *yeni kimlikler* yaklaşımına göre ise, tıpkı kültürün sosyal sınırlar çizme üzerinde pek çok etkiden biri olması gibi, sınıfsal konum da yaşam tarzı üzerinde etkili pek çok dinamikten sadece birisidir. Aynı konuda üçüncü yaklaşım ise, refah devleti ve eşitsizlik perspektifidir. Buna göre, devlet politikaları kültürel tüketimi iki şekilde etkileyebilmektedir. Birincisi, refah devletleri sınıf konumu ve kültürel tercihler arasında bir etkileşim yaratabilir. Zira, sosyo ekonomik statüsü yüksek bireyler malların tüketimi üzerinden kendilerini farklılaştıramadıklarında, bunu kültürel tüketim üzerinden yapmaya yönelmektedir. İkincisi ise, refah devletleri, bireysel özgürlükleri desteklerken, sınıf konumuna dayalı kolektif tüketim temsillerinin önüne engel koyabilir ya da yeni kültürel tüketim alternatiflerini destekleyebilir. Bahsedilen bu üç farklı teorik yaklaşımın hepsi de ekonomik ve kültürel oluşumlar arasındaki ilişkiselliği sorgulamaktadır. Katz Gerro'nun çalışması, söz edilen ilişkiselliği, araştırma kapsamına giren ülkelerde seçkin (*highbrow)* tüketim profillerinin sınıf konumu, etnisite, cinsiyet ve dinsellikle bağlamında gözlemlemek suretiyle test etmeyi hedeflemektedir. Bu sebeple, araştırmasında, daha önceki benzer araştırmalarda göz ardı edildiğini düşündüğü, cinsiyet, ırk ve dinselliğin kültürel tüketim üzerindeki etkilerini mercek altına almıştır. Katz Gerro, kültürel tüketim göstergesi olarak, katılımcılara boş zaman alışkanlıkları, müzik ve okuma ile ilgili sorular yöneltilmiştir. Araştırmanın ilgi çekici bulgularından birisi, dinselliğin İtalya, Batı Almanya ve İsrail'de seçkin tercihler üzerinde ters orantılı etkisidir. Adı geçen ülkelerde, katılımcıların dinsellik oranı yükseldikçe, seçkin beğenilerden uzaklaştıkları görülmüştür. Oysa, İsveç ve Amerika'da durum bunun tam tersidir. Katz Gerro'ya (2002) göre, kültürel tüketim ve sosyal matriks arasındaki yapısal ilişki evrenseldir (Katz-Gerro, 2002, s. 223). Ancak

devletlerin uyguladıkları kültür politikaları ile kültürel alana müdahalesi, kültürel tüketimde eşitsizlikler oluşmasına yol açabilmektedir. Devletler uyguladıkları politikalar ile ekonomik ve eğitim alanındaki eşitsizlikleri gidermeye çalıştıkça, sosyo ekonomik statüsü yüksek eyleyiciler kendilerini toplumun geri kalanından farklılaştırabilmek için, maddi olmayan tüketim şekillerine yönelmektedir. Dolayısı ile de bu durum, Katz Gerro'ya (2002) göre, orta sınıf tezini çürütmektedir. Sınıf konumunun kültürel tüketim üzerindeki etkisi geçerliliğini korumaktadır (Katz-Gerro, 2002, s. 224). Ancak, yeni kimlikler argümanını destekler çerçevede bu etki, düşünüldüğünden daha karmaşık bir yapıdadır ve toplumlar bağlamında farklılaşabilmektedir. Bazı toplumlarda, etnisite, cinsiyet ve dinsellik kültürel tüketim alanı üzerinde etki açısından öne çıkmaktadır. Başka bir deyişle, Katz Gerro, Bourdieu'dan farklı olarak, kültürel tüketimin birebir sınıfsal konum ile örtüşmediği sonucuna varmaktadır (Katz-Gerro, 2002).

Kültürel tüketim konusuna bir başka bakış açısından yaklaşan Jarness ise, kültürel alana odaklanan çalışmaların "ne" tüketildiğinden ziyade "nasıl" tüketildiğine odaklanması gerektiğini öne sürer. Jarness 2009-2010 yıllarında Norveç'te 46 katılımcı ile yapılan derinlemesine görüşme verilerini baz alarak bazı sonuçlara ulaşır. Jarnes'e (2015) göre, bireylerin hangi malı tükettiklerinden yanı sıra, nasıl tükettikleri de önemlidir (Jarness, 2015, s. 66). Zira, aynı maldan tüketmek, bazen aynı zevke sahip olmak anlamına gelmez. Jarness, burada dört ana tip tüketim yaklaşımı belirler ve bunları entelektüel mod, lüks mod, eğitici mod ve pratik mod olarak adlandırır. Jarness, bu anlamda Bourdieu'nun yanlış okunduğunu doğru karşılaştırmanın sosyal uzam ve beğeniler uzamı arasında değil de, sosyal uzam ve sembolik uzam arasında olması gerektiğini öne sürer. Jarness'in teorisi bu anlamda "kültürel oburluk" yaklaşımının da karşısında yer alır (Jarness, 2015).

David Wright ise, kültürel alanda çalışma yapanların göz önünde bulundurmaları gereken konulara dikkat çeker. Wright'a göre günümüzde kültürel alan, geçmişe göre daha akışkan bir kültürel hiyerarşiye sahiptir. Kültürel alan kültürel ürünlerin bolluk (abundance) içinde bulundukları alandır. Bu sebeple konumlar arası sınırlar daha silikleşmiştir. Bu alanda çalışan araştırmacılar, kültür ürünü üreticileri kadar detaylara hâkim olmadıklarından, kültür ürünlerinin bu kadar bol olduğu alanda, sağlıklı analiz için yeni metodolojik araçlara gereksinimleri vardır. Wright'a (2011) göre, yeni ekonomide kültür üreticisi ve tüketicisi arasındaki ilişkiler de değişmiştir (Wright D. , 2011, s. 369).

Kültürün üretim ve tüketim şekli arasındaki ilişki, kültürel hiyerarşilerin teorik inşasında merkezi rol oynamaktadır. Burada esas rolü hepçil tüketim yapan bireyler üstlenmektedir (Wright D. , 2011).

Gelişmiş Batı toplumlarından farklı olarak siyasi sermayenin sosyal alanda önemli rol oynadığı Sırbistan'da kültürel perspektiften Bourdieucu bakış açısı ile 2005 yılında yapılan bir sınıf analizi araştırması birçok açıdan Türkiye ile karşılaştırmaya örnek teşkil edebilir. Cveticanin ve Popescu, 1364 kişilik bir anket verisini kullanarak, ÇMA tekniği ile bir analiz gerçekleştirmişlerdir. Araştırmacılar, Bourdieu'yu toplumsal uzam analizinde sosyal sermayeyi yeteri kadar dikkate almamakla eleştirir. Zira, post sosyalist toplumlarda sosyal sermayenin etkisi önemini korumaktadır. Cveticanin ve Popescu'ya (2011) göre, kolonileştirme ya da kendi elitlerinin çabası ile Batılılaşan toplumlarda, kültür alanındaki mücadele global ve yerel kültür arasında olmaktadır (Cveticanin & Popescu, 2011, s. 445). Bu tip toplumlarda bu mücadele meşru ve popüler kültür arasındaki mücadeleden daha önemlidir. Araştırmacılar, 1960-1990 yılları arasında Sırbistan örneği üzerinden, eski sosyalist ülkelerdeki bir sosyal sermaye türü olan politik sermayenin önemine vurgu yapar. Bourdieu terminolojisinde kültür ve ekonomik sermaye arasında olan karşıtlık, Sırbistan örneğinde, devrimi gerçekleştiren köylü ve işçiler ile kültürel sermayesi yüksek bürokratlar arasındaki güç mücadelesi olarak tezahür etmiştir. Cveticanin ve Popescu, Sırbistan sosyal uzamında etkili olan iki tür politik sermaye türünden bahseder; politik sosyal sermaye (political social capital) ve dayanışmaya dayalı sosyal sermaye (social capital of solidarity). Sırbistan örneği, sosyal uzamın inşasında sosyal ve kültürel sermayenin alt tiplerinin varlığını ve oynadığı rolü anlamak açısından önemlidir. Kimlik, tavır ve politik tercih kalıpları ise, sosyal uzam ile homojen bir örüntü sergilemektedir. Toplam sermayenin hacim ve dağılımına bakıldığında ise dört farklı sınıf profiline ulaşırlar; çiftçiler, işçiler, orta sınıf ve üst sınıflar. Sosyal uzam bir tür parçalı bulmaca görüntüsü sergiler. Ekonomik, kültürel faktörler ile resmi (politik pozisyonlar) ve gayri resmi (dayanışma ağları ve politik sermaye) güç kaynaklarını bünyesinde birleştirir. Bu anlamda sosyal uzam, yalnızca ekonomik sermaye ve meşru kültürel sermaye birikim ve dağılımına göre şekillenmez, farklı alt başlıklarda kültürel sermaye ve sosyal sermaye türlerini de içerir (Cveticanin & Popescu, 2011).

Sırbistan örneğinde geçerli olan tespitler Türkiye'nin kültürel alanı üzerinde çalışırken bize ışık tutabilir. Zira, kendi seçkinleri tarafından Batılılaşmış bir toplum olan Türkiye toplumunda sembolik sermayenin farklı türleri kültürel alanda etkin olmaktadır. Bu anlamda Fransa örneğindeki meşru (seçkin) kültür ve popüler kültür arasındaki karşıtlığın yerini Sırbistan örneğinde olduğu gibi global ve yerel kültür karşıtlığı almış gibi görünmektedir. Politik sermaye, dayanışmaya dayalı sermaye ve özellikle 2000'lerden sonra gücü artan dinsellik sermayesi, kültürel alanda dönüşümlü olarak azalıp artarak etkin olan sermaye türleridir.

Türkiye'deki sınıf dinamiklerinin yapısını anlamak için, siyasi ve sınıfsal oluşumların tarihçesine bakmak önemlidir. Mardin'e (2006) göre, Türkiye'nin sınıfsal yapısı hala Osmanlı'dan günümüze yönetenler ve yönetilenlerden oluşan ikili sınıfsal yapı olarak süregelmektedir (Aktaran Aydın, 2006, s. 499). Bu yapı, Marxist sınıf analizinden ziyade Weberyen yaklaşıma daha yakındır. Mardin, İslamiyet'in Türkiye'de sokaktaki insanın düşünce kalıpları üzerindeki etkisini anlamaya çalışırken eş zamanlı olarak İslami düşünce kalıpları ile toplumsal, siyasal eylem arasındaki ilişkiyi de incelemiştir. Mardin'e (2018) göre, İslamiyet, batıda önce şehir (polis) ve daha sonrasında imparatorluk yapılarının yapmış olduğu görevi üstlenmiştir (Mardin, 2018, s. 66). İslamiyet, şehirsel bir yapının üzerine kurulan bir yapı olarak, şehirsel yapının gelişmemişliğini dinin birleştirici rolü ile kapatmıştır. Weber bu tarz grupları hiyerokratik gruplar olarak isimlendirmiştir (Aktaran Mardin, 2018, s. 59). Hiyerokratik gruplar, düzeni sürdürmek için, dinsel faydaları dağıtma ya da geri almanın gücünden faydalanmaktadırlar. İslamiyetin beraberinde getirdiği bir diğer özellik ise, Mardin'e (2018) göre, toplum içinde Durkheim tarafından *ikincil yapılar* olarak tanımlanan örgütlenme şekillerinden bazılarını kabul etmemesidir (Mardin, 2018, s. 71). Bu yüzden, Osmanlı toplumunda ikincil yapılar, yani fert ile devlet arasında olması gereken bazı yapılar gelişmemiştir. Bu durum tüm Ortadoğu toplumlarında da geçerlidir. Şehir, Ortadoğu'da batıda olduğu gibi kendi kanunlarını çıkartan, siyasi güce sahip bir birim olmamıştır. Bu toplumlarda şehrin rolünü ise, bir anlamda İslamiyet üstlenmiştir. Buradan hareket ile, tüzel kişiliklerin de İslami topluluklarda batıda olduğu şekilde serbestçe gelişip büyüyemediğini görebiliriz. Tüm bu farklılıklar, İslami topluluklara özgün bir şekil vermiştir. Batıda ikincil yapıların yarattığı tutumlar, değerler, alışkanlıklar İslam toplumlarında ortaya çıkmamıştır. İlaveten, devlet ve bireyler arasında Batı

toplumlarında tampon vazifesi gören ikincil yapılar olmayınca, bireyler bunların yerine ikame edecek yapı arayışına girmiştir. İkincil yapıların Batı'daki fonksiyonunu, İslam toplumlarında dinin kendisi ile ümmet ve tarikatlar üstlenmiştir. Din, ikincil yapıların tüzel kişilik fonksiyonunu yerine getirirken, ümmet ve cemaat duygusu bireylere belirli bir kuruluşun ayrıcalıklarından yararlanma ve duygusal bağlardan destek bulma imkânı sağlamıştır. İslam toplumlarında din, bir tür toplumsal kılavuz rolüne de bürünmektedir. Hal böyle olunca, aydınlanma döneminde Batı'da yaşanan burjuvazi ve din çatışması, Müslüman toplumlarda ortaya çıkmamıştır. Zira, rakip ideolojileri besleyecek ortam oluşmamıştır. Mardin'e (2018) göre İslamiyet, bir din olmaktan öte aynı zamanda bir sosyal kimlik aracıdır da (Mardin, 2018, s. 77). Aynı zamanda, Batı toplumlarında toplumsal rollerin yerini kapsayıcı talimatlar sunmak yoluyla doldurur. Bu sebeple, Batı toplumundaki "değerler" in yerini İslam toplumlarında "normlar" alır. Tüm bunlar çerçevesinde Mardin, Osmanlı toplumunda iki temel sınıfı ve buna bağlı iki ana kültür formundan söz eder. Askeri sınıf altında padişahın dinsel yetki ya da yürütme yetkisi verdiği memurlar, fiilen sınırlarda savaşçılık edenler ve ulema yer alırken, reaya sınıfı altında, vergi veren Müslüman ya da gayrimüslim uyruklar yer almaktaydı. Kültürel alanda ise, sınıfsal oluşuma tekabül eden askeri sınıfın yüksek kültürü ve reaya sınıfın alçak kültürü arasında bir çatışma kaçınılmazdı. Mardin'e (2018) göre, Osmanlı toplumu Durkeim'in parçalı (segmental) diye tanımladığı toplum tipinin özelliklerini taşımaktadır (Mardin, 2018, s. 127). İki kültür arasındaki kopukluk, devletin mahalli kültür temalarına karşı duruşu sebebi ile devam ederken, aşağı kültür de bu sebeple, batıda olduğu gibi gelişme ortamı bulamamış ve Osmanlı burjuva kültürünün bir aşaması olamamıştır. Yüksek kültür ise, belki de iktidarı temsil ettiği için köylü, esnaf ve eşraf tarafından hep ulaşılmak istenen olarak konumlandı. Modernleşme hareketi olan Tanzimat da iki kültür arasındaki uzaklığı azaltamadı. Yönetenler ve yönetilenler arasındaki bölünme kültürel bir temsil formu kazandı. Mardin'e (2018) göre, Osmanlı'dan Türkiye Cumhuriyeti'ne geçiş, düşünüldüğü gibi, Osmanlı toplumunun birçok özelliğini geride bırakmak anlamına gelmemiştir (Mardin, 2018, s. 141). Bunlardan biri de yukarıda bahsedilen yüksek kültür (aydınlar kültürü) ve alçak kültür (halk kültürü) arasındaki bölünmüşlüğün devamıdır. Cumhuriyetin kurulması sonrasında, serbest ekonomi fikri desteklenip, devlet eliyle bir burjuvazi sınıfı oluşturulmaya çalışılsa da iktisadi yapı sert bir siyasal kontrol altında tutulmaya devam etti. Böylece, mesleki faaliyetleri özerk ancak siyasi olarak

kontrol altında bir burjuvazi sınıfı ortaya çıktı. 1950'lere kadar bu sınıf, kendisine verilen sınırlı yetki ve özgürlük alanı içinde sınırlarını aşma çabasını sürdürdü. Bu süreçte aydınların halk kültürüne bakışı, kurtarılmaya mahkûm ve köhne olarak değerlendirmenin ötesine geçemedi. Mardin'in dikkat çektiği bir önemli husus da yeni Cumhuriyet Türkiye'sinde devlet memurlarına sağlanan ek fırsatlardır (Mardin, 2018). Bu fırsatlar, direkt ekonomik olarak değil ancak bürokrasi ile ilişki kurarak serbest girişim yoluyla iş fırsatları yaratmak şeklinde, yani Bourdieu terminolojisiyle ifade edersek, bir tür sembolik sermaye gibi çalışmaktaydı. Din meselesi açısından bakıldığında da halk kültürü ve seçkinler kültürü arasında bir ayrışma vardı. Dine önem veren seçkinler bile "Halk İslamı"nı kural dışı saymaktaydı. İlaveten, Mardin'e (2018) göre, Cumhuriyet seçkinleri İslam'ın kişisel fonksiyonlarının önemini göz ardı etmiş ve yerinin kolayca doldurulabileceği yanılgısına düşmüşlerdi (Mardin, 2018, s. 145). Mardin, 1969 yılında ilk baskısı yapılan Din ve İdeoloji isimli kitabında, Cumhuriyet Türkiye'sinde bir dünya görüşü ve denge sağlamak gibi pratik açıdan önemli toplumsal işlevi olan Halk İslam'ının zamanla modernleşmeye bağlı olarak, kitlesel iletişim araçlarının da yaygınlaşmasıyla er ya da geç dışlanmadan kurtulacağı ve daha görünür olarak kültürel formların içinde yer alacağını ön görmektedir (Mardin, 2018). 2021 yılında gelinen noktaya bakıldığında Mardin'in öngörüleri oldukça isabetlidir.

Boratav, Marxist perspektiften yaklaşımıyla Osmanlı-Türk bürokrasisinin bir sınıf olarak görülmemesi gerektiği öne sürer. Boratav'a (2005) göre, toplumsal sınıf çözümlemelerinde en elverişli yaklaşım tarihsel maddeciliktir (Boratav, 2005, s. 11). Buradan hareket ile, üretim ilişkilerinin ve artık ürüne el koymanın temel sınıf yapılarını belirlemedeki etkisi önemlidir. Artık ürünün yeniden paylaşım süreçlerini anlamak, toplumsal grup ve tabakaları belirlemek için elverişli bir yaklaşımdır. Artığa el koyma biçimleri aynı zamanda sınıfsal dualiteleri yaratır ki bu dualiteler içinde her sınıf bir diğerine bağımlıdır. Dolayısı ile de sınıfları birbirinden bağımsız tanımlamak mümkün değildir (Boratav, 2005). 1980'li yılların Türkiye'sini mercek altına aldığı çalışması "1980'li yıllarda Türkiye'de Sosyal Sınıflar ve Bölüşüm" eserinde Boratav, Cumhuriyet tarihi içinde Türkiye toplumunun sınıf ve tabakalaşma yapısını gözlenebilir üretim ilişkileri üzerinden düşünmek gerektiğini savunur (Boratav, 2005).

Keyder, çağdaş Türkiye'nin geçirdiği süreçleri dünya sistemleri kuramı perspektifinin biraz dönüştürülmüş bir hali üzerinden inceler. Bu bakış açısına göre,

Türkiye'de sosyal değişim, sınıflar arası mücadelenin dünya ekonomisi bağlamında ilerlemesi ile ortaya çıkmaktadır. Dünya tarihindeki dönüm noktaları, Türkiye içindeki güç dengelerinde değişime yol açmaktadır. Keyder buna en bariz örneklerden birisinin, 19. yüzyılın ortalarındaki dünya buhranı olduğunu ileri sürer. Keyder'e (2013) göre bu buhran, Osmanlı toplumu içinde muhafazakarların güçlenmesine ve Batılılaşma yanlılarının yenilgisine yol açmıştır (Keyder, 2013, s. 11). 1929-1930 yılındaki Buhran ise, ticaret burjuvazisinin yükselişine ket vurmuş, bürokrasinin bir kanadının üstünlüğü ele geçirmesine ortam sağlamıştır. Global bağlamın bir diğer önemli boyutu da dünya devletler hegemonyasındaki değişikliklerdir. Bu süreçlere eşlik eden ideolojiler, Türkiye toplumunun siyaset ve güç dengelerine de yakından etki etmiştir. Kısaca, Keyder'e (2013) göre "Dünya sistemi, ülke düzeyindeki sınıf mücadelesinin hangi bağlamda ve hangi kısıtlar içinde süreceğini belirler" (Keyder, Türkiye'de Devlet ve Sınıflar, 2013, s. 12). Türkiye'de yaşanan süreç, kapitalizm ile bütünleşme sürecinde birçok toplumun yaşadığından farklı değildir. Ancak burada Türkiye'ye özgü olan şey, bu sürecin beraberinde getirdiği sınıf çatışmasının dini ve etnik farklarla belirlenmesidir (Keyder, 2013).

Karpat'a (2012) göre, Türk toplumu Osmanlı'nın son iki yüzyılında ve Cumhuriyet döneminde hızlı bir değişim geçirmiştir (Karpat, 2012, s. 10). Bu değişim kısmen dış kaynaklı olsa da Türkiye'nin kültür, tarih ve kimliğine göre şekillenmiştir. Karpat, Cumhuriyet Türkiye'sinin kültürel anlamda ve siyasal gelenek açısından Osmanlı toplumunun devamı olduğunu ve Osmanlı'daki toplumsal yapıyı anlamadan doğru okunamayacağın savunur. Karpat'a (2012) göre, Türkiye'de modern demokrasinin yerleşmesinde birinci derecede rol oynayan orta sınıftır (Karpat, 2012, s. 29). Her ne kadar Türk toplumunda orta sınıf, Batı dünyasındaki burjuvazi tanımına eş değer olmasa da- Karpat, İslam dünyasında erken dönem sanayileşme olmadığı için burjuvazinin hiç oluşmadığını savunur- yine de Osmanlı'da bir orta sınıfın varlığından söz edilebilir. Özellikle 16.yüzyıldan sonra tımar sistemi yerine geçen çiftlik ve malikane sistemleri arazilerin işletmesini bireylere devrederek bir tür orta sınıfın doğuşuna yol açmıştır. 17 ve 18. Yüzyıllarda merkezi otorite güç kaybederken taşradaki orta sınıf (ayan) giderek güçlenmiştir. Karpat'a (2012) göre ayan, "toplumu derinden etkileyen büyük bir sosyo ekonomik dönüşümün görünen yüzüydü" (Karpat, 2012, s. 35). Modernleşme rüzgârı altında merkezi otorite tarafından desteklenerek gelişen yeni bürokrasi, kendini idare

ettiği ayandan üstün ve ileri görmekteydi. Bir noktadan sonra ayan ve merkezi otoritenin bürokratları arasında çatışma kaçınılmazdı. Devlet kurumlarında etkili olan ve zamanla saltanata karşı cephe alan bürokrat ve entelektüeller bir yandan saltanatın halk üzerindeki mistik etkisini yok etmek isterken bir yandan da bu etkiyi kendi çıkarlarına dönüştürerek korumaya çalışmışlardır. Bunu yaparken kullandıkları araç ise, modernite olmuş, modernite, toplumun ihtiyaçları göz ardı edilerek bir amaç haline getirilmiştir (Karpat, 2012). Karpat, Türkiye'de demokrasi tarihini incelerken, demokrasinin serbest teşebbüsü savunan orta sınıf ve devletçi bürokrasi sınıfı arasında mücadele macerası olduğu sonucuna varmaktadır. Karpat'a göre (2012), 1930'larda tek parti döneminin otoriter devletçi kapitalizm geleneği, o dönemde bu zihniyeti yürüten Cumhuriyet Halk Partisi'nin günümüzde yaşadığı sıkıntılar için bir sebep niteliği taşımaktadır (Karpat, 2012, s. 69)

Günümüz Türkiye'sinde kültürel alandaki kırılımın tarihsel geçmişini iyi anlamak için Karpat, Keyder ve Mardin'in yaklaşımları önem taşımaktadır. Bu bağlamda, onların devamı niteliğinde ele alınabilecek Göle'nin düşünceleri de günümüze yönelik bir çözümleme için bir perspektif sunmaktadır.

Göle, Laiklik ve İslamcılık kavramlarından hareket ile günümüz Türkiye'sinde belirginleşen "modern seçkinler (Cumhuriyet Dönemi seçkinleri)" ve "İslamcı seçkinler (karşı seçkinler)" arasındaki güç savaşına değinir. Göle'ye (1997) göre, Türkiye'nin geldiği noktada iki farklı dünya görüşü ve buna bağlı yaşam tarzı bu güç savaşını tetiklemektedir. İslamcı hareketler kendi eğitimli, teknik ve entelektüel donanımlı seçkinlerini ortaya çıkarmış ancak bu seçkinler giderek eleştirdikleri modern ve laik Cumhuriyet Dönemi seçkinlerine benzemeye başlamıştır (Göle, 1997, s. 46). Türkiye'de laikliğin modernist bir ideoloji olduğunu ve devletin kamusal alan kontrolüne dayandığını savunan Göle, laikliğin bu anlamda laik seçkin sınıf yetiştirmedeki rolü üzerinde durur. Cumhuriyet dönemine geçişte dil ve alfabe değişikliği yeni seçkinlerin öne çıkmasında onlara sembolik sermaye sağlamıştır. Bu süreçte, değişikliğe uyum sağlayamayan eğitimli nesil sosyal statüsünü kaybetmiştir. Cumhuriyet dönemi seçkinleri, gücünü finansal değil, kültürel sermayelerinden almış ve yeni ulus devlet ile laikliğin çıkarlarını destelemişlerdir. 1960'lardan itibaren tüm dünyada ve Türkiye'de İslami hareketlerin yükselişi dengeleri değiştirmiş ve 1980'lerden itibaren yeni İslamcı seçkinler ortaya çıkmaya başlamıştır. Göle, her iki karşıt ideolojinin yükselmesinde kadınların oynadığı

rolün önemine değinir. Cumhuriyet Türkiye'sinde, laikliğin sembolü olan başörtüsüz, modern kıyafetli kadınlar, yeni İslamcı ideolojide türbanlı ve kamusal alanda ortadadır. İslamcı ve laik iki ideolojinin aslında Türkiye'nin kültürel alanının kontrolünü ele almak için mücadele ettiğini öne süren Göle, bunun kökenlerini sınıf çatışmasında görür. Göle'ye (1997) göre, İslamcı hareketler sadece kültürel hegemonyaya bir tepki niteliğinde olmayıp, aynı zamanda karşı kültürel modernite modeli niteliği taşımakta ve İslamcı "karşı seçkinler"in oluşum sürecinde yeni bir paradigma olarak ortaya çıkmaktadır (Göle, 1997, s. 53). Buradaki ironi ise, bu yeni seçkinlerin de giderek Cumhuriyet Dönemi seçkinlerine benzemekte olduğu gerçeğidir. Göle'ye (1997) göre seçkin olmak bir laiklik sürecine tabi olmayı gerektirmektedir ve aktörlerin niyetlerinden bağımsız olarak, kutsal ve dünyevi arasındaki ayrım kaçınılmazdır (Göle, 1997, s. 53).

Türkiye'de yapılmış yakın tarihli araştırmalar literatürüne göz atıldığında Bourdieu'dan ilham alarak sınıf analizine kültürel perspektiften bakışla katkıda bulunan çalışmalar mevcuttur. Karademir Hazır, Türkiye örneğinde, Bourdieu'nun kavramsal çerçevesinin kültürel hiyerarşilerin gündelik hayatta ne tür yaptırımları olduğunu ve kişilerin sosyal ve ekonomik sermaye biriktirmelerinin önünü nasıl tıkadığını anlamak açısından oldukça işlevsel olduğunu düşünmektedir. Karademir Hazır, 2008-2009 yıllarında yeni orta sınıf kültürünü anlamaya yönelik 31 kişi ile derinlemesine görüşmeler düzenlemek suretiyle Ankara'da yapmış olduğu saha araştırmasının sonuçlarında, Bourdieu'dan ziyade Lamont'un çoklu sembolik sınır kavramsallaştırmasının inşa edilen sınırları anlamaya yönelik daha çok imkân sunduğundan bahsetmiştir. Zira, bu araştırmaya katılan bireyler, kendilerini diğer gruplardan ayırırken Bourdiu'nun öngördüğü gibi sadece en çok sahip oldukları kaynakları kullanmamışlardır (Karademir Hazır, 2013). Karademir Hazır (2013), bundan başka dindar ve seküler kadınların örtünme pratiklerini inceleyen Shively'in (2002) çalışmasına atıfta bulunarak tartışıldığı gibi bu kırılımın iki farklı habitus yaratıp yaratmadığı sorununu tartışmıştır. Karademir Hazır'a (2013) göre, sınıfları kuran kültürel değerlendirme şemaları, iki kesim arasındaki politik sürtüşmeden bağımsız olarak paralel işlemektedir (Karademir Hazır, 2013, s. 260: Shively, 2002).

Araştırmalarında kadınların örtünme biçimleri üzerinde yoğunlaşan Kılıçbay ve Binark, türbanın standart örtünme amaçlı kullanımı dışında aynı zamanda sınıfsal statü oluşturmaya yönelik kullanım amacına dikkat çekmişlerdir. Islamcı çizgideki kadın

dergilerinin tarihsel analizini yapan yazarlar, İslamcı modanın gelişimini incelemişlerdir. Kılıçbay ve Binark'a (2002) göre, Türkiye'de türban kullanan bir kadın öncelikle modernliğin alışılagelmiş dayatılan tanımına karşı çıkıyor anlamına gelmektedir. Aynı zamanda, türbanı çeşitli şekillerde ve tarzlarda kullanmak suretiyle politik, statüsel ya da sadece geleneksel dindar olup olmadığına dair de mesaj vermektedir (Kılıçbay & Binark, 2002, s. 509).

Aydın, 1994 yılı DIE verilerinden yola çıkarak 13.086 hane halkı üzerinden yapmış olduğu çalışmasında eğitim düzeyinin diğer değişkenlere göre tüketim üzerinde olan önemli etkisine dikkat çekmiştir. Bu bulgu, Bourdieu'nun kültürel sermaye ve ekonomik sermaye arasındaki yapmış olduğu ayrımı ve bunun habitus bağlamındaki etkisini doğrular niteliktedir. Başka bir deyişle, sosyal sınıf Bourdieu'nun vurguladığı gibi sadece ekonomik değil, büyük ölçüde kültürel sermaye ile yakın ilişki içindedir. Patronlar ve iş sahipleri, profesyonellere ve beyaz yakalı yöneticilere göre daha az burjuva tüketim kalıplarına sahiptirler. Aydın'ın çalışmasındaki başka bir bulgu ise, sınıfsal oluşumların büyük şehirlerde ülkenin geri kalan kısımlarına göre daha görünür olmasıdır. Cinsiyet bağlamında bakıldığında ise, kadınlar erkeklere göre daha seçkin beğenilere (highbrow taste) sahiptirler (Aydın, 2006)

Rankin, Engin ve Göksen'in 2012 yılında yaptıkları çalışma ise, hem nicel ve nitel yöntemleri bir arada kullanmak açısından, hem de Türkiye genelinde geniş bir örnekleme sahip olması sebebi ile bulguları açısından önemlidir. Rankin ve arkadaşlarına (2014) göre, Türkiye örneğini diğer örneklerden ayıran, toplum içinde birkaç farklı kültürün aynı anda var olabilmesidir (Rankin, Gökçen, & Ergin , 2014, s. 162). Türkiye'nin kültürel yapısı, özellikle 1980 sonrasında liberal ekonomiye geçiş ile hızlı bir değişim göstermiştir. Yerel kültürde İslam dinine olan bağlılık halen güçlü bir şekilde etkisini sürdürmektedir. Literatürde Katz-Gerro (2002) tarafından yapılan bir çalışmada, dini inançların kültürel tüketim pratiklerini pozitif ya da negatif yönde etkilediği yönünde bulgular mevcuttur. Türkiye'nin ayrıcalıklı konumunu belirleyen bir yandan yerel halkın İslam kültürüne olan bağlılığı, bir yandan da toplumun maruz kaldığı Batı kültürünün etkisinde Batı kökenli kültürel ve gündelik tüketim ürünleri ile kuşatılmış olmasıdır. Bu durum melezleşmiş kültürler ve kültürel bölünmelerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Türkiye'de homojen olmayan bir orta sınıfın varlığı söz konusudur. Bourdieu'nun Fransa örneğinde bulguladıklarına benzer olarak, sınırlı eğitim almış

olmaları sebebi ile kültürel sermayeleri düşük olan orta sınıf, Batı kültürü ve küresel beğenilere karşı tutum alırken, daha az Batılılaşmış kültürel elit kesimi örnek almaktadırlar. Kültürel sermayesi görece yüksek olan orta sınıf ise, yerel orta sınıfın beğenilerini dışlamakta ve aynı zamanda onlar tarafından Batı taklitçisi olmakla eleştirilmektedir. Özellikle son dönemlerde hızlanan sosyal değişim, kültürel alanı hızla dönüştürmekte, Cumhuriyet Dönemine ait kültürel hiyerarşiler yeni konservatif, dindar kültürel hiyerarşik yapı ile yer değiştirmektedir (Rankin, Gökçen, & Ergin , 2014). Konusunda yapılan ilk sistematik saha araştırmalarından biri olan "Kültürel Sınırların İnşası: Türkiye'de Kültürel, Sosyo- ekonomik ve Ahlaki Statü Sembolleri arasındaki İlişkiler" 2009 Ağustos ayında başlamış, iki aşamada toplam 18 ay içinde gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, niteliksel araştırma yöntemi ile ülke çapında toplam 49 kişi ile derinlemesine görüşmeler yapılmış, ikinci aşamada ise, 1893 kişiden niceliksel araştırma yöntemi kullanılmak suretiyle veri toplanmıştır. Araştırmanın sonucunda, İslam dinine olan inancın bireylerin hayatlarında önemli bir yer teşkil ettiği bulgulanmıştır. Elde edilen tüm data, Bourdieu'nun kullandığı Çoklu Mütekabiliyet Analizi ile değerlendirilmiştir. Araştırmadan edinilen bulgular Peterson ve Kern'in (1996) kültürel hepçillik yaklaşımı ile uyumludur. Yüksek tabakaya sahip kesimler arasında yerel kültürün zevk ve beğenileri dışlanmamaktadır. Ancak, sosyoekonomik düzeyi düşük olan ve yetişkin nüfusun yüzde 50'sini oluşturan bir kesim Batı kültürü ile ilişkili kültürel eylemlerden tamamen uzaktır. Burada bu eylemlerin bilinçli olarak Batı kültürünü reddetmek amaçlı olarak terk edildiği düşünülmektedir. Analizin sonucunda, Türkiye'nin kültürel alanına hâkim üç ana gruptan söz edilmektedir. Birinci grup, kentlerde yaşayan, eğitim ve gelir düzeyi ortalamanın üzerinde, laik ve global kültürü uygulamaya yatkın kesim, ki bu kesim yetişkin nüfusun yüzde 25'ini oluşturmaktadır. İkinci grup, genellikle taşra kentlerinde yaşayan gelir ve eğitim düzeyi orta seviyede, dini inançlara bağlı kesimdir. Bu kesim zaman zaman Batı kültürünün ürünleri de haşır neşir olsa da genellikle tercihleri yerel beğenilerden yanadır. Bu kesim yetişkin nüfusun yüzde 30-40 civarını oluşturmaktadır. Üçüncü grup ise, kültürel tüketim alışkanlıklarını reddeden gruptur. En alt seviye gelir ve eğitim düzeyine sahip olan bu grup, sinema ya da alışveriş merkezlerine gitmemekte, interneti dahi kullanmamaktadır. Rankin ve arkadaşlarına (2014) göre, Türkiye örneği, Batı kültürünün şekillendirdiği bir kültürel alanı analiz etmek açısından önemlidir (Rankin, Gökçen, & Ergin , 2014, s. 173). Rankin ve

arkadaşları, kültürel tüketim alışkanlıkları yüksek olan orta sınıf özelinde yapılacak detaylı bir araştırmanın grubun beğeniler üzerinden çizdiği kültürel sınırları daha net olarak anlamak için fayda sağlayacağını düşünmektedir (Rankin, Gökçen, & Ergin , 2014).

Arun, 2005 yılında yapılan ve Türkiye'yi de dahil eden Avrupa Yaşam Kalitesi Araştırması (AYKA) verilerini kullanarak Türkiye'deki kültürel tüketim pratiklerini ve bu pratiklerin eşitsizlik yaratma üzerindeki etkisini incelemiştir. Söz konusu araştırma için veriler 2013 yılında, 165 temsili örneklem noktasında, 996 kişiyle yüz yüze görüşmeler ile toplanmıştır. Holt'a (1997) göre, post kapitalist toplumlarda kültürel hiyerarşiler görünmezdir ve nesneleştirilmiş kültürel sermaye sınırları görmeye olanak vermeyebilir (Holt, 1997, s. 102-103: Aktaran Arun, 2014). Ancak buna rağmen, tüketimde kültürel sermaye farklılılarının sınıflayıcı gücü devam eder (Arun, 2014). Arun'un bulgularına göre, Türkiye'de toplumsal alanda seçkin pozisyon almayı sağlayan kaynaklar eşitsiz şekilde dağıtılmaktadır. Yönetici sınıflar ise, kendi çıkarları doğrultusunda kültürel ve ekonomik sermayeye sahip olma süreçlerini yöneterek, bu eşitsizliğin yeniden üretimini sağlamaktadır. Televizyon gibi melez ortamların meşrulaştırılması da bu amaca hizmet etmektedir. Böylece kültürel eşitsizlik gelecek nesillere aktarılmaktadır. Arun'a (2014) göre, çözüm, kültürel sermayeyi daha eşitlikçi dağıtmak için, toplumsal yeniden üretimi daha adil kılacak mekanizmalar üretmektir (Arun, 2014, s. 189).

Yakın zamanda Bourdieu metodolojisini kullanarak yapılan ve muhafazakâr habitusun dönüşümüne odaklanan üç diğer önemli niteliksel saha araştırması ise Zarif ve Dinen Makbül, Muhafazar Üst Orta Sınıf Habitusu (Akçaoğlu, 2018), Fatih Başakşehir, Muhafazakâr Mahallede İktidar ve Dönüşen Habitus (Özet, 2019) ve Yeni İslami Burjuvazi, Türk Modeli (Yankaya, 2018) olarak öne çıkmaktadır.

Özet, İstanbul'da muhafazakâr nüfusun yoğun yaşadığı Fatih ve Başakşehir'de yaptığı karşılaştırmalı araştırmada, 21. Yüzyılın ilk yıllarından itibaren yeni egemen blok haline gelen kentli muhafazakarları incelemiştir. Özet'in araştırması Weberyen "sosyal kapanma" ve Bourdieucu "habitus dönüşümü" üzerine kurgulanmıştır. Özet'e (2019) göre kentli muhafazakârlar, danışmadan dışlamaya uzanan sosyal kapanma süreçlerinden geçerek bir habitus dönüşümü sağlamışlardır (Özet, 2019, s. 2-23). Köken ve dinsellik ile

başlayan simbiyotik ilişki, iktidar gücünün de desteği ile, İslami habitusu ekonomik rasyonaliteyi temsil eder hale getirmiştir. Bu süreçte dayanışma üretimleri de (parti, STK vb.) geleneksel ve enformel düzeyden kurumsal ve formel düzeye evrilmiştir. Özet, bu değişimi Başakşehir örneğinde gözlemler. Eş zamanlı olarak sosyal kapanma süreci de sosyal dışlamaya doğru değişim göstermiştir. İlaveten, Fatih'ten farklı olarak Başakşehir'de gelişen sitelerin yer aldığı etaplar bölgesi, yükselen ekonomik sermaye ve İslami kimlik kodlarının birleştiği yeni bir orta üst sınıf İslami habitusun şekillenmesine el vermiştir. Özet'e (2019) göre, İslami habitusun dönüşümüne kentli muhafazakâr topluluk öncülük etmektedir (Özet, 2019, s. 346).

Akçaoğlu (2018) araştırmasında Ankara'da eski bir gecekondu mahallesi olan ancak 1990'lardan sonra hızla dönüşen ve gecekonduların yerini apartman ve lüks sitelerin aldığı Çukurambar'daki dönüşümü gözlemlemiştir (Akçaoğlu, 2018). Bu semtte 2011 yılında açılan Sufihane, Akçaoğlu'na bu konuda etnografik bir araştırma yapma imkânı sağlamıştır. Akçaoğlu, siyaset alanındaki dönüşümlerin muhafazakâr orta sınıf beğenisini nasıl etkileyip dönüştürdüğünü mercek altına almış ve siyasi alanın etkisiyle dönüşen bu beğeniyi "zarif ve dinen makbul olarak" tanımlamıştır. Akçaoğlu, Bourdieu'nun ilişkisel sosyolojisinden faydalanarak, bunu Türkiye örneğinde tarihselleştirmiş ve "sembolik kutuplaşma" kavramını üretmiştir. Akçaoğlu'na (2018) göre, muhafazakâr ve laik orta sınıflar arasında tüketim davranışları ekseninde bir yaklaşma olsa da, bu yaklaşma zihinsel düzlemdeki bariyerleri yıkamadığı için, sembolik kutuplaşma üzerinde etkili olmamıştır. Akçaoğlu'nun bu konuda önerdiği çözüm ise, iki kutup arasında yeni zihinsel araçları devreye sokarak akılcı iletişimi mümkün kılan toplumsal koşulları tespit etmektir (Akçaoğlu, 2018, s. 159).

Yankaya'nın MUSIAD (Müstakil İş Adamları Derneği) üyeleri ile derinlenmesine görüşmeler yapmak suretiyle tamamladığı saha çalışması ise, odağını tarihsel bir bakışla yeni İslami burjuvazinin ortaya çıkışından başlatıp işverenler üzerinden örgütlenerek yükselişi üzerine çevirmektedir. Yankaya'ya (2018) göre, oluşan yeni burjuvazi, artık burjuva alanının egemen aktörü olarak toplumsal uzamın örgütlenişine, siyasi, ekonomik ve ahlaki-kültürel yapılandırmalara etki etmekte ve Türkiye'deki yeni dönüşümün taşıyıcısı olmaktadır (Yankaya, 2018, s. 247). Türkiye'de laik seçkinler ve İslami seçkinler arasında süren kültürel alanın iktidar mücadelesi, ekonomik düzlemde aynı söylemi savunsalar da İslam dininin toplumsal örgütlenmedeki yeri ile ilgili olan kültürel

temsillerde birbirinden ayrışmaktadır. Yankaya'ya (2018) göre, İslami burjuvazi, Kemalist ve Batıcı gelişmeye alternatif olabilecek bir modernleşme ve toplumsal değişim ile sınıf atlama modeli sunmaktadır (Yankaya, 2018, s. 249). Bu ayrışmanın işverenler alanı içindeki temsili ise, TUSIAD (Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği) ve MUSIAD üzerindendir. MUSIAD bünyesindeki seçkinler ile, Anadolu'daki küçük ve orta ölçekli işletmeler arasındaki kültürel ve İslami değerlere yakınlık, ahlaki kültürel bir karşıtlık olarak kodlanarak, MUSIAD'ı Anadolu sermayesinin çıkarlarını koruyan bir kurum olarak zihinlerde konumlandırmaktadır. Yankaya'ya (2018) göre, bugün geldiğimiz noktada, İslam ahlakı bir performans unsuru ve statü simgesi olarak ortaya konmakta ve bu da kamusal alanın örgütlenmesinde dinin rolünü arttırmaktadır (Yankaya, 2018, s. 251). Yankaya, araştırmasının sonuç bölümünde İslami seçicilik kavramına gönderme yaparak, günümüzde öznelliklerin İslami seçicilikler aracılığıyla otaya konduğunu, bu sebeple de İslami seçiciliğin etkisini görmezden gelerek, ekonomi, toplum, siyaset ve modernliğin ele alınmasının gerçekçi olmadığını ortaya koyar. Bir başka vurgu noktası da İslami seçicilik her ne kadar bireylerin İslam dini ile ilişkisi sonucunda ortaya çıkabiliyor olsa da, kişinin bireysel dini inanışı ile İslami seçicilik arasında mutlaka bir ilişki olmasının zorunlu olmayışıdır. Dolayısı ile de araştırmacının odak noktası, eylem, yani bireyin dindarlığı değil, içinde evrildiği toplum ile etkileşimi olmalıdır (Yankaya, 2018).

Türkiye'de kültürel alanı incelerken dindar laik ekseninde sekülerleşmenin gidişatı konusu her daim ana tartışma eksenindeki konulardan biri olagelmiştir. Bu konuda Volkan Ertit'in (2019) Türkiye'de seküleşme hakkındaki görüşleri güncel literatüre katkı sağlamaktadır. Ertit, sekülerleşmeyi, "doğaüstü alanın toplumsal gücünün geçmişe göre azalması" olarak tanımlamaktadır. Doğaüstü alan tanımı, başta din olmak üzere, büyü, fal, halk inançları gibi olguları kapsamaktadır (Ertit, 2019, s. 319). Ertit'e (2019) göre, sekülerleşme teorisinin de savunduğu üzere, modernleşen toplumların sekülerleşmeden kaçınması imkansızdır. Bununla beraber, sekülerleşmeyi gözlemlerken sadece dini ibadet sıklığı ya da inanç esasları üzerinden ilerlemek yanıltıcı olabilir. Kesin bir kanıya varabilmek için, eş seçimi, cinsellik, yeme içme kültürü, eğitim, boşanma, çocuk yetiştirme gibi gündelik yaşamın farklı alanlarında doğa üstü alanın etkisini görmek gerekir (Ertit, 2019, s. 320-321). Bu bağlamda, Ertit, Türkiye toplumunun da giderek sekülerleştiğini savunmaktadır. Ancak, iki temel yanılgı sebebi ile toplumda

yanıltıcı bir muhafazakarlaşma/dindarlaşma algısı mevcuttur. Bu yanılgılardan birincisi, devletin din hassasiyetinin artması, diğeri ise, önceleri var olan ancak kamusal alanda görünürlükleri kısıtlı olan grupların ortaya çıkmasıdır.

BÖLÜM 3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeli, evren ve örneklem hakkında genel bilgi verildikten sonra verilen toplanması, çözümlenmesi ve yorumlanması süreçleri hakkında bilgilere yer verilecektir.

3.1. Araştırma Modeli

Araştırma Türkiye'nin kültürel alanına odaklanarak bu alanın işleyişi üzerinden sınıf ve tabakalaşma dinamiklerini keşfetmeyi hedeflemektedir. Bu çerçevede, Bourdieu geleneğine bağlı kalarak hem niceliksel hem de niteliksel yöntemlerden eş zamanlı olarak faydalanılmıştır.

Sosyal bilimlerde pozitivizm, fenomenolojik yaklaşım ve eleştirel okul kullandığımız araştırma yönteminin nasıl olması gerektiğini belirleyen üç temel bakış açısıdır. Her bir bakış açısı, farklı teorik çerçeveler ve temek önermeler sunarak sosyal dünyayı farklı kavramlaştırır (Kümbetoğlu, 2012).

Pozitivist paradigma, sosyal dünyayı bireyin dışında bir olgular bütünü olarak kabul eder. Aron'a (2010 göre, pozitivist düşüncenin babası olarak kabul edilen August Comte, insan düşüncesinin gelişimini insan toplumlarının evriminin temeli olarak alır (Aron, 2010, s. 73). Statik ve dinamik Comte'un iki temel kategorisi olup statik canlı bir organizmaya benzeyen toplumun temel düzenini ortaya çıkartırken, dinamik bu temel düzenin pozitivizmin son aşamasına varmadan geçtiği değişimleri anlatmaktadır. İlerleme düzenin gelişmesidir. Tüm toplumlar insan düşüncesinin gelişimi paralelinde aynı evrim sürecinden geçerek ilerler (Aron, 2010). Durkheim ise, 1895 yılında yayınlanan "Sosyolojik Yöntemin Kuralları" kitabında, olguları bireyin dışında bulunan ve sahip oldukları güç sayesinde kendilerini bireye kabul ettiren davranma, düşünme ve hissetme biçimleri olarak anlatır. Toplu hallerin bireylere yansıyarak büründükleri biçimlere gelince, bunlar başka türden şeylerdir ve bu durum aynı zamanda doğadaki ikiliğe de tekabül eder. Durkheim'a (2012) göre, toplumsal olguların gözlemlenmesi için ilk ve en temel kural, onları "şeyler" gibi düşünmektedir (Durkheim, 2012, s. 38). Comte ve Durkheim'ın yaklaşımları üzerinde temellenen pozitivist yaklaşım, sosyal dünyanın bireylerden bağımsız bir gerçeklik olduğu ön kabulüne dayanır ve araştırma yöntemi olarak da bu yapıyı olduğu haliyle yansıtacak ölçülebilir, yoruma açık olmayan, sayısal

yöntemleri bilimsel kabul ederek öne çıkarır. Pozitivist yaklaşımın savlarından biri de doğa bilimleri ile insan bilimlerinin araştırmada aynı bilimsel yöntemleri kullanmaları gerektiğidir. Bu çerçevede tıpkı doğa bilimleri gibi toplum bilimlerinin de yasaları olması gerektiğini savunmuşlardır. Pozitivizme yöneltilen eleştirilerden biri de bu yasa kavramı üzerindendir. Zira, karşı görüşün bakış açısından açıklamaya dayanan bu kanunlar, anlama çabasını içermemektedir. Başka bir deyişle, eleştirilerin temel hareket noktası, pozitivist yaklaşımın, neden sonuç ilişkilerine odaklanırken anlamın kavranmasına yönelik çabadan uzaklaşmasıdır Pozitivizme karşı çıkan kuramlar, sosyal gerçekliği daha iyi kavrama gayesi ile görüngülerden çok, özü anlama ve kavramaya önem verenler olmuştur. 1960'lardan sonra giderek güçlenen bu karşı çıkış, sembolik etkileşimciler, fenomenoloji, etnometodoloji ve eleştirel okulun metodolojilerinde vücut bulmuştur. Deneysel (pozitivist) ve yorumsamacı olarak adlandırabileceğimiz temel iki farklı paradigma sadece bir teknik, yol ve usul farlılığı değil aynı zamanda bir felsefi bakış farklılığıdır da. Pozitivist bakışta var olan sosyal gerçeklik bir olgu olarak bireylerin dışında var olurken, yorumsamacı bakışta, sosyal dünyayı yaratan, bireylerin onu anlamlandırma şeklidir (Kümbetoğlu, 2012).

Metodolojik anlamda pozitivist yaklaşım sayma ve hesap etme üzerine kurulu niceliksel araştırma yöntemlerini (deneyler, anketle, istatistikler gibi) kullanır. Burada amaç "ne, ne kadar, nerede, kim" gibi sorulara cevap bulmaktadır. Yorumsamacı yaklaşımda ise, sayılardan ziyade anlama ulaşma kaygısı vardır. Bu çerçevede niteliksel araştırma yöntemleri (derinlemesine görüşmeler, odak grup görüşmeleri gibi) kullanılır. Burada ne ve nasıl sorularına cevap aranır. Niceliksel araştırma yöntemleri hipotezi test ederken, niteliksel yöntemler hipotezi oluşturucudur (Kümbetoğlu, 2012).

Bu araştırma, Pierre Bourdieu'nun metodolojik yaklaşımından ilham almıştır ve bu yaklaşım yukarıda anlatılan her iki yaklaşımdan da bazı açılardan farklıdır. Bourdieu, bir açıdan iki yaklaşımın sentezini yaparken, öte yandan, ikisinin de düştüğü tuzaklara düşmemek için bazı yöntemler geliştirir.

Kümbetoğlu'na (2012) göre, Bourdieu'nun yaklaşımı eleştirel okul altında değerlendirebilir (Kümbetoğlu, 2012, s. 27). Bourdieu, La Distinction (Ayrım) kitabına konu olan Fransa'da yaptığı saha araştırmasında hem niteliksel hem de niceliksel yöntemlerden faydalanmıştır. Zira, Bourdieu'ya (2014) göre, bir araştırmada nesnenin

tanımı ve veri toplamanın pratik koşullarını göz önüne alarak, anlamlı ve kullanılabilir olan bütün tekniklere başvurmak gerekir (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 231). Başka bir ifade ile, gerektiğinde istatistiksel teknikler derinlemesine görüşmelerle birlikte kullanılabilir. Burada araştırmacıya önerilen en önemli tavsiyelerden birisi, "bilimsel kesinlik peşinde koşarken, zekanın ve icadın düşmanı olan katılığı birbirine karıştırmamak" gerekliliğidir. Aynı zamanda, bir sosyolojik araştırma mutlaka komşu disiplinler olan iktisat, tarih, etnolojiden de faydalanmalıdır (Bourdieu & Wacquant, 2014).

Waquant'a (2014) göre, Bourdieu, sosyolojinin görevinin, toplumsal dünyanın en derine gömülü yapılarını ortaya çıkarmak olduğu kadar, bu yapıların yeniden üretimi ve dönüşümünü gösteren mekanizmaları tanımlamak olduğunu da öne sürer. Bunu yaparken, Bourdieu'nun ayırt edici önemli özelliklerinden birisi düşünümsellik kaygısıdır (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 36). Burada kastedilen düşünümsellik Hegelci yaklaşımda olduğu gibi öznenin özne üzerinde düşünmesi değildir. Waquant'ın ifadesiyle (2014) bu düşünümselliğin esas öznesi, son gelinen noktada sosyal bilimlerin kendisidir (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 38).

Bourdieu için, iyi sosyoloji yapmanın en önemli kurallarından birisi nesnenin inşasında gösterilen titizliktir. Bourdieu bunu sağlamak için, bir algılama tarzı, görme ve sınıflama ilkesi içeren bilimsel bir üretim tarzından bahseder; *modus operandi*. Bourdieu'ya (2014) göre, insanlarının bu modus operandiyi kazanması için onu pratik işleyiş içinde görmeleri önemlidir (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 226). Kısaca, sonuca odaklanmaktan ziyade araştırma sürecinin titizlikle yönetilmesi ve elde edilen verinin tüm kirlerinden arındırılması elzemdir. Bourdieu'nun bakış açısından bunu gerçekleştirmeye giden yolda ilk kural, toplumsal dünyayı tözselci bir biçimde düşünme eğilimiyle mücadele etmektir. Bourdieu sosyolojisinde, alan nosyonu bu konuda mücadele ederken her zaman bize kuralları anlattığı için yararlı bir araçtır. Araştırmacı önceden inşa edilmiş kategorileri ele almak yerine, bu kategorilerin toplumsal inşasını nesneleştirmelidir. Bu da ancak, bağıntısal (ilişkisel) düşünmekle mümkündür (Bourdieu & Wacquant,2014). Waquant, Bourdieu'nun sosyolojik görüşünün merkezini, bağıntısal bakış açısının oluşturduğunu savunur. Waquant'a (2014) göre bu bakış açısı aslında yeni değildir ve geçmişi Marx ve Durkheim'a kadar uzanır (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 25). Kısaca, Bourdieu, pozitivist yaklaşımların yönlendirdiği şekliyle bir bütününün sınırlı bir

parçasını derinlemesine inceleme fikrinden ziyade, inşa edilen nesnenin anlamlı unsurlarının bütününü genel olarak ele alıp incelemeyi doğru bulur. Nesneyi inşa etmekte bir diğer kural ise, olgular karşısında sistematik ve etkin bir duruş sergilemektir. Bilimsel nesne inşa etmek, her şeyden önce sağduyudan ve herkes tarafından paylaşılan temsillerden kopuş gerektirir. Bu temsiller, hem günlük hayatın alışılmış klişeleri içinde hem kurumlarda hem de bireylerin beynindedir. En önemlisi de araştırmayı yapan sosyoloğun da bu temsiller tarafından kuşatılmış olduğu, yani araştırdığı toplumsal dünyanın bir ürünü olduğu gerçeğidir. Peki, o zaman sosyolog kendisi aracılığıyla toplumsal dünyanın nesneyi inşa etmesine nasıl dur diyebilir? Aslında Bourdieu'ya (2014) göre, pozitivist metotlar önceden mevcut kavramları kullanmak suretiyle bu tuzağa fazlasıyla düşmektedir. Bu şekilde toplumsal dünya sosyolojiden faydalanarak kendi temsilini oluşturur ve yeniden üretmeye devam eder (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 241-242). Bourdieu, burada mutlaka radikal bir şüphenin gerekliliğinden bahseder. Hatta bu şüphenin çerçevesi sosyolojinin akademik geleneğini kapsayacak kadar da geniş olmalıdır. Zira, kendi düşüncesini düşünmemiş sosyolog, düşündüğünü iddia ettiği şeyin aracı olmaktan kaçamaz. Burada sosyoloğa yardımcı olacak en önemli yöntemlerden birisi, düşünce sorunlarının, nesne ve araçlarının toplumsal inşa tarihine bakmaktır. Bu kısmen sosyoloğu nesne olarak ele aldığı sorunların nesnesi haline gelmekten kurtarabilir. Buna rağmen Bourdieu'ya (2014) göre, sosyoloğun durumu yine de zor hatta bazen umutsuzdur. Çünkü, bu sürekli radikal şüphe, bir süre sonra sosyoloğu akademik dışlanmayı göze almak zorunda bırakabilir (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 246). Yine de buradaki amaç, bilimsel aklı pratik aklın hakimiyetinden kurtarmak, pratik aklın ise bilimsel aklı bozmasına izin vermemektir. Toplumsal dünyanın pratik mantığını oluşturan varsayımlar, algı ve kavrayış şemaları gibi şeyler birer bilgi aracı olarak alınmamalıdır. Bourdieu (2014), "sağduyunun naif doxasının yerine akademik sağduyunun aynı ölçüde naif doxasını geçirme" tehlikesinden bahseder (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 253) (Bourdieu&Waquant, 2019;253). Kısaca, Bourdieu'nun metodolojisinde sıradan sağduyu ve akademik sağduyudan kopmak yetmez, tüm kopuş araçlarından da kopmak gerekir. Toplumsal dünyayı düşünen sosyoloğun tam kopuşu sağlayabilmesi, bakışının dönüşüme uğramasına bağlıdır (Bourdieu & Wacquant, 2014, s. 258). Özetle, araştırmacıya düşen sorumluluk radikal bir şüphe ile, öncelikle sosyal dünyanın inşa ettiği kavramsallaştırmanın farkına varıp, bundan tam bir kopuş sağlamak,

bunu yaparken de eş zamanlı olarak kendisinin de bu dünyanın bir nesnesi olduğunu görmek ve araştırma sürecinde bunu da dikkate almaktır.

Araştırmanın saha çalışması sürecinde, olabildiğince Bourdieu'nun yukarıda bahsedilen görüşlerine, bağıntısallık ve düşünümsellik yaklaşımına sadık kalınmaya çalışılmıştır. Bu doğrultuda, hem niceliksel araştırma yöntemleri altında yer alan anket tekniği, hem de niteliksel yöntemler altında veri oluşturma tekniklerinden biri olan derinlemesine görüşme tekniği birlikte kullanılmıştır. Araştırma konusu itibarıyla Türkiye'nin seküler ve dindar kesimlerinin birlikte yer aldığı kültürel alanını ve bu alandaki sınıf ve tabakalaşma dinamiklerini ortaya çıkarmayı (keşfetmeyi) hedeflemektedir. Bu süreçte, söz konusu alan üzerinde çalışırken, Bourdieu'nun bahsettiği tözsel kopuşu gerçekleştirmek için, ön kabüllerden ve kategorilerden olabildiğince uzak kalarak, tarihsel gelişimi dikkate alan bir çalışma sürdürülmeye gayret edilmiştir.

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırma 2019 yılı TUIK verilerine göre nüfusu 15.519.267 olan İstanbul ilinde gerçekleştirilmiştir. Çağlar Keyder, İstanbul'u diğer küresel kentlerden farklı olarak görkemli bir *dünya* kenti olarak tanımlamaktadır. İstanbul, bütün tarihi boyunca, imparatorlukların başkenti olma özelliğinin yanı sıra, benzersiz bir coğrafi konuma sahip olma özelliği ile de öne çıkmaktadır. Bu özellik, İstanbul'a tarihi boyunca önemli bir ticari geçit noktası olma ayrıcalığı sağlamıştır. Ancak bu potansiyele rağmen, Keyder'e (2018) göre, Cumhuriyet Türkiye'sinde İstanbul, dönemin siyasi elitleri tarafından gerekli değeri görmemiş ve ekonomik anlamda gölgede kalmıştır (Keyder, 2018, s. 17-21). 70'li yıllardan itibaren, popülizmin yükselişine paralel mali teşviklerin de katkısı ile, İstanbul, yavaş yavaş özel imalat sanayinin merkezi haline gelmeye başlamıştır. İthal ikameci sanayi ürünleri için, orta sınıf talebin en büyük bölümü de aynı dönemde İstanbul'da yoğunlaşmıştır. Bu süreç, İstanbul'da hızlı bir ekonomik genişleme ile kaotik bir büyümeye yol açmış ancak şehrin fiziki alt yapısı ve kaynakları bu süreçte aynı ölçüde büyüyememiştir. İlaveten, bir devlet politikası olarak, ekonomik kaynakların kırsal kalkınmaya ayrılması sonucunda, hızlı kentleşme ve gecekondulaşma bu döneme damgasını vurmuştur. 1980 askeri darbesiyle gelen devlet yönetimindeki değişiklik ve yeni kadroların göreve gelmesiyle, liberalleşen dünya ekseninde İstanbul'a biçilen rol de

farklılaşmaya başlamıştır. Bu yıllarda yavaş yavaş bir turizm merkezi haline de gelmeye başlayan şehirde, devletin liberal söylemlerinin de etkisi ile, birçok uluslararası ölçekteki banka ya da diğer sektör firmaları şubeler açmışlardır. Modern ofis blokları, beş yıldızlı oteller, üst gelir grubuna hitap eden alışveriş merkezleri ve dünya markalarının mallarını satan butikler de yine bu dönemde yavaş yavaş şehrin bir parçası olmaya başlamıştır. Eş zamanlı olarak, tüm dünyada artan küreselleşme eğilimine paralel, refah devletleri ve kalkınmacılık yaklaşımının çökmesiyle artan eşitsizliklerin İstanbul özelinde etkisi sert olmuştur. Bu süreçte, tüm küresel kentlerde olduğu gibi, hem kent halkının küreselleşmiş faaliyetlere katılımı açısından, hem de dönüşüm geçiren mekanlar açısından modern-geleneksel / küresel-yerel çatışmasına benzer ve onu besleyen deneyimler yaşanmaya başlamıştır. Daha önceki dönemlerde daha eşitlikçi bir biçimde geniş bir yelpazeye sunulan anaokulları, liseler, üniversiteler, hastaneler gibi sosyal hizmetler hızla özelleşmiştir. Kamu hizmetleri ise kötüleşmiştir. Bu süreç, hayat tarzları ve tüketim kalıplarındaki farklılaşma ile, giderek arasındaki mesafe açılan iki bölmeli bir toplum yaratmaya başlamıştır (Keyder, 2018). Bunun mekânsal yansıması, sayıları hızla artan üst gelir grubuna yönelik siteler ve yine hızla artan gecekondular arasındaki karşıtlıktır. Bu farklılaşmayı, gündelik hayata yansıyan çoğu tüketim kalıbı üzerinden okumak da mümkündür.

Keyder, bugün gelinen noktada İstanbul'u bir "bölünmüş kent" olarak adlandırır. Kentin bir bölümünde küresel maddi akışlar gerçekleşirken, bir bölümü bu akışlardan fazlasıyla kopuktur. Hatta, kentle ilişiği olmayan ayrı bir kasabayı andıran gecekondu mahallerinde yaşayanlar, göç öncesinden kalan toplumsal ağlar aracılığı ile hayatlarını sürdürmeye çalışmaktadırlar (Keyder, 2018).

Tüm bu bilgiler ışığında, araştırmanın evreni olarak seçilen ve kozmopolit bir nüfusu barındıran İstanbul, araştırmamızın sorunsalı paralelinde, bize doğru örnekleme ulaşmak açısından elverişli bir ortam sunmaktadır.

Araştırma sürecinde anket tekniği ve derinlemesine görüşme tekniklerinden faydalanılmıştır. Derinlemesine görüşmelerin büyük çoğunluğu anket çalışması öncesinde tamamlanmış ve buradan elde edilen veriler, saha anket çalışması için hazırlık konusunda katkı sağlamıştır.

Derinlemesine görüşme tekniği, araştırmanın kültürel alana dair keşfedici/ortaya çıkarıcı amacını desteklemek için elverişli bir tekniktir. Araştırmamızın konusu açısından bu tekniğin, katılımcıların içinde bulundukları alanda, kendileri ve diğer aktörleri nasıl gördükleri, nerede konumlandırdıkları, çevrelerini nasıl ve ne şekilde anlayıp yorumladıkları ve hayata bakışlarına derinlemesine ışık tutmak suretiyle alan içindeki ilişkiselliği de deşifre etmesi beklenmektedir. Kümbetoğlu'na (2012) göre, niteliksel araştırmalarda temsil edici örneklemden ziyade veri derlenebilecek kişileri örnekleme dahil etmek anlamlıdır (Kümbetoğlu, 2012, s. 97). Bu doğrultuda, Bourdieu'nun da sakınmamızı önerdiği kategorileştirmeden de mümkün olduğunca kaçınarak, görüşülen kişileri seçerken farklı bilgiler toplanabilecek farklı meslek, cinsiyet ve gelir grupları ile dini yaklaşıma sahip katılımcılara ulaşmak hedeflenmiştir. Bu çerçevede toplam 32 katılımcı ile derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Derinlemesine görüşmelerde elde edilen veriler ışığında, nicel saha çalışmasına hazırlık yapılmıştır. Derinlemesine görüşme yapılan katılımcıların meslekleri ve dindarlık durumları Tablo 3.1'de gösterilmektedir. Dindarlık düzeyinin tespitinde, katılımcılara yöneltilen "dindar mısınız" sorusuna cevaben verdikleri kendi beyanları esas alınmıştır. Görüşmeler bir buçuk saat ile üç saat arasında sürmüştür ve ev, kafe, işyeri gibi farklı mekanlarda gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcılara ulaşmada, amaçsal ve kartopu tekniklerinden yararlanılmıştır. Amaçsal örneklem seçimi, "belirli bir kriter ve özelliğe bağlı olarak seçilen birey ve gruplardan oluşan" kişilere ulaşılması anlamına geldiğinden araştırma da belirli bir yanlılık riski taşısa da "küçük bir örneklem içinde araştırma evreninin farklı karakteristiklerini de içinde barındırmaya" elverişli olduğu için (2002 Black'ten aktaran Kumbetoğlu, 2012; s.99) verimli bir veri oluşturma tekniğidir. Katılımcıların bir kısmı amaçsal örneklem tekniği ile sosyal medyadaki profilleri incelenerek seçilmiş ve kendileri ile iletişime geçilmiştir. Kartopu tekniği ise, kaynak kişilerden diğer görüşülecek kişilere ulaşılması anlamına gelir ve daha çok etnografik araştırmalarda tercih edilmektedir (Kümbetoğlu, 2012). Görüşülen kişilerin bir kısmı araştırmacının yakın çevresinde yer alan kişilerin tanıdıkları ve görüşme yapılan katılımcıların yönlendirmesi ile bu teknik kullanılarak ulaşılan katılımcılardır.

Tablo 3.1. Derinlemesine Görüşme Katılımcılar Listesi

Meslekler	**Dindar değil**		**Dindar**	
	Kadın	***Erkek***	***Kadın***	***Erkek***
Tekniker		1		
Tezgahtar				1
Otopark valesi		1		
İşsiz		1		
Temizlik işçisi	3		2	
Apartman görevlisi				1
Ev Kadını			2	
Büro elemanı	1		1	
Gündelik geçici işler yapan		1		
Emekli				1
Avukat		1		
Beyaz yakalı yönetici		2		
Öğretim görevlisi	1	1		
Öğrenci	1			
Büyük işletme sahibi		1		1
Küçük işletme sahibi		1		1
Metin Yazarı			1	
Yaşam koçu			1	
Esnaf				1
Kendi isteği ile çalışmayan	1			
Girişimci ve STK yöneticisi			1	
Butik sahibi			1	
Toplam	**7**	**10**	**9**	**6**

n:32

Derinlemesine görüşmelerin tamamlanmasına yakın niceliksel saha araştırmasının hazırlıklarına başlanmıştır. Kümbetoğlu'na (2012) göre niceliksel araştırma örneklemini seçmek için araştırmacının uyması gereken ilke, örneklemin araştırma evrenini temsil edici nitelikte olmasıdır (Kümbetoğlu, 2012, s. 97). Bu doğrultuda en az 600 kişilik bir örneklemin yeterli olacağı kanaatine varılmıştır. Anket formunda yer alacak sorular, nitel araştırma sürecinde toplanan verilere ve literatür taraması sonucunda toplanan bilgilere dayanarak hazırlanmıştır. Niceliksel saha araştırmasına konu olan örneklemin demografik yapısı Tablo 3.2'de gösterilmektedir.

Tablo 3.2: Örneklemin Demografik Yapısı

Demografik Nitelikler		Frekans	Yüzde		Ortalama	Standart Sapma	En Az	En fazla
Cinsiyet								
	Kadın	375						
	Erkek	229						
Yaş					36,03		20	65
Medeni Hal								
	Hiç Evlenmemiş	163	27					
	Evli	399	66,1					
	Boşanmış	35	5,8					
	Dul	7	1,2					
Eğitim								
	İlköğretim	19	3,1					
	Lise	129	21,4					
	Yüksek Okul	84	13,9					
	Üniversite	297	49,2					
	Yüksek Öğretim	75	12,4	61,6				
Hane Aylık Geliri								
	3.000.-TL altı	140	23,2					
	3.000-6.000.-TL arası	268	44,4					
	6.000-10.000.-TL arası	131	21,7					
	10.000.-TL üzeri	65	10,8					
Hane Aylık Gideri								
	3.000.-TL altı	78	12,9					
	3.000-6.000.-TL arası	234	38,7					
	6.000-10.000.-TL arası	167	27,6					
	10.000.-TL üzeri	125	20,7					

Anne eğitim düzeyi	Frekans	Yüzde	Baba eğitim düzeyi	Frekans	Yüzde
İlköğretim	340	56,3	İlköğretim	283	46,9
Lise	139	23,0	Lise	168	27,8
Üniversite	67	11,1	Üniversite	114	18,9
Yüksek öğretim	8	1,3	Yüksek öğretim	23	3,8
Okula gitmemiş	50	8,3	Okula gitmemiş	16	2,6

n=604

3.3. Verilerin Toplanması

Niceliksel saha araştırması konusunda destek almak için, profesyonel olarak ağırlıklı marka algısı ve tüketici davranışları üzerine internet üzerinden saha araştırmaları yapan Fikrimuhim.com platformu ile iletişime geçilmiştir. Anket formu, bu bağlamda

internet kullanıma uygun olacak şekilde ve kullanıcıların alışkanlıklarına göre araştırma şirketinin önerisi ile yeniden düzenlenmiş ve demografik bilgileri içeren sorular kullanıcıların anket sürecinde önceliklendirilen sorulara daha sağlıklı cevap verecekleri düşünülerek anketin en sonuna alınmıştır. Araştırmada İstanbul ili nüfusunu temsilen 600 kişilik bir örnekleme ulaşılması hedeflenmiştir.

Araştırmamızın örneklemi araştırmayı yapan platformun üyeleri arasından seçilmiştir. Seçilen üyelere e posta yoluyla 2019 yılı Aralık ayında ankete davetler gönderilmiştir. Ankete davet edilecek katılımcıların seçiminde, araştırma şirketi veri tabanında kayıtlı üyelerin sosyo ekonomik profilleri ve cinsiyetleri dikkate alınarak heterojen bir dağılım sağlanmasına gayret edilmiştir. Ayrıca, nitel katılımcıların belirlenmesinde göz önüne alınan katılımcıların dindarlık durumu, nicel örneklemin tespitinde de dikkate alınmıştır. Dindarlık durumunun tespitinde anket içinde geçen "kendinizi ne kadar dindar görüyorsunuz" sorusuna katılımcılardan 1- hiç dindar değil ve 5- çok dindar olacak şekilde 1'den 5'e kadar puan vermeleri istenmiş ve 4 ve 5 seçenler "dindar" kategorisi altında değerlendirilmiştir. Dindar ve dindar olmayanları tespit için belirli bir kota takibi sağlanmak amacı ile ilgili soru araştırmacının çekincelerine rağmen anketin ilk sıralarına alınmak durumunda kalınmıştır. Saha çalışmasının ilk turunda toplam 224 erkek, 372 kadın olmak üzere toplam 596 kişiye ulaşılmıştır. Bu aşamada, ilk bulgulardan birisi ankete katılan özellikle erkek katılımcıların, kimlik ve din ile ilgili soruya sıra geldiğinde anketi terk etmeleridir. Hatta katılımcılardan biri bu konuda yasal takibe başvuracağını araştırma şirketine bildirmiştir. Buna rağmen planlanan düzeyde dindar profilde katılımcıya henüz ulaşılamamış olduğundan çalışma devam etmiş ve erkek katılımcılar arasında en az 100 dindar erkeğe ulaşılmaya gayret edilmiştir. Sonuç itibarıyla, toplanan anket sayısı 375 kadın ve 229 erkek olmak üzere 604'e ulaştığında saha çalışması sonlandırılmıştır. Katılımcıların din ve kimlik ile ilgili sorudan duydukları rahatsızlık katılımcıların yaşadıkları çevrede bu konular üzerinde konuşulmasına hassasiyet gösterildiğine işaret ediyor olabilir. Birebir derinlemesine görüşmeler esnasında din ile ilgili sorular planlı olarak görüşmenin sonlarında gündeme getirilmiştir. Bunun sebeplerinden birisi, kişilerin bu konu özelinde yeni tanıştıkları bir araştırmacıya kendilerini açmaktan çekinebilecekleri öngörüsü idi. Niceliksel saha çalışmasında kota takibi amaçlı olarak din ile ilgili sorunun anketin başına alınması hususunda araştırmacı bu sebepten ötürü çekince hissetmiştir. Karşılaşılan katılımcı tepkileri, araştırmacının bu

konudaki çekincesini haklı çıkarmaktadır. Araştırmanın bu aşamasında yaşanan sorun, İstanbul'da yaşayan insanların bir kısmının din ve kimliğe dair sorulardan rahatsızlık duyduğunu ve bu konuda bilgi paylaşımı yapma konusundaki çekincelerini ön bir bulgu olarak bize göstermiştir. Bunun olası sebepleri arasında inanç ve kimlik özelinde üstü kapalı bir toplumsal baskının varlığından söz edilebilir. Katılımcılara gönderilen bilgilendirme metnini içeren anket formunun internet için düzenlenmiş versiyonu EK 2'de yer almaktadır.

Derinlemesine görüşmeler ağırlıklı 2019 yılı içinde ve bazıları da 2020 yılı başında katılımcıların evleri, işyerleri ya da çeşitli sosyal mekanlarda gerçekleştirilmiştir. Görüşme süreleri bir buçuk saat ile üç saat arasında değişiklik göstermektedir. DG 22 hariç tüm görüşmelerde katılımcının sözlü onayı alınarak ses kaydı alınmıştır. DG 22 kodlu katılımcı ise ses kaydı alınmasını istemediği için görüşme esnasında not tutularak görüşmeye devam edilmiştir. DG3 kodu katılımcının ses kaydının bir kısmı ise sehven silinmiştir. Silinen kısımdaki verilerin analizinde görüşmecinin el ile tuttuğu notlar üzerinden ilerlenmiştir. Derinlemesine görüşme soru formu EK1'de yer almaktadır.

3.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Verilerin analizinde, kullanılan veri toplama tekniklerine paralel olarak birkaç farklı yöntem ile ilerlenmiştir.

Derinlemesine görüşmelerin analizinde NVIVO 12 Pro programı kullanılmıştır. Ses kayıtları senaryolaştırılarak oluşturan metin dosyaları NVIVO programına kaydedilmiştir. Kaydedilen senaryolar üzerinden konu başlığı ve alt konu başlıklarında kodlar açılmış ve kodlamalar bu başlıklar altında tamamlanmıştır. Eş zamanlı olarak, anket çalışması yoluyla toplanan veriler araştırmayı yapan şirket tarafından SPSS programına girilmiş ve SPSS dosyası olarak araştırmacıya teslim edilmiştir. Araştırmacı, bu dosya üzerinden analiz aşamasında gerekli ilave değişkenleri oluşturmuştur. Sonrasında Çoklu Mütekabiliyet Analizi ile elde edilen grupların karşılaştırması için SPSS üzerindeki veriler, gruplara ayrılarak grup bazında ilgili frekans tabloları ve çapraz tablolar oluşturulmuştur.

Verilerin analizi sürecinde kullanılan istatistik tekniklerinden birisi de Çoklu Mütekabiliyet Analizi (Multiple Correspondance Analysis) tekniğidir. Mütekabiliyet

Analizi Bourdieu'nun çalışmaların sıklıkla kullandığı bir tekniktir. Mütekabiliyet Analiz tekniğini ilk olarak Beğeninin Anatomisi (Bourdieu & Saint Martin, L'anatomie du gout, 1976) makalesinde kullanan Bourdieu, bu teknik üzerinden Fransa sosyal uzamını hâkim sınıflar ve orta sınıflar uzamı olarak ikiye bölerek incelemek istemiştir (Aktaran Göker & Çeğin, 2015, s. 12). Çeğin ve Göker'e göre (2015) Bourdieu, Ayrım'da aynı analizi biraz daha karmaşıklaştırmıştır (Göker & Çeğin, 2015, s. 12).

Mütekabiliyet analizinin (MA) temel özelliklerinden birisi, tablolarda yer alan veriyi grafiksel düzleme aktarmasıdır. Bu amaç, kutu grafiği, yıldız diyagram, serpilme diyagramı gibi birçok benzer istatistik tekniklerinde de ortaktır. Tüm bu tekniklerin ortak özelliği sayısal veriyi farklı formlarda sunmaları ve analizden ziyade keşfetmeye odaklanmalarıdır. Verinin grafiksel düzlemde sunumunda sütun grafikleri ve daire grafikleri de sıklıkla kullanılır. Ancak, bu tür sunumlar veriyi kesin olarak gösterirken, farklılaştırma imkânı açısından araştırmacıya çok fazla alternatif sunamaz. Bir başka sıklıkla kullanılan analiz yöntemi ise çapraz tablolardır (contingency table). Çapraz tablolar, diğerlerine göre bir adım daha ileri giderek elde edilen verinin çoğunlukla demografik ya da biyografik diyebileceğimiz (tanımlayıcı değişkenler) kategoriler setine göre dağılımını gösterir (Greenacre & Blasius, 1994) . Löfgren'e göre (2010), MA çapraz tabloda yer alan her sütuna bir koordinat atamak suretiyle sütunlar arası ilişkileri harita üzerinde temsil edebilir (Löfgren, 2010, s. 259). Bu da çapraz tablolar yoluyla elde edilen veri setinin bir harita üzerinde, grafiksel düzlemde sunulmasıdır. Bu sunum, araştırmacıya harita üzerinde yer alan konumlar arasındaki ilişkisel durumu daha net görebilme imkânı vermektedir. MA her bir satır ya da sütuna tekabül eden verinin diğer veri konumlarına göre analiz edilebilmesine imkân sağlar. Grafik üzerinde birbirine yakın konumlanan kategoriler aynı cevapları işaretleyen bireyler olarak yorumlanmalıdır. Profil kavramı MA'da kullanılan temel kavramlardan biridir. Benzer profile sahip satırlardaki görünümler MA grafiklerinde de beraber ya da yakın gruplanır. MA tekniğinde haritayı yorumlarken kesin ve net ifadeler yerine "görece yüksek", "yaklaşmaktadır", "ilişkilendirilmiştir" gibi ifadelerin kullanılması bu yüzdendir (Greenacre ve Blasius, 1994). MA'da kullanılan kavramlar ki kare kavramı dışında istatistiksel değil geometriktir. Bu kavramlar kısaca profiller, yoğunluklar (kümeler) ve ki kare uzaklıklar olarak ifade edilebilir (Greenacre & Blasius, 1994) (Löfgren, 2010). Çapraz tablolardan ziyade tüm bir veri setinin analizi gerekiyorsa, Mütekabiliyet Analizi, Çoklu

Mütekabiliyet Analizi (ÇMA) olarak isimlendirilir. Greenacre'a (1993) göre, ÇMA'nın en basit tanımı indikatör matriks üzerinde uygulanan MA olarak ifade edilebilir (Greenacre, 1993: s.138). Veri setinde yer alan tüm satırlar ve sütunlar için harita üzerinde bir koordinat atanır, ancak gösterilen konumlar sütun sayısı (analize giren değişken sayısı) kadardır (Greenacre, 1993).

Bourdieu, Homoacademicus isimli eserine konu olan saha çalışmasının analizinde Çoklu Mütekabiliyet Analizinden (ÇMA) yararlanmıştır. Bourdieu'ya (1988) göre metodun temeli, gözlemlenen sonuçlar ve teorik dağılım arasındaki sapmaları gösteren tabloya dayanır (Bourdieu, 1988, s. 69). ÇMA bu sapmaları faktöriyel düzlemde görsel olarak sunar. Pozitif sapmalar gözlemlenen frekansların teorik dağılıma göre daha yoğun olduğunu, negatif sapmalar ise daha düşük kaldığına işaret eder. Bu şekilde bir ağırlıklandırma ise, göreli olarak sıklık arz etmeyen, ancak görünmez de olmayan fenomenler arasındaki güçlü ilişkiselliğin ortaya çıkartılmasını sağlar. Grafiğin yatay ve dikey eksenleri veriyi iki prensibe göre yapılandırır ve konumlandırır. Homoacademicus'a konu olan araştırmada bu eksenlerden biri güç ve akademik güç arasındaki karşıtlığı temsil ederken, diğer kesen prestijli akademisyenler ve genç akademisyenler arasındaki karşıtlığı yansıtır (Bourdieu, 1988). Bunun Ayrım'daki karşılığı ise, dikey eksenin sermaye toplamını gösterirken, yatay eksenin kültürel ve ekonomik sermaye dağılımına işaret ediyor olmasıdır.

Lebart'a (1994) göre ÇMA ile büyük veri setleri üzerinde çalışırken sonuçlar bazen çok karmaşık görülebilir ve harita üzerindeki noktalar kümesinin sadeleştirilmesi gerekebilir. Birçok çalışmada, küme analizi burada destekleyici olmaktadır. İki yaklaşımın bakış açıları ve sonuçları büyük ölçüde farklı olmakla beraber, karmaşık veri setlerinde bir arada kullanımı Lebart tarafından önerilmektedir (Lebart, 1994, s. 162). Lebart'ın kullandığı bu iki tekniği birleştiren yöntem, Bourdieu'nun çalışmasında kullanıldığı haliyle analizi bir adım daha ileri taşımaktadır ve bu anlamda önemlidir. ÇMA'nın tek başına kullanımı büyük veri setleri ile olan çalışmalarda okuma yapmayı zorlaştırmaktadır. Küme yönteminin ÇMA ile birleştirilerek kullanımı ise analizin her aşamasında araştırmacıya kolaylık sağlamaktadır. Öte yandan iki yaklaşımın hem bakış açıları hem de çıktıları birbirinden farklıdır. Bu da karmaşık bir veri seti söz konusu olduğunda daha incelikli bir çözümlemeyi mümkün kılmaktadır (Lebart, 1994). Bourdieu

çalışmalarında tekniği bu şekilde kullanmamıştır. Mütekabiliyet Analizi tek başına kullanıldığında mevcut verinin birinci boyut ekseninde dağılmasını sağlarken bu durum eldeki verinin bir miktar kaybı ya da bozulması anlamına gelebilir. Küme analizi ile desteklendiğinde ise, her kümeyi temsil eden en belirgin kategori ve değişken ortaya çıkartılarak çok boyutlu uzamı kapsayıcı bir yaklaşım bilgisayar desteği ile elde edilmiş olur (Lebart, 1994, s.163).

Araştırma verilerinin analizinde Lebart'ın önerisinden hareket ile, ÇMA ve hiyerarşik küme analizi teknikleri bir arada kullanılmıştır. Birinci aşamada, anket formunda yer alan tüketim alışkanlıklarına ve demografik bilgilere ilişkin sorulara verilen cevaplar ön analize tabi tutularak hangi değişkenlerin ÇMA analizine istatistiki açıdan katkı yaptığı tespit edilmiştir. Buna göre belirlenen değişkenler küme analizi ile ÇMA analizine alınmıştır. Katkı sağlamayan değişkenler ise dışarda bırakılmıştır. Löfgren'e (2010) göre, burada hangi kategorilerin atılacağı hakkındaki tercih her kategorinin şeklin yapısına yaptığı katkıya göre belirlenmektedir (Löfgren, 2010, s. 261). Araştırmamızda tüketim pratikleri arasından analize anlamlı katkı sağlayan temel değişkenlerin listesi Tablo 3.3'te gösterilmiştir.

Tablo 3.3: Çma Analizinde Kullanılan Pratikler Listesi

Halk Müziği Dinlemek	Panel ya da seminere gitmek
Bir hobi ile ilgilenmek	Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek
Yer sofrasında yemek yemek	Spor salonuna gitmek
Vitamin ve besin desteği kullanmak	Puro içmek
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	Netflix izlemek
TV'de Türk dizileri izlemek	Tiyatroya gitmek
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	Müzeye gitmek
Instagram kullanmak	Yurtdışına çıkmak
Kart, OKEY vb. oyunlar oynamak	Sushi Yemek
Dini sohbetlere gitmek	5 yıldızlı otelde kalmak

Temel değişkenlere ek olarak cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyi, aile eğitim düzeyi, meslek, Müslüman kimliğe olan yakınlık, dindarlık düzeyi, doğum yeri de ilave değişkenler olarak analize dahil edilmiştir.

ÇMA analiz sonucunda 16 farklı grup ortaya çıkmıştır. İlerleyen bölümlerde bu grupların analizine yer verilecek ve gruplar birbirleriyle karşılaştırmalı olarak incelenecektir.

BÖLÜM 4. BULGULAR

Bu bölümde, araştırmanın amacına yönelik olarak belirlenmiş alt başlıklar altında elde edilen bulgulara ve tüm bulguların araştırmacı tarafından topluca değerlendirildiği yorumlar kısmına yer verilmiştir.

Araştırmanın nicel saha çalışması safhası toplam 604 kişilik bir örneklem üzerinden yürütülmüştür. Örneklemin yüzde 62'si kadınlardan oluşmakta olup, yine yüzde 62'lik bir oran üniversite ve üzeri eğitim düzeyine sahiptir. Bu da örneklemin eğitim kaynaklı kültürel sermayesinin yüksekliğine işaret etmektedir. Bununla beraber, örneklem genelinde katılımcıların yüzde 13'ünün gelir düzeyi aylık 3.000.-TL altındadır. Gelir düzeyi aylık 10.000.-TL üzeri olanların örneklem içindeki payı yüzde 21'dir. Bu da ele aldığımız örneklemde eğitim düzeyi ve gelir düzeyi arasında beklenenin aksine doğrusal bir ilişkinin bulunmadığını göstermektedir. Katılımcıların aylık gider düzeyine bakıldığında, yüzde 68'lik bir oranın 6.000.-TL altında aylık harcama yaptığı gözlemlenmektedir. Gelir düzeyi yükseldikçe tasarrufa ayrılan oranın artmakta olduğu anlaşılmaktadır. Saha çalışmasının yapıldığı 2019 yılının Aralık ayında, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Amerikan Doları/ Türk Lirası döviz kuru paritesi 5.85'tir.

Katılımcıların anne ve baba eğitim düzeyleri ile İstanbul doğumlu olup olmadıkları kültürel sermayeyi belirleyen etkenlerden olduğu için, araştırma kurgumuz açısından önemlidir. İlk bakışta anne ve baba eğitim düzeylerine bakıldığında anne eğitim düzeylerinin babaya göre daha düşük olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye genelindeki kadınların eğitim düzeylerinin erkeklere göre daha düşük olduğunu bulgulayan TUIK eğitim düzeyi ile ilgili istatistik verileri dikkate alındığında, bu sonucun ilgili sonuçlar ile paralellik gösterdiği görülmektedir. Katılımcıların anneleri yüzde 56, babaları ise yüzde 47 oranla ilköğretim mezunudur. Üniversite mezunu olan anne ve babaların oranı ise, sırasıyla yüzde 11 ve yüzde 19'dur. Bu sonuçlara bakarak, katılımcıların çoğunlukla ailelerine göre daha iyi eğitim derecelerine sahip oldukları ve kültürel sermayeye erişim açısından daha avantajlı oldukları söylenebilir. Örneklemin mesleki açından dağılımı Tablo 4.1'de gösterilmektedir. Grubun çoğunu özel sektörde müdür altı pozisyonda

çalışan büro elemanları (yüzde 33) ile müdür ve üzeri pozisyonlarda çalışan beyaz yakalılar (yüzde 13) oluşturmaktadır. Bu oranları, yüzde 10 ile ev kadınları takip etmektedir.

Tablo 4.1: Mesleklere Göre Örneklemin Dağılımı

	Frekans	**Yüzde**
İşçi (fabrika, temizlik işçisi, güvenlikçi, kapıcı vb.)	12	2,0
Esnaf	3	,5
Kendi işini yapıyor (küçük işletme, 10 kişiden az çalışan)	33	5,5
Kendi işini yapıyor (büyük işletme, 10 üzeri çalışan)	6	1,0
Özel sektörde maaşlı (müdür ve üzeri pozisyonda çalışıyor)	77	12,7
Özel sektörde maaşlı (müdür altı pozisyonda çalışıyor)	196	32,5
Çiftçi	2	,3
Ev kadını	63	10,4
İşsiz	49	8,1
Öğretmen	24	4,0
Öğretim üyesi	4	,7
Devlet memuru	34	5,6
Kayıtsız çalışıyor (temizlikçi vb.)	2	,3
Emekli	28	4,6
Kendi tercihi ile çalışmıyor	20	3,3
Diğer	51	8,4
Toplam	**604**	**100,0**

Castells'e (2013) göre insan toplumlarının doğuşundan beri anlamın kökleri kimliğe özellikle de dini ve etnik kimliğe dayalı olmuştur (Castells, 2013, s. 3). Bourdieu için toplumsal kimlik farklılıkta tanımlanır ve kendini farklılıkta ortaya koyar. Bourdieu'ya göre, koşullar sisteminin tüm yapısı bu yapı içinde yer alan bir aktörün deneyiminde gerçekleşir ve habitusun yatkınları içinde yer alır (Bourdieu, 2015, s. 256).

Katılımcıların kendi algı perspektiflerinden kendi kimliklerini nasıl tanımladıklarını anlamak bu anlamda önemlidir. Bu amaçla, saha çalışması esnasında katılımcılara, "milliyetçi, Müslüman, Kürt, laik/seküler, Alevi, Atatürkçü, deist, feminist, liberal, ateist, muhafazakâr başlıkları arasından kendilerini tanımlayan, kısmen tanımlayan ve hiç tanımlamayan kimlikler sorulmuştur. Türkiye'de yapılan benzer

araştırmalarda katılımcıların dindar ve laik olarak tanımlandığı olmuştur. Örneğin Çarkoğlu ve Toprak tarafından 1999 ve 2006 yıllarında yürütülen *Değişen Türkiye'de Din, Toplum ve Siyaset* araştırmasında katılımcılara bir skala üzerinde kendilerini dindar laik ekseninde puanlamaları istenmiştir. Ancak, bu iki kavram arasındaki çizginin giderek belirsizleştiği 2019 yılında bu tanımlamayı keskin çizgiler ile yapmak mümkün değildir. Bu sebeple dindar/laik skalasına ek olarak sorular arasında hem nitel hem de nicel araştırmada, katılımcıların kimlik algılarına dair sorular da eklenmiştir. Alınan cevaplar katılımcıların alanda kendilerini hangi kimliklerle tanımladıklarını, hangi kimlikler ile aralarına sınır koyduklarını görmek konusunda fikir verecektir. Nicel saha verilerine dayanarak katılımcılardan alınan cevaplar yüzdesel olarak Tablo 4.2'te verilmiştir.

Tablo 4.2: Katılımcılar Kendisini Nasıl Tanımlıyor? (%)

	Çok Tanımlıyor	Tanımlıyor	Biraz Tanımlıyor	Tanımlamıyor	Hiç Tanımlamıyor
Dindar	11,9	33,4	22,8	12,4	19,4
Laik	38,2	42,2	6,8	3,8	8,9
Milliyetçi	28,6	37,6	18,2	7,6	7,9
Müslüman	47,7	30,6	8,8	3,8	9,1
Muhafazakâr	7,8	20,2	24,2	18	29,8
Alevi	6,3	3,3	4,6	12,9	72,8
Ateist	4,1	4,3	4,1	11,4	76
Atatürkçü	52,3	25,3	13,6	3,5	5,3
Feminist	9,1	19	24,3	19,4	28,1
Kürt	3,5	3,1	3,8	13,4	76,2
Deist	4,5	5	5,8	15,1	69,7
Liberal	8,3	20,9	30,3	16,2	24,3

n:604

Tablo 4.3'te ise, sadece "çok tanımlıyor/tanımlıyor" ve "tanımlamıyor/hiç tanımlamıyor" seçimlerinin yüzdesel sonuçlarına yer verilmektedir.

Tablo 4.3: Kimlik/Alt Kimliklere Göre Özet Tablo

	"Çok tanımlıyor" ve "Tanımlıyor"		"Tanımlamıyor" ve Hiç tanımlamıyor"
	Toplam içinde		Toplam içinde
Laik	80%	Kürt	90%
Atatürkçü	78%	Ateist	87%
Müslüman	78%	Alevi	86%
Milliyetçi	66%	Deist	85%
Dindar	45%	Muhafazakâr	48%
Liberal	29%	Feminist	48%
Muhafazakâr	28%	Liberal	41%
Feminist	28%	Dindar	32%
Alevi	10%	Milliyetçi	16%
Deist	9%	Laik	13%
Ateist	8%	Müslüman	13%
Kürt	7%	Atatürkçü	9%

Ankete katılan katılımcıları en fazla tanımlayan kimlik Laiklik, en az tanımlayan ise Kürt kimliğidir. Laikliği yüzde 78 oranıyla Müslüman ve Atatürkçü kimlikleri takip etmektedir. Katılımcıların sadece yüzde 13'ü Laiklik ve Müslümanlığın kendilerini tanımlamadığını ifade etmişlerdir.

Kimlik ile ilgili soruya ilave olarak, Laiklik ve Müslümanlık eksenindeki kutuplaşmanın anket sonuçlarına yansıması daha iyi görebilmek için katılımcılara kendinizi 1'den 5'e kadar bir skala üzerinde dindarlık ve laiklik düzeyiniz için 1 en düşük 5 en yüksek olacak şekilde puanlayınız sorusu yöneltilmiştir. Burada toplam 98 katılımcı (ankete katılanların yüzde 16'sı) hem dindarlığın hem de laikliğin kendisini tanımladığını ve çok tanımladığını söylemişlerdir.

Derinlemesine görüşmeler, katılımcıların kimlikler üzerindeki düşünceleri hakkında daha detaylı veri toplama imkânı sunmuştur. Katılımcılar arasında anlam konusunda en fazla tereddüt oluşturan ve açıklama ihtiyacı hissettiren kelimeler *dindar, muhafazakâr, Atatürkçü* ve *laik* kelimeleridir. Katılımcıların açıklamalardan bu kelimeler üzerinde birbirlerinden farklı algılara sahip oldukları ve siyasi anlamlar yükledikleri anlaşılmaktadır.

Akçaoğlu'na (2018) göre Türkiye'de muhafazakarlık ve İslamcılık ayrımı sentetik olup İslamcılık muhafazakarlığın Türkiye'de büründüğü formlardan biridir (Akçaoğlu,

2018, s. 19). Katılımcılardan kendini dindar ve Müslüman olarak tanımlayanların aynı zamanda muhafazakârlık konusundaki görüşleri ise, çoğunlukla bu paralelde değildir. Muhafazakârlık katılımcılar arasında Müslümanlıktan bağımsız bir kavram olarak algılanmaktadır. Derinlemesine görüşmelerde kendisini Müslüman ve dindar olarak tanımlayan tesettürlü üniversite mezunu kadın katılımcı, muhafazakarlık ile ilgili bir kavram karışıklığı olduğunu öne sürmüş ve bu konudaki görüşünü aşağıdaki şekilde ifade etmiştir.

> *"Muhafazakâr tanımının çok doğru kullanıldığını düşünmüyorum. Şu an muhafazakâr denilince daha farklı anlam var. Anlamını ben daha farklı gördüğüm için…Şu anda İslami bir terim olarak kullanıldığını düşünüyorum. Muhafazakâr hani birtakım değerlerini toplumsal anlamda koruyan daha kısıtlı tutan, yeniliklere daha az açık bir kişi olarak tanımlıyorum yani kafamda. Ben yeniliklere açık bir insanım" (DG 12, K, 49).*

Muhafazakarlık konusunda farklı bir görüş de kendini dindar ve Müslüman olarak tanımlayan erkek katılımcıdan gelmiştir.

> *"Muhafazakarlık aslında şey, bu bize Fransa'dan gelme bir şey. Bizim dindar kesimin karıştırdığı iki şey var. Biri muhafazakarlık biri de mütedeyyinlik. Onları bilmedikleri için söylüyorlar. Muhafazakârlar bu Fransa'daki devrim, ihtilal olduğunda o yeni sistemi kabul etmeyip de eski sistemi savunanların adıyla muhafazakâr oldular. Mütedeyyinlik de aslında yine Müslümanların çok yanlış kullandığı bir şey. Mütedeyyinliğin de Arapça şeyi bağnazlık demek. Körü körüne bir şeyi taklit etmek demek. Dolayısıyla Müslümanların kendini sınıflandırırken muhafazakâr ya da mütedeyyinim demesi çok yanlış bir şey. Dolayısıyla en doğru kelime dindar olmak, dindarlık, efendime söyleyeyim Muhammedi olmak, İslami olmak, efendime söyleyelim bu Müslüman olmak, İslamcı, o "cıyı" çok da sevmiyorum ama İslamcı olmak bana göre en doğru tabir" (DG9, E, 45).*

Kendisini tanımlamak için dindar kelimesini kullanan katılımcılardan bazıları ise bu kelime üzerinden kendi dindarlık anlayışları hakkında açıklama yapma ihtiyacı hissetmişlerdir.

> *"Bakış açısına bağlı. Hani beş vakit namazımı kılan bir adamım…geleneksel bir İslam düşüncesinin ana hatları mevcuttur ama hani cennet cehennem kavramında hani bize lazım olur değil. Ne cennet ne cehennem bize senin suretin lazım diyen taraftayım. Mesela içki içmem ama hani içki içilen bütün mekanlarda, bu bacanaklarımla olur, arkadaşlarımla olur, hiçbir şey görmem. Rabbim eğer bununla beni cezalandıracaksa baş göz üstüne. Hiçbir şey yok. Ne yapayım? Ama birilerini dolandırmak, birilerinin hakkını gasp etmek, birilerine yalan (vurgulu söylüyor) söylemek, en iğrendiğim şeydir…. E yani bundan kasıtsa ben buyum.*

Yani ama hani dinin getirdiği dogma bazı hani kurallar, toplumda oluşan, biat kültürü var çünkü dindarlıkta. Bütün dindarlıklarda biat kültürü var. Orta çağda yaşandı. Şimdi İslam coğrafyası yaşıyor. İşte şeyhleri meyhleri bir kenara bırak. Yani ulu emre itaat diye bir şey var. Yani devlete her şekilde eyvallah demek. Ama yani bunu yöneticilerin yaptıkları şeye isyan etmemek lazım derler. İşte bu da bazen kötü yöneticiler ve o zaman din siyasetin direktmen aparatı oluyor. Ben ona ifrit oluyorum. Yani orda sorgularım arkadaş. Orada ben yokum." (DG8, E,53).

Aynı katılımcı kendi Atatürkçülük anlayışını da aşağıdaki şekilde ifade etmiştir.

"Rahmetli Atatürk benim gözümde çok hakikaten çok çok değerli bir adam. Kurucumuz olmuş, başımız olmuş. O manada değil. Atam Atam sen kalk ben yatam. Yok böyle bir dünya yok yani. Böyle bir noktaya gelen bir insan değilim ama vizyoner binlerce kitap okumuş, savaştan öte savaş sonrası bir ulusu inşa etmek için bir şeyler yapmaya çalışmış yaparken copy paste yapmış işte hukuku işte, ticareti, şudur İtalya'dan almış, yani yapacak bir şey yok ki" (DG8, E,53).

Atatürkçülük ve Kemalizm algısı üzerine benzer bir görüş 46 yaşında üniversite mezunu, kendisini hem Müslüman hem Laik olarak tanımlayan erkek katılımcıdan gelmiştir. Atatürkçülüğü eleştirmek ve statükocu yönünü vurgulamak için Kemalizm kelimesinin kullanıldığına dikkat çeken katılımcı kendisinin de kelimeyi bu anlamda kullandığını ifade etmiştir.

"Yani bu terimlerin çoğu başkaları tarafından çok çeşitli olarak tanımlanmış terimler. Çok fazla yorumu var. Sonuçta benim de kendime göre bir yorumum var. Mesela Atatürkçü dediğin zaman, bugün medyada, piyasada orada burada ister iktidar yanlısı olsun ister muhalif olsun fark etmez, Kemalist denen tanımı öyle kullanacaksak Kemalist değilim diye bakıyorum. Ama evet Atatürkçüyüm tabii ki. Atatürk'e çok inanıyorum. Yaptıkları şeylere minnettarım. Düşüncelerine inanıyorum." "..demin onu söyledim işte. Yani eleştirmek için, statüko için daha çok Kemalist deniyor ya şimdi, öyle bir kelime var. Ben öyle kullanmıyorum. Ama tanımlamak gerekirse Kemalist olmak istemiyorum o tanımla. Kendime göre dememin sebebi bu. Şimdi bunu on kişiye sorsak on tane farklı şey de çıkabilir, ortak da çıkabilir. Benim yorumum bu kendime göre" (DG3, E, 46).

Katılımcıların kendilerini Müslüman ve dindar olarak tanımlayanlardan bazıları aynı zamanda laik olarak da ifade etmişlerdir. Burada bir katılımcı laik kelimesinin açıklamasını dile getirme ihtiyacı hissetmiştir.

Yani, evet. Din ve devlet işlerinin birbirine karışmamasını isterim. (DG7, K, 33).

Laiklik kelimesi ile ilgili hiç fikri olmayan katılımcılar da vardır. 49 yaşındaki ilkokul mezunu ev hanımı katılımcı laiklik ile ilgili görüşünü aşağıdaki şekilde ifade etmiştir.

> *"Laik deyince ne anlıyorum, hani laik herkese hak edileni vermek, herkesin hakkını düşünmek. Yanlış mıyım?" (DG15, K,49)*

Bir başka katılımcı ise laik-dindar geriliminin tarihine atıfta bulunarak bu gerilimi "kayıkçı kavgasına" benzetmiştir.

> *"Yani bu kayıkçı kavgası uzun yıllardan beri var. Aslında 200 yıldan beri süregelen modernleşme ile modernleşme karşısı gerginlik falan gibi bunun etkilerini bugünkü siyaset hala sancılarını yaşıyor. Kimse masum da değil. Onu da söyleyeyim. Zaten masumiyetin olduğu yerde yönetim olmaz aslında bir yerde. Hani mevcut olan legal partilerin tamamı baktığın zaman sistemindir. Ya Atatürk de hani ben mesela şimdiki başımızdakiyle ben Makyevelist politikalar uygulayan bir beden olarak görüyorum. Kurnazca. Atatürk de belki o zaman o duruma göre bunları yapmak zorunda kaldı. Yani okurken de yine de eleştirel bakmak lazım. Yani baktın mı derini, dibini bulacaksın. Onu da bileceksin. Yani o yüzden o hani o derin bilmek işte kime düşüyor? Hani doğru şekilde o bilgiyi alan bilgi sahibi insanlara düşüyor. O ben değilim ama. Onu biliyorum. Yani en azından şu an" (DG8, E,53).*

Yukarıdaki açıklamayı yapan katılımcı laik yerine *seküler* kelimesinin kendisini daha iyi ifade ettiğini söylemiştir. Katılımcıya göre Türkiye'de uygulanan laiklik cumhuriyetin kazanımlarının yanında bir tür istenmeyen yan etki gibi gelişmiştir. Bu katılımcı laiklik ve sekülerlik arasındaki ayrımı da aşağıdaki şekilde dile getirmiştir.

> *"İkisi arasındaki fark, yani seküler bir yaşam düzenidir. Laiklik bir felsefe demeyeyim de yaşam standardıdır yani işte kurallar vardır işte dinlerin, inançların devletin tahakkümünde olmaması gereken ki Türkiye'de aslında laiklik tam olarak uygulanmıyor bu gözle bakıldığı zaman. Belki de tek başına bırakılmayacak kadar çok daha tehlikeli diye düşünmüştür. Devlet işlerinin din işlerinden ayrı kalması gibi falan" (DG8, E,53).*

Laiklik kelimesini kendilerini tanımlıyor olarak seçen dindar katılımcıların konuyla ilgili ilave açıklama yapma hassasiyetleri ve DG8 numaraları katılımcının laikliği cumhuriyet kazanımlarının "yan etkisi" olarak ifade etmesinden anlaşıldığı üzere, laiklik kelimesi dindarlar arasındaki olumsuz bir algıya işaret ediyor gibi gözükmektedir. Bu çerçevede, benzer algının dindar olmayan katılımcılar arasında olmadığını bu konuda bir açıklama yapma gereği hissetmeden laik olduklarını dile getirmelerden görebiliriz. Bir

kısım dindar katılımcı ise, hiç açıklama yapma gereği duymadan laik olmadıklarını vurgulamışlardır. Buradan hareket ile araştırmaya katılan dindarlar arasında laikliğe karşı iki farklı tutum ve/veya algı olduğu söylenebilir.

Kimlik seçiminde dikkat çeken başka vurgular da milliyetçilik ve feminizm algıları üzerinedir. Milliyetçilik kelimesinin doğru kullanılmadığını düşünen erkek katılımcılardan biri, milliyetçilik ve ülkücülük arasındaki ilişkiye dikkat çekmiş ve kendini milliyetçi olarak tanımlamakla beraber bu tür gruplara dahil olmadığını özellikle vurgulamıştır.

> *"Milliyetçi diyebilirim ama milliyetçi anlamında şu anda Türkiye'de oturmuş milliyetçi anlamında demem. Milletini seven Atatürk milliyetçisi olarak söylüyorum. Aynı şekilde halkçı olduğumu da söylerim. Cumhuriyetçi olduğumu da söylerim. O anlamda baktığın zaman şu anda Türkiye'de kavramlar karışmış. Milliyetçi deyip kendini bambaşka ülkücülükle vs. getirip belli bir sosyal statü kazanmaya çalışan sürülerden de ayrılmak isterim" (DG1, E, 46).*

Feminizm ise anlamı konusunda tartışma yaratan kelimelerden bir diğeridir. Kendisini dindar ve Müslüman olarak tanımlayan üniversite mezunu kadın katılımcı, feminist kelimesini kullanmaktan kaçınarak, kendi duruşunu, "bir olumsuzluk var ise, hak savunan kişi" olarak ifade etmiştir. Kelimeyi kullanmaktaki çekincesi ise, feminizmin geniş bir kavram olması ve erkek düşmanlığı olarak algılanmasıdır.

> *"Bu kavram da çok geniş bir kavram. Yani değilim, evet ya da hayır. Yıllarca kadın haklarını savundum ama bu erkek düşmanlığı boyutuna varmadan olması gerektiğini düşünüyorum. Ben toplumda kadın ve erkeğin birbirini tamamlayan iki öğe olduğunu düşünüyorum. Ama tabi ki kadın konusunda bir olumsuzluk varsa onun da savunucusuyum." (DG12, K, 49)*

Benzer profile sahip ve yüksek lisans mezunu bir başka kadın katılımcı ise, feminizmin akademik ve yaygın kullanımdaki anlam farkına dikkat çekerek, söze tabi ki feminist değilim diye başlamış, ilerleyen kısımda ise, kadın haklarına verdiği önemden bahsederek aslında sadece ideolojik anlamda, feminist olmadığına, ama bu alanda çalışmalar yaptığına dikkat çekmiştir.

> "*Feminist de şöyle, tabi ki feminist değilim ama hani feminist akademik olarak feminist mi yoksa yaygın kullanım mı dersek evet yaygın kullanım olarak kadın haklarından yanayım ama akademik olarak feminist değilim çünkü o bambaşka bir şey hani. İçinde başka süreçleri ve başka ideolojileri de barından şekliyle feminist değilim ama kadın hakları, kadınlara pozitif ayrımcılık yapılması,*

kadının toplumda öncelenmesiyle ilgili bütün hayatımı buna adadım diyebilirim yani hani. Eğer öyle dersek feminist sayılırım."

Soru: Akademik bakışta biraz daha ideoloji mi giriyor işin içine?

"Evet daha ideolojik yani hani feminizm kuramına göre aile mesela kabul edilmez mesela değil mi? Gibi. Hani derinlemesine baktığımızda öyle bir şey değil. Ama Türkiye'deki yaygın kullanımı olarak evet feminist olabilirim yani. Hani kadın çalışmaları yapmak, kadını yüceltmek bağlamında söylüyorum" (DG6, K, 41).

Özetlersek, katılımcı profilini daha iyi analiz etmemize olanak sağlayacak feminizm ile ilgili bu soru, aynı zamanda kullanılan dil ve terminolojinin kişiler üzerindeki algılar ve kanaat oluşturma üzendeki etkisini de göz önüne sermiştir. Bourdieu'ya (2015) göre, kullanılan ortak sözcükler sınıfsal konumlara göre (halk sınıfları ya da burjuvazi) aktörler üzerinde farklı anlamlar yaratabilir. Ayrıca, "gruplar, onları diğer grupların karşıtı yapan her şeyle, toplumsal kimliklerinin ve farklarının ifade bulduğu ortak sözcüklerle anlatırlar" (Bourdieu, 2015, s. 287). Bourdieu sözcük alışverişinden ibaret olarak tanımladığı anket araştırmaları esnasında bu farklı algılama etkinin gözden kaçabileceğine dikkat çekmiştir. Bu sebeple de dilin her bir sınıf için ortak, farklı ya da zıt anlamlarını dikkate almadan yapılacak her türlü kapsayıcı girişim yarım kalacaktır (Borudieu, 2015). Araştırmamızın derinlemesine görüşme süreçleri anket çalışması sürecinde gözden kaçabilecek dil üzerinden farklı anlamlandırmaları deşmek için fırsat yaratmıştır.

Geldiğimiz sonuç itibarıyla, Bourdieu'nun sınıfsal konumlara bağladığı kullanılan dilin anlaşılmasındaki bu farklılaşma, araştırmamızda dindar ve dindar olmayan gruplar ekseninde de kırılım yaratmaktadır. Laik, Atatürkçü, Milliyetçi, feminist gibi kelimelerin katılımcıların sınıfsal konumlarına ek olarak, dindar gruplara yakınlıkları çerçevesinde de farklı anlamlandırıldıkları açıktır. Özellikle "laiklik" kelimesi dindar ve dindar olmayan katılımcılar arasında ve sosyo ekonomik statü bağlamında farklı algıya yol açmakta olduğu kadar, aynı zamanda da grupların "farklarının ifade bulduğu" birbirinden ayrıştırıcı çizgi olarak işlev görmektedir.

Din alanı Türkiye'de bazı gerilimler ekseninde olup, içinde bulunduğu kendine özgü tarihsel ve toplumsal koşullarda sürekli bir değişim halinde kendini yeniden üretmektedir. Bahsedilen gerilimlerin siyasi alandaki tezahürü Laik-İslamcı ya da geleneksel-modern şeklinde ikilikler yaratmaktadır (Akşit, Şentürk, Küçükkural, &

Cengiz, 2012) Araştırmamızın amacı açısından, katılımcıların bu ikilikler bağlamında kendilerini nasıl konumlandırdıkları ve bu gerilim eksenlerinin kültürel alana olan etkisi ve yeni habitus kırılımları yaratıp yaratmadığını görmek ve anlamak önemlidir. Bu sebeple, örneklemin Müslümanlık, laiklik ve dindarlık profili ayrı bir tabloda ele alınmıştır (Tablo 4.4). Katılımcılara laik/seküler ve Müslüman kelimelerinin kendilerini ne kadar tanımladığı sorulmuştur. Katılımcıların yüzde 81'i Müslümanlığın ve laikliğin kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını ifade ederken, yüzde 13'lük bir oran Müslümanlığın kendisini tanımlamadığını ve hiç tanımlamadığının ifade etmişlerdir. Ayrı iki soruda, katılımcılara "kendinizi ne kadar laik görüşe yakın buluyorsunuz" ve "kendinizi ne kadar dindar hissediyorsunuz" soruları sorulmuş ve 1 en düşük olmak üzere, 1'den 5'e kadar puanlamaları istenmiştir. Grubun yüzde 34'ü kendisini ortalama puan olan üçün üzerinde dindarlığa yakın bulmaktadır. Yüzde 40 oranında bir kesim ise, kendisini ortada konumlandırmıştır. Sonuçlardan kendisini Müslüman veya dindar olarak tanımlayanların büyük oranının aynı zamanda laik olarak da tanımlamış oldukları da anlaşılmaktadır.

Laikliğin kendisini tanımlamadığını ve hiç tanımlamadığını söyleyenlerin oranı yüzde 13, laikliğe yakınlık açısından ortalamanın altında puan verenlerin oranı ise yüzde 15'tir. Tüm bilgiler ele alındığında elimizdeki örneklemin büyük çoğunluğu kendisini hem Müslüman hem de laik olarak konumlandırdığı görülmektedir. Aynı zamanda dindarlık derecesi olarak kendilerini ortalama ve orta seviyeden biraz daha dindar olarak hissetmektedirler.

Araştırmaya katılan kadınların yüzde 20'si ev dışına çıkarken başörtüsü kullanmaktadır. Kadınlara anne ve kız kardeşlerinin baş örtüsü kullanıp kullanmadığı da sorulmuştur. Kadınların ailelerinde baş örtüsü kullanım oranı yüzde 57'dir. Buna göre katılımcılarımız ve aileler için, yeni nesilde baş örtüsü kullanım oranlarının azaldığı görülmektedir. Araştırmaya katılan erkeklerin ise anne, kız kardeş ve eşlerinin baş örtüsü kullanım oranı yüzde 44'tür.

Tablo 4.4: Laik/Dindar/Müslüman Tanımlamaları

Ne kadar tanımlıyor?	**Laik/seküler**		**Müslüman**	
	N	Toplam içinde %	N	Toplam içinde %
Çok tanımlıyor	231	38,2	288	47,7
Tanımlıyor	255	42,2	185	30,6
Biraz Tanımlıyor	41	6,8	53	8,8
Tanımlamıyor	23	3,8	23	3,8
Hiç Tanımlamıyor	54	8,9	55	9,1
Ne kadar yakınsınız?	**Laik**		**Dindar**	
(1-5 arası puan)	N	Toplam içinde %	N	Toplam içinde %
1.Hiç yakın değil	40	6,6	99	16,4
2	52	8,6	59	9,8
3	130	21,5	243	40,2
4	156	25,8	165	27,3
5.Çok yakın	226	37,4	38	6,3

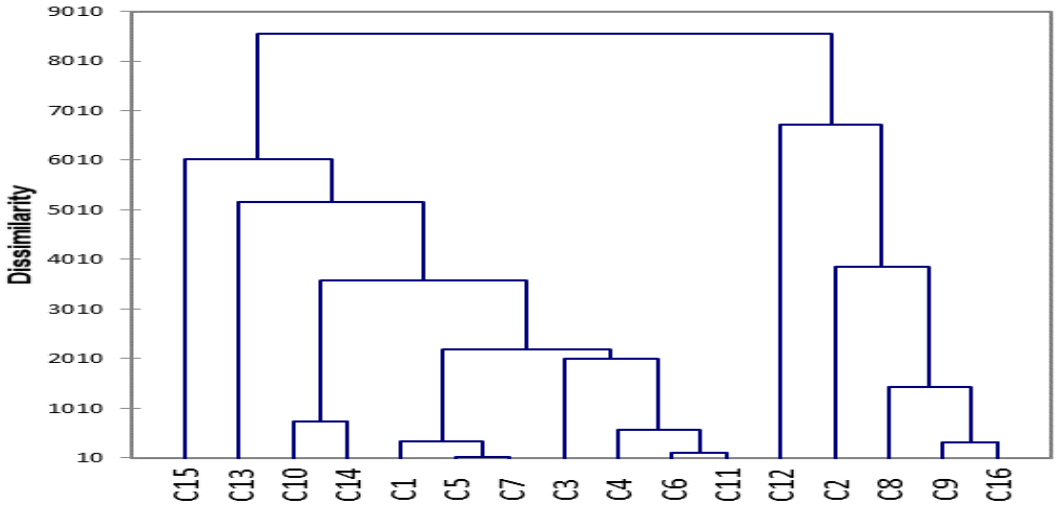
n:604

Türkiye'de özellikle son yıllarda hızlı bir dönüşüm içinde olan kültürel alanın nasıl şekillendiği ve bu alandaki yeni oluşumların sosyal sınıf ve tabakalaşma ile olan ilişkisini anlamak için bireylerin kültürel ve rutin tüketim alışkanlıklarını gözlemlemek ve bu alışkanlıklar arasındaki ilişkiselliği ve gruplaşmaları varsa ortaya çıkarmak önemlidir. Bu çerçevede, Yöntem bölümünde detaylı anlatılan ÇMA (Çoklu Mütekabiliyet Analizi) yöntemi kullanılmıştır. Bourdieu tarafından da kullanılmış olan ÇMA analizi kategorik değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek ve klasik istatistik teknikleri ile yakalanması güç olabilecek ilişkisel bulguları görmek için elverişli bir yöntemdir.

Anket formunda yer alan tüketim alışkanlıklarına ve demografik bilgilere ilişkin sorulara verilen cevaplar ön analize tabi tutularak hangi değişkenlerin küme oluşumuna istatistiki açıdan katkı yaptığı tespit edilmiştir. Buna göre yöntem bölümünde Tablo 3.3'te yer alan değişkenler ÇMA analizine alınmıştır. Tüketim alışkanlıklarına ek olarak cinsiyet, eğitim ve gelir düzeyi, aile eğitim düzeyi, meslek, Müslüman kimliğe olan yakınlık, dindarlık düzeyi, doğum yeri de ilave değişkenler olarak analize dahil edilmiştir.

Belirlenen değişkenler ve bu değişkenlere göre tüm örneklemin analizi Tablo 4.5'te gösterilmektedir. Katılımcılara kültürel ve gündelik tüketim alışkanlıkları başlığı atında yer alan pratikleri ne sıklıkta yaptıkları sorulmuştur. Katılım sıklığı seçenekleri yapılan aktivitenin türüne göre yorumlanmıştır. Örneğin, tiyatroya gitmek için "ayda bir ve fazlası" seçeneğini işaretleyen bir katılımcı bu aktiviteyi sıklıkla yerine getiriyor kabul edilirken, ayda bir ve fazlası instagram kullanmak veya dizi izlemek daha seyrek yerine getirilen aktiveler olarak yorumlanmıştır. Tablo 4.5'in alt kısmında ise lüks tüketim başlığı altında, gündelik pratikler içinde yer alma ihtimali daha düşük olan aktiviteleri, hayatları boyunca yapıp yapmadıkları ya da kaç kez yaptıkları sorgulanmıştır.

ÇMA analizi sonucunda 16 farklı grup ortaya çıkmıştır. İlerleyen bölümlerde bu grupların analizine yer verilecek ve gruplar birbirleriyle karşılaştırmalı olarak incelenecektir. Grupların birbirine benzerlik derecesi Şekil 4.1'de gösterilmiştir. Dikey eksende yer alan benzeşmezlik oranı yükseldikçe gruplar birbirinden farklılaşmaktadır.



Şekil 4.1. Dendogram

Tablo 4.5: Çma Analizinde Kullanılan Pratikler ve Sergilenme Sıklığı

	Hergün	Toplam içinde %	Haftada bir ve fazlası	Toplam içinde %	Ayda bir ve fazlası	Toplam içinde %	Yılda bir ve fazlası	Toplam içinde %	Hiç yapmam	Toplam içinde %		
Halk Müziği Dinlemek	42	6,95	105	17,38	164	27,15	141	23,34	152	25,17		
Bir hobi ile ilgilenmek	126	20,86	163	26,99	175	28,97	91	15,07	49	8,11		
Yer sofrasında yemek yemek	47	7,78	57	9,44	76	12,58	169	27,98	255	42,22		
Vitamin ve besin desteği kullanmak	84	13,91	66	10,93	99	16,39	143	23,68	212	35,10		
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	114	18,87	292	48,34	125	20,70	52	8,61	21	3,48		
TV'de Türk dizileri izlemek	99	16,39	263	43,54	81	13,41	48	7,95	113	18,71		
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	6	0,99	27	4,47	158	26,16	271	44,87	142	23,51		
Instagram kullanmak	457	75,66	56	9,27	22	3,64	18	2,98	51	8,44		
Kart, OKEY vb. oyunlar oynamak	21	3,48	38	6,29	104	17,22	208	34,44	233	38,58		
Dini sohbetlere gitmek	5	0,83	24	3,97	63	10,43	140	23,18	372	61,59		
Panel ya da seminere gitmek	1	0,17	27	4,47	124	20,53	304	50,33	148	24,50		
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek			4	0,66	35	5,79	128	21,19	250	41,39	187	30,96
Spor salonuna gitmek	19	3,15	100	16,56	67	11,09	137	22,68	281	46,52		
Puro içmek	2	0,33	9	1,49	24	3,97	57	9,44	512	84,77		
Netflix izlemek	137	22,68	162	26,82	77	12,75	38	6,29	190	31,46		

Tiyatroya gitmek	2	0,33	28	4,64	180	29,80	310	51,32	84	13,91
Müzeye gitmek	4	0,66	15	2,48	129	21,36	385	63,74	71	11,75

	Sıklıkla yaparım	Toplam içinde %	Birkaç kez yaptım	Toplam içinde %	Bir kez yaptım	Toplam içinde %	Hiç yapmadım	Toplam içinde %	Cevapsız	Toplam içinde %
Yurtdışına çıkmak	99	16,39	150	24,83	86	14,24	267	44,21	2	0,33
Sushi Yemek	56	9,27	121	20,03	102	16,89	323	53,48	2	0,33
5 yıldızlı otelde kalmak	113	18,71	298	49,34	82	13,58	111	18,38	0	0,00

n:604

4.1. Grupların Tanıtımı

Bu kısımda, ÇMA analizi sonrasında elde edilen 16 grubun temel demografik özellikleri ve birbirlerinden farklılaşmalarına neden olan istatistiksel açıdan anlamlı değişkenler ele alınacaktır. İlerleyen bölümlerde ise, gruplardan birbirine yakın olanlar birleştirilerek grup sayısı azaltılacak ve grupların son haliyle birbirleriyle karşılaştırmalı analizine ve yorumlara yer verilecektir.

ÇMA analizi sonrasında elde edilen ilk sonuçlar üzerinden, her değişken için gözlemlenen frekanslar (Observed frequencies) ve teorik frekanslar (Theoretical frequencies) karşılaştırılmıştır. Oluşturulan fark tablosunda, sıfırın üzerinde çıkan farklar grubun genel ortalamaya göre ne kadar farklılaştığını göstermektedir. Sıfırın üzerinde çıkan sonuçlar kendi içinde üç gruba ayrılmıştır. 0 ve 1 arası minimum düzeyde farklılaşma, 1 ve 2 arası orta düzeyde farklılaşma, 2 üzeri ise yüksek düzeyde farklılaşmaya işaret ediyor olarak ele alınmıştır. Buna göre Tablo 4.5' de yer alan değişkenler için her grup bazında ayrı tablo düzenlenmiştir

4.1.1. Birinci Grup (C1)

Birinci grupta toplam 24 kadın, 17 erkek olmak üzere toplam 41 katılımcı yer almaktadır. Yüzde 39'u beyaz yakalı orta üst düzey yönetici ve alt kademe büro çalışanlarından oluşan grupta sırasıyla diğer meslek grupları olarak, yüzde 14 oranla ev kadınları, yüzde 9 oranla öğretmenler, yüzde 5 oranla küçük işletme sahipleri ve yüzde 5 altı oranlarda işsiz, işçi, devlet memuru ve diğer meslek grupları yer almaktadır. Grubun yüzde 54'ü aylık harcama düzeyini 3.000-6.000 TL arası olarak beyan etmişlerdir. Grubun gelir düzeyi ise yüzde 42 oranla 3.000-6.000 TL arasında yüzde 29 oranla 6.000-10.000TL arasında kalmaktadır. Katılımcıların anne ve baba eğitim düzeyi ilkokul olanlar sırasıyla yüzde 51 ve yüzde 48'dir. Bunu yüzde 27 (anne) ve yüzde 20 (baba) ile lise düzeyi takip etmektedir. Ana örnekleme kıyasla ilköğretim mezunu annelerin oranı daha düşükken babaların oranı daha yüksektir. Aynı zamanda hiç eğitim almamış anne ve babaların oranı da bu grupta ana örnekleme göre yüksektir. Grubun yüzde 46'sı İstanbul doğumlu olduğunu beyan etmiştir. Grubun demografik yapısı detaylı olarak Tablo 4.6'da yer almaktadır.

Gruptaki kadınların yüzde 17'si baş örtüsü kullanmaktadır. Ancak aynı kadınlara kız kardeş ya da annelerinin baş örtüsü kullanıp kullanmadığı sorulduğunda yüzde 66'lik bir oran buna "evet" cevabı vermektedir. Grupta baş örtüsü kullanım oranı yüzde 20 olan ana örnekleme göre daha düşüktür. Ancak ana örnekleme paralel olarak yeni nesilde baş örtüsü kullanımın azaldığı görülmektedir.

Ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında (Tablo 4.7), her gün spor salonuna gidenlerin yüzde oranının yüksekliği (yüzde 10), grubu diğerlerinden ayrıştıran en önemli aktivite başlıklarından biridir. Benzer şekilde, ayda en az bir kez müzeye gidenlerin yüzdesi de (yüzde 37) bu grupta ortalamanın üzerindedir. Lüks tüketim aktivitelerine bakıldığında ise, grup diğerlerinden, 5 yıldızlı otelde hayatı boyunca birkaç kez konaklayanların oranının (yüzde 71) yüksekliği ile ayrılmaktadır. Aynı zamanda sushi ile ilgili sorunun yüzde 2 oranla cevapsız bırakılmış olması da grubu ayrıştıran tercihlerden biridir.

Grubu diğerlerinden ayrıştıran ve orta derecede etkili pratikler, halk müziği dinlemek (yüzde 14.6, her gün), bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 29 her gün, yüzde 22 yılda bir ve fazlası), yer sofrasında yemek (yüzde 15, her gün), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 20, her gün), BİM/A101 ve benzer marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 7, hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 27, ayda bir ve fazlası), dünya mutfağı yemek sunan restoranlara gitmek (yüzde 2, her gün), Netflix izlemek (yüzde 32, her gün), tiyatroya gitmek (yüzde 41 ayda bir ve fazlası) olarak yer almaktadır.

Grubun sıklıkla yaptığı pratiklere bakıldığında, bireylerin çoğunluğunun halk müziği dinlemekten hoşlandığı (yüzde 15 her gün, yüzde 15 haftada bir ve fazlası, yüzde 32'si ayda en az bir kez), hobiler ile ilgilendiği (yüzde 29'u her gün, yüzde 17 haftada bir ve fazlası), yer sofrasında yemek alışkanlığının olduğu (yüzde 15 her gün, yüzde 12 haftada bir ve fazlası), vitamin ve besin desteği kullandıkları (yüzde 20 her gün, yüzde 15 haftada bir ve fazlası), BİM ve A101 gibi düşük bütçeli marketlerden alışveriş alışkanlıkları olduğu (yüzde 24 her gün, yüzde 37 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemeyi sevdikleri (yüzde 12 her gün, yüzde 49 haftada bir ve fazlası), instagram kullandığı (yüzde 80 her gün), tiyatroya gitmeyi sevdikleri (yüzde 5 haftada bir ve fazlası, yüzde 41 ayda bir ve fazlası) anlaşılmaktadır.

Tablo 4.6: Grup 1 – Demografik Yapı

	N	%	Ort.	SS	Maks.	Min.
Cinsiyet						
Kadın	24	58.5				
Erkek	17	41.5				
Toplam	41	100				
Yaş			35.6		21	62
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	11	26.8				
Evli	29	70.7				
Boşanmış	1	2.4				
Toplam	41	100				
Eğitim						
İlköğretim	2	4.9				
Lise	7	17.1				
Yüksek Okul	4	9.8				
Üniversite	24	58.5				
Yüksek Öğretim	4	9.8				
Toplam	41	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	5	12.2				
3000 – 6000 TL	17	41.5				
6000 – 10000 TL	12	29.3				
10000 TL ve Üstü	7	17				
Toplam	41	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	8	19.5				
3000 – 6000 TL	22	53.7				
6000 – 10000 TL	9	22				
10000 TL ve üstü	2	4.8				
Toplam	41	100				
Anne Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	21	51.2				
Lise	11	26.8				
Üniversite	3	7.3				
Yüksek Öğretim	0	0				
Okula Gitmemiş	6	14.6				
Toplam	41	100				
Baba Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	20	48.8				
Lise	8	19.5				
Üniversite	8	19.5				
Yüksek Öğretim	3	7.3				
Okula Gitmemiş	2	4.9				
Toplam	41	100				

Tablo 4.7: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		Haftada bir ve fazlası		Ayda bir ve fazlası		Yılda bir ve fazlası		Hiç yapmam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	6	14.6	6	14.6	13	31.7	8	21.9	7	17.1
Bir hobi ile ilgilenmek	12	29.3	7	17.1	8	19.5	9	21.9	5	12.2
Yer sofrasında yemek yemek	6	14.6	5	12.2	4	9.8	14	34.1	12	29.3
Vitamin ve besin desteği kullanmak	8	19.5	6	14.6	6	14.6	6	14.6	15	36.6
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	10	24.4	15	36.6	10	24.4	3	7.3	3	7.3
TV'de Türk dizileri izlemek	5	12.2	20	48.8	4	9.76	4	9.8	8	19.5
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	3	7.3	8	19.5	20	48.8	10	24.4
Instagram kullanmak	33	80.5	3	7.3	1	2.4	2	4.9	2	4.9
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	1	2.4	2	4.9	11	26.8	13	31.7	14	34.1
Dini sohbetlere gitmek	0	0	1	2.4	1	2.4	12	29.3	27	65.8
Panel ya da seminere gitmek	0	0	1	2.4	9	21.9	20	48.8	11	26.8
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	1	2.4	0	0	11	26.8	14	34.1	15	36.6
Spor salonuna gitmek	4	9.8	6	14.6	3	7.3	8	19.5	20	48.8
Puro içmek	0	0	1	2.4	1	2.4	3	7.3	36	87.8
Netflix izlemek	13	31.7	7	17.1	5	12.2	2	4.9	14	34.1
Tiyatroya gitmek	0	0	2	4.9	17	41.5	18	43.9	4	9.8
Müzeye gitmek	0	0	0	0	15	36.6	21	51.2	5	12.2

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	4	9.8	11	26.8	5	12.2	21	51.2	0	0
Sushi yemek	4	9.8	9	21.9	4	9.8	23	56.1	1	2.4
5 yıldızlı otelde kalmak	3	7.3	29	70.7	4	9.8	5	12.2	0	0

Tercih edilmeyen alışkanlıklar arasında ise, dini sohbetlere katılım (yüzde 30 yılda bir ve fazlası, yüzde 66 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 88 hiç yapmam), yurt dışına çıkmak (yüzde 51'i hiç yapmamış), sushi yemek (yüzde 56'sı hiç yapmamış), spor salonuna gitmek (yüzde 49'u hiç yapmıyor), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 36 hiç kullanmıyor), dünya mutfağı yemek sunan restoranlara gitmek (yüzde 34 yılda bir ve fazlası, yüzde 37 hiç yapmam) bulunmaktadır. Grubun yüzde 80'i tarafından her gün sergilenen aktivitelerden biri olarak instagram kullanma alışkanlığı öne çıkmaktadır.

Gruptakilere Müslüman ve laik kelimelerinin kendilerini ne derece tanımladığı da sorulmuştur. Cevaplara göre grubun yüzde 78'i laik/seküler kelimesinin kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını söylemişlerdir. Kendini Müslüman olarak tanımlayanların oranı ise yüzde 76'dir. Her iki oran da ana örneklem oranlarının biraz altındadır. Grupta dindarlığa yakınlık derecesine ortalamanın üzerinde puan verelerin oranı ise, yüzde 32'dir. Bu oran ana örneklemdeki aynı soruya verilen cevap oranının iki puan altındadır (Tablo 4.8).

Özetle; birinci grup orta ve alt gelir düzeyine sahip, üniversite ve lise mezunu, ağırlıklı ücretli çalışan büro elemanlarının dahil olduğu, aileleri ilköğretim ve lise mezunu olan, ortalama 35 yaşında, yüzde 46'sı İstanbul ilinde doğmuş katılımcılardan oluşmaktadır. Grupta laikliğin kendisini hiç tanımlamadığını söyleyen katılımcıların oranı yüzde 15'tir. Bu katılımcılar, laiklik ve dindarlık konusunda kendilerini laikliğe daha yakın konumlandırmış gözükmektedir. Tüketim alışkanlıklarına bakıldığında ise, yerel kültüre dair alışkanlıkların ön planda olduğu lüks tüketimin tercih edilmediği görülebilir.

Tablo 4.8: Birinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		Müslüman	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	19	46.3	18	43.9
Tanımlıyor	13	31.7	13	31.7
Biraz tanımlıyor	3	7.3	5	12.2
Tanımlamıyor	1	2.4	1	2.4
Hiç tanımlamıyor	5	12.2	4	9.8
Toplam	41	100	41	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	2	4.9	7	17.1
2	4	9.8	3	7.3
3	9	22	18	43.9
4	9	22	13	31.7
5 – çok yakın	17	41.5	0	0
Toplam	41	100	41	100

4.1.2. İkinci Grup (C2)

İkinci grup toplam 53 kadın, 37 erkek olmak üzere 90 katılımcıdan oluşmaktadır. Meslek gruplarına göre bakıldığında grup, büro elemanları (yüzde 33), beyaz yakalı müdür üzeri pozisyonda çalışanlar (yüzde 12), ev kadınları (yüzde 8), işsizler (yüzde 8), devlet memurları (yüzde 6), kendi tercihi ile çalışmayanlar (yüzde 6), emekliler (yüzde 4), küçük işletme sahipleri (yüzde 4), öğretmenler (yüzde 4), işçiler (yüzde 3), büyük işletme sahipleri (yüzde 1), esnaf (yüzde 1) ve belirtilmeyen diğer meslek gruplarından (yüzde 9) oluşmaktadır. Grubun demografik yapısı Tablo 4.9'da gösterilmektedir. Grubun yaş ortalaması 34'tür. En yaşlı grup üyesi 65 yaşındadır. Grubun yüzde 51'inin gelir düzeyi 6.000.-TL üzerindedir. Gider olarak bakıldığında ise yüzde 29 oranla 6.000.-TL aylık harcama düzeyi görülmektedir. Anne ve baba eğitim düzeyleri ise sırasıyla yüzde 45 ve 54 olarak lise ve üzeridir. Ana örneklem tablosu, Tablo 3.2 ile karşılaştırıldığında, aile eğitim düzeylerinin ana örneklem ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir.

Tablo 4.9: Grup 2 – Demografik Yapı

	N	%	Ort.	SS	Maks.	Min.
Cinsiyet						
Kadın	53	58.8				
Erkek	37	41.1				
Toplam	90	100				
Yaş			34.3		20	65
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	28	31.1				
Evli	58	64.4				
Boşanmış	3	3.3				
Toplam	90	100				
Eğitim						
İlköğretim	2	2.2				
Lise	25	27.8				
Yüksek Okul	8	8.9				
Üniversite	24	26.6				
Yüksek Öğretim	44	48.9				
Toplam	90	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	15	16.7				
3000 – 6000 TL	29	32.2				
6000 – 10000 TL	29	32.2				
10000 TL ve Üstü	17	18.9				
Toplam	90	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	21	23.3				
3000 – 6000 TL	43	47.8				
6000 – 10000 TL	18	20				
10000 TL ve üstü	8	8.9				
Toplam	90	100				
Anne Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	43	47.8				
Lise	28	31.1				
Üniversite	10	11.1				
Yüksek Öğretim	3	3.3				
Okula Gitmemiş	6	6.7				
Toplam	90	100				
Baba Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	39	43.3				
Lise	25	27.8				
Üniversite	17	18.9				
Yüksek Öğretim	7	7.8				
Okula Gitmemiş	2	2.2				
Toplam	90	100				

Gruptaki kadınların yüzde 42'sinin ailelerinde anne ya da kız kardeşlerinden en az birisi başörtüsü kullanmaktadır. Buna rağmen, grupta yer alan kadınların sadece yüzde 19'i kendileri de başörtüsü kullanmaktadır. Grubun yüzde 82'si İstanbul dışı bir şehirde doğmuştur.

Gruptakilere laiklik ve Müslümanlık kelimelerinin kendilerini ne derece tanımladığı sorulmuştur. Sonuçlar ana örneklemin ortalamasına yakın olmakla beraber Müslümanlık ve laikliğin kendisini tanımladığını ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı bu grupta ana örnekleme kıyasla daha yüksektir (sırasıyla yüzde 81 ve yüzde 82). Kendisini dindarlığa ortalamanın üzerinde yakın bulanlar ise, yüzde 32'lik bir oranla ana örneklemin 2 puan altındadır (Tablo 4.10).

Tablo 4.10: İkinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	33	36.7	42	46.7
Tanımlıyor	41	45.6	31	34.4
Biraz tanımlıyor	7	7.8	7	7.8
Tanımlamıyor	1	1.1	4	4.44
Hiç tanımlamıyor	8	8.9	6	6.7
Toplam	90	100	90	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	8	8.9	15	16.7
2	6	6.7	8	8.9
3	25	27.8	38	42.2
4	20	22.2	23	25.6
5 – çok yakın	31	34.4	6	6.7
Toplam	90	100	90	100

Grubu diğerlerinden yüksek derecede ayrıştıran bir pratik bulunmamaktadır. Grubu diğer gruplardan orta derecede ayrıştıran tüketim pratikleri, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 32, haftada bir ve fazlası), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 41, hiç yapmam), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 11, yılda bir ve fazlası), kart, okey ve

benzeri masa oyunları oynamak (yüzde 42, yılda bir ve fazlası), dini sohbetlere gitmek (yüzde 14, ayda bir ve fazlası), dünya mutfağı yemek sunan restoranlara gitmek (yüzde 38, hiç yapmam), puro içmek (yüzde 3, haftada bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 9, ayda bir ve fazlası), tiyatroya gitmek (yüzde 18 hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 16, hiç yapmam) olarak özetlenebilir. Lüks tüketim alışkanlıklarında ise, grup, 5 yıldızlı otele hayatları boyunca bir kez gittiğini söyleyen yüzde 19'lik oran ile diğerlerinden ayrışmaktadır (Tablo 4.11).

Tablo 4.11: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		**Haftada bir ve fazlası**		**Ayda bir ve fazlası**		**Yılda bir ve fazlası**		**Hiç yapmam**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	3	3.3	16	17.8	27	30	22	24.4	22	24.4
Bir hobi ile ilgilenmek	17	18.9	29	32.2	28	31.1	9	10	7	7.8
Yer sofrasında yemek yemek	9	10	6	6.7	14	15.6	18	20	43	47.8
Vitamin ve besin desteği kullanmak	13	14.4	11	12.2	13	14.4	16	17.8	37	41.1
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	14	15.6	48	53.3	15	16.7	9	10	4	4.4
TV'de Türk dizileri izlemek	14	15.6	42	46.7	12	13.3	10	11.1	12	13.3
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	2	2.2	24	26.7	45	50	19	21.1
Instagram kullanmak	69	76.7	10	11.1	3	3.3	2	2.2	6	6.7
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	3	3.3	5	5.6	13	14.4	38	42.2	31	34.4
Dini sohbetlere gitmek	0	0	5	5.6	13	14.4	15	16.7	57	63.3
Panel ya da seminere gitmek	0	0	2	2.2	20	22.2	46	51.1	22	24.4
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	5	5.6	18	20	33	36.7	34	37.8
Spor salonuna gitmek	3	3.3	14	15.6	8	8.9	20	22.2	45	50
Puro içmek	0	0	3	3.3	2	2.2	5	5.6	80	88.9
Netflix izlemek	22	24.4	28	31.1	8	8.9	8	8.9	24	26.7
Tiyatroya gitmek	0	0	3	3.3	22	24.4	49	54.4	16	17.8
Müzeye gitmek	0	0	4	4.4	9	10	63	70	14	15.6

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	17	18.9	19	21.1	14	15.6	40	44.4	0	0
Sushi yemek	8	8.9	19	21.1	16	17.8	47	52.2	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	15	16.7	39	43.3	17	18.9	19	21.1	0	0

Tüketim alışkanlıklarının geneline bakıldığında, sıklıkla tekrarlan pratikler arasında, halk müziği dinlemek (yüzde 3 her gün, yüzde 18 haftada bir ve fazlası, yüzde 30 ayda bir ve fazlası), bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 19 her gün, yüzde 32 ayda bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 16 her gün, yüzde 53 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 16 her gün, yüzde 47 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 77 her gün), Netflix izlemek (yüzde 24 her gün, yüzde 31 haftada bir ve fazlası) yer almaktadır.

Hiç tercih edilmeyen ya da çok seyrek yapılan aktiviteler ise, yer sofrasında yemek (yüzde 20 yılda bir ve fazlası, yüzde 48 hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 18 yılda bir ve fazlası, yüzde 41 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 50 yılda bir ve fazlası, yüzde 21 hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 42 yılda bir ve fazlası, yüzde 34 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 17 yılda bir ve fazlası, yüzde 63 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 51 yılda bir ve fazlası, yüzde 24 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 37 yılda bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 22 yılda bir ve fazlası, yüzde 50 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 89 hiç yapmam), tiyatroya gitmek (yüzde 54 yılda bir ve fazlası, yüzde 18 hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 70 yılda bir fazlası, yüzde 16 hiç yapmam) olarak sayılabilir. Lüks tüketim alışkanlıklara bakıldığında ise, grubun yüzde 44'ü yurtdışına hayatları boyunca çıkmamışlardır. Sushi yemek ise grubun yüzde 52'si tarafından hiç deneyimlenmemiştir. Buna rağmen grubun yüzde 43'ü hayatları boyunca birkaç kez beş yıldızlı bir otelde konaklama deneyimine sahiptir.

Özetle; ikinci grup ağırlıklı olarak yerel tüketim alışkanlıklarını sergileyen, kendisini laik ve Müslüman olarak tanımlayan, bedensel sağlık (düzenli spor yapmak ya da vitamin kullanmak) konusuna odaklı tüketim alışkanlıkları olmayan, kültürel tüketim

faaliyetlerini (müze ziyareti, tiyatro, panel ve seminer gibi) seyrek olarak yapan, aile kökenli kültürel sermayesi tüm örneklem ortalamasının üzerinde olan çeşitli kademelerde beyaz yakalı ve büro elemanlarının ağırlıklı olduğu bir gruptur.

4.1.3. Üçüncü Grup (C3)

Üçüncü grup toplam 25 kadın ve 20 erkek olmak üzere 45 kişiden oluşmaktadır. Grubun demografik yapısı Tablo 4.12'de verilmiştir. Grubun yüzde 33'ü büro elemanlarından, yüzde 11'i ise beyaz yakalı müdür ve üzeri pozisyonda çalışanlardan oluşmaktadır. Bunun dışında grupta yer alan diğer meslek grupları, ev kadınları (yüzde 11), emekli (yüzde 9), küçük işletme sahipleri (yüzde 7), işsizler (yüzde 7), öğretmen (yüzde 4), öğretim üyesi (yüzde 2), devlet memuru (yüzde 4), ve kendi tercihi ile çalışmayanlar (yüzde 2), büyük işletme sahipleri (yüzde 2), ve belirtilemeyen diğer meslek grupları (yüzde 7) olarak bulgulanmıştır. Anne ve baba eğitim düzeylerine bakıldığında, anne ve baba eğitim seviyesi lise ve üzerin olanların oranı sırasıyla yüzde 42 ve yüzde 58'dir. Bu oranlar ana örneklem grubunun üzerindedir. Buna göre grubun aile kökenli kültürel sermayesinin tüm örnekleme kıyasla yüksek olduğu görülmektedir.

Grubun yüzde 58'i doğum yerini İstanbul olarak ifade etmişlerdir. Grupta baş örtüsü kullanan kadınlara bakıldığında, yüzde 16'sının başörtüsü kullandığı görülmektedir. Kadınların ailelerinde ise başörtüsü kullanım oranı yüzde 60'tır.

Müslümanlık ve laikliğin kendilerini ne derece tanımladığı sorusuna gruptakilerin yüzde 76'sı Müslümanlığın kendisini tanımladığı ve çok tanımladığını ifade ederken, yüzde 87'si laiklik için aynı ifadeleri seçmişlerdir. Grupta yüzde 11 oranında bir kesim ise laiklik ve Müslümanlık için tanımlamıyor ve hiç tanımlamıyor seçeneğini işaretlemişlerdir. Grubun yüzde 24'lük oranı kendini dindarlığa ortalamanın üzerinde yakın hissederken, laikliğe yakın hissedenlerin oranı ise yüzde 80'dir. Bu çıktılar ışığında bakıldığında, grup Müslüman kimliği büyük oranda benimsemekle birlikte aynı zamanda laikliği benimseme oranı da oldukça yüksektir. Grup dindarlık profili açısından ise çoğunlukla kendini ortada ve dindarlığa uzak profilde konumlandırmıştır (Tablo 4.13).

Grubun tüketim alışkanlıkları ele alındığında, grup yer sofrasında hiç yemek yemeyenlerin oranının yüksekliği ile diğer gruplardan ayrılmaktadır (yüzde 63, hiç yapmam).

Grupta hiç instagram kullanmayanların bulunması da (yüzde 7), grubun istatistiksel açıdan diğerlerinden ayrışmasını önemli ölçüde desteklemektedir. Grubun ayrışmasına katkı sağlayan diğer önemli değişkenlerden biri de TV'de Türk dizileri seyretme sıklığıdır (yüzde 27, ayda bir ve fazlası). Grubu istatistiksel açıdan orta derecede ayrıştıran aktivitelere bakıldığında, vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 31, yılda bir ve fazlası), dini sohbetlere gitmek (yüzde 78, hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 18, ayda bir ve fazlası), tiyatroya gitmek (yüzde 44, ayda bir ve fazlası) görülmektedir. Lüks tüketim alışkanlıklarında ise, yurt dışına çıkmak (yüzde 20, hayatları boyunca bir kez) ayrıştırıcı olarak öne çıkmaktadır.

Tablo 4.12: Grup 3 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	25	55.6				
Erkek	20	44.4				
Toplam	45	100				
Yaş			36		20	53
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	10	22.2				
Evli	32	71.1				
Boşanmış	3	6.7				
Toplam	45	100				
Eğitim						
İlköğretim	1	2.2				
Lise	10	22.2				
Yüksek Okul	4	8.9				
Üniversite	24	53.3				
Yüksek Öğretim	6	13.3				
Toplam	45	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	2	4.4				
3000 – 6000 TL	17	37.8				
6000 – 10000 TL	14	31.1				
10000 TL ve Üstü	12	26.7				
Toplam	45	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	7	15.6				
3000 – 6000 TL	16	35.6				

6000 – 10000 TL	16	35.6
10000 TL ve üstü	6	13.3
Toplam	45	100
Anne Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	23	51.1
Lise	13	28.9
Üniversite	6	13.3
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	3	6.7
Toplam	45	100
Baba Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	16	35.6
Lise	14	31.1
Üniversite	12	26.7
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	3	6.7
Toplam	45	100

Tablo 4.13: Üçüncü Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	22	48.9	19	42.2
Tanımlıyor	17	37.8	15	33.3
Biraz tanımlıyor	1	2.22	6	13.3
Tanımlamıyor	2	4.44	0	0
Hiç tanımlamıyor	3	6.7	5	11.11
Toplam	45	100	45	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	4	8.9	9	20
2	1	2.2	6	13.3
3	4	8.9	19	42.2
4	12	26.7	9	20
5 – çok yakın	24	53.3	2	4.44
Toplam	45	100	45	100

Tüketim alışkanlıklarının geneline bakıldığında, seyrek ya da hiç tercih edilmeyen pratikler arasında halk müziği dinlemek (yüzde 31 ayda bir ve fazlası, yüzde 22 yılda bir ve fazlası, yüzde 18 hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 22 yılda bir ve fazlası,

yüzde 62 hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 32 yılda bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanına gitmek (yüzde 24 hiç yapmam, yüzde 44 yılda bir ve fazlası), panel ya da seminere gitmek (yüzde 56 yılda bir ve fazlası, yüzde 24 hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 42 hiç yapmam), puro kullanmak (yüzde 87 hiç yapmam), müze ziyareti yapmak (yüzde 67 yılda bir ve fazlası, yüzde 11 hiç yapmam), sushi yemek (yüzde 53 hayat boyu hiç yapmamış) sayılmaktadır. Grubun tüketim profili Tablo 4.14'te gösterilmektedir.

Tablo 4.14: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		**Haftada bir ve fazlası**		**Ayda bir ve fazlası**		**Yılda bir ve fazlası**		**Hiç yapmam**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	3	6.7	10	22.2	14	31.1	10	22.2	8	17.8
Bir hobi ile ilgilenmek	8	17.8	11	24.4	13	28.9	8	17.8	5	11.1
Yer sofrasında yemek yemek	1	2.2	3	6.7	3	6.7	10	22.2	28	62.2
Vitamin ve besin desteği kullanmak	5	11.1	3	6.7	6	13.3	14	31.1	17	37.8
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	5	11.1	25	55.6	12	26.7	1	2.2	2	4.4
TV'de Türk dizileri izlemek	8	17.8	16	35.6	12	26.7	3	6.7	6	13.3
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	2	4.4	12	26.7	20	44.4	11	24.4
Instagram kullanmak	34	75.6	4	8.9	0	0	4	8.9	3	6.7
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	1	2.2	2	4.4	10	22.2	13	28.9	19	42.2
Dini sohbetlere gitmek	0	0	2	4.4	1	2.2	7	15.6	35	77.8
Panel ya da seminere gitmek	0	0	1	2.2	8	17.8	25	55.6	11	24.4
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	2	4.4	8	17.8	21	46.7	14	31.1
Spor salonuna gitmek	2	4.4	5	11.1	8	17.8	8	17.8	22	48.9
Puro içmek	0	0	1	2.2	1	2.2	4	8.9	39	86.7

Netflix izlemek	11	24.4	11	24.4	4	8.8	2	4.4	17	37.8
Tiyatroya gitmek	0	0	2	4.4	20	44.4	15	33.3	8	17.8
Müzeye gitmek	0	0	0	0	10	22.2	30	66.7	5	11.1

	Sıklıkla yaparım		**Birkaç kez yaptım**		**Bir kez yaptım**		**Hiç yapmadım**		**Cevapsız**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	9	20	12	26.7	9	20	15	33.3	0	0
Sushi yemek	4	8.9	10	22.2	7	15.6	24	53.3	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	7	15.6	24	53.3	18	17.8	6	13.3	0	0

Sıklıkla tercih edilen pratikler ise, BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 11 her gün, yüzde 56 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 18 her gün, yüzde 36 haftada bir ve fazlası), Netflix'de dizi izlemek (yüzde 24 her gün, yüzde 24 haftada bir ve fazlası), Instagram kullanmak (yüzde 76 her gün), tiyatroya gitmek (yüzde 4 haftada bir ve fazlası, yüzde 44 ayda bir ve fazlası) olarak sayılabilir.

Özetle, grup aile kökenli kültürel sermayesi görece yüksek, yarısından fazlası İstanbul' da doğup büyümüş, dindarlığa görece biraz mesafeli, laik görüşe çok yakın, Müslüman beyaz yakalılar ve büro elemanlarının ağırlıklı olduğu bir gruptur. Gündelik pratiklerde hem yerel hem de Batı tarzı alışkanlıklar sınırlı tutulurken (halk müziği dinlemek, yer sofrasında yemek, dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek gibi), Netflix'de dizi izlemek, BİM/A101 gibi düşük bütçeli marketlerden alışveriş yapmak, instagram kullanmak öne çıkmaktadır. Grubun yarıdan biraz azı tiyatroya ayda en az bir kez gitmektedir. Ancak panel ya da seminere katılım, müzeye gitmek gibi kültürel pratikleri sınırlıdır. Spor ve sağlıklı yaşam konularında da grup mesafeli durmaktadır.

4.1.4. Dördüncü Grup (C4)

39 kişiden oluşan dördüncü grupta 24 kadın, 15 erkek katılımcı bulunmaktadır. Grupta yer alanların yüzde 36'sı müdür altı pozisyonlarda çalışan büro elemanlarıdır. Bu oranı yüzde 13 ile ev kadınları, yüzde 10 ile küçük işletme sahipleri, yüzde 10 ile devlet memurları takip etmektedir. Kalan yüzdeler esnaf (yüzde 2.6), müdür üzeri pozisyonda çalışan beyaz yakalılar (yüzde 8), işsizler (yüzde 2.6), işsizler (yüzde 2.6), emekliler (yüzde 5) ve öğretmenlerden (yüzde 2.6) oluşmaktadır. Grupta yer alanların anne baba

eğitim düzeylerine bakıldığında ilköğretim mezunu olan annelerin oranı yüzde 62, babaların ise yüzde 49'dur. Anne baba eğitim düzeyi lise ve üzeri oranlar ise sırasıyla yüzde 33 ve yüzde 51 olarak bulgulanmıştır. Bu oran grubun aile kökenli kültürel sermayesinin ilk üç gruba göre görece daha düşük olduğunu göstermektedir. Grubun demografik bilgileri Tablo 4.15'te gösterilmiştir.

Grup içinde başörtüsü kullanan kadınları oranı yüzde 25'tir. Kadınların ailesi içinde baş örtüsü kullanım oranı ise yüzde 33'tür. Katılımcıların yüzde 51'i İstanbul doğumludur.

Grup içindeki katılımcıların dindarlık, Müslümanlık ve laiklik kavramları ile olan ilişkisine bakıldığında laikliğin kendisini tanımladığını ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı yüzde 82, Müslümanlık için ise bu oran yüzde 74'tür. Katılımcıların yüzde 41'i kendilerini ortanın üzerinde dindarlığa yakın olarak tanımlamışlardır. Katılımcıların laikliğe olan yakınlığı ortanın altında olanların yüzdesine bakıldığında ise, bu oran yüzde 13'tür. Grupta dindar ve koyu Müslüman, laikliğe uzak en az yüzde 13'lük bir kitlenin varlığından söz edebiliriz (Tablo 4.16). Bu oran yüzde 15 olan ana örneklem oranının biraz altındadır. Buna rağmen, grupta kendisini Müslümanlığın tanımladığını ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı da yüzde 78 olan ana örneklemin altında kalmaktadır.

Tablo 4.15: Grup 4 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	24	61.5				
Erkek	15	38.5				
Toplam	39	100				
Yaş			38		23	62
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	6	15.4				
Evli	31	79.5				
Boşanmış	2	5.1				
Toplam	39	100				
Eğitim						
İlköğretim	1	2.6				
Lise	11	28.2				
Yüksek Okul	5	12.8				
Üniversite	14	35.9				
Yüksek Öğretim	8	20.5				

Toplam	39	100
Hane Aylık Geliri		
3000 TL ve Altı	5	12.8
3000 – 6000 TL	12	30.8
6000 – 10000 TL	11	28.2
10000 TL ve Üstü	11	28.2
Toplam	39	100
Hane Aylık Gideri		
3000 TL ve Altı	8	20.5
3000 – 6000 TL	15	38.5
6000 – 10000 TL	10	25.6
10000 TL ve üstü	6	15.4
Toplam	39	100
Anne Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	24	61.5
Lise	8	20.5
Üniversite	4	10.3
Yüksek Öğretim	1	2.6
Okula Gitmemiş	2	5.1
Toplam	39	100
Baba Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	19	48.7
Lise	10	25.6
Üniversite	8	20.5
Yüksek Öğretim	2	5.1
Okula Gitmemiş	0	0
Toplam	39	100

Tablo 4.16: Dördüncü Grup Katılımcıların İnanç Ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	17	43.6	23	59
Tanımlıyor	15	38.5	6	15.4
Biraz tanımlıyor	2	5.1	4	10.3
Tanımlamıyor	2	5.1	2	5.1
Hiç tanımlamıyor	3	7.7	4	10.3
Toplam	39	100	39	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	1	2.6	8	20.5
2	4	10.3	1	2.6

3	10	25.6	14	35.9
4	7	17.9	13	33.3
5 – çok yakın	17	43.6	3	7.7
Toplam	**39**	**100**	**39**	**100**

Grubun ayrıştıran tüketim ve yaşam pratiklerine baktığımızda, istatistiksel olarak grubu diğer gruplardan ayıran en anlamlı pratikler, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 49, ayda bir ve fazlası) ve instagram hiç kullanmamak (yüzde 23, hiç yapmam) olarak öne çıkmaktadır. Grubu ayrıştıran ve istatistiksel açıdan orta düzeyde etkili değişkenler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 36, hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 62, hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 26, ayda bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 15, yılda bir ve fazlası), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 33, yılda bir ve fazlası), müzeye gitmek (yüzde 3, her gün), yurtdışına çıkmak (yüzde 26, sıklıkla yaparım), sushi yemek (yüzde 15, sıklıkla yaparım) olarak bulgulanmıştır.

Grubun genel tüketim pratiklerine bakıldığında (Tablo 4.17), sıklıkla tercih edilen pratikler arasında ise TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 10 her gün, yüzde 54 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 67, her gün), Netflix izlemek (yüzde 23 her gün, yüzde 28 haftada bir ve fazlası), beş yıldızlı bir otele gitmek (yüzde 56 bir kaç kez yaptım) yer almaktadır. Gruptakilerin yüzde 50'den fazlası tarafından hiç yapılmayan pratikler ise, yer sofrasında yemek (yüzde 62, hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 69, hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 54, hiç yapmam), puro içmek (yüzde 90, hiç yapmam), sushi yemek (yüzde 62, hiç yemedim) olarak özetlenebilir.

Özetle, grup, eğitim kaynaklı kültürel sermayesi yüksek ancak aileden aktarılan kültürel sermayesi görece sınırlı, orta ve üst gelir grubunun yoğunlukta olduğu, tüketim alışkanlıkları ve kültürel faaliyetlere katılımı sınırlı, spor ve sağlıklı yaşam alışkanlıkları fazlaca olmayan yarıya yakın bir oranın kendisini dindarlığa yakın gördüğü aynı zamanda büyük çoğunluğun kendisini laik/seküler olarak tanımladığı bir gruptur. Buna rağmen, grup içinde yüzde 13 oranında bir kesim laiklik ve sekülerliğin kendisini tanımlamadığını söylemektedirler. Pratikler içinde yüzde 23 oranla hiç instagram kullanılmıyor olması da dikkat çeken bir husustur.

Tablo 4.17: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		Haftada bir ve fazlası		Ayda bir ve fazlası		Yılda bir ve fazlası		Hiç yapmam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	2	5.1	6	15.4	10	25.6	7	17.9	14	35.9
Bir hobi ile ilgilenmek	6	15.4	7	17.9	19	48.7	5	12.8	2	5.1
Yer sofrasında yemek yemek	3	7.7	2	5.1	4	10.3	6	15.4	24	61.5
Vitamin ve besin desteği kullanmak	2	5.1	5	12.8	10	25.6	7	17.9	15	38.5
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	4	10.3	18	46.1	9	23.1	6	15.4	2	5.1
TV'de Türk dizileri izlemek	4	10.3	21	53.8	4	10.3	1	2.6	9	23.1
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	3	7.7	5	12.8	18	46.1	13	33.3
Instagram kullanmak	26	66.7	3	7.7	1	2.6	0	0	9	23.1
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	1	2.6	2	5.1	5	12.8	13	33.3	18	46.1
Dini sohbetlere gitmek	0	0	0	0	4	10.3	8	20.5	27	69.2
Panel ya da seminere gitmek	0	0	2	5.1	7	17.9	21	53.8	9	23.1
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	0	0	10	25.6	16	41	13	30.3
Spor salonuna gitmek	0	0	7	17.9	5	12.8	6	15.4	21	53.8
Puro içmek	0	0	0	0	1	2.6	3	7.7	35	89.7
Netflix izlemek	9	23.1	11	28.2	6	15.4	0	0	13	33.3
Tiyatroya gitmek	0	0	1	2.6	10	25.6	23	59	5	12.8
Müzeye gitmek	1	2.6	0	0	6	15.4	29	74.4	3	7.7

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	10	25.6	8	20.5	4	10.3	17	43.6	0	0
Sushi yemek	6	15.4	6	15.4	3	7.7	24	61.5	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	9	23.1	22	56.4	3	7.7	5	12.8	0	0

4.1.5. Beşinci Grup (C5)

Beşinci grup 23 kadın 11 erkek olmak üzere toplam 34 kişiden oluşmaktadır. Meslek gruplarına bakıldığında, grup içindekilerin ağırlığı yüzde 53 ile müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanlarından oluşmaktadır. Bu oranı yüzde 9 ile müdür ve üzeri pozisyonda çalışan beyaz yakalılar, yüzde 9 ile ev kadınları takip etmektedir. Grubun kalanının dağılımı ise, işsizler (yüzde 6), öğretmenler (yüzde 6), devlet memurları (yüzde 3), işçiler (yüzde 3), küçük işletme sahipleri (yüzde 3) olarak özetlenebilir. Anne ve baba eğitim düzeylerine bakıldığında, sırasıyla yüzde 79 ve yüzde 68 olarak ilköğretim mezunudur. Anne ve babası üniversite mezunu olanların oranı ise yüzde 10'un altındadır. Ana örneklem tablosu Tablo 3.2 ile karşılaştırıldığında, aile eğitim düzeylerinin grup ortalamasının altında olduğu görülmektedir. Başka bir ifade ile, grubun aile kökenli kültürel sermayesinin tüm örneklem ortalamasının altında olduğu söylenebilir. Grubun yüzde 65'i İstanbul ilinde doğmuştur ve yaş ortalaması 33 tür. En genç katılımcı 20 en yaşlı katılımcı 51 yaşındadır. Yaş ortalaması tüm örneklem ortalamasının biraz altındadır. Grubun yüzde 56'sının geliri 6.000.-TL, yüzde 18'inin geliri ise 3.000.-TL altındadır. Grubun demografik yapısı Tablo 4.18'de gösterilmektedir.

Gruptaki kadınların baş örtüsü kullanım oranı yüzde 30'dur. Kadınların ailelerinde baş örtüsü kullanım oranı ise yüzde 87'dir. Dindarlık, laiklik ve Müslümanlık ekseninde bakıldığında, gruptakilerin yüzde 85'i Müslümanlığın kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını söylemektedir. (Tablo 4.19). Bu oran ana örneklemde yüzde 78 olan oranın üzerindedir. Grupta laikliğin kendisini tanımladığını ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı ise yüzde 71'dir. Bu da ana örneklemdeki yüzde 81 olan oranın epeyce altındadır. Yüzde 35'lik bir kesim dindarlığa yakınlık derecelerini ortalamanın üzerinde puanlamışlardır. Bu oran ana örneklemin bir puan üzerindedir. Grupta yüzde 18'lik bir oran laikliğin kendisini tanımlamadığını ve hiç tanımlamadığını söylemişlerdir. Bu oran yüzde 13 olan ana örneklem oranının üzerindedir. Grup ana örnekleme kıyasla laiklikten daha uzak ve Müslümanlığa ve dindarlığa daha yakın durmaktadır.

Grubun ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında (Tablo 4.20), grup diğer gruplardan bir hobi ile ilgilemek (yüzde 38, her gün), panel ya da seminere gitmek (yüzde, 3 her gün), puro içmek (yüzde 3 her gün), tiyatroya gitmek (yüzde 3, her gün), müzeye

gitmek (yüzde 6, her gün) seçimleri ile istatistiksel açıdan güçlü derecede ayrışmaktadır. Bunu takip eden ve istatistiksel açıdan orta düzeyde anlamlı ayrıştırıcı pratikler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 9, her gün), yer sofrasında yemek (yüzde 15, her gün), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 26, her gün), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 24, her gün), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 3, her gün), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 26, ayda bir ve fazlası), dini sohbetlere gitmek(yüzde 21, ayda bir ve fazlası), müzeye gitmek (yüzde 6, haftada bir ve fazlası), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 3 her gün, yüzde 53 yılda bir ve fazlası), spor salonuna gitmek (yüzde 32, yılda bir ve fazlası) , yurt dışına seyahat etmek (yüzde 59, hiç yapmadım), beş yıldızlı otelde kalmak (yüzde 26, hiç yapmadım) olarak görülmektedir.

Tablo 4.18: Grup 5 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	23	67.6				
Erkek	11	32.4				
Toplam	34	100				
Yaş			33		20	51
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	12	35.3				
Evli	19	55.9				
Boşanmış	3	8.8				
Dul	0	0				
Toplam	34	100				
Eğitim						
İlköğretim	1	2.9				
Lise	9	26.5				
Yüksek Okul	5	14.7				
Üniversite	17	50				
Yüksek Öğretim	2	5.9				
Toplam	34	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	5	12.8				
3000 – 6000 TL	12	30.8				
6000 – 10000 TL	11	28.2				
10000 TL ve Üstü	11	28.2				
Toplam	34	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	9	26.5				
3000 – 6000 TL	17	50				
6000 – 10000 TL	7	20.6				
10000 TL ve üstü	1	2.9				
Toplam	34	100				

Anne Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	27	79.4
Lise	3	8.8
Üniversite	2	5.9
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	2	5.9
Toplam	34	100
Baba Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	23	67.6
Lise	8	23.5
Üniversite	3	8.8
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	0	0
Toplam	34	100

Tablo 4.19: Beşinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman/Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	12	35.3	24	70.6
Tanımlıyor	12	35.3	5	14.7
Biraz tanımlıyor	4	11.8	2	5.9
Tanımlamıyor	1	2.9	1	2.9
Hiç tanımlamıyor	5	14.7	2	5.9
Toplam	34	100	34	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	2	5.9	3	8.8
2	7	20.6	0	0
3	7	20.6	19	55.9
4	8	23.5	10	29.4
5 – çok yakın	10	29.4	2	5.9
Toplam	34	100	34	100

Grubun genel tüketim alışkanlıklarına bakıldığında, sıklıkla tercih edilen seçenekler halk müziği dinlemek (yüzde 9 her gün, yüzde 26 haftada bir ve fazlası), bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 38 her gün, yüzde 24 haftada bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 26 her gün, yüzde 47 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 24 her gün, yüzde 38 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 91 her gün), Netflix izlemek (yüzde 29 her gün, yüzde 29 haftada bir ve fazlası) olarak özetlenebilir.

Seyrek yapılan ya da hiç yapılmayan faaliyetler ise, yer sofrasında yemek (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 35 hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 15 yılda bir ve fazlası, yüzde 35 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanına gitmek (yüzde 47 yılda bir ve fazlası, yüzde 29 hiç yapmam), kart ve okey gibi oyunlar oynamak (yüzde 21 yılda bir ve fazlası, yüzde 50 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 24 yılda bir ve fazlası, yüzde 53 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 32 yılda bir ve fazlası, yüzde 32 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restorana gitmek (yüzde 53 yılda bir ve fazlası, yüzde 21 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 32 yılda bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 88, hiç yapmam), tiyatroya gitmek (yüzde 41 yılda bir ve fazlası, yüzde 18 hiç yapma), müzeye gitmek (yüzde 50 yılda bir ve fazlası, yüzde 12 hiç yapmam olarak özetlenebilir. Gruptakilerin yüzde 59'u yurt dışına hiç çıkmamış, yüzde 65'i ise hiç sushi yememiştir.

Tablo 4. 20: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		**Haftada bir ve fazlası**		**Ayda bir ve fazlası**		**Yılda bir ve fazlası**		**Hiç yapmam**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	3	8.8	9	26.5	9	26.5	7	20.6	6	17.6
Bir hobi ile ilgilenmek	13	38.2	8	23.5	8	23.5	2	5.9	3	8.8
Yer sofrasında yemek yemek	5	14.7	2	5.9	5	14.7	10	29.4	12	35.3
Vitamin ve besin desteği kullanmak	6	17.6	5	14.7	6	17.6	5	14.7	12	35.3
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	9	26.5	16	47.1	8	23.5	1	2.9	0	0
TV'de Türk dizileri izlemek	8	23.5	13	38.2	6	17.6	3	8.8	4	11.7
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	1	2.9	0	0	7	20.6	16	47.1	10	29.4
Instagram kullanmak	31	91.2	1	2.9	0	0	1	2.9	1	2.9
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	0	0	1	2.9	9	26.5	7	20.6	17	50
Dini sohbetlere gitmek	1	2.9	0	0	7	20.6	8	23.5	18	52.9
Panel ya da seminere gitmek	1	2.9	1	2.9	10	29.4	11	32.3	11	32.3

Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	1	2.9	3	8.8	5	14.7	18	52.9	7	20.6
Spor salonuna gitmek	0	0	6	17.6	4	11.8	11	32.3	13	38.2
Puro içmek	1	2.9	0	0	1	2.9	2	5.9	30	88.2
Netflix izlemek	10	29.4	10	29.4	4	11.8	2	5.9	8	23.5
Tiyatroya gitmek	1	2.9	2	5.9	11	32.3	14	41.2	6	17.6
Müzeye gitmek	2	5.9	2	5.9	9	26.5	17	50	4	11.8

	Sıklıkla yaparım		**Birkaç kez yaptım**		**Bir kez yaptım**		**Hiç yapmadım**		**Cevapsız**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	4	11.8	6	17.6	3	8.8	20	58.8	1	2.9
Sushi yemek	2	5.9	3	8.8	7	20.6	22	64.7	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	3	8.8	17	50	5	14.7	9	26.5	0	0

Özetle, grup, ağırlıklı müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanlarından oluşan, Müslümanlık ve buna bağlı dindarlığın görece yüksek olduğu, aile kökenli kültürel sermayesi ana örnekleme göre düşük, yarısından biraz daha azı İstanbul dışında doğmuş katılımcılardan oluşmaktadır. Tüketim alışkanlıklarına bakıldığında, her gün yapılan aktiviteler içinde tiyatro, müze ve puro içmenin bulunması dikkat çekicidir. Bourdieu bazen gözüken bir verinin aslında başka bir bulguya işaret edebildiğini vurgular. Burada katılımcıların normal koşullarda her gün yapılması pratikte mümkün olamayacak bu faaliyetlerde her gün seçeneğini tercih etmesi bu anlamda farklı bir bakış açısı ile değerlendirilerek ilerleyen bölümlerde tartışılacaktır.

Grubun hobi faaliyetleri, TV'de ve Netflix'te dizi izleme, instagram kullanma ve market alışverişleri dışında sıklıkla sergilediği bir tüketim faaliyeti görülmemektedir.

4.1.6. Altıncı Grup (C6)

Altıncı grup 6 kadın ve 11 erkek olmak üzere toplam 17 kişiden oluşmaktadır. Grubun demografik yapısı Tablo 4.21'de verilmiştir. Grubun yüzde 18'i beyaz yakalı müdür ve üzeri pozisyonda çalışanlar, yüzde 18'i müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanlarından oluşmaktadır. Grubun yüzde 12'sini emekliler, yüzde 12'sini işçiler oluşturmakta olup, kalanı öğretmen (yüzde 6), öğretim görevlisi (yüzde 6), kendi işini yapan büyük işletme sahibi (yüzde 6), kendi işini yapan küçük işletme sahibi (yüzde 6),

kendi tercihi ile çalışmayanlardan (yüzde 6) ve belirtilmeyen diğer meslek gruplarından (yüzde 12) oluşmaktadır. Anne ve baba eğitim düzeylerine bakıldığında, anne ve baba eğitim seviyesi lise ve üzerin olanların oranı sırasıyla yüzde 29 ve yüzde 65'tir. Buna göre grubun aile kökenli kültürel sermayesinin annelerinde tüm örnekleme kıyasla daha düşük, babalarda ise daha yüksek olduğu görülmektedir. Grubun yaş ortalaması 42 ile ana örneklemin üzerindedir. Gruptaki kadınlarda, sokağa çıktığında baş örtüsü kullanan kadınların oranı yüzde 17 iken, kadınların ailelerinde baş örtüsü kullanım oranı yüzde 33'tür. Gruptaki katılımcıların yüzde 47'si İstanbul doğumludur.

Laiklik ve Müslümanlığın kendilerini ne derece tanımladığı sorusuna gruptakilerin yüzde 88'i laikliğin kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını ifade ederken, yüzde 76'lik kesim Müslümanlık için tanımlıyor ve çok tanımlıyor ifadelerini kullanmışlardır (Tablo 4.22). Grupta yüzde 11 oranında bir kesim ise laiklik ve Müslümanlık için tanımlamıyor ve hiç tanımlamıyor seçeneğini seçmişlerdir Grubun yüzde 59'u ortalama puanın üzerinde dindarlığa yakındır. Laikliği tanımlamıyor ve hiç tanımlamıyor olarak işaretleyenlerin oranı ise yüzde 12'dir. Grubun laiklik ve Müslümanlık ile ilgili sorularda cevapları ana örnekleme yakın olmakla beraber dindarlığa olan yakınlık yüzde 33 olan ana örnekleme göre oldukça yukardadır. Bu da gruptakilerin kendilerini dindar olarak değerlendirirken Müslüman olmanın ötesinde başka kriterlerle değerlendirdiklerine işaret ediyor olabilir.

Grubun ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında, istatistiksel açıdan en yüksek katkı sağlayanlar, vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 35, her gün), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 6, her gün), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 6, her gün) olarak söylenebilir. Orta derece istatistik katkı sağlayan değişkenler ise, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 18, hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 18, haftada bir ve fazlası), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 12, haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 18, haftada bir ve fazlası), kart, okey ve benzeri oyunlar oynamak (yüzde 18, haftada bir ve fazlası), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 47, hiç yapmam), yurt dışına çıkmak (yüzde 29, sıklıkla yaparım, yüzde 41 birkaç kez yaptım), sushi yemek (yüzde 18 sıklıkla yaparım, yüzde 35 bir kez yaptım) olarak özetlenebilir.

Grubun genel tüketim alışkanlıklarına bakıldığında (Tablo 4.23), seyrek ve hiç yapılmayan aktiviteler, yer sofrasında yemek (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 47 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 24 yılda bir ve fazlası, yüzde 65 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 35, yılda bir ve fazlası, yüzde 47 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 47 hiç yapmam), Netflix izlemek (yüzde 41 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 41 yılda bir ve fazlası, yüzde 18 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 94 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 53 yılda bir ve fazlası, yüzde 18 hiç yapmam) olarak görülmektedir.

Tablo 4.21: Grup 6 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	6	35.3				
Erkek	11	64.7				
Toplam	17	100				
Yaş			42		21	59
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	2	11.8				
Evli	13	76.5				
Boşanmış	0	0				
Dul	2	11.8				
Toplam	17	100				
Eğitim						
İlköğretim	1	5.9				
Lise	4	23.5				
Yüksek Okul	1	5.9				
Üniversite	9	52.9				
Yüksek Öğretim	2	11.8				
Toplam	17	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	1	5.9				
3000 – 6000 TL	7	41.2				
6000 – 10000 TL	3	17.6				
10000 TL ve Üstü	6	35.3				
Toplam	17	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	4	23.5				
3000 – 6000 TL	3	17.6				
6000 – 10000 TL	5	29.4				
10000 TL ve üstü	5	29.4				
Toplam	17	100				
Anne Eğitim Düzeyi						

İlköğretim	10	58.8
Lise	2	11.8
Üniversite	2	11.8
Yüksek Öğretim	1	5.9
Okula Gitmemiş	2	11.8
Toplam	17	100
Baba Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	6	35.3
Lise	4	23.5
Üniversite	5	29.4
Yüksek Öğretim	2	11.8
Okula Gitmemiş	0	0
Toplam	17	100

Tablo 4.22: Altıncı Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman/Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	7	41.2	9	52.9
Tanımlıyor	8	47.1	4	23.5
Biraz tanımlıyor	0	0	1	5.9
Tanımlamıyor	0	0	1	5.9
Hiç tanımlamıyor	2	11.8	2	11.8
Toplam	17	100	17	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	2	11.8	3	17.6
2	0	0	0	0
3	2	11.8	4	23.5
4	5	29.4	8	47.1
5 – çok yakın	8	47.1	2	11.8
Toplam	17	100	17	100

Sıklıkla tercih edilen tüketim alışkanlıkları ise, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 24 her gün, yüzde 29 haftada bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 12 her gün, yüzde 59 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 65, her gün), tiyatroya gitmek (yüzde 6 haftada bir ve fazlası, yüzde 35 ayda bir ve fazlası), müzeye gitmek (yüzde 23 ayda bir ve fazlası) olarak özetlenebilir. Gruptakilerin yüzde 29'u sıklıkla yurt dışına gittiklerini, yüzde 18'i sıklıkla sushi yediklerini ifade etmişlerdir. Yüzde 23 ise sıklıkla beş yıldızlı otellerde konaklama yapmaktadır.

Tablo 4.23: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		Haftada bir ve fazlası		Ayda bir ve fazlası		Yılda bir ve fazlası		Hiç yapmam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	1	5.9	1	5.9	5	29.4	5	29.4	5	29.4
Bir hobi ile ilgilenmek	4	23.5	5	29.4	3	17.6	2	11.8	3	17.6
Yer sofrasında yemek yemek	0	0	3	17.6	1	5.9	5	29.4	8	47.1
Vitamin ve besin desteği kullanmak	6	35.3	0	0	2	11.8	5	29.4	4	23.5
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	2	11.8	10	58.8	3	17.6	2	11.8	0	0
TV'de Türk dizileri izlemek	2	11.8	9	52.9	3	17.6	0	0	3	17.6
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	1	5.9	2	11.8	4	23.5	7	41.2	3	17.6
Instagram kullanmak	11	64.7	3	17.6	1	5.9	0	0	2	11.8
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	0	0	3	17.6	3	17.6	4	23.5	7	41.2
Dini sohbetlere gitmek	0	0	0	0	2	11.8	4	23.5	11	64.7
Panel ya da seminere gitmek	0	0	0	0	5	29.4	9	52.9	3	17.6
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	1	5.9	1	5.9	1	5.9	6	35.3	8	47.1
Spor salonuna gitmek	1	5.9	2	11.8	1	5.9	5	29.4	8	47.1
Puro içmek	0	0	0	0	0	0	1	5.9	16	94.1
Netflix izlemek	4	23.5	3	17.6	3	17.6	0	0	7	41.2
Tiyatroya gitmek	0	0	1	5.9	6	35.3	8	47.1	2	11.8
Müzeye gitmek	0	0	0	0	4	23.5	12	70.6	1	5.9

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	5	29.4	7	41.2	1	5.9	4	23.5	0	0
Sushi yemek	3	17.6	4	23.5	6	35.3	4	23.5	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	4	23.5	10	58.8	2	11.8	1	5.9	0	0

Özetle, toplamda yüzde 24'ü beyaz yakalı yönetici ve büyük işletme sahiplerinde oluşan grupta gelir ve eğitim düzeyi tüm örnekleme göre görece yüksektir. Gelir düzeyinden gelen farklılaşma özellikle lüks tüketim pratiklerinde ve vitamin desteği kullanma gibi sağlıkla ilgili pratiklerde kendini göstermektedir. Grubun dindarlık profili de Müslümanlık oranı ana örneklemde biraz daha düşük olmasına rağmen çok daha yüksektir. Bu da katılımcıların dindarlık algılarının Müslümanlıktan bağımsız işliyor olabileceğini düşündürmektedir. Derinlemesine görüşmelerde bu paralelde söylemlere rastlanmıştır. Grup tüketim faaliyetlerinin genelinde sık katılım göstermese de kültürel tüketim faaliyetlerine belirli düzeyde katılım sergilemektedir.

4.1.7. Yedinci Grup (C7)

Yedinci grup 28 kadın 17 erkek olma üzere toplam 45 kişiden oluşmaktadır (Tablo 4.24). Grubun yaş ortalaması 38'dir ve genel örneklem ortalamasının iki yaş üzerindedir. Grubu oluşturan üyelerin meslekleri, beyaz yakalı müdür ve üzeri pozisyonda çalışanlar (yüzde 18), müdür ve altı pozisyonda çalışan büro elemanları (yüzde 18), işçiler (yüzde 12), emekliler (yüzde 12), kendi işini yapan küçük işletme sahipleri (yüzde 6), kendi işini yapan büyük işletme sahipleri (yüzde 6), öğretmen (yüzde 6), öğretim üyesi (yüzde 6), kendi tercihi ile çalışmayan (yüzde 6), ve belirtilmeyen diğer meslek grupları (yüzde 12) olarak dağılmıştır.

Grupta yer alan katılımcıların anne ve baba eğitim düzeyleri sırasıyla yüzde 56 ve yüzde 51 ilköğretimdir. Annesi hiç okula gitmemiş olanların oranı ise yüzde 16'dır. Ana örneklem ile karşılaştırıldığında bu grupta anne babası hiç okula gitmemişlerin yüzdesinin daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir. Grubun aile kökenli eğitim sermayesinin tüm örnekleme göre daha düşük olduğu söylenebilir. Grup genelde İstanbul doğumluların oranı yüzde 53'tür. Baş örtüsü kullanımına bakıldığında, gruptaki kadınların yüzde 18'i baş örtüsü kullanmaktadır. Kadınların ailelerinde baş örtüsü kullanım oranı ise, yüzde 64'tür.

Grubun dindarlık, Müslümanlık ve laiklik ile mesafesine bakıldığında (Tablo 4.25) kendisini Müslümanlığın kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı, yüzde 69'dur. Bu yüzde 25 gibi yüksek bir orandaki katılımcı ise Müslümanlığın kendilerini tanımlamadığını ve hiç tanımlamadığını söylemişlerdir. Bu oran aynı soru için yüzde 13 olan ana örnekleme kıyasla oldukça yüksektir. Kendini

dindarlığa yakın ve çok yakın hissedenlerin oranı ise yüzde 14'tür. Yüzde 34 olan ana örnekleme kıyasla bu oran da oldukça düşüktür. Gruptakilerin yüzde 80'i laikliğin kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını söylemektedirler. Tüm bilgiler ışığında, grubun Müslümanlığa ve dindarlığa ana örnekleme göre daha mesafeli durduğu görülmektedir.

Tablo 4.24: Grup 7 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	28	62.2				
Erkek	17	37.8				
Toplam	45	100				
Yaş			38		21	62
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	8	17.8				
Evli	31	68.9				
Boşanmış	4	8.9				
Dul	2	4.4				
Toplam	45	100				
Eğitim						
İlköğretim	5	11.1				
Lise	8	17.8				
Yüksek Okul	5	11.1				
Üniversite	20	44.4				
Yüksek Öğretim	7	15.6				
Toplam	45	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	9	20				
3000 – 6000 TL	14	31.1				
6000 – 10000 TL	11	24.4				
10000 TL ve Üstü	11	24.4				
Toplam	45	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	13	28.9				
3000 – 6000 TL	17	37.8				
6000 – 10000 TL	9	20				
10000 TL ve üstü	6	13.3				
Toplam	45	100				
Anne Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	25	55.6				
Lise	8	17.8				
Üniversite	5	11.1				
Yüksek Öğretim	0	0				
Okula Gitmemiş	7	15,6				
Toplam	45	100				
Baba Eğitim Düzeyi						

İlköğretim	23	51.1
Lise	12	26.7
Üniversite	7	15.6
Yüksek Öğretim	1	2.2
Okula Gitmemiş	2	4.4
Toplam	45	100

Tablo 4.25: Yedinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	17	37.8	19	42.2
Tanımlıyor	19	42.2	12	26.7
Biraz tanımlıyor	3	6.7	3	6.7
Tanımlamıyor	2	4.4	3	6.7
Hiç tanımlamıyor	4	8.9	8	17.8
Toplam	45	100	45	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	3	6.7	14	31.1
2	5	11.1	4	8.9
3	10	22.2	13	28.9
4	7	15.6	10	22.2
5 – çok yakın	20	44.4	4	8.9
Toplam	**45**	**100**	**45**	**100**

Grubun tüketim örüntülerine bakıldığında (Tablo 4.26), grubu istatistiksel açıdan en anlamlı ayrıştıran pratikler, BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 33, her gün), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 33, hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 11, haftada bir ve fazlası), dünya mutfağı yemek sunan restoranlara gitmek (yüzde 16, haftada bir ve fazlası) olarak bulgulanmıştır. Orta düzeyde ayrıştırıcı pratikler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 27, haftada bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 7, hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 2, her gün), spor salonuna gitmek (yüzde 7, her gün), puro içmek (yüzde 9, ayda bir ve fazlası, Netflix izlemek (yüzde 47, hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 33, ayda bir ve fazlası), yurtdışına çıkmak (yüzde 24, sıklıkla yaparım) olarak özetlenebilir.

Grubun genel tüketim faaliyetlerine bakıldığında, sıklıkla tercih edilen pratikler, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 22 her gün, yüzde 24 haftada bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 33 her gün, yüzde 38 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 13 her gün, yüzde 38 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 73 her gün, yüzde 11 haftada bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 13 her gün, yüzde 27 hafta bir ve fazlası) olarak bulgulanmıştır. Grup üyelerinin yüzde 24'ü sıklıkla yurt dışına çıkmakta ve beş yıldızlı otellerde konaklama yapmaktadırlar.

Tablo 4.26: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		**Haftada bir ve fazlası**		**Ayda bir ve fazlası**		**Yılda bir ve fazlası**		**Hiç yapmam**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	3	6.7	12	26.7	14	31.1	4	8.9	12	26.7
Bir hobi ile ilgilenmek	10	22.2	11	24.4	13	28.9	8	17.8	3	6.7
Yer sofrasında yemek yemek	3	6.7	6	13.3	6	13.3	9	20	21	46.7
Vitamin ve besin desteği kullanmak	6	13.3	5	11.1	4	8.9	13	28.9	17	37.8
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	15	33.3	17	37.8	6	13.3	4	8.9	3	6.7
TV'de Türk dizileri izlemek	6	13.3	17	37.8	6	13.3	1	2.2	15	33.3
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	1	2.2	1	2.2	14	31.1	17	37.8	12	26.7
Instagram kullanmak	33	73.3	5	11.1	2	4.4	1	2.2	4	8.9
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	2	4.4	1	2.2	8	17.8	12	26.7	22	48.9
Dini sohbetlere gitmek	1	2.2	2	4.4	5	11.1	10	22.2	27	60
Panel ya da seminere gitmek	0	0	5	11.1	12	26.7	17	37.8	11	24.4
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	7	15.6	7	15.6	19	42.2	12	26.7
Spor salonuna gitmek	3	6.7	8	17.8	4	8.9	9	20	21	46.7
Puro içmek	0	0	1	2.2	4	8.9	4	8.9	36	80
Netflix izlemek	6	13.3	12	26.7	3	6.7	3	6.7	21	46.7
Tiyatroya gitmek	0	0	3	6.7	15	33.3	20	44.4	7	15.6
Müzeye gitmek	0	0	1	2.2	15	33.3	26	57.8	3	6.7
	Sıklıkla yaparım		**Birkaç kez yaptım**		**Bir kez yaptım**		**Hiç yapmadım**		**Cevapsız**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	11	24.4	10	22.2	8	17.8	16	35.6	0	0
Sushi yemek	4	8.9	9	20	7	15.6	25	55.6	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	11	24.4	21	46.7	4	8.9	9	20	0	0

Grupta yapılması hiç tercih edilmeyen ya da nadiren yapılan tüketim faaliyetleri ise, yer sofrasında yemek (yüzde 20 yılda bir ve fazlası, yüzde 47 hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 38 yılda bir ve fazlası, yüzde 27 hiç yapmam), kart, okey ve benzeri oyunlar oynamak (yüzde 27 yılda bir ve fazlası, yüzde 49 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 22 yılda bir ve fazlası, yüzde 60 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 38 yılda bir ve fazlası, yüzde 24 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 42 yılda bir ve fazlası, yüzde 27 hiç yapmam), tiyatroya gitmek (yüzde 44 yılda bir ve fazlası, yüzde 16 hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 58 yılda bir ve fazlası), sushi yemek (yüzde 56 hiç yapmadım) olarak özetlenebilir.

Özetle; Grubu oluşturan bireylerin meslekleri ağırlıklı olarak özel sektörde çalışan müdür üzeri ve altı pozisyonlardan (büro elemanları) oluşmaktadır. Gelir düzeyi ana örnekleme göre yüksektir. Aile kökenli kültürel sermayeleri ise ana gruba oranla daha düşüktür. Grup Müslümanlığa ve dindarlığa ana gruba göre daha mesafeli durmaktadır. Buna rağmen, diğer gruplarda olmayan her gün dindar sohbetlere giden bir katılımcı da bu grupta yer almaktadır. Grup genelinde tüketim alışkanlıkları ve frekansları çeşitlilik göstermektedir. Grubun hem yerel hem de Batı tarzı tüketim alışkanlıklarına aşina olduğu söylenebilir. Ayrıca kültürel tüketim faaliyetlerine de yüzde 30'un üzerinde bir oranla ayda en az bir kez katılım sağlamaktadırlar.

4.1.7. Sekizinci Grup (C8)

Grup 31 kadın, 18 erkek olmak üzere toplam 49 katılımcıdan oluşmaktadır. Grupta yer alanların meslekleri, müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları (yüzde 33), beyaz yakalı müdür ve üzeri pozisyonda çalışanlar (yüzde 18), devlet memurları (yüzde 8), emekliler (yüzde 6), ev kadınları (yüzde 6), küçük işletme sahipleri (yüzde 6), işsizler (yüzde 4), kendi tercihi ile çalışmayanlar (yüzde 4) büyük işletme sahipleri (yüzde 2) ve yüzde 12 oranında belirtilmeyen diğer mesleklerdir. Grubun yaş ortalaması 37 olup, ana örneklem ortalamasının bir yaş üzerindedir. Gruptakilerin anne ve baba eğitim düzeylerine bakıldığında, annelerin yüzde 71'i ilkokul ve eğitim almamıştır. Babalarda ise bu oran yüzde 49'dur. Katılımcıların özellikle anne eğitim düzeyleri ana örneklem düzeyinin altındadır. Katılımcıların yüzde 59'u İstanbul doğumludur (Tablo 4.27).

Grup kadınlarında baş örtüsü kullanımına bakıldığında, yüzde 26'sı baş örtüsü kullanmaktadır. Bu kadınların ailelerinde ise baş örtüsü kullanım oranı yüzde 81'dir.

Tablo 4.27: Grup 8 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	31	63.3				
Erkek	18	36.7				
Toplam	49	100				
Yaş			37		20	61
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	12	24.5				
Evli	34	69.4				
Boşanmış	3	6.1				
Dul	0	0				
Toplam	49	100				
Eğitim						
İlköğretim	1	2				
Lise	12	24.5				
Yüksek Okul	8	16.3				
Üniversite	22	44.9				
Yüksek Öğretim	6	12.2				
Toplam	49	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	5	10.2				
3000 – 6000 TL	20	40.8				
6000 – 10000 TL	15	30.6				
10000 TL ve Üstü	9	18.4				
Toplam	49	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	8	16.3				
3000 – 6000 TL	28	57.1				
6000 – 10000 TL	8	16.3				
10000 TL ve üstü	5	10.2				
Toplam	49	100				
Anne Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	30	61.2				
Lise	7	14.3				
Üniversite	6	12.2				
Yüksek Öğretim	1	2				
Okula Gitmemiş	5	10.2				
Toplam	49	100				
Baba Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	24	49				

Lise	13	26.5
Üniversite	11	22.4
Yüksek Öğretim	1	2
Okula Gitmemiş	0	0
Toplam	49	100

Katılımcıların dindarlık, laiklik ve Müslümanlık konusundaki yaklaşımları Tablo 4.28'de gösterilmektedir. Yüzde 84'lük bir oranda katılımcı, Müslümanlığın kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını ifade etmişlerdir. Bu oran ana örneklem oranı olan yüzde 78'in üzerindedir. Yüzde 43'lük bir oranda katılımcı, kendisini dindarlığa ortalama puanın üzerinde yakın hissetmektedir. Bu oran ana örneklemin 10 puan kadar üzerindedir. Laikliğe bakıldığında, yüzde 80'lik bir oran laikliğin kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını söylemişlerdir. Bu oran yüzde 81 olan ana örneklem ile hemen hemen aynıdır. Katılımcılar Müslümanlık ve dindarlığa ana örnekleme göre daha yakın çıkmış olsa da bu durum onların laiklik karşısındaki tutumlarını negatif yönde etkilememiş görünmektedir.

Tablo 4.28: Sekizinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	23	46.9	18	36.7
Tanımlıyor	16	32.7	23	46.9
Biraz tanımlıyor	5	10.2	2	4.1
Tanımlamıyor	2	4.1	2	4.1
Hiç tanımlamıyor	3	6.1	4	8.2
Toplam	49	100	49	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	3	6.1	6	12.2
2	2	4.1	5	10.2
3	12	24.5	17	34.7
4	15	30.6	20	40.8
5 – çok yakın	17	34.7	1	2
Toplam	**49**	**100**	**45**	**100**

Grubun tüketim pratikleri Tablo 4.29'da gösterilmektedir. Grubun ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında, istatistiksel açıdan en anlamlı farklılaşmanın yurt dışına

çıkma sıklığı (yüzde 39, birkaç kez yaptım) olduğu gözlemlenmektedir. Farklılaşmaya ikinci derecede katkısı olan değişkenler, bir hobi ile ilgilemek (yüzde 37 haftada bir ve fazlası), yer sofrasında yemek (yüzde 39 yılda bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 59 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 26 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 8 haftada bir ve fazlası), kart, okey gibi oyunlar oynamak (yüzde 12 haftada bir ve fazlası), puro içmek (yüzde 14 yılda bir ve fazlası), tiyatroya gitmek (yüzde 67 yılda bir ve fazlası) olarak bulgulanmıştır.

Tablo 4.29: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		**Haftada bir ve fazlası**		**Ayda bir ve fazlası**		**Yılda bir ve fazlası**		**Hiç yapmam**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	4	8.2	4	8.2	14	28.6	13	26.5	14	28.6
Bir hobi ile ilgilenmek	9	18.4	18	36.7	15	30.6	6	12.2	1	2
Yer sofrasında yemek yemek	2	4.1	6	12.2	4	8.2	19	38.8	18	36.7
Vitamin ve besin desteği kullanmak	9	18.4	4	8.2	9	18.4	14	28.6	13	26.5
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	5	10.2	29	59.2	11	22.4	3	6.1	1	2
TV'de Türk dizileri izlemek	8	16.3	19	38.2	6	12.2	3	6.1	13	26.5
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	4	8.2	12	24.5	24	49	9	18.4
Instagram kullanmak	40	81.6	3	6.1	3	6.1	0	0	3	6.1
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	0	0	6	12.2	6	12.2	15	30.6	22	44.9
Dini sohbetlere gitmek	1	2	2	4.1	7	14.3	14	28.6	25	51
Panel ya da seminere gitmek	0	0	3	6.1	10	20.4	27	55.1	9	18.4
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	3	6.1	13	26.5	21	42.9	12	24.5
Spor salonuna gitmek	1	2	6	12.2	5	10.2	14	28.6	23	46.9
Puro içmek	0	0	0	0	1	2	7	14.3	41	83.7
Netflix izlemek	15	30.6	10	20.4	7	14.3	4	8.2	13	26.5
Tiyatroya gitmek	0	0	2	4.1	8	16.3	33	67.3	6	12.2
Müzeye gitmek	0	0	1	2	10	20.4	34	69.4	4	8.2

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	4	8.2	19	38.8	6	12.2	20	40.8	0	0
Sushi yemek	5	10.2	6	12.2	9	18.4	29	59.2	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	12	24.5	24	49	4	8.2	9	18.4	0	0

Grupta sıklıkla yapılan pratikler, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 18 her gün, yüzde 37 haftada bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 10 her gün, yüzde 59 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 16 her gün, yüzde 39 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 82 her gün), Netflix izlemek (yüzde 31 her gün, yüzde 20 haftada bir ve fazlası) olarak görülmektedir. Gruptakilerin yüzde 25'i sıklıkla beş yıldızlı otellerde konakladıklarını söylemişlerdir.

Yapılması tercih edilmeyen veya nadiren yapılan aktiviteler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 27 yılda bir ve fazlası, yüzde 29 hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 39 yılda bir ve fazlası, yüzde 37 hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 27 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 49 yılda bir ve fazlası, yüzde 18 hiç yapmam), Kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 31 yılda bir ve fazlası, yüzde 45 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 28 yılda bir ve fazlası, yüzde 51 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 55 yılda bir ve fazlası, yüzde 18 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 43 yılda bir ve fazlası, yüzde 24 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 47 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 84 hiç yapmam), tiyatroya gitmek (yüzde 67 yılda bir ve fazlası, yüzde 12 hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 69 yılda bir ve fazlası, yüzde 8 hiç yapmam) olarak görülmektedir. Katılımcıların yüzde 41'i hayatları boyunca yurt dışına çıkmamış, yüzde 59 hiç sushi yememiştir.

Özetle; grup, yaş ortalaması 37 olan ağırlıklı müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları ve müdür üzeri pozisyonda çalışan beyaz yakalılardan oluşmaktadır. Yüzde 49'luk bir oranın gelir düzeyi 6.000.-TL'nin üzerinde olup, ana örnekleme kıyasla ekonomik sermayesi daha yüksektir. Buna rağmen, gruptakilerin annelerinin eğitim düzeyi ana örnekleme göre daha aşağıda kalmaktadır. Bu bağlamda, grubun aile kökenli

kültürel sermayesinin görece düşük olduğu söylenebilir. Grupta lise mezunu katılımcıların oranı ana örnekleme göre yüksektir. Grup Müslümanlık ve dindarlık ekseninde kendisini daha yukarıda konumlandırırken laiklikten de uzaklaşmamaktadır. Grubun tüketim faaliyetleri oldukça sınırlıdır. Dizi izlemek, instagram kullanmak, market alışverişi ve hobiler dışında sıklıkla takip edilen aktivite bulunmamaktadır.

4.1.8. Dokuzuncu Grup (C9)

Dokuzuncu grup 24 kadın 13 erkek olmak üzere toplam 37 kişiden oluşmaktadır (Tablo 4.30). Katılımcıların mesleklerine bakıldığında grup, müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları (yüzde 38), ev kadınları (yüzde 22), öğretmenler (yüzde 8), özel sektörde müdür üzeri pozisyonlarda çalışan beyaz yakalılar (yüzde 8), küçük işletme sahipleri (yüzde 5), devlet memurları (yüzde 5), işsizler (yüzde 5) ve belirtilmeyen diğer mesleklerden (yüzde 5) oluşmaktadır. Gelir düzeyi 10.000.-TL üzeri olan katılımcıların oranı ana örnekleme göre yüksektir. Buna rağmen grubun yüzde 46'sının gelir düzeyi 3.000-6.000.-TL arasındadır. Grubun yüzde 68'i üniversite ve üzeri eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların yüzde 57'si İstanbul doğumludur. Grubun yaş ortalaması 35 olarak ana örnekleme yakındır.

Katılımcıların anne ve baba eğitim düzeylerine bakıldığında üniversite mezunu annelerin oranı ana örneklem göre 5 puan yukarıdadır. Babalarda ise bunun tersi bir durum söz konusu olup, ilkokul mezunu babaların oranının ana örnekleme göre 7 puan daha yüksek olduğu görülmektedir. Grup ana örnekleme göre, daha düşük baba eğitim düzeyine sahipken, anne eğitim düzeyi daha yüksektir. Grupta baş örtüsü kullanan kadınların oranı yüzde 13'tür. Kadınların ailelerinde başörtüsü kullanım oranı ise yüzde 54'tür.

Grubun Müslümanlık, laiklik ve dindarlığa olan bakışı ele alınmıştır (Tablo 4.31). Müslümanlığın kendisini tanımladığı ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı yüzde 81'dir. Laiklik için bu oran yüzde 76'dır. Müslümanlığın kişileri tanımlama düzeyi ana örnekleme göre 3 puan daha yüksektir. Laiklik konusunda ise tam tersine grubun oranı ana örneklemin 5 puan altındadır. Müslümanlık ve laikliğin kendisini tanımlamadığını ve hiç tanımlamadığını söyleyenlerin oranı ise, sırasıyla yüzde 11 (Müslümanlık) ve yüzde 16 (laiklik)'dır. Bu oran laiklik için ana gruba göre 2 puan daha yüksektir. Dindarlık açısından bakıldığında katılımcıların yüzde 38'i kendilerini dindarlığa ortalamanın

üzerinde yakın hissetmektedir. Bu oran yüzde 33 olan ana grup ortalamasının üzerindedir. Buradan hareket ile, ana gruba göre dokuzuncu grubun kendini dindarlığa ve Müslümanlığa daha yakın laikliğe daha uzak konumlandırdığı görülmektedir.

Grubun ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında (Tablo 4.32), istatistiksel açıdan yüksek düzeyde katkı yapan pratik gözlemlenmemiştir. Orta düzeyde katkı yapan pratikler ise, sırasıyla, halk müziği dinlemek (yüzde 35, hiç yapmam), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 22, her gün), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 3 her gün, yüzde 11 haftada bir ve fazlası), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 11, haftada bir ve fazlası), dini sohbetlere gitmek (yüzde 8 haftada bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 38, haftada bir ve fazlası), tiyatroya gitmek (yüzde 8, haftada bir ve fazlası) olarak özetlenebilir. Pahalı tüketim alışkanlıklarında ise, yurtdışına çıkmak (yüzde 24, sıklıkla yaparım) ve sushi yemek (yüzde 30, birkaç kez yaptım) olarak sayılabilir.

Tablo 4.30: Grup 9 – Demografik Yapı

	N	%	Ort.	SS	Maks.	Min.
Cinsiyet						
Kadın	24	64.9				
Erkek	13	35.1				
Toplam	37	100				
Yaş			35		22	51
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	11	29.7				
Evli	25	67.6				
Boşanmış	1	2.7				
Dul	0	0				
Toplam	37	100				
Eğitim						
İlköğretim	2	5.4				
Lise	5	13.5				
Yüksek Okul	5	13.5				
Üniversite	21	56.8				
Yüksek Öğretim	4	10.8				
Toplam	37	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	4	10.8				
3000 – 6000 TL	17	45.9				
6000 – 10000 TL	7	18.9				
10000 TL ve Üstü	9	24.3				
Toplam	37	100				
Hane Aylık Gideri						

3000 TL ve Altı	10	27
3000 – 6000 TL	14	37.8
6000 – 10000 TL	9	24.3
10000 TL ve üstü	4	10.8
Toplam	37	100
Anne Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	21	56.8
Lise	7	18.9
Üniversite	6	16.2
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	3	8.1
Toplam	37	100
Baba Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	20	54.1
Lise	10	27.0
Üniversite	7	18.9
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	0	0
Toplam	37	100

Sıklıkla tercih edilen tüketim pratiklerine bakıldığında, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 19 her gün, yüzde 30 haftada bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 22 her gün, yüzde 41 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 22 her gün, yüzde 38 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 76 her gün, yüzde 14 haftada bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 16 her gün, yüzde 38 haftada bir ve fazlası), tiyatroya gitmek (yüzde 8 haftada bir ve fazlası, yüzde 35 ayda bir ve fazlası) olarak özetlenebilir.

Tablo 4.31: Dokuzuncu Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	9	24.3	20	54.1
Tanımlıyor	19	51.4	10	27
Biraz tanımlıyor	3	8.1	3	8.1
Tanımlamıyor	4	10.8	2	5.4
Hiç tanımlamıyor	2	5.4	2	5.4
Toplam	37	100	37	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	3	8.1	4	10.8

2	3	8.1	3	8.1
3	9	24.3	16	43.2
4	12	32.4	13	35.1
5 – çok yakın	10	27	1	2.7
Toplam	37	100	37	100

Yapılması tercih edilmeyen ya da nadiren tercih edilen aktiviteler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 35 hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 30 yılda bir ve fazlası yüzde 49 hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 24 yılda bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 41 yılda bir ve fazlası, yüzde 24 hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 30 yılda bir v fazlası, yüzde 41 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 65 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 49 yılda bir ve fazlası, yüzde 30 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 43 yılda bir ve fazlası, yüzde 30 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 21 yılda bir ve fazlası, yüzde 54 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 86 hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 57 yılda bir ve fazlası, yüzde 14 hiç yapmam) olarak bulgulanmıştır.

Özetle; dokuzuncu grup, eğitim düzeyi ana gruba göre daha yüksek, meslek grubu olarak müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları ve ev kadınlarının yoğunlukta olduğu bir gruptur. Grubun yüzde 24'ünün gelir düzeyi 10.000.-TL üzerinde olup bu oran ana örneklemin 14 puan üzerindedir. Gruptaki katılımcıların annelerinin eğitim düzeyi de ortalamanın üzerindedir. Grup kendini ana örnekleme göre, dindarlık ve Müslümanlığa daha yakın olarak konumlandırmaktadır. Tüketim alışkanlıklarına bakıldığında, çok çeşitlilik sergilemese de kültürel faaliyetlere (tiyatroya gitmek) ayrılan süre görece diğer gruplara göre daha fazladır. Grupta aynı zamanda eğlenceye düzenli zaman ayıran (müzikli eğlence mekanlarına gitmek) yüzde 14'lük bir kesim vardır. Aynı zamanda gelir düzeyinin görece yüksekliği, yurt dışına çıkmak, sushi yemek ve beş yıldızlı otellerde konaklamak gibi faaliyetlere katılım sıklığına bakıldığında anlamlı olmaktadır.

Tablo 4.32: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		Haftada bir ve fazlası		Ayda bir ve fazlası		Yılda bir ve fazlası		Hiç yapmam	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	4	10.8	6	16.2	7	18.9	7	18.9	13	35.1
Bir hobi ile ilgilenmek	7	18.9	11	29.7	11	29.7	5	13.5	3	8.1
Yer sofrasında yemek yemek	3	8.1	4	10.8	1	2.7	11	29.7	18	48.6
Vitamin ve besin desteği kullanmak	4	10.8	4	10.8	6	16.2	9	24.3	14	37.8
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	8	21.6	15	40.5	12	32.4	1	2.7	1	2.7
TV'de Türk dizileri izlemek	8	21.6	14	37.8	4	10.8	4	10.8	7	18.9
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	1	2.7	4	10.8	8	21.6	15	40.5	9	24.3
Instagram kullanmak	28	75.7	5	13.5	1	2.7	0	0	3	8.1
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	0	0	4	10.8	7	18.9	11	29.7	15	40.5
Dini sohbetlere gitmek	0	0	3	8.1	3	8.1	7	18.9	24	64.9
Panel ya da seminere gitmek	0	0	1	2.7	7	18.9	18	48.6	11	29.7
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	2	5.4	8	21.6	16	43.2	11	29.7
Spor salonuna gitmek	2	5.4	5	13.5	2	5.4	8	21.6	20	54
Puro içmek	0	0	0	0	1	2.7	4	10.8	32	86.5
Netflix izlemek	6	16.2	14	37.8	4	10.8	0	0	13	35.1
Tiyatroya gitmek	0	0	3	8.1	13	35.1	15	40.5	6	16.2
Müzeye gitmek	0	0	1	2.7	10	27	21	56.8	5	13.5

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Lüks Tüketim Aktiviteleri										

Yurtdışına çıkmak	9	24.3	7	18.9	2	5.4	19	51.3	0	0
Sushi yemek	3	8.1	11	29.7	7	18.9	16	43.2	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	8	21.6	20	54	2	5.4	7	18.9	0	0

4.1.9. Onuncu grup (C10)

Onuncu grup 13 kadın ve 3 erkek olmak üzere toplam 13 kişiden oluşmaktadır (Tablo 4.33). Grupta yer alan katılımcıların meslek grupları, müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları (yüzde 25), ev kadınları (yüzde 19), işsiz (yüzde 19), emekli (yüzde 13), öğretmen (yüzde 6), beyaz yakalı müdür üzeri pozisyonda çalışan (yüzde 6), kendi tercihi ile çalışmayan (yüzde 6), diğer meslek (yüzde 6) gruplarıdır. Katılımcıların yüzde 69'u İstanbul doğumludur. Katılımcıların yüzde 63'ü üniversite mezunu olup, yüzde 50 orada katılımcının gelir düzeyi 3.000-6.000.-TL arasındadır. Anne baba eğitim düzeylerine bakıldığında yüzde 69'un anne eğitim düzeyi ilkokul mezunudur. Babalarda bu oran yüzde 56'dır. Tüm örnekleme kıyasla aile eğitim düzeyinin daha düşük olduğu söylenebilir. Grubun yaş ortalaması, 37 olup ana örneklemin ortalamasına yakındır. Gruptaki kadınların başörtüsü kullanım oranlarına bakıldığında yüzde 15'tir. Kadınların ailelerinde ise bu oran, yüzde 62'dir.

Grubun Müslümanlık, laiklik ve dindarlığa bakışı incelendiğinde (Tablo 4.34), yüzde 81'lik bir kesim Müslümanlığın kendisini tanımladığını ve çok tanımladığını söylemektedir. Bu oran ana örneklemin 3 puan üzerindedir. Laiklik konusunda ise, grubun yüzde 88'i laikliğin kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını söylemişlerdir. Bu oran ana örnekleme göre 7 puan daha yüksektir. Dindarlık açısından bakıldığında, yüzde 31'lik bir oran kendisini dindarlığa ortalamanın üzerinde yakın hissetmektedir. Bu oran ana örneklemin 3 puan altındadır. Dindarlığa hiç yakın olmayanların oranı ise yüzde 31'dir. Ana örneklemde bu oran yüzde 26'dır. Grubun çoğunluğu Müslüman olmakla beraber laikliğe tüm örneklem ortalamasına kıyasla, görece daha yakın konumlanmaktadır.

Grubun ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında (Tablo 4.35), istatistiksel açıdan en anlamlı ayrıştırıcının TV'de Türk dizileri izleme sıklığı olduğu görülmektedir (yüzde 25yılda bir ve fazlası).

Orta düzeyde etki eden değişkenler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 44, ayda bir ve fazlası), bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 25, yılda bir ve fazlası), vitamin ve besin desteği

kullanmak (yüzde 31, ayda bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 13, ayda bir ve fazlası), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 13 her gün), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 13 haftada bir ve fazlası), spor salonuna gitmek (yüzde 38, yılda bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 13 yılda bir ve fazlası), beş yıldızlı otelde konaklamak (yüzde 38, hiç yapmadım) olarak özetlenebilir.

Tablo 4.33: Grup 10 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	13	81.3				
Erkek	3	18.8				
Toplam	16	100				
Yaş			37		21	52
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	6	37.5				
Evli	8	50				
Boşanmış	2	12.5				
Dul	0	0				
Toplam	16	100				
Eğitim						
İlköğretim	0	0				
Lise	2	12.5				
Yüksek Okul	3	18.8				
Üniversite	10	62.5				
Yüksek Öğretim	1	6.3				
Toplam	16	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	1	6.3				
3000 – 6000 TL	8	50				
6000 – 10000 TL	3	18.8				
10000 TL ve Üstü	4	25				
Toplam	16	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	4	25				
3000 – 6000 TL	5	31.3				
6000 – 10000 TL	5	31.3				
10000 TL ve üstü	2	12.5				
Toplam	16	100				

Anne Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	11	68.8
Lise	4	25
Üniversite	1	6.3
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	0	0
Toplam	16	100
Baba Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	9	56.3
Lise	6	37.5
Üniversite	1	6.3
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	0	0
Toplam	16	100

Tablo 4.34: Onuncu Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	4	25	5	31.3
Tanımlıyor	10	62.5	8	50
Biraz tanımlıyor	0	0	0	0
Tanımlamıyor	0	0	2	12.5
Hiç tanımlamıyor	2	12.5	1	6.3
Toplam	16	100	16	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	0	0	3	18.8
2	3	18.8	2	12.5
3	3	18.8	6	37.5
4	4	25	4	25
5 – çok yakın	6	37.5	1	6.3
Toplam	**16**	**100**	**37**	**100**

Grubun sıklıkla yaptığı faaliyetler arasında, BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 19 her gün, yüzde 50 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 63, her gün), tiyatroya gitmek (yüzde 38 ayda bir ve fazlası, yüzde 6 haftada bir ve fazlası) olarak sayılabilir. Nadiren tercih edilen ya da hiç yapılmayan aktiviteler ise, yer

sofrasında yemek (yüzde 25 yılda bir ve fazlası, yüzde 50 hiç yapmam), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 25 yılda bir ve fazlası, yüzde 25 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 44 yılda bir ve fazlası, yüzde 31 hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynama (yüzde 44 yılda bir ve fazlası, yüzde 44 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 69 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 50 yılda bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 19 yılda bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 38 yılda bir ve fazlası, yüzde 44 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 94 hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 63 yılda bir ve fazlası, yüzde 19 hiç yapmam) sayılabilir. Gruptakileri yüzde 56'sı hiç yurtdışına çıkmamış, yüzde 63'ü sushi yememiş, yüzde 38'i ise beş yıldızlı bir otelde konaklamamışlardır.

Özetle ifade etmek gerekirse, grup ağırlıklı olarak müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları ve ev kadınlarının oluşturduğu yarısı 3.000-6.000.-TL aralığında gelir düzeyine sahip, çoğunluğu üniversite mezunu olmakla beraber aile kökenli kültürel sermayeleri düşük, dindar-laik ekseninde biraz daha laikliğe yakın konumlanan, TV'de Türk dizileri izleme sıklığının düşüklüğü ile diğer gruplardan ayrışan, ağırlıklı kadınların oluşturduğu bir gruptur.

Tablo 4.35: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		**Haftada bir ve fazlası**		**Ayda bir ve fazlası**		**Yılda bir ve fazlası**		**Hiç yapmam**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	0	0	3	18.7	7	43.7	4	25	2	12.5
Bir hobi ile ilgilenmek	5	31.2	2	12.5	4	25	4	25	1	6.2
Yer sofrasında yemek yemek	2	12.5	2	12.5	0	0	4	25	8	50
Vitamin ve besin desteği kullanmak	1	6.2	1	6.2	5	31.2	5	31.2	4	25
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	3	18.7	8	50	3	18.7	2	12.5	0	0
TV'de Türk dizileri izlemek	3	18.7	4	25	1	6.2	4	25.0	4	25
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	0	0	4	25	7	43.7	5	31.2

Instagram kullanmak	10	62.5	2	12.5	2	12.5	0	0	2	12.5
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	2	12.5	0	0	0	0	7	43.7	7	43.7
Dini sohbetlere gitmek	0	0	0	0	1	6.2	4	25	11	68.7
Panel ya da seminere gitmek	0	0	0	0	2	12.50	8	50	6	37.5
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	2	12.5	5	31.2	3	18.7	6	37.5
Spor salonuna gitmek	1	6.2	1	6.2	1	6.2	6	37.5	7	43.7
Puro içmek	0	0	0	0	0	0	1	6.2	15	93.7
Netflix izlemek	1	6.2	6	37.5	1	6.2	2	12.5	6	37.5
Tiyatroya gitmek	0	0	1	6.2	6	37.5	6	37.5	3	18.7
Müzeye gitmek	0	0	0	0	3	18.7	10	62.5	3	18.7
	Sıklıkla yaparım		**Birkaç kez yaptım**		**Bir kez yaptım**		**Hiç yapmadım**		**Cevapsız**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	3	18.7	2	12.5	2	12.5	9	56.2	0	0
Sushi yemek	1	6.2	2	12.5	3	18.7	10	62.5	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	2	12.5	7	43.7	1	6.2	6	37.5	0	0

4.1.10. Onbirinci Grup (C11)

Grup 14 kadın ve 7 erkek olmak üzere toplam 21 katılımcıdan oluşmaktadır. Grubu oluşturan katılımcıların meslekleri, büro elemanları (yüzde 24), müdür üzeri beyaz yakalı çalışanlar (yüzde 14), işsizler (yüzde 14), devlet memurları (yüzde 10), emekliler (yüzde 5), ev kadınları (yüzde 5), kendi tercihi ile çalışmayanlar (yüzde 5) ve belirtilmeyen diğer mesleklerden (yüzde 14) oluşmaktadır. Grubun yaş ortalaması 38 olup ana örneklemin iki yaş üzerindedir. Katılımcıların yüzde 76'sı İstanbul doğumludur. Gruptaki kadınların yüzde 14'ü başörtüsü kullanmaktadır. Kadınların ailelerinde ise başörtüsü kullanım oranı yüzde 50'dir (Tablo 4.36).

Anne baba eğitim düzeylerine bakıldığında özellikle hiç eğitim almamış annelerin oranı yüzde 19 olarak dikkat çekmektedir. Ana örneklemde bu oran yüzde 8'tür. Eğitim almamış babaların oranı da yüzde 4 ile ana örneklemin üzerindedir. Üniversite mezunu

ebeveyn oranı da ana örneklemin oldukça altındadır. Buna göre, grubun aile kökenli kültürel sermayesinin diğer gruplara göre görece düşük olduğu söylenebilir.

Grubun Müslümanlık, laiklik ve dindarlık ile ilgili yaklaşımına bakıldığında (Tablo 4.37), Müslümanlığın kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı yüzde 76'dır. Bu oran ana örneklemdeki yüzde 78'lik oranın çok az altındadır. Laikliğin kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı ise, yüzde 100'dür. Daha önce hiçbir grupta bu kadar yüksek bir orana rastlanmamıştır.

Dindarlık açısından bakıldığında, kendini dindarlıkta ortanın üzerinde konumlandıranların oranı yüzde 33'tür. Bu oran ana örneklem ortalaması ile uyumludur. Grubun tamamı Müslüman laik ekseninde kendisini laik profilde konumlandırmaktadır.

Ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında (Tablo 4.38), istatistiksel açıdan grubu diğerlerinden en fazla ayrıştıran değişkenler, yer sofrasında yemek (yüzde 29, ayda bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 38, her gün), dini sohbetlere gitmek (yüzde 5, her gün), müzeye gitmek (yüzde 10, haftada bir ve fazlası) olarak bulgulanmıştır.

Tablo 4.36: Grup 11 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	14	6.7				
Erkek	7	33.3				
Toplam	21	100				
Yaş			38		22	59
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	3	14.3				
Evli	18	85.7				
Boşanmış	0	0				
Dul	0	0				
Toplam	21	100				
Eğitim						
İlköğretim	0	0				
Lise	3	14.3				
Yüksek Okul	7	33.3				
Üniversite	9	42.9				
Yüksek Öğretim	2	9.5				
Toplam	21	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	2	9.5				
3000 – 6000 TL	8	38.1				

6000 – 10000 TL	8	38.1
10000 TL ve Üstü	3	14.3
Toplam	21	100
Hane Aylık Gideri		
3000 TL ve Altı	3	14.3
3000 – 6000 TL	11	52.4
6000 – 10000 TL	4	19
10000 TL ve üstü	3	14.3
Toplam	21	100
Anne Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	11	52.4
Lise	4	19
Üniversite	2	9.5
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	4	19,0
Toplam	21	100
Baba Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	11	52.4
Lise	7	33.3
Üniversite	2	9.5
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	1	4.8
Toplam	21	100

Tablo 4.37: On Birinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	13	61.9	10	47.6
Tanımlıyor	8	38.1	6	28.6
Biraz tanımlıyor	0	0	2	9.5
Tanımlamıyor	0	0	1	4.8
Hiç tanımlamıyor	0	0	2	9.5
Toplam	21	100	21	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	0	0	5	23.8
2	0	0	3	14.3
3	4	19	6	28.6
4	7	33.3	4	19
5 – çok yakın	10	47.6	3	14.3
Toplam	**21**	**100**	**21**	**100**

Grubu orta düzeyde ayrıştıran pratikler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 14, her gün), BİM/A101 ve benzer marketlerden alışveriş (yüzde 10, hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 5, her gün), panel ya da seminere gitmek (yüzde 45, yılda bir ve fazlası), spor salonuna gitmek (yüzde 19, ayda bir ve fazlası), puro içmek (yüzde 10, ayda bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 38, her gün), tiyatroya gitmek (yüzde 67, yılda bir ve fazlası), yurt dışına çıkmak (yüzde 62, hiç yapmadım) olarak ifade edilebilir.

Katılımcıların yapmayı sıklıkla tercih ettikleri aktiviteler, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 24 her gün, yüzde 24 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 24 her gün, yüzde 48 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 90, her gün), Netflix izlemek (yüzde 38 her gün, yüzde 19 haftada bir ve fazlası) olarak özetlenebilir. Katılımcıların yüzde 52'si hayatları boyunca birkaç kez beş yıldızlı otellerde konaklamış, yüzde 23'ü ise bunu sıklıkla yaptığını belirtmiştir.

Katılımcıların nadiren tercih ettiği ya da hiç tercih etmediği aktivitelere bakıldığında, halk müziği dinlemek (yüzde 33 yılda bir ve fazlası, yüzde 14 hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 19 yılda bir ve fazlası, yüzde 48 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 57 yılda bir ve fazlası, yüzde 14 hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 38 yılda bir ve fazlası, yüzde 24 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 24 yılda bir ve fazlası, yüzde 57 hiç yapmam), panel ya da seminerlere gitmek (yüzde 45 yılda bir ve fazlası, yüzde 45 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 33 yılda bir ve fazlası, yüzde 29 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 24 yılda bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 81 hiç yapmam) , tiyatroya gitmek (yüzde 66 yılda bir ve fazlası, yüzde 10 hiç yapmam) , müzeye gitmek (yüzde 62 yılda bir ve fazlası, yüzde 10 hiç yapmam) olarak özetlenebilir. Katılımcıların yüzde 62 hiç yurt dışına seyahat etmemişlerdir. Yüzde 57'lik bir oran ise hiç sushi yememiştir.

Özetle; on birinci grup, gelir düzeyi ana örnekleme göre daha yüksek, müdür ve üzeri pozisyonda beyaz yakalı çalışanlar ve müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanlarının ağırlıkta olduğu, çoğunluğu İstanbul'da doğmuş olmasına rağmen aile kökenli kültürel sermayesi görece düşük katılımcılardan oluşmaktadır. Tüm grup üyelerinin eğitim düzeyi lise ve üzeridir. Grup üyeleri kendilerini Müslüman olarak tanımlamakla beraber laikliğe de çok yakın görüştedir.

Tablo 4.38: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		Haftada bir ve fazlası		Ayda bir ve fazlası		Yılda bir ve fazlası		Hiç yapmam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	3	14.3	4	19.0	4	19	7	33.3	3	14.3
Bir hobi ile ilgilenmek	5	23.8	5	23.8	6	28.6	4	19	1	4.8
Yer sofrasında yemek yemek	0	0	2	9.5	6	28.6	6	28.6	7	33.3
Vitamin ve besin desteği kullanmak	2	9.5	2	9.5	3	14.3	4	19	10	47.6
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	8	38.1	5	23.8	5	23.8	1	4.8	2	9.5
TV'de Türk dizileri izlemek	5	23.8	10	47.6	1	4.8	3	14.3	2	9.5
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	1	4.8	0	0	5	23.8	12	57.1	3	14.3
Instagram kullanmak	19	90.5	1	4.8	0	0	1	4.8	0	0
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	0	0	3	14.3	5	23.8	8	38.1	5	23.8
Dini sohbetlere gitmek	1	4.8	0	0	3	14.3	5	23.8	12	57.1
Panel ya da seminere gitmek	0	0	0	0	3	9.7	14	45.2	14	45.2
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	2	9.5	6	28.6	7	33.3	6	28.6
Spor salonuna gitmek	1	4.8	3	14.3	4	19	5	23.8	8	38.1
Puro içmek	0	0	0	0	2	9.5	2	9.5	17	80.9
Netflix izlemek	8	38.1	4	19	2	9.5	1	4.8	6	28.6
Tiyatroya gitmek	0	0	0	0	5	23.8	14	66.7	2	9.5
Müzeye gitmek	0	0	2	9.5	4	19	13	61.9	2	9.5

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	3	14.3	3	14.3	2	9.5	13	61.9	0	0
Sushi yemek	0	0	5	23.8	4	19	12	57.1	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	5	23.8	11	52.4	3	14.3	2	9.5	0	0

4.1.11. On ikinci grup (C12)

On ikinci grup, 19 kadın 13 erkek olmak üzere toplam 32 katılımcıdan oluşmaktadır. Katılımcıların meslekleri, devlet memurları (yüzde 25), müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları (yüzde 22), beyaz yakalı müdür üzeri pozisyonlarda çalışanlar (yüzde 16), ev kadını (yüzde 9), işsiz (yüzde 9), öğretmen (yüzde 6), kendi tercihi ile çalışmayan (yüzde 3), belirtilmeyen diğer meslek grupları (yüzde 6) olarak özetlenebilir. Grubun yaş ortalaması 36 olup, ana örneklemin ortalaması ile aynıdır. Katılımcıların yüzde 47'si İstanbul doğumludur. Gruptaki kadınların yüzde 21'i baş örtüsü kullanmaktadır. Kadınların ailelerinde baş örtüsü kullanım oranı ise yüzde 63'tür (Tablo 4.39).

Anne ve baba eğitim düzeylerine bakıldığında, anne ve babası ilköğretim mezunu olan katılımcıların oranı sırasıyla yüzde 59 ve yüzde 50 olarak bulunmuştur. Bu oranlar ana örneklemdeki oranlardan daha yüksektir. Yine, ana örnekleme kıyasla üniversite mezunu anne babaların oranının daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bu da grubun aile kökenli kültürel sermayesinin ana örnekleme göre daha düşük olduğunu göstermektedir.

Grubun Müslümanlık, laiklik ve dindarlık ile ilgili görüşlerine bakıldığında, Müslümanlığın kendisini tanımladığını ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı yüzde 78'dir. Bu oran ana örnekleme paraleldir. Laikliğin kendisini tanımladığını ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı ise, yüzde 72'dir. Bu oran da ana örneklemde yüzde 81 olan oranın altındadır. Dindarlığa bakıldığında, kendisini ortalama puanın üzerinde konumlandıran yüzde 21'lik bir kesim mevcuttur. Bu oran yüzde 33 olan ana örneklemin epeyce altındadır. Grubun yüzde 59'u ise kendisini dindarlık açısından tam orta puanda konumlandırmıştır (Tablo 4.40).

Grubu diğerlerinden ayrıştıran pratiklere bakıldığında, istatistiksel açından en anlamlı ayrışmayı sağlayanlar, yer sofrasında yemek (yüzde 29, ayda bir ve fazlası), BİM/A101 ve benzer düşük bütçeli marketlerden alışveriş (yüzde 38 her gün), dini sohbetlere gitmek (yüzde 5, her gün), müzeye gitmek (yüzde 10, haftada bir ve fazlası) olarak belirlenmiştir (Tablo 4.41).

Grubu ayrıştırmaya orta derecede destek veren pratikler halk müziği dinlemek (yüzde 14, her gün), BİM/A101 ve benzer marketlerden alışveriş (yüzde 10, hiç yapmam), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 14, yılda bir ve fazlası), müzikli eğlence mekanlarına

gitmek (yüzde 5, her gün), panel ya da seminere gitmek (yüzde 45, yılda bir ve fazlası), spor salonuna gitmek (yüzde 19, ayda bir ve fazlası), puro içmek (yüzde 10, ayda bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 38, her gün), tiyatroya gitmek (yüzde 67, yılda bir ve fazlası), yurt dışına çıkmak (yüzde 62, hiç yapmadım) olarak özetlenebilir.

Tablo 4. 39: Grup 12 – Demografik Yapı

	N	%	Ort.	SS	Maks.	Min.
Cinsiyet						
Kadın	19	59.4				
Erkek	13	40.6				
Toplam	32	100				
Yaş			36		23	52
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	6	18.8				
Evli	22	68.8				
Boşanmış	4	12.5				
Dul	0	0				
Toplam	32	100				
Eğitim						
İlköğretim	0	0				
Lise	3	9.4				
Yüksek Okul	5	15.6				
Üniversite	20	62.5				
Yüksek Öğretim	4	12.5				
Toplam	32	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	4	12.5				
3000 – 6000 TL	9	28.1				
6000 – 10000 TL	10	31.3				
10000 TL ve Üstü	9	28.1				
Toplam	32	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	8	25				
3000 – 6000 TL	15	46.9				
6000 – 10000 TL	6	18.8				
10000 TL ve üstü	3	9.4				
Toplam	32	100				
Anne Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	19	59.4				
Lise	7	21.9				
Üniversite	3	9.4				
Yüksek Öğretim	0	0				
Okula Gitmemiş	3	9.4				
Toplam	32	100				
Baba Eğitim Düzeyi						

İlköğretim	16	50
Lise	8	25
Üniversite	5	15.6
Yüksek Öğretim	2	6.3
Okula Gitmemiş	1	3.1
Toplam	**32**	**100**

Tablo 4.40: On İkinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	6	18.8	14	43.8
Tanımlıyor	17	53.1	11	34.4
Biraz tanımlıyor	4	12.5	5	15.6
Tanımlamıyor	1	3.1	0	0
Hiç tanımlamıyor	4	12.5	2	6.3
Toplam	32	100	32	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	2	6.3	3	9.4
2	4	12.5	3	9.4
3	7	21.9	19	59.4
4	12	37.5	5	15.6
5 – çok yakın	7	21.9	2	6.3
Toplam	32	100	32	100

Grubun sıklıkla tercih ettiği aktiviteler, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 14 her gün, yüzde 24 haftada bir ve fazlası), BİM/A101 ve benzeri marketlerden alışveriş (yüzde 38 her gün, yüzde 24 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 24 her gün, yüzde 48 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 90, her gün), Netflix izlemek (yüzde 38 her gün, yüzde 19 haftada bir ve fazlası olarak özetlenebilir. Katılımcıların yüzde 52'si, birkaç kez beş yıldızlı otellerde konakladıklarını söylemişlerdir.

Seyrek ya da hiç tercih edilmeyen aktiviteler ise, vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 19 yılda bir ve fazlası, yüzde 48 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 57, yılda bir ve fazlası, yüzde 14 hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 38 yılda bir ve fazlası, yüzde 24 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 24 yılda bir ve fazlası, yüzde 57 hiç yapmam), panel ya da

seminere gitmek (yüzde 45 senede bir ve fazlası, yüzde 45 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 33 senede bir ve fazlası, yüzde 29 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 24 senede bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 81, hiç yapmam), tiyatroya gitmek (yüzde 67 senede bir ve fazlası, yüzde 10 hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 62 senede bir ve fazlası, yüzde 10 hiç yapmam)olarak bulgulanmıştır. Katılımcıların yüzde 62'si hiç yurt dışı seyahati yapmadıklarını, yüzde 57'si ise hiç sushi yemediklerini söylemişlerdir.

Tablo 4.41: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		**Haftada bir ve fazlası**		**Ayda bir ve fazlası**		**Yılda bir ve fazlası**		**Hiç yapmam**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	1	3.1	5	15.6	9	28.1	4	12.5	13	40.6
Bir hobi ile ilgilenmek	4	12.5	7	21.9	9	28.1	7	21.9	5	15.6
Yer sofrasında yemek yemek	1	3.1	7	21.9	3	9.4	10	31.2	11	34.4
Vitamin ve besin desteği kullanmak	1	3.1	9	28.1	3	9.4	10	31.2	9	28.1
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	6	18.7	14	43.7	7	21.9	4	12.5	1	3.1
TV'de Türk dizileri izlemek	5	15.6	15	46.9	4	12.5	4	12.5	4	12.5
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	2	6.2	5	15.6	13	40.6	12	37.5
Instagram kullanmak	25	78.1	3	9.4	3	9.4	1	3.1	0	0
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	2	6.2	1	3.1	3	9.4	13	40.6	13	40.6
Dini sohbetlere gitmek	0	0	2	6.2	3	9.4	7	21.9	20	62.5
Panel ya da seminere gitmek	0	0	2	6.2	4	12.5	18	56.2	8	25
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	2	6.2	6	18.7	16	50	8	25
Spor salonuna gitmek	0	0	8	25	2	6.2	7	21.9	15	46.9
Puro içmek	0	0	0	0	1	3.1	7	21.9	24	75
Netflix izlemek	5	15.6	7	21.9	7	21.9	1	3.1	12	37.5
Tiyatroya gitmek	0	0	2	6.2	8	25	17	53.1	5	15.6
Müzeye gitmek	0	0	0	0	8	25	19	59.4	5	15.6

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	2	6.2	13	40.6	8	25	9	28.1	0	0
Sushi yemek	1	3.1	7	21.9	6	18.7	18	56.2	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	6	18.7	14	43.7	9	28.1	3	9.4	0	0

Özetle, on ikinci grup devlet memurları, müdür ve üzeri pozisyonda çalışan beyaz yakalıların ve müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanlarının çoğunlukta olduğu, eğitim ve gelir düzeyi tüm örnekleme göre yüksek, buna rağmen aile kökenli kültürel sermayesi ana örnekleme göre düşük, yüzde 47'si İstanbul doğumlu bireylerden oluşmaktadır. Grup kendisini, laiklik ve dindarlık ekseninde orta seviyede konumlandırmıştır.

4.1.12. On Üçüncü Grup (C13)

On üçüncü grup 48 kadın, 25 erkek olmak üzere toplam 73 kişiden oluşmaktadır (Tablo 4.42). Grubu oluşturan katılımcıların meslekleri, müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları (yüzde 34), müdür ve üzeri pozisyonda çalışan beyaz yakalılar (yüzde 19), işsizler (yüzde 10), küçük işletme sahipleri (yüzde 6), ev kadınları (yüzde 6), işçiler (yüzde 3), kendi tercihi ile çalışmayan (yüzde 3) kayıtsız çalışan işçi (yüzde 1), emekli (yüzde 4), öğretim görevlisi (yüzde 1), esnaf (yüzde 1), belirtilmeyen diğer meslek grupları (yüzde 7) olarak özetlenebilir.

Grubun yaş ortalaması 36 olup, ana örneklem grubu ile aynıdır. Gelir düzeyi ana örnekleme göre özellikle 10.000.-TL üzeri grup için yukarıdadır. Gruptakilerin anne baba eğitim düzeylerine bakıldığında lise, üniversite ve yüksek eğitim alanların oranı ana örneklemin biraz üzerindedir. Sadece baba eğitim düzeyi okula gitmemiş olanların yüzdesi 4 olarak ana örneklemdeki yüzde 3'ün biraz üzerindedir. Aile kökenli kültürel sermayenin ana örnekleme paralel olduğu söylenebilir. Grubun yüzde 51'i İstanbul doğumludur. Grupta baş örtüsü kullanan kadınların oranına bakıldığında, yüzde 19'dur. Bu kadınların ailelerinde baş örtüsü kullanım oranı ise yüzde 50'dir.

Katılımcıların Müslümanlık, laiklik ve dindarlık konularına yaklaşımlarına bakıldığında (Tablo 4.43), yüzde 71'i Müslümanlığın kendisini tanımladığını ve çok

tanımladığını söylemektedir. Bu oran ana örneklemdeki yüzde 78'lik oranın biraz altındadır. Katılımcılar arasında kendisini laik ve çok laik olarak tanımlayanların oranı ise yüzde 77'dir. Bu oran da yüzde 81 olan ana örneklem oranının biraz altındadır. Dindarlık açısından bakıldığında ise, yüzde 33'lük bir oranda katılımcı kendisini ortalamanın üzerinde dindar olarak puanlamıştır. Bu oran ana örneklem oranı ile aynıdır. Katılımcıların kendilerini Müslümanlık laiklik ekseninde çoğunlukla ortada konumlandırdıkları görülmektedir. Grubun ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında (Tablo 4.44), istatistiksel açıdan grubu diğerlerinden ayıran en önemli değişkenlerin halk müziği dinlemek (yüzde 38, yılda bir ve fazlası), müzikli eğlence merkezlerine gitmek (yüzde 40, ayda bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 14, yılda bir ve fazlası) olduğu görülmektedir. Orta düzeyde ayrıştırıcı etki yapan değişkenler ise, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 21, yılda bir ve fazlası), yer sofrasında yemek (yüzde 40, yılda bir ve fazlası), BİM/A101 ve benzeri marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 25 her gün), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 18, ayda bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 7, yılda bir ve fazlası), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 42, yılda bir ve fazlası), dini sohbetlere gitmek (yüzde 8, haftada bir ve fazlası), spor salonuna gitmek (yüzde 16, ayda bir ve fazlası), puro içmek (yüzde 1 her gün, yüzde 7 ayda bir ve fazlası), tiyatroya gitmek (yüzde 1, her gün), beş yıldızlı otelde konaklamak (yüzde 26, sıklıkla yaparım) olarak özetlenebilir.

Tablo 4.42: Grup 13 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	48	65.8				
Erkek	25	34.2				
Toplam	73	100				
Yaş			36		21	63
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	23	31.5				
Evli	43	58.9				
Boşanmış	5	6.8				
Dul	2	2.7				
Toplam	73	100				
Eğitim						
İlköğretim	2	2.7				
Lise	16	21.9				
Yüksek Okul	14	19.2				
Üniversite	31	42.5				

Yüksek Öğretim	10	13.7
Toplam	73	100
Hane Aylık Geliri		
3000 TL ve Altı	9	12.3
3000 – 6000 TL	27	37
6000 – 10000 TL	20	27.4
10000 TL ve Üstü	17	23.3
Toplam	73	100
Hane Aylık Gideri		
3000 TL ve Altı	16	21.9
3000 – 6000 TL	30	41.1
6000 – 10000 TL	16	21.9
10000 TL ve üstü	11	15.1
Toplam	73	100
Anne Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	39	53.4
Lise	19	26
Üniversite	9	12.3
Yüksek Öğretim	2	2.7
Okula Gitmemiş	4	5.5
Toplam	73	100
Baba Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	29	39.7
Lise	24	32.9
Üniversite	12	16.4
Yüksek Öğretim	5	6.8
Okula Gitmemiş	3	4.1
Toplam	73	100

Tablo 4.43: On Üçüncü Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	28	38.4	32	43.8
Tanımlıyor	28	38.4	20	27.4
Biraz tanımlıyor	5	6.8	10	13.7
Tanımlamıyor	4	5.5	2	2.7
Hiç tanımlamıyor	8	11	9	12.3
Toplam	73	100	73	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	7	9.6	14	19.2
2	6	8.2	15	20.5

3	11	15.1	20	27.4
4	19	26	18	24.7
5 – çok yakın	30	41.1	6	8.2
Toplam	**73**	**100**	**73**	**100**

Grubun genel tüketim pratiklerine bakıldığında, sıklıkla yapmaktan hoşlandığı pratikler, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 25 her gün, yüzde 27 haftada bir ve fazlası), BİM/A101 ve benzeri marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 25 her gün, yüzde 40 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 73 her gün, yüzde 11 haftada bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 21 her gün, yüzde 23 haftada bir ve fazlası), olarak bulgulanmıştır. Fazla tercih edilmeyen ya da hiç yapılmayan pratikler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 38 yılda bir ve fazlası, yüzde 23 hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 40 yılda bir ve fazlası, yüzde 32 hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 26 yılda bir ve fazlası, yüzde 34 hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 42 yılda bir ve fazlası, yüzde 34 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 16 yılda bir ve fazlası, yüzde 63 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 56 yılda bir ve fazlası yüzde 21 hiç yapmam), dünya mutfağı yemek sunan restoranlara gitmek (yüzde 45 yılda bir ve fazlası, yüzde 27 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 21 yılda bir ve fazlası, yüzde 42 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 81 hiç yapmam), tiyatroya gitmek (yüzde 51 yılda bir ve fazlası, yüzde 12 hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 66 yılda bir ve fazlası, yüzde 11 hiç yapmam) olarak görülmüştür.

Grubun tüketim pratiklerinde dikkat çeken hususlardan birisi her gün tiyatroya ve müzeye gittiğini ve puro içtiğini söyleyen bir katılımcının grupta olmasıdır. Bu katılımcının anket formunda birçok aktiviteyi her gün olarak işaretlediği görülmektedir. Bu da, ilgili tercihlerin üzerinde düşünülerek yapılmamış olabileceğini ya da her gün seçeneğini tercih etmek için başka sebepleri olabileceğini akla getirmektedir. İlerleyen bölümlerde tartışılacaktır. Özetle, grup, ağırlıklı büro elemanlarının ve kadınların oluşturduğu, gelir durumu ana örneklemin biraz üzerinde, eğitim durumu yüzde 50'den fazlası üniversite ve üzeri olan, ancak ana örnekleme kıyasla yüksek okul mezunlarının yüzdesel olarak daha fazla olduğu, aile kökenli kültürel sermayesi ana örnekleme yakın, laiklik ve Müslümanlık ekseninde ortada yer alan katılımcılardan oluşmaktadır. Grubun tüketim alışkanlıkları belirli tercihler dışında çeşitlilik sergilememektedir.

Tablo 4.44: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		Haftada bir ve fazlası		Ayda bir ve fazlası		Yılda bir ve fazlası		Hiç yapmam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	4	5.5	10	13.7	14	19.2	28	38.4	17	23.3
Bir hobi ile ilgilenmek	18	24.7	20	27.4	15	20.5	15	20.5	5	6.8
Yer sofrasında yemek yemek	7	9.6	3	4.1	11	15.1	29	39.7	23	31.5
Vitamin ve besin desteği kullanmak	12	16.4	9	12.3	8	11	19	26	25	34.2
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	18	24.7	29	39.7	16	21.9	8	11	2	2.7
TV'de Türk dizileri izlemek	12	16.4	28	38.4	13	17.8	6	8.2	14	19.2
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	2	2.7	29	39.7	28	38.4	14	19.2
Instagram kullanmak	53	72.6	8	11	2	2.7	5	6.8	5	6.8
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	4	5.5	2	2.7	11	15.1	31	42.5	25	34.2
Dini sohbetlere gitmek	1	1.4	6	8.2	8	11	12	16.4	46	63
Panel ya da seminere gitmek	0	0	4	5.5	13	17.8	41	56.2	15	20.5
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	2	2.7	18	24.7	33	45.2	20	27.4
Spor salonuna gitmek	0	0	15	20.5	12	16.4	15	20.5	31	42.5
Puro içmek	1	1.4	0	0	5	6.8	8	11	59	80.8
Netflix izlemek	15	20.5	17	23.3	11	15.2	10	13.7	20	27.4
Tiyatroya gitmek	1	1.4	2	2.7	24	32.9	37	50.7	9	12.3
Müzeye gitmek	1	1.4	1	1.4	15	20.5	48	65.7	8	11

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	12	16.4	21	28.8	11	15.1	29	39.7	0	0
Sushi yemek	9	12.3	17	23.3	14	19.2	33	45.2	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	19	26	28	38.4	11	15.1	15	20.5	0	0

4.1.13. On dördüncü grup (C14)

On dördüncü grup 9 kadın 5 erkek olmak üzere toplam 14 katılımcıdan oluşmaktadır (Tablo 4.45). Grubun yaş ortalaması 37'dir. Gruptaki katılımcıların meslekleri, müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları (yüzde 43), ev kadınları (yüzde 14), işsizler (yüzde 14), emekliler (yüzde 14), müdür ve üzeri pozisyonda çalışan beyaz yakalılar (yüzde 14) olarak özetlenebilir. Katılımcıların yüzde 71'i İstanbul doğumludur. Grubun yüzde 57'sinin gelir düzeyi 3.000-6.000.-TL arasındadır. Bu oran ana örneklem grubunda aynı gelir düzeyi için yüzde 39'dur. Grupta yüksek okul ve üzeri eğitim seviyesi de ana örnekleme göre yüksektir. Grubun anne baba eğitim düzeylerine baktığımızda, anne eğitim düzeylerinin ana örnekleme göre daha düşük, baba eğitim düzeylerinin ise daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Bu da anne ve baba eğitim düzeyi genellikle paralel olan diğer gruplara kıyasla farklılaşan bir bulgudur.

Grubun Müslümanlık, laiklik ve dindarlık eğilimlerine bakıldığında, katılımcıların yüzde 93'ü Müslümanlığın kendilerini tanımladığını ve çok tanımladığını söylemişlerdir. Laiklik için ise bu oran yüzde 79'dur. Özellikle Müslümanlık için, ana örnekleme kıyasla daha yoğun bir tercih söz konusudur. Dindarlık tercihlerine bakıldığında, grubun yüzde 50'si ortada puan vermiş, yüzde 35'i ise dindarlık düzeylerini ortanın üzerinde puanlamışlardır. Ana örnekleme göre dindarlık puanlarının uçlardan ziyade ortada toplandığı görülmektedir. Müslümanlık sorusuna verilen cevap ise, ana örnekleme göre grubun Müslümanlığa çok daha yakın olduğunu göstermektedir (Tablo 4.46).

Grubun ayrıştırıcı tüketim pratiklerine baktığımızda (Tablo 4.47), istatistiksel olarak en anlamlı ayrıştıran pratikler arasında halk müziği dinlemek (yüzde 57, ayda bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 86, haftada bir ve fazlası), dini sohbetlere gitmek (yüzde 57, yılda bir ve fazlası), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 7, her gün), spor salonuna gitmek (yüzde 29, ayda bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 86, ayda bir ve fazlası) sayılmaktadır. Orta derece ayrıştırıcı pratikler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 36, haftada bir ve fazlası), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 36 ayda bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 64, haftada bir ve fazlası), kart, okey ve benzeri oyunlar oynamak (yüzde 29, ayda bir ve fazlası), sushi yemek (yüzde 14, birkaç kez yaptım) olarak görülmektedir.

Tablo 4.45: Grup 14 – Demografik Yapı

	N	%	Ort.	SS	Maks.	Min.
Cinsiyet						
Kadın	9	64.3				
Erkek	5	35.7				
Toplam	14	100				
Yaş			37		21	56
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	6	42.9				
Evli	6	42.9				
Boşanmış	2	14.3				
Dul	0	0				
Toplam	14	100				
Eğitim						
İlköğretim	0	0				
Lise	2	14.3				
Yüksek Okul	2	14.3				
Üniversite	8	57.1				
Yüksek Öğretim	2	14.3				
Toplam	14	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	1	7.1				
3000 – 6000 TL	8	57.1				
6000 – 10000 TL	3	21.4				
10000 TL ve Üstü	2	14.3				
Toplam	14	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	6	42.9				
3000 – 6000 TL	5	35.7				
6000 – 10000 TL	2	14.3				
10000 TL ve üstü	1	7.1				
Toplam	14	100				
Anne Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	9	64.3				
Lise	2	14.3				
Üniversite	1	7.1				
Yüksek Öğretim	0	0				
Okula Gitmemiş	2	14.3				
Toplam	14	100				
Baba Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	4	28.6				
Lise	5	35.7				
Üniversite	3	21.4				
Yüksek Öğretim	0	0				
Okula Gitmemiş	2	14.3				
Toplam	**14**	**100**				

Tablo 4.46: On Dördüncü Grup Katılımcıların İnanç Ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		Müslüman	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	3	21.4	9	64.3
Tanımlıyor	8	57.1	4	28.6
Biraz tanımlıyor	2	14.3	0	0
Tanımlamıyor	0	0	0	0
Hiç tanımlamıyor	1	7.1	1	7.1
Toplam	14	100	14	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	1	7.1	0	0
2	1	7.1	2	14.3
3	4	28.6	7	50
4	6	42.9	5	35.7
5 – çok yakın	2	14.3	0	0
Toplam	14	100	14	100

Katılımcılar tarafında sıklıkla tercih edilen pratikler arasında, halk müziği dinlemek (yüzde 36, haftada bir ve fazlası), bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 29 her gün, yüzde 29 haftada bir ve fazlası), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 86, haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 14 her gün, yüzde 64 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 71 her gün, yüzde 14 haftada bir ve fazlası) sayılmaktadır.

Katılımcılar tarafından tercih edilmeyen ya da nadiren tercih edilen pratikler ise, yer sofrasında yemek (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 26 hiç yapmam), kart, okey ve benzeri oyunlar oynamak (yüzde 36 yılda bir ve fazlası, yüzde 29 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 57 yılda bir ve fazlası, yüzde 29 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 64 yılda bir ve fazlası, yüzde 14 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 36 yılda bir ve fazlası, yüzde 36 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 21 yılda bir ve fazlası, yüzde 29 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 86, hiç yapmam), tiyatroya gitmek (yüzde 64 yılda bir ve fazlası), müzeye gitmek (yüzde 71 yılda bir ve fazlası) olarak özetlenebilir. Katılımcıların yüzde 57'si hiç yurt dışına çıkmamış, yüzde 50'si ise sushi yememiştir.

Tablo 4.47: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		Haftada bir ve fazlası		Ayda bir ve fazlası		Yılda bir ve fazlası		Hiç yapmam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	1	7.1	5	35.7	8	57.1	0	0	0	0
Bir hobi ile ilgilenmek	4	28.6	4	28.6	5	35.7	0	0	1	7.1
Yer sofrasında yemek yemek	0	0	2	14.3	3	21.4	4	28.6	5	35.7
Vitamin ve besin desteği kullanmak	2	14.3	0	0	5	35.7	3	21.4	4	28.6
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	0	0	12	85.7	1	7.1	1	7.1	0	0
TV'de Türk dizileri izlemek	2	14.3	9	64.3	0	0	0	0	3	21.4
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	1	7.1	5	35.7	7	50	1	7.1
Instagram kullanmak	10	71.4	2	14.3	1	7.1	0	0	1	7.1
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	0	0	1	7.1	4	28.6	5	35.7	4	28.6
Dini sohbetlere gitmek	0	0	1	7.1	1	7.1	8	57.1	4	28.6
Panel ya da seminere gitmek	0	0	0	0	3	21.4	9	64.3	2	14.3
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	1	7.1	0	0	3	21.4	5	35.7	5	35.7
Spor salonuna gitmek	1	7.1	2	14.3	4	28.6	3	21.4	4	28.6
Puro içmek	0	0	0	0	1	7.1	1	7.1	12	85.7
Netflix izlemek	3	21.4	2	14.3	5	35.7	0	0	4	28.6
Tiyatroya gitmek	0	0	0	0	5	35.7	9	64.3	0	0
Müzeye gitmek	0	0	0	0	4	28.6	10	71.4	0	0

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	2	14.3	1	7.1	3	21.4	8	57.1	0	0
Sushi yemek	1	7.1	2	14.3	4	28.6	7	50	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	1	7.1	7	50	2	14.3	4	28.6	0	0

Küçük bir grup olan on dördüncü grup, ağırlıklı müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanlarından oluşan, yarısından fazlasının gelir düzeyi 3.000-6.000.-TL arasında olan, çoğunluğu üniversite ve üzeri eğitimli, Müslümanlığa yakınlık derecesi ana örnekleme göre daha yüksek, ancak dindarlık seviyesi olarak kendini ortada konumlandıran, çoğunluğu İstanbul doğumlu katılımcılardan oluşmaktadır. Grubun tüketim pratiklerine bakıldığında, özellikle halk müziği dinleme alışkanlıklarının diğer gruplara göre daha sık olduğu ilk bakışta dikkat çekmektedir.

4.1.14. On Beşinci Grup (C15)

On beşinci grup 24 kadın, 10 erkek olmak üzere toplam 34 kişiden oluşmaktadır (Tablo 4.48). Meslek gruplarına bakıldığında, müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları (yüzde 29), beyaz yakalı müdür üzeri pozisyonda çalışanlar (yüzde 6), ev kadını (yüzde 15), işsiz (yüzde 15), devlet memuru (yüzde 6), öğretmen (yüzde 6), küçük işleme sahibi (yüzde 3), büyük işletme sahibi (yüzde 3), kendi tercihi ile çalışmayanlar (yüzde 3), diğer meslek grupları (yüzde 15) olarak grupta yer almaktadır. Grubun yüzde 65'i İstanbul doğumludur ve yaş ortalaması 35'tir. Grubun yüzde 51'inin gelir düzeyi 3.000-6.000.-TL arasındadır ve bu oran yüzde 39 olan ana örnekleme göre yüksektir. Daha üst gelir gruplarına bakıldığında ise, grubun gelir profilinin ana örnekleme kıyasla daha düşük kaldığı gözlemlenmektedir. Grubun yüzde 47'si üniversite mezunudur ancak ana örnekleme kıyaslandığında lise ve yüksek okul mezunlarının daha yüksek oranda grupta yer aldığı görülmektedir. Grupta baş örtüsü kullanan kadınların oranı yüzde 29 olup, bu oran kadınların ailelerinde yüzde 63'tür. Katılımcıların anne baba eğitim düzeylerine bakıldığında, anne ve baba eğitim seviyesinin sırasıyla yüzde 59 ve yüzde 53 ilköğretim mezunu olduğu görülmektedir. Ana örnekleme kıyasla grubun aile kökenli kültürel sermayesinin daha düşük olduğu söylenebilir.

Grubun Müslümanlık, laiklik ve dindarlık konularındaki yaklaşımı ele alındığında (Tablo 4.49), yüzde 82'lik oranda katılımcı Müslümanlığın kendisini tanımladığını ve çok tanımladığını ifade etmiştir. Bu oran ana örneklem grubunda yüzde 78'tir. Laiklik için ise, aynı soru için yüzde 82'lik bir oran bulgulanmıştır. Bu da yüzde 81 olan ana örneklem ile hemen hemen aynıdır. Dindarlık açısından bakıldığında ise, kendisini ortalamanın üzerinde dindarlığa yakın olarak puanlandıranların yüzde 26 olduğu görülmektedir. Bu oran ana örneklemde yüzde 34'tür. Kendisini dindarlık puanı açısından

ortada konumlandıranların oranı ise yüzde 59'dur. Grubun ana örnekleme göre Müslümanlığa daha yakın ancak dindarlıkta daha ortada olduğu görülmektedir.

Tablo 4.48: Grup 15 – Demografik Yapı

	N	**%**	**Ort.**	**SS**	**Maks.**	**Min.**
Cinsiyet						
Kadın	24	70.6				
Erkek	10	29.4				
Toplam	34	100				
Yaş			35		20	57
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	13	38.2				
Evli	20	58.8				
Boşanmış	1	2.9				
Dul	0	0				
Toplam	34	100				
Eğitim						
İlköğretim	1	2.9				
Lise	8	23.5				
Yüksek Okul	7	20.6				
Üniversite	16	47.1				
Yüksek Öğretim	2	5.9				
Toplam	34	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	7	20.6				
3000 – 6000 TL	18	52.9				
6000 – 10000 TL	7	20.6				
10000 TL ve Üstü	2	5.9				
Toplam	34	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	10	29.4				
3000 – 6000 TL	20	58.8				
6000 – 10000 TL	3	8.8				
10000 TL ve üstü	1	2.9				
Toplam	34	100				
Anne Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	20	58.8				
Lise	9	26.5				
Üniversite	4	11.8				
Yüksek Öğretim	0	0				
Okula Gitmemiş	1	2,9				
Toplam	34	100				
Baba Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	18	52.9				

Lise	8	23.5
Üniversite	8	23.5
Yüksek Öğretim	0	0
Okula Gitmemiş	0	0
Toplam	34	100

Tablo 4.49: On Beşinci Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		**Müslüman**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	10	29.4	16	47.1
Tanımlıyor	18	52.9	12	35.3
Biraz tanımlıyor	1	2.9	3	8.8
Tanımlamıyor	2	5.9	1	2.9
Hiç tanımlamıyor	3	8.8	2	5.9
Toplam	34	100	34	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	2	5.9	3	8.8
2	5	14.7	2	5.9
3	10	29.4	20	58.8
4	8	23.5	8	23.5
5 – çok yakın	9	26.5	1	2.9
Toplam	34	100	34	100

Grubun ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında (Tablo 4.50), istatistiksel açıdan grubu diğerlerinden ayıran en önemli değişkenlerin BİM/A101 ve benzeri düşük bütçeli marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 74, haftada bir ve fazlası), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 12, her gün) olduğu görülmektedir. Orta düzeyde ayrıştırıcı etki yapan değişkenler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 12 her gün, yüzde 28 yılda bir ve fazlası), bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 38 haftada bir ve fazlası, yüzde 38 ayda bir ve fazlası), yer sofrasında yemek (yüzde 15 her gün, yüzde 21 ayda bir ve fazlası), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 29, ayda bi ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek)yüzde 56, haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 15, hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 38, yılda bir ve fazlası), puro içmek (yüzde 9,

ayda bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 14, haftada bir ve fazlası), müzeye gitmek (yüzde 6, haftada bir ve fazlası), yurtdışına çıkmak (yüzde 59, hiç yapmadım) olarak özetlenebilir.

Grubun genel tüketim pratiklerine bakıldığında, sıklıkla yapmaktan hoşlandığı aktiviteler, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 9 her gün, yüzde 38 haftada bir ve fazlası), BİM/A101 ve benzeri marketlerden alışveriş yapmak (yüzde 15 her gün, yüzde 74 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 68 her gün, yüzde 9 haftada bir ve fazlası), Netflix izlemek (yüzde 18 her gün, yüzde 41 haftada bir ve fazlası), beş yıldızlı otelde kalmak (yüzde 56 birkaç kez, yüzde 9 sıklıkla yaparım) olarak bulgulanmıştır.

Fazla tercih edilmeyen ya da hiç yapılmayan aktiviteler ise, halk müziği dinlemek (yüzde 18 yılda bir ve fazlası, yüzde 38 hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 29 hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 26 yılda bir ve fazlası, yüzde 26 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 41 yılda bir ve fazlası, yüzde 26 hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 38 yılda bir ve fazlası, yüzde 23 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 38 yılda bir ve fazlası, yüzde 50 hiç yapmam), panel ya da seminere gitmek (yüzde 50 yılda bir ve fazlası yüzde 24 hiç yapmam), dünya mutfağı yemek sunan restoranlara gitmek (yüzde 41 yılda bir ve fazlası, yüzde 35 hiç yapmam), spor salonuna gitmek (yüzde 26 yılda bir ve fazlası, yüzde 50 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 79 hiç yapmam), tiyatroya gitmek (yüzde 62 yılda bir ve fazlası, yüzde 9 hiç yapmam), müzeye gitmek (yüzde 62 yılda bir ve fazlası, yüzde 15 hiç yapmam) olarak görülmüştür. Gruptaki katılımcıların yüzde 59'u hiç yurt dışı seyahate gitmemiş, yüzde 62'si ise hayatları boyunca sushi yememişlerdir.

Özetle; on beşinci grup, aylık gelir düzeyi çoğunlukla 6.000.-TL altında olan, yüzde 65'i İstanbul doğumlu, ancak aile kökenli kültürel sermayesi ana örnekleme göre daha düşük, yüzde 29'u müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanlarından oluşmakla beraber kalan oranın diğer meslek grupları arasında daha düşük oranlarda dağıldığı, dindarlığa yaklaşım açısından bakıldığında ana örnekleme göre daha ortada, ancak, Müslümanlık yaklaşımı açısından ana örnekleme göre kendisini daha fazla Müslüman hisseden katılımcılardan oluşmaktadır.

Tablo 4.50: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		Haftada bir ve fazlası		Ayda bir ve fazlası		Yılda bir ve fazlası		Hiç yapmam	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	4	11.8	4	11.8	6	17.6	13	38.2	7	20.6
Bir hobi ile ilgilenmek	3	8.8	13	38.2	13	38.2	4	11.8	1	2.9
Yer sofrasında yemek yemek	5	14.7	2	5.9	7	20.6	10	29.4	10	29.4
Vitamin ve besin desteği kullanmak	4	11.8	2	5.9	10	29.4	9	26.5	9	26.5
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	5	14.7	25	73.5	3	8.8	1	2.9	0	0
TV'de Türk dizileri izlemek	6	17.6	19	55.9	4	11.8	1	2.9	4	11.8
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	0	0	0	0	11	32.3	14	41.3	9	26.5
Instagram kullanmak	23	67.6	3	8.8	2	5.9	1	2.9	5	14.7
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	4	11.8	2	5.9	7	20.6	13	38.2	8	23.5
Dini sohbetlere gitmek	0	0	0	0	4	11.8	13	38.2	17	50
Panel ya da seminere gitmek	0	0	2	5.9	7	20.8	17	50	8	23.5
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	3	8.8	5	14.7	14	41.2	12	35.3
Spor salonuna gitmek	0	0	6	17.6	2	5.9	9	26.5	17	50
Puro içmek	0	0	1	2.9	3	8.8	3	8.8	27	79.4
Netflix izlemek	6	17.6	14	41.2	4	11.8	2	5.9	8	23.5
Tiyatroya gitmek	0	0	2	5.9	8	23.5	21	61.8	3	8.9
Müzeye gitmek	0	0	2	5.9	6	17.6	21	61.8	5	14.7

	Sıklıkla yaparım		Birkaç kez yaptım		Bir kez yaptım		Hiç yapmadım		Cevapsız	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	2	5.9	7	20.6	5	14.7	20	58.8	0	0
Sushi yemek	2	5.9	7	20.6	4	11.8	21	61.8	0	0
5 yıldızlı otelde kalmak	3	8.8	19	55.9	4	11.8	8	23.5	0	0

4.1.15. On altıncı Grup (C16)

On altıncı grup 10 kadın, 7 erkek olmak üzere toplam 17 kişiden oluşmaktadır (Tablo 4.51). Grubu oluşturan katılımcıların meslekleri, müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları (yüzde 35), müdür üzeri pozisyonlarda çalışan beyaz yakalılar (yüzde 18), işsizler (yüzde 18), kendi tercihi ile çalışmayan (yüzde 12), öğretim üyesi (yüzde 6), çiftçi (yüzde 6) ve belirtilmeyen diğer meslek grupları (yüzde 6) olarak özetlenebilir. Grubun yaş ortalaması 32 olup, ana örneklem grubunun dört yaş altındadır. Gelir düzeyine bakıldığında, grubun yüzde 59'u aylık 3.000-6.000.-TL gelir düzeyine sahiptir. Bu oran, yüzde 39 olan ana örnekle göre epeyce yüksektir. Gruptakilerin anne baba eğitim düzeylerine bakıldığında, lise ve üniversite mezunu ebeveynlerin oranı ana örneklemin üzerinde, ilkokul mezunu olanların oranı ise ana örneklemin altındadır. Aile kökenli kültürel sermayenin ana gruba göre yüksek olmakla beraber, grupta üniversite üzeri eğitim gören ebeveyn olmadığı da belirtilmelidir. Grubun yüzde 65'i İstanbul doğumludur.

Grupta baş örtüsü kullanan kadınların oranı, yüzde 10'dur. Bu oran diğer gruplara kıyasla oldukça düşüktür. Bu kadınların ailelerinde baş örtüsü kullanım oranı ise yüzde 30'dir.

Katılımcıların Müslümanlık, laiklik ve dindarlık konularına yaklaşımlarına bakıldığında (Tablo 4.52), yüzde 88'i Müslümanlığın kendisini tanımladığını ve çok tanımladığını söylemektedir. Bu oran ana örneklemdeki yüzde 78'lik oranın üzerindedir. Katılımcılar arasında laikliğin kendisini tanımladığı ve çok tanımladığını söyleyenlerin oranı ise yüzde 82'dir. Bu oran da yüzde 81 olan ana örneklem oranı ile hemen hemen aynıdır. Dindarlık açısından bakıldığında ise, yüzde 35'lük bir oranda katılımcı kendisini ortalamanın üzerinde dindar olarak puanlamıştır. Bu oran ana örneklem oranının çok az üzerindedir. Buna rağmen yüzde 24'lük bir oranda katılımcının da kendisini ortalamanın altında dindar olarak puanladıkları görülmektedir. Yüzde 6 oranında katılımcı laikliğin kendisini tanımlamadığını ve hiç tanımlamadığını ifade etmişlerdir. Katılımcıların kendilerini Müslümanlık laiklik ekseninde çoğunlukla ortada konumlandırdıkları görülmektedir.

Tablo 4.51: Grup 16 – Demografik Yapı

	N	%	Ort.	SS	Maks.	Min.
Cinsiyet						
Kadın	10	58.8				
Erkek	7	41.2				
Toplam	17	100				
Yaş			32		20	52
Medeni Hal						
Hiç Evlenmemiş	6	35.3				
Evli	10	58.8				
Boşanmış	1	5.9				
Dul	0	0				
Toplam	17	100				
Eğitim						
İlköğretim	0	0				
Lise	4	23.5				
Yüksek Okul	1	5.9				
Üniversite	8	47.1				
Yüksek Öğretim	4	23.5				
Toplam	17	100				
Hane Aylık Geliri						
3000 TL ve Altı	2	11.8				
3000 – 6000 TL	10	58.8				
6000 – 10000 TL	2	11.8				
10000 TL ve Üstü	3	17.6				
Toplam	17	100				
Hane Aylık Gideri						
3000 TL ve Altı	5	29.4				
3000 – 6000 TL	7	41.2				
6000 – 10000 TL	4	23.5				
10000 TL ve üstü	1	5.9				
Toplam	17	100				
Anne Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	7	41.2				
Lise	7	41.2				
Üniversite	3	17.6				
Yüksek Öğretim	0	0				
Okula Gitmemiş	0	0				
Toplam	17	100				
Baba Eğitim Düzeyi						
İlköğretim	6	35.3				
Lise	6	35.3				
Üniversite	5	29.4				
Yüksek Öğretim	0	0				
Okula Gitmemiş	0	0				
Toplam	**17**	**100**				

Tablo 4.52: On Altıncı Grup Katılımcıların İnanç ve Laikliğe Bakışı

	Laik/Seküler		Müslüman	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar tanımlıyor?				
Çok tanımlıyor	8	47.1	10	58.8
Tanımlıyor	6	35.3	5	29.4
Biraz tanımlıyor	1	5.9	0	0
Tanımlamıyor	1	5.9	1	5.9
Hiç tanımlamıyor	1	5.9	1	5.9
Toplam	17	100	17	100
	Laik		**Dindar**	
	N	**%**	**N**	**%**
Ne kadar yakın hissediyor?				
1 – çok uzak	0	0	2	11.8
2	1	5.9	2	11.8
3	3	17.6	7	41.2
4	5	29.4	2	11.8
5 – çok yakın	8	47.1	4	23.5
Toplam	17	100	17	100

Ayrıştırıcı tüketim pratiklerine bakıldığında (Tablo 4.53), istatistiksel açıdan grubu diğerlerinden en fazla ayrıştıran değişkenler, halk müziği dinlemek (yüzde 53 hiç yapmam), BİM/A101 gibi marketlerden alışveriş (yüzde 29, yılda bir ve fazlası), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 6, her gün), panel ya da seminere gitmek (yüzde 18 haftada bir ve fazlası), puro içmek (yüzde 12, haftada bir ve fazlası), yurt dışına seyahat etmek (yüzde 6, cevapsız), sushi yemek (yüzde 6, cevapsız olarak bulgulanmıştır. Grubu orta düzeyde ayrıştıran pratikler ise, bir hobi ile ilgilenmek (yüzde 18, hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 24, ayda bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 29, hiç yapmam), kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 18, haftada bir ve fazlası), panel ya da seminere gitmek (yüzde 18, yılda bir ve fazlası), dini sohbetlere gitmek (yüzde 35, yılda bir ve fazlası), spor salonuna gitmek (yüzde 35, haftada bir ve fazlası), tiyatroya gitmek (yüzde 12, haftada bir ve fazlası), müzeye gitmek (yüzde 24, hiç yapmam), sushi yemek (yüzde 18, sıklıkla yaparım), beş yıldızlı otelde konaklamak (yüzde 29, sıklıkla yaparım) olarak ifade edilebilir.

Katılımcıların yapmayı sıklıkla tercih ettikleri aktiviteler, BİM/A101 ve benzer marketlerden alışveriş yapmak (yüzde12 her gün, yüzde 35 haftada bir ve fazlası), TV'de Türk dizileri izlemek (yüzde 18 her gün, yüzde 41 haftada bir ve fazlası), instagram kullanmak (yüzde 71 her gün), Netflix izlemek (yüzde 18 her gün, yüzde 35 haftada bir

ve fazlası) olarak özetlenebilir. Katılımcıların yüzde 29'u sıklıkla, yüzde 35'i hayatları boyunca birkaç kez beş yıldızlı otellerde konakladıklarını belirtmiştir.

Tablo 4.53: Tüketim Alışkanlıkları

	Hergün		**Haftada bir ve fazlası**		**Ayda bir ve fazlası**		**Yılda bir ve fazlası**		**Hiç yapmam**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Tüketim ve Kültürel Aktiviteler										
Halk müziği dinlemek	0	0	4	23.5	3	17.6	1	5.9	9	52.9
Bir hobi ile ilgilenmek	1	5.9	5	29.4	5	29.4	3	17.6	3	17.6
Yer sofrasında yemek yemek	0	0	2	11.8	4	23.5	4	23.5	7	41.2
Vitamin ve besin desteği kullanmak	3	17.6	0	0	3	17.6	4	23.5	7	41.2
BİM/A101/ŞOK marketten alışveriş	2	11.8	6	35.3	4	23.5	5	29.4	0	0
TV'de Türk dizileri izlemek	3	17.6	7	41.2	1	5.9	1	5.9	5	29.4
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	1	5.9	1	5.9	5	29.4	8	47.1	2	11.8
Instagram kullanmak	12	70.6	0	0	0	0	0	0	5	29.4
Kart, okey vb. oyunlar oynamak	1	5.9	3	17.6	2	11.8	5	29.4	6	35.3
Dini sohbetlere gitmek	0	0	0	0	0	0	6	35.3	11	64.7
Panel ya da seminere gitmek	0	0	3	17.6	4	23.5	3	17.6	7	41.2
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	0	0	1	5.9	4	23.5	8	47.1	4	23.5
Spor salonuna gitmek	0	0	6	35.3	2	11.8	3	17.6	6	35.3
Puro içmek	0	0	2	11.8	0	0	2	11.8	13	76.5
Netflix izlemek	3	17.6	6	35.3	3	17.6	1	5.9	4	23.5
Tiyatroya gitmek	0	0	2	11.8	2	11.8	11	64.7	2	11.8
Müzeye gitmek	0	0	1	5.9	1	5.9	11	64.7	4	23.5
	Sıklıkla yaparım		**Birkaç kez yaptım**		**Bir kez yaptım**		**Hiç yapmadım**		**Cevapsız**	
	N	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**	**N**	**%**
Lüks Tüketim Aktiviteleri										
Yurtdışına çıkmak	2	11.8	4	23.5	3	17.6	7	41.2	1	5.9
Sushi yemek	3	17.6	4	23.5	1	5.9	8	47.1	1	5.9
5 yıldızlı otelde kalmak	5	29.4	6	35.3	3	17.6	3	17.6	0	0

Katılımcıların nadiren tercih ettiği ya da hiç tercih etmediği aktivitelere bakıldığında, halk müziği dinlemek (yüzde 35, hiç yapmam), yer sofrasında yemek (yüzde 24 yılda bir ve fazlası, yüzde 41 hiç yapmam), vitamin ve besin desteği kullanmak (yüzde 24 yılda bir ve fazlası, yüzde 41 hiç yapmam), müzikli eğlence mekanlarına gitmek (yüzde 47 yılda bir ve fazlası, yüzde 12 hiç yapmam), Kart, okey ve benzer oyunlar oynamak (yüzde 29 yılda bir ve fazlası, yüzde 35 hiç yapmam), dini sohbetlere gitmek (yüzde 35 yılda bir ve fazlası, yüzde 65 hiç yapmam), panel ya da seminerlere gitmek (yüzde 18 yılda bir ve fazlası, yüzde 41 hiç yapmam), dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek (yüzde 47 yılda bir ve fazlası, yüzde 24 hiç yapmam), puro içmek (yüzde 76 hiç yapmam) , tiyatroya gitmek (yüzde 65 yılda bir ve fazlası, yüzde 12 hiç yapmam) , müzeye gitmek (yüzde 65 yılda bir ve fazlası, yüzde 24 hiç yapmam) olarak özetlenebilir. Katılımcıların yüzde 41 hiç yurt dışına seyahat etmemişlerdir. Yüzde 47'lik bir oran ise hiç sushi yememiştir.

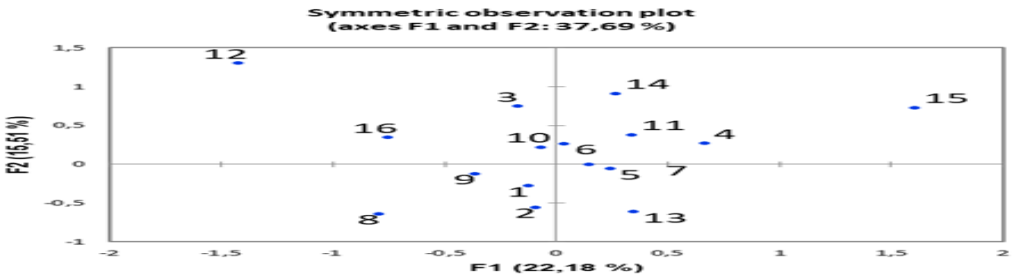
Özetle; on altıncı grup, gelir düzeyi ağırlıklı 3.000-6.000.-TL arasında, üniversite üzeri eğitim alanların oranının ana örnekleme göre yüksek olduğu, müdür altı pozisyonda çalışan büro elemanları ve müdür ve üzeri pozisyonda çalışan beyaz yakalıların toplamının yarısından fazlasını oluşturduğu, ana örnekleme göre aile kökenli kültürel sermayesi daha yüksek katılımcılardan oluşmaktadır. Katılımcıların çoğunluğu kendilerini Müslüman olarak tanımlamakla beraber, yüzde 6'sı dışında, laikliğe de çok yakın görüştedir. Grubun tüketim alışkanlıklarına bakıldığında dikkat çeken hususlardan birisi, instagram kullanmayanların yüzde 30 gibi yüksek bir oranda olmasıdır. İlaveten grup, haftada bir düzenli spor alışkanları olanların yüzde 35 gibi yüksek bir oranda olması ile de diğer gruplardan ayrılmaktadır. Bir başka önemli bulgu da kadınlar arasında baş örtüsü kullanım oranının diğer gruplara kıyasla çok düşük olmasıdır. Bu kadınların ailelerinde de baş örtüsü kullanım oranlarının diğer gruplara göre düşüklüğü göze çarpmaktadır.

4.2. Grupların Karşılaştırmalı Analizi

Bu bölümde grupların birbirleriyle karşılaştırmalı analizine yer verilmiştir. Öncelikle, MCA analizinde elde edilen Şekil 4.2'de konumları gösterilen toplam 16 grup ele alınarak Şekil 4.1'e göre benzeşmezlik düzeyi 3010 altında kalan gruplar, benzer özellikleri gözden geçirilerek birleştirilmiştir. Bu çalışma sonucunda toplam 7 grup elde

edilmiştir. Birleştirilen grupların isimleri Şekil 4.3 ve harita üzerindeki temsili konumları Şekil 4.4'te gösterilmektedir.

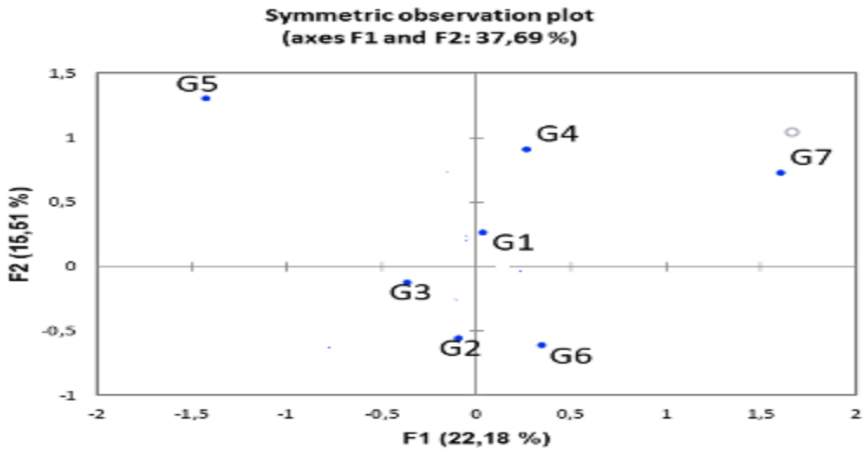
Grupların harita üzerinde birbirine yakınlığı, kültürel tercihler ve pratikler açısından gruplar arasındaki yakınlığa işaret etmektedir. Birbirine yakın olan grupların tercihleri de birbirine benzemektedir. Grafikteki birinci boyut istatistiksel farklılaşmayı daha fazla açıklamaktadır. İki boyutun da anlamları ve haritanın dört bölgesi ile değişkenler arasındaki ilişki ilerleyen bölümlerde tartışılacaktır.



Şekil 4.2: 16 Gruplu ÇMA Haritası

Grup Adı	Yeni Grup Adı
C1	G1
C2	G2
C3	G1
C4	G1
C5	G1
C6	G1
C7	G1
C8	G3
C9	G3
C10	G4
C11	G1
C12	G5
C13	G6
C14	G4
C15	G7
C16	G3

Şekil 4.3: Birleştirilen Gruplar



Şekil 4.4: 7 Gruplu Özet ÇMA Haritası

4.2.1. Grup Tanımlamaları

Bu bölümde 16 grubun birleştirilmesi ile oluşan 7 grubun temel çerçevede tanımlamasına yer verilecektir.

G1. (242 kişi): Ekonomik ve eğitim kaynaklı kültürel sermaye toplamı ile dindarlık ve Müslümanlığa yaklaşım olarak ortada yer alan, laikliğe en yakın gruptur. Meslek grupları olarak yüzde 32 büro elemanları, yüzde 11 ev kadınlarını ağırlıkla içermekle beraber, başka çeşitli meslek gruplarını da barındırmaktadır. Grubun aile kökenli kültürel sermayesi düşük olup, merkez orta sınıfları temsil eden grup olduğu düşünülmektedir.

G2. (90 kişi): Ekonomik ve eğitim kaynaklı kültürel sermaye toplamı G1'den biraz daha düşük, dindarlık ve Müslümanlığa G1'e göre biraz daha mesafeli, aile kökenli kültürel sermayesi orta düzeyde gruptur. Grubun yüzde 33'ü büro elemanlarından oluşmakla beraber diğer meslek gruplarını da barındırmaktadır. Kültürel pratiklere mesafeli, orta alt tabakalardan birini temsil ettiği düşünülmektedir. "Modern yaşamda İslam'ın hükümlerini uygulamak imkansızdır" önermesi en fazla bu grupta desteklendiğinden dolayı, pratik hayat ile ilgili seküler bir bakışa sahip oldukları ve Müslümanlığa göre laikliğe daha yakın durdukları düşünülmüştür.

G3. (103 kişi): Ekonomik sermaye açısından G1 ve G2'nin gerisinde ancak eğitim kaynaklı kültürel sermaye toplamı açısından onlardan biraz daha yukarda, dindarlık ve Müslümanlığa G1 ve G2'den daha yakın duran gruptur. Yüzde 33 ile en yüksek

barındırdığı meslek grubu büro elemanlarıdır. Bunu yüzde 11 ile ev kadınları takip etmektedir. Tüketim pratiklerine katılım sınırlıdır. G2'ye göre aile kökenli kültürel sermayesi daha yüksek ve Müslümanlığa daha yakın olmakla beraber laikliğe bakışı G2 ile benzer düzeydedir. Orta alt tabakalar içinde merkeze yakın duran merkez tabakalardan birini temsil ettiği düşünülmektedir.

G4. (30 kişi): Ekonomik sermaye açısından en düşük ikinci grup olmakla birlikte eğitim kökenli kültürel sermaye açısından ikinci sıradadır. Müslümanlığa en yakın, laikliğe ise en mesafeli duran gruptur. Aynı zamanda kadınların en yoğun bulunduğu gruptur. Grup içinde en baskın meslekler yüzde 33 büro elemanları ve yüzde 17 ile ev kadınlarıdır. Grubun aile kökenli eğitim sermayesi düşüktür. Tüketim pratiklerinin çoğuna aktif olarak katılmaktadır. Orta alt tabakaların laikliğe mesafeli dindar Müslüman fraksiyonunda yer alan gruptur.

G5. (32 kişi): Yüzde 25'i devlet memurları ve yüzde 22'si büro elemanlarından oluşan ekonomik ve eğitim kökenli kültürel sermayesi en yüksek gruptur. Buna rağmen grubun aile kökenli kültürel sermayesi diğer grupların gerisindedir. Grup tüketim pratiklerine sınırlı katılım sergilemekte ve Müslümanlığa oldukça yakın durmaktadır. Kendini laikliğe yakın hissedenlerin en düşük oranda olduğu gruptur. Grup, laikliğe mesafeli, Müslüman orta üst tabakayı temsil eden grup olarak nitelendirilebilir.

G6. (73 kişi): Ekonomik sermaye açısından G5'ten sonra ikinci sırada yer alan gruptur. Grubun eğitim kökenli sermayesi ise gruplar ortalamasının altındadır. Enteresan şekilde, grubun aile kökenli kültürel sermayesi ise ortalamanın üzerindedir. Meslek grupları olarak, yüzde 34 büro elemanları ve yüzde 19 üst düzey beyaz yakalılardan oluşmaktadır. Grup yerel ve küresel kültüre dair pratikleri ayırt etmeksizin sıklıkla sergilemekte, dindarlığa ve Müslümanlığa ise mesafeli durmaktadır. Grubun, orta üst tabakanın laikliğe yakın fraksiyonlarını temsil ettiği düşünülmektedir.

G7. (34 kişi): Ekonomik ve eğitim kökenli kültürel sermayesi en düşük gruptur. Yüzde 29 büro elemanları, yüzde 15 işsizler ve yüzde 15 ev kadınları grubun çoğunluğunu oluşturmaktadır. Kadınların oranının ikinci en yüksek olduğu gruptur. Pratiklere katılım sıklığı yüksek olmakla beraber, bu pratikler yerel pratiklerle sınırlı kalmaktadır. Müslümanlığın kendisini tanımladığını söyleyenlerin oranı en yüksek bu

gruptadır. Grup laikliğe mesafeli Müslüman alt sınıf fraksiyonlarını temsil etmektedir. Alt bölümlerde grupların detaylı karşılaştırmasına yer verilecektir.

4.2.2. Grupların demografik açıdan karşılaştırılması

Bu kısımda grupları birbirinden ayrıştıran ve yakınlaştıran demografik özellikler ele alınacaktır. Kadınların oranının en yüksek olduğu gruplar sırasıyla G4, G7, G6 ve G3'tür. Yaş ortalaması birbirine yakın olmakla birlikte ortalaması en düşük grup G7 (34.8) en yüksek grup ise G4 (37)'tür. Gelir düzeyi ele alındığında 10.000.- TL üzeri gelir düzeyine sahip olanların oranı yüzde 28 ile G5'tir. Gelir düzeyi 3.000.-TL altında olanlar ise yüzde 20.6 ile en çok G7 içinde yer almaktadır. G2 ve GY 3.000.-TL gelir düzeyine sahip olanların oranları açısından bakıldığında ana örnekleme göre (yüzde 12.9) daha yüksek kalmaktadır. G1, G5 ve G6 ise, 10.000.- TL gelir düzeyine sahip olanların ana örneklem oranı olan yüzde 20.7'nin üzerinde olduğu gruplardır. Bu bilgilere göre ekonomik sermaye açısından sırasıyla G5, G6 ve G1'in ekonomik sermayesinin diğer gruplara göre daha yukarda olduğu görülmektedir (Tablo 4.54).

Grupların eğitim düzeyleri karşılaştırıldığında, ana örneklemde ortalama yüzde 61.6 olan üniversite ve üzeri eğitim düzeyini belirgin derecede geçen gruplar sırasıyla G5 ve G4'tür. En fazla ortalamanın altında kalanlar ise G6 ve G7'dir. Anne ve baba eğitim düzeylerine bakıldığında, annesi hiç eğitim almamış ve ilkokul mezunu olanların en yoğunlukta olduğu gruplar sırasıyla G4, G1 ve G5'tir. G3 ve G6'daki katılımcıların ise annelerinin üniversite ve üzeri mezun olma oranı sırasıyla yüzde 15.5 ve 15.1'dir. Bu oranlar aynı eğitim düzeyi için yüzde 12.4 olan ana örneklem ortalamasının üzerindendir. Buradan hareket ile anne eğitim düzeyi en yüksek gruplar G3 ve G6, en düşükler ise G4, G1 ve G5'tir. Okula gitmemiş ve ilkokul mezunu babaların en yüksek olduğu gruplar sırasıyla G5, G7 ve G1'dir. Üniversite ve üzeri eğitim düzeyine sahip babalar ise en fazla G2, G7 ve G6'da yer almaktadır. Görüleceği üzere G7 en fazla ilkokul ve okula gitmemiş babaların dahil olduğu gruplardan biri olduğu halde aynı zamanda eğitim düzeyi üniversite ve üzeri olan babaların oranı da bu grupta ortalamanın üzerindedir. Anne ve baba eğitim düzeyleri değerlendirildiğinde aile kökenli kültürel sermayenin en yüksek olduğu gruplar G6, G3 ve G2, en düşük olduğu gruplar ise G1 ve G5'tir. Eğitim kaynaklı kültürel sermayenin ise G4 ve G5'de en yüksek, G6 ve G7'de en düşük olduğu görülmektedir.

Tablo 4.54: Karşılaştırmalı Demografik Tablo

	G1 (%)	G2 (%)	G3 (%)	G4 (%)	G5 (%)	G6 (%)	G7 (%)
Cinsiyet							
Kadın	59.5	58.9	63.1	73.3	59.4	65.8	70.6
Erkek	40.5	41.1	36.9	26.7	40.6	34.2	29.4
Yaş Ortalaması	36.9	34.9	35.5	37	35.8	36.2	34.8
Gelir Düzeyi							
3000 TL ve altı	12.4	16.7	10.7	6.7	12.5	12.3	20.6
3000 – 6000 TL arası	36.4	32.2	45.6	53.3	28.1	37	52.9
6000 – 10000 TL arası	29.3	32.2	23.3	20	31.3	27.4	20.6
10000 TL ve üstü	21.9	18.9	20.4	20	28.1	23.3	5.9
Eğitim							
İlköğretim	4.5	2.2	2.9	0,0	0,0	2,7	2.9
Lise	21.5	27.8	20.4	13,3	9,4	21,9	23.5
Yüksek Okul	12.8	8.9	13.6	16.7	15.6	19.2	20.6
Üniversite	48.3	48.9	49.5	60	62.5	42.5	47.1
Üniversite Üzeri	12.8	12.2	13.6	10,0	12.5	13.7	5.9
Doğum Yeri							
İstanbul	55.3	60	59.2	70	46.9	50.7	64.7
İstanbul Dışı	44.7	40	40.8	30	53.1	49.3	35.3
Anne Eğitim							
İlköğretim	58.3	47.8	56.3	66.7	59.4	53.4	58.8
Lise	20.2	31.1	20.4	20	21.9	26	26.5
Üniversite	9.9	11.1	14.6	6.7	9.4	12.3	11.8
Yükseköğretim	0.8	3.3	1	0	0	2.7	0
Okula Gitmemiş	10.7	6.7	7.8	6.7	9.4	5.5	2.9
Baba Eğitim							
İlköğretim	48.8	43.3	48.5	43.3	50	39.7	52.9
Lise	26	27.8	28.2	36.7	25	32.9	23.5
Üniversite	18.6	18.9	22.3	13.3	15.6	16.4	23.5
Yükseköğretim	3.3	7.8	1	0	6.3	6.8	0
Okula Gitmemiş	3.3	2.2	0	6.7	3.1	4.1	0

Tablo 4.55: Karşılaştırmalı Müslümanlığa Bakış

	G1 (%)	G2 (%)	G3 (%)	G4 (%)	G5 (%)	G6 (%)	G7 (%)
Çok tanımlıyor	50.4	46.7	46.6	46.7	43.8	43.8	47.1
Tanımlıyor	25.2	34.4	36.9	40	34.4	27.4	35.3
Biraz tanımlıyor	9.5	7.8	4.9	0	15.6	13.7	8.8
Tanımlamıyor	3.7	4.4	4.9	6.7	0	2.7	2.9
Hiç tanımlamıyor	11.2	6.7	6.8	6.7	6.3	12.3	5.9
Toplam	100	100	100	100	100	100	100

Grupların Müslümanlığa bakışları karşılaştırıldığında, Müslümanlığın kendilerini tanımladığını söyleyenlerin oranı en fazla G7'dedir. Müslümanlığın kendilerini tanımladığına dair en düşük oranlar ise sırasıyla G6 ve G1'dir (Tablo 4.55). Dindarlık perspektifinden baktığımızda ise, kendilerini ortalamanın üzerinde dindar olarak niteleyenlerin yoğunluğu sırasıyla G3 ve G1'dedir (Tablo 4.56). Kendilerini ortalamanın altında dindar olarak değerlendirenler ise, G7 ve G5'tir. Sonuçlardan Müslümanlık ve dindarlık seçimleri arasında belirgin bir doğrusal orantı olmadığı görülmektedir. Yapılan derinlemesine görüşmelerde de gözlemlenen bulgulardan birisi katılımcıların dindarlığa atfettikleri anlamın Müslümanlıktan bağımsız olabildiğini göstermiştir. Özellikle Müslümanlığa daha mesafeli duranlar kendilerini dindar olarak nitelendirirken daha rahat davranabilmektedir. Kendini Müslüman olarak tanımlayanlar ise, dindarlık sorusu gündeme geldiğinde daha çekimser durmaktadırlar.

> *"Yani içinde bulunduğumuz toplumun dinine göre dindar değilim. Yani Müslümanlık anlamında dindar değilim. Ama bence hani kendi içimde tanımladığım dine göre dindar bir insanım. Şöyle ki din benim için bir toplum kuralı yani devletin anayasası gibi bir şey bence. Toplumun anayasası din. Benim açımdan din kimsenin kimseye zarar vermemesi. Hakkını yememesi. Karşısındakine iyilik yapması ve bunu karşılıksız, karşılık beklemeden yapmasıdır. Ben de bu anlamda kendi dinimce dindarım" (DG11, K, 32).*

Soru : Din sizin için ne anlam ifade ediyor?

"Din vicdandır." Soru: Vicdanlı olan her insan dindar mı sizce?

> *"Bence öyledir. Yani benim için dindarlık ee kategorize etme gerekçesi. Hani işte her dinin emrettiği aktiviteleri yapmak değil insan olarak merhametimizi merhametimize uygun olanı yapmaktır. Merhamet sahibi olmak ve insani bazda doğruları yapmaktır yani. Ben ona göre değerlendiririm" (DG14, E, 35).*

Tablo 4.56: Karşılaştırmalı Dindarlığa Bakış

	G1 (%)	G2 (%)	G3 (%)	G4 (%)	G5 (%)	G6 (%)	G7 (%)
1.Hiç dindar değil	20.2	16.7	11.7	10	9.4	19.2	8.8
2	7	8.9	9.7	13.3	9.4	20.5	5.9
3	38.4	42.2	38.8	43.3	59.4	27.4	58.8
4	27.7	25.6	34	30	15.6	24.7	23.5
5.Çok dindar	6.6	6.7	5.8	3.3	6.3	8.2	2.9
Toplam	100	100	100	100	100	100	100

Laikliğe yaklaşım açısından bakıldığında ise, kedisini laikliğe en yakın konumlandıran gruplar G3 ve G1, en uzak konumlandıran ise G7'dir (Tablo 4.57).

Tablo 4.57: Karşılaştırmalı Laikliğe Bakış

	G1 (%)	G2 (%)	G3 (%)	G4 (%)	G5 (%)	G6 (%)	G7 (%)
1.Hiç yakın bulmuyorum	5.8	8.9	5.8	3.3	6.3	9.6	5.9
2	8.7	6.7	5.8	13.3	12.5	8.2	14.7
3	19	27.8	23.3	23.3	21.9	15.1	29.4
4	22.7	22.2	31.1	33.3	37.5	26	23.5
5.Çok yakın buluyorum	43.8	34.4	34	26.7	21.9	41.1	26.5
Toplam	100	100	100	100	100	100	100

4.3. Grupların Yaşam Pratikleri Açısından Karşılaştırılması

Bu kısımda ÇMA analizinde grupların ayrışmasına katkı sağlayan tüketim pratikleri birkaç alt başlık altında incelenecektir.

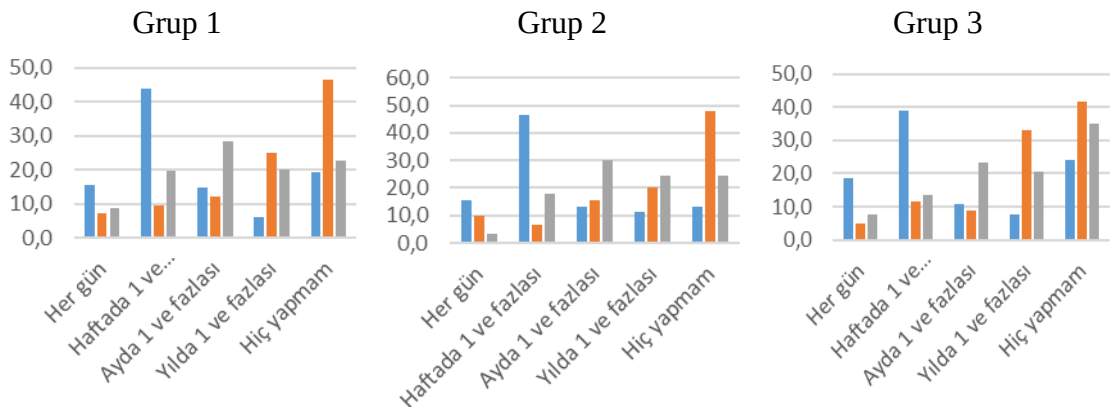
4.3.1. Yerel Kültüre İlişkin Pratikler

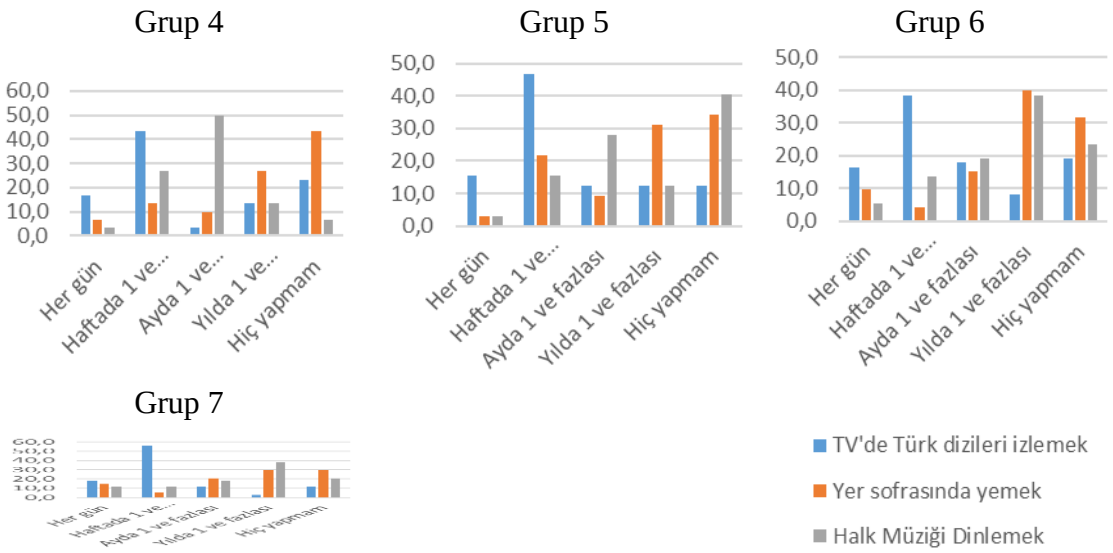
Kültürel pratikleri ilişkin Türkiye'de yapılan saha çalışmalarındaki vurgulardan birisi de kültürel alanda yerel ve kozmopolit (Batı tarzı) pratiklere eğilim gösterenler arasındaki ayrışmadır (Rankin, Gökçen, & Ergin , 2014). Bir görüşe göre de Türkiye gibi kendi elitleri tarafından Batılılaşmış ülkeler ile sömürgecilik yoluyla Batılılaştırılan ülkelerde, yerel ve küresel kültür arasındaki mücadele Bourdieu'nun savunduğu meşru ve popüler kültür arasında gerçekleşen mücadelenin yerini alır (Cveticanin & Popescu,

2011). Bu anlamda yerel kültüre dair pratikler ile Batı tarzı pratiklerin karşılaştırılması önemlidir. Buradan hareket ile, bu başlık altında TV'de Türk dizileri izleme, yer sofrasında yemek ve halk müziği dinleme alışkanlıkları yerel kültürel pratiklere örnek olarak ele alınmış ve Şekil 4.5'te karşılaştırmalı olarak verilmiştir. TV'de Türk dizileri izleme alışkanlığı tüm gruplarda her gün ve haftada en az bir kez seyredenlerin toplamları alındığında yüzde 50'nin üzerindedir. Buna rağmen G3 ve G4'te hiç yerli dizi izlemeyen yüzde 20'nin üzerinde katılımcı mevcuttur. En sık yerli dizi izleyen grup G7 (yüzde 73 her gün ve haftada en az bir kez) iken, en az izleme sıklığı G6'dadır (yüzde 54.7, her gün ve haftada en az bir kez). Dizi izleme sıklığında ikinci sırada G5 (yüzde 62.5, her gün ve haftada en az bir kez) yer almaktadır.

Yer sofrasında yeme alışkanlığının en sık görüldüğü grup, G5 (yüzde 25, her gün ve haftada en az bir kez) olup, onu yüzde 20.6 ile G7 takip etmektedir. Hiç yapmam diyenlerin yüzdesi ise en fazla G2'dedir (Yüzde 47.8). Onu yüzde 46.3 ile G1 takip etmektedir. Halk müziği dinleme alışkanlığı en düşük grup G5'tir. Grubun yüzde 40.6'sı hiç halk müziği dinlemediğini söylemiştir. Dinleme sıklığı konusunda en yüksek olan grup ise G4'tür (yüzde 30, her gün ve haftada en az bir kez).

Yerel kültüre dair pratiklerde Türk dizisi izleme ve yer sofrasında yeme oranları G7 ve G5'te yüksek olup paralellik gösterirken, halk müziği dinleme alışkanlığının bu pratiklerden ayrıştığı görülmektedir. Başka bir deyişle, dizi izleyen ve yer sofrasında yemeyi, tercih edenler halk müziği dinlemeyi tercih edenlerle aynı gruplarda yer almamaktadır. Tam tersine, yer sofrasında yeme oranının en düşük olduğu G1 halk müziğini en sıklıkla dinleyen ikinci gruptur.





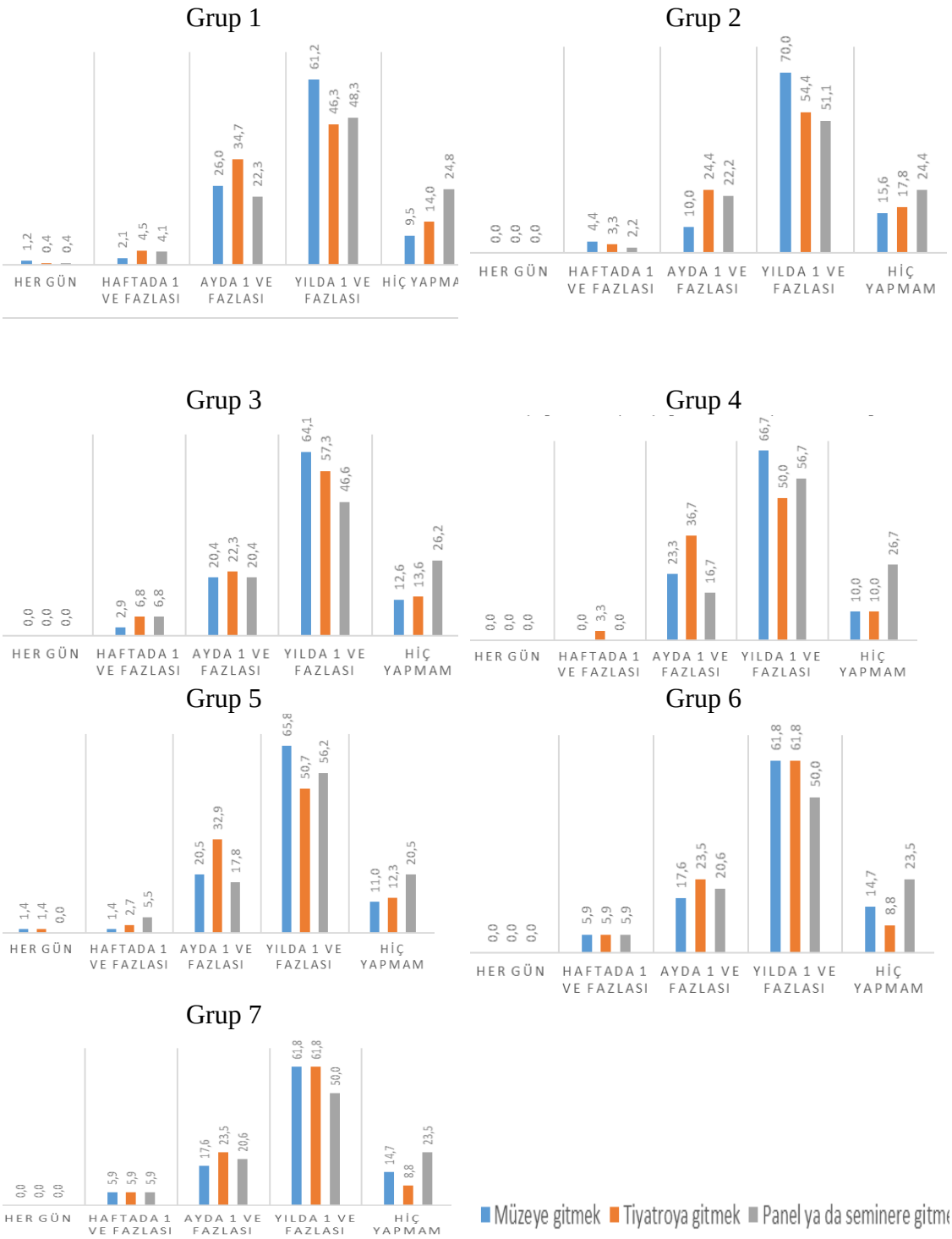
Şekil 4.5: Yerel Kültüre Dair Pratikler

4.3.2. Kültürel Tüketim Pratikleri

Bu başlık altında, kültürel tüketim pratiği olarak müzeye gitmek, tiyatroya gitmek, panel ya da seminere gitme alışkanlıklarının Şekil 4.6'da gruplara göre karşılaştırmalı analizi yapılmıştır.

Müzeye hiç gitmediğini ifade edenlerin en yüksek olduğu gruplar G2 ve G5'dir. Hiç gitmeyenlerin oranı düşüldükten sonra geriye kalan oranlara bakıldığında en fazla müze ziyareti yapan katılımcıların G1'de (yüzde 90.5) olduğu gözükmektedir. En az katılım gösteren gruplar ise G2 ve G5'tir. Pratiği gerçekleştirme sıklığı açısından bakıldığında ise, hergün ve haftada en az bir ziyaret sıklığı açısından G7 öne çıkmaktadır. Grup içinde haftada en az bir kez müze ziyareti yaptığını söyleyen yüzde 5.9'luk bir yer almaktadır. Burada sorulara verilen cevapların bazen gerçek pratik sıklığını yansıtmaktan öte göstergeler içerebileceği de düşünülmelidir. G7'nin ekonomik ve kültürel sermaye açısından birikimi düşük katılımcılardan oluştuğu dikkate alındığında, bu grupta haftada bir müze ziyareti yapan katılımcıların bulunması pek gerçekçi görünmemektedir. Dolayısı ile, bu seçim göründüğünün ötesinde katılımcıların meşru kültüre yakın durmak ya da başka gerekçeler ile çeşitli gerekçeler ile kendilerini bu şekilde konumlandırmak istediklerine işaret ediyor olabilir. Bourdieu'ya (2015) göre sosyal sınıflar arasında sürekli devam eden bir rekabet, sınıf düşme ve yeniden sınıflanma diyalektiği vardır. Toplumsal hiyerarşide üst katmanlarda yer alan sınıflar kendi konumlarını diğer

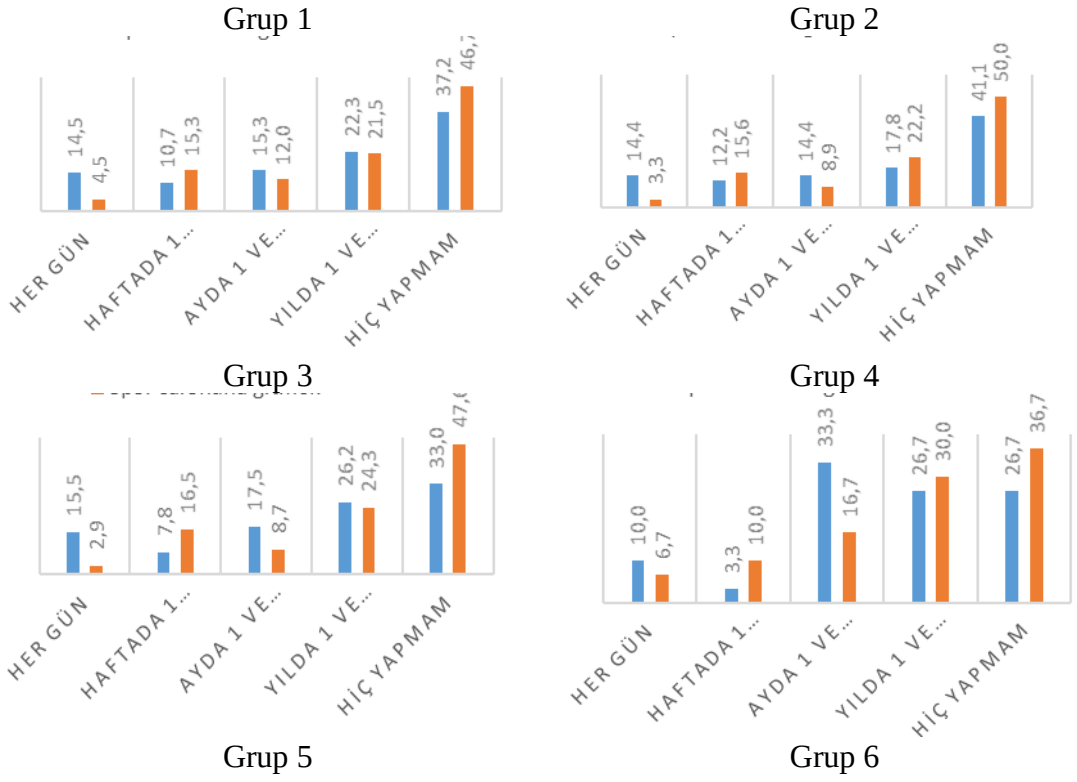
sınıflardan ayrıştırmaya yönelik yeni pratikleri keşfedip hayata geçirirken, alt sınıflar da sürekli bir üst sınıfa yükselme çabası güder (Bourdieu, 2015, s. 256). Bu perspektiften bakıldığında hergün haftada en az bir gün müze ziyareti yaptığını söyleyen G7 katılımcıların çabası bu yönde yorumlanabilir.

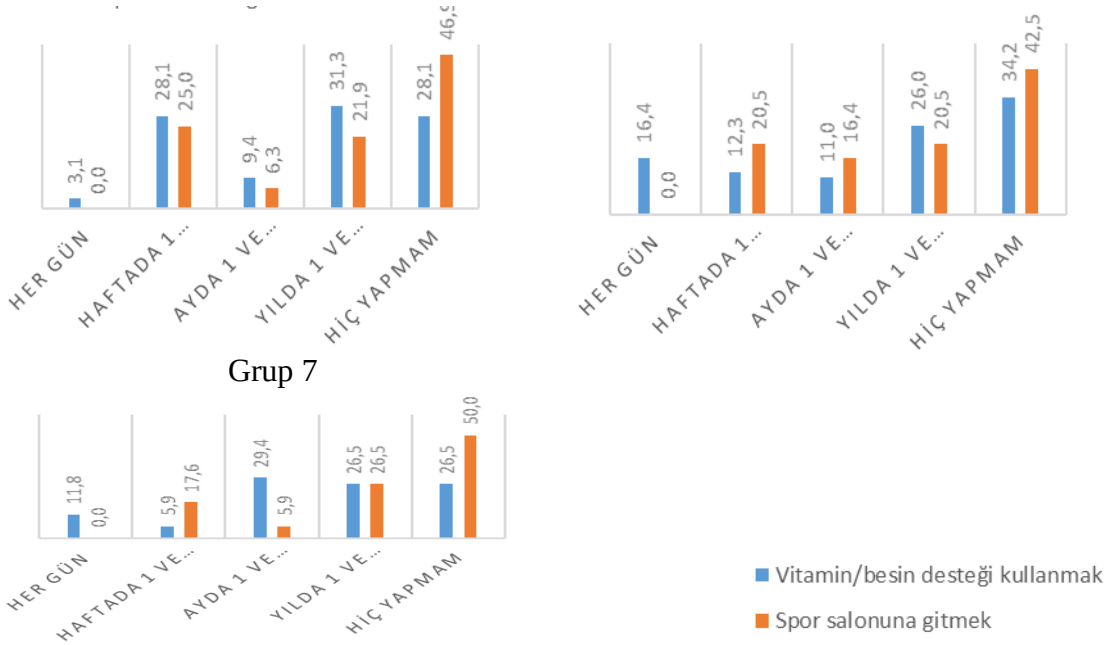


Şekil 4.6: Kültürel Tüketime Dair Pratikler

4.3.3. Sağlıklı Yaşama Dair Pratikler

Bourdieu'ya (2015) göre düzenli spor alışkanlığı bir toplumsal sınıftan diğerine büyük farklılıklar göstermektedir (Bourdieu, 2015). Bu kısımda spor alışkanlıkları ve buna ek olarak bedene gösterilen özen ve bu bağlamda sağlıklı yaşamak amaçlı vitamin ve besin desteği kullanım sıklıkları da sorgulanmıştır (Şekil 4.7). Spor salonuna gitmek ve vitamin/besin desteği kullanmak konusunda hiç yapmam diyenlerin oranı en yüksek G4'tedir. En düzenli spor yapanlar ve besin desteği kullananlar ise G5'tedir. Bu gruptakilerin yüzde 31.3'ü sıklıkla vitamin ve besin desteği kullanmakta, yüzde 25'i ise düzenli spor yapmaktadır. Pratiğin türüne uygun olarak her gün ve haftada en az bir kez yapanlar sıklıkla ve düzenli yapanlar kategorisinde değerlendirilmişlerdir. Bu konularla en az ilgili gruplar ise G4 ve G7'dir. G5 katılımcılarının ekonomik ve kültürel sermaye düzeyinin diğer gruplara göre yüksekliği dikkate alındığında sonuç şaşırtıcı değildir. Benzer paralelde ekonomik ve kültürel sermayesi görece düşük olan G7'nin konuyla daha az ilgili olması da beklenebilir. Ancak, kadınların görece yoğunlukta olduğu ve eğitim sermayesi yüksek G4 için bu tahmin edilebilecek bir sonuç değildir.





Şekil 4.7: Sağlıklı Yaşam Pratikleri

4.3.4. Küresel Kültüre Dair Pratikler

Küresel kültüre dahil pratiklere örnek olarak, Netflix izleme, dünya mutfağından yemek sunan restoranlara gitme ve puro içme alışkanlıkları baz alınarak Şekil 4.8'de incelenmiştir.

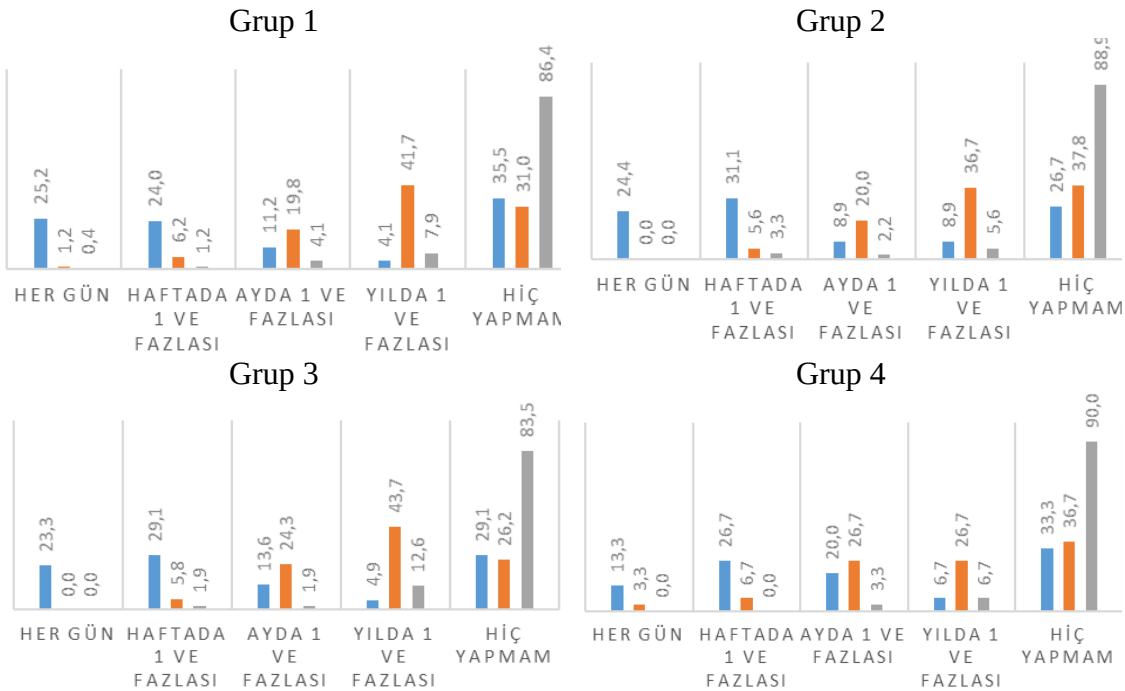
Netflix ağırlıklı yabancı dizilerin yayınlandığı merkezi yurt dışında yer alan, üyelik suretiyle ücretli bir dizi izleme platformudur. Katılımcıların bu platformu takip sıklığına baktığımızda G7 ve G2 en sık takip edenler olarak öne çıkmaktadır. Hiç takip etmeyenlerin oranı ise en yüksek G5'tedir. Grubun yüzde 37'si bu platformu kullanmadıklarını söylemişlerdir.

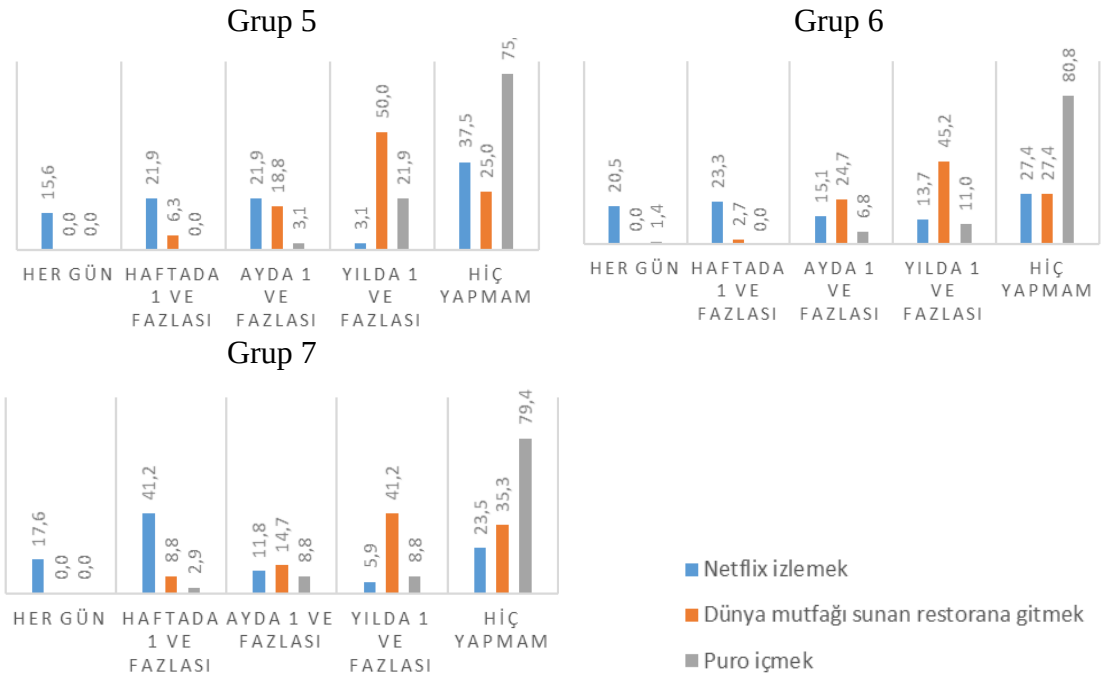
Dünya mutfağı sunan restoranlara gitme pratiği açısından her gün, haftada bir ve fazlası ile ayda bir ve fazlası bu pratiği yerine getirenler, bu pratiği düzenli olarak gerçekleştiriyor olarak düşünülmüştür. Dünya mutfağından yemekler sunan restoranlara hiç gitmeyen katılımcılar en fazla G2, G4 ve G7'de toplanmaktadır. G4 aynı zamanda sıklıkla giden katılımcıların oranı açısından da diğer gruplardan yüksektir. Başka bir deyişle, G4 içinde yer alan katılımcılar eşit oranda iki ayrılmıştır.

Puro içme alışkanlığına bakıldığında hiç yapmam seçeneğini işaretleyenlerin oranı G4 içinde yüzde 90 ile en yüksektir. Puro içme pratiğini diğer gruplara kıyasla en

çok tercih eden grup ise G5'tir. Gruptakilerin yüzde 25'i ağırlıklı yılda bir ve fazlası seçeneğini işaretlemiş olsa da puro kullandığını belirtmiştir. G5 altındaki katılımcılar Müslümanlık, dindarlık ve sosyo ekonomik seviyeleri açısından diğer gruplardaki katılımcılara göre daha yukarıdadır. Bu bağlamda, lüks tüketim olarak genelde seküler kesimin tercih ettiği puro kullanma alşıkanlığının dindar kesim içinde de benimsendiği söylenebilir. Derinlemesine görüşmelerde de kendisini Müslüman ve dindar kimlik ile tanımlayan üniversite mezunu kadın katılımcı (DG12) eşiyle pipo ve puro içme alışkanlıkları olduğundan bahsetmiştir. Katılımcı puro kullanma sebebini sosyal ortamlarda eşine eşlik etmek olarak tanımlarken, esas dikkat çeken durum bu alışkanlığını Müslüman kimliği ile bağdaştıramadığı için duyduğu rahatsızlıktır. Katılımcının Müslüman bir kadın olarak kendisini belirli bir grubu temsil ettiğinden ötürü sorumlu hissetmekte ve bu durumun toplumda Müslüman kimlik algısına zarar getireceğinden korkmaktadır.

> *"Eşim pipo içiyordu ve yanında eşlik etmemi istediğini hissettim. Baktım kokusu hoşuma gitti. Öyle devam ettim. Dış ortamda çok görünür ortamda içmek istemiyorum çünkü insanlar belli şeyleri kafalarında kalıplaştırmışlar ve bunu böyle bir tesettürlü kadın bir özenti gibi içiyor gibi gelsin de istemiyorum. Ya saklayarak içerim… Tesettürün belli sorumluluklar getirdiğini düşünüyorum bana. Her ne kadar içsel olarak öyle düşünmesem de çevresel etkende olumsuz algı bırakmasın diye çok görünür tutmuyorum. Konuşuluyor çünkü. Onu duydum daha önce" (DG12, K, 49).*





Şekil 4.8: Küresel Kültüre Dair Pratikler

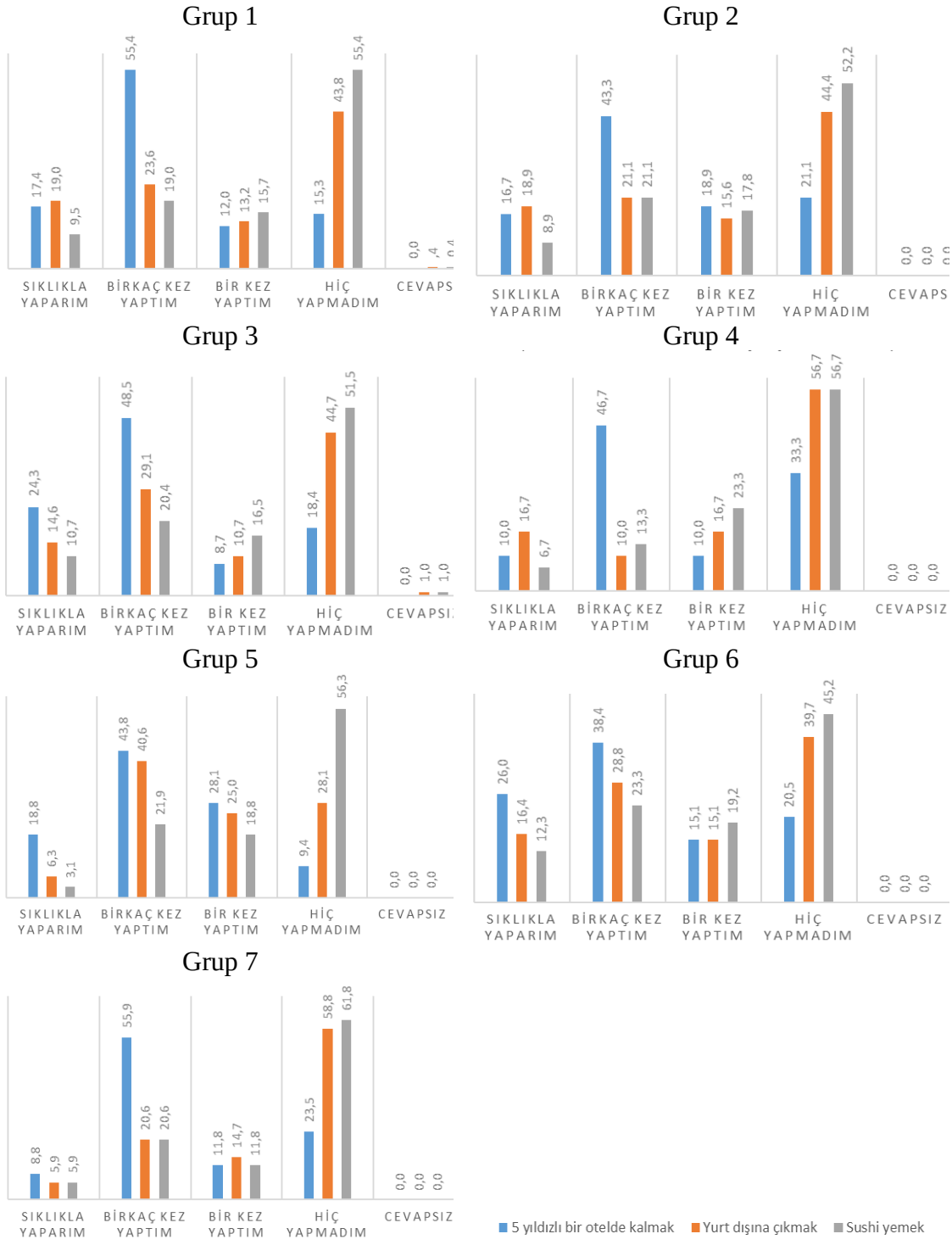
4.3.5. Lüks Tüketim Pratikleri

Lüks tüketim pratikleri kategorisi altında, ekonomik açıdan diğer tüketim alışkanlıklarına kıyasla görece daha maliyetli olması sebebiyle katılımcıların beş yıldızlı bir otelde kalma, yurt dışına çıkma ve sushi yeme pratikleri ölçümlenmiştir. Sonuçlar Şekil 4.9'da gösterilmektedir.

Beş yıldızlı otelde konaklama sıklığı yüzde 26 oranla en fazla G6'dadır. Hiç yapmadım seçeneğini işaretleyenlerin oranı ise yüzde 33 ile en yüksek G4'te görülmektedir. Yurt dışına çıkma sıklığına bakıldığında ise, G1 ve G2 diğer gruplara göre sıklıkla yurt dışı seyahati yaptığını söyleyenlerin en yoğun olduğu gruplardır. Hiç yurt dışına çıkmayanların oranı ise, en fazla G7'dedir.

Japon mutfağının yemeklerinden olan sushi, Türkiye'de de son yıllarda ilgi görmeye başlamıştır. Bu alanda yemek veren restoranların sayısı da giderek artmaktadır. Ancak özellikle ağırlıklı çiğ yenmesi sebebiyle geleneksel Türk yemek kültürüne çok yakın olmayan bu yiyecek, fiyat olarak da diğer mutfak ürünlerine göre daha pahalıdır. Sushi konusundaki tercihleri katılımcıların hem geleneksel yemeklere karşı tutumlarını hem de fiyat konusundaki esnekliklerini görmek açısından önemlidir. Sushi yemek konusunda en mesafeli grup tahmin edilebileceği gibi sermaye toplamı en düşük grup

olan G7'dir. Grubun yüzde 62'si şimdiye kadar hiç sushi yemediklerini ifade etmişlerdir. Buna rağmen, grupta yüzde 7'lik bir kesim sıklıkla sushi yemektedir. En fazla tüketimi gerçekleştiren grup ise yüzde 12 ile G6'dır. Hiç sushi deneyimi olmayanların oranı da yine bu grupta en düşük çıkmıştır.



Şekil 4.9: Lüks Tüketim Pratikleri

4.3.5.1. Boş Zaman Alışkanlıkları

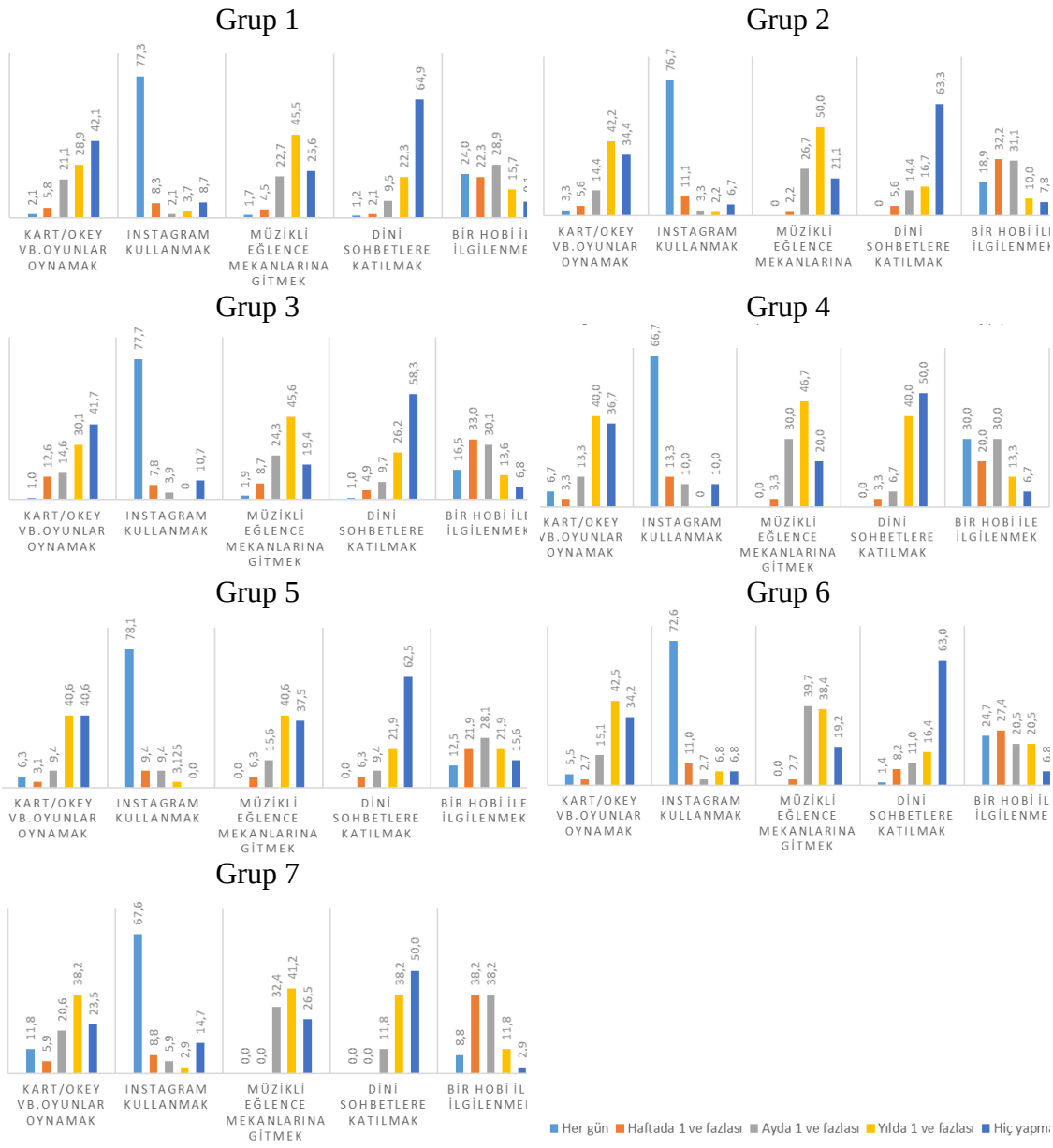
Boş zaman alışkanlıkları başlığı altında katılımcıların kart/okey ve benzer oyunlar oynama, instagram kullanma, müzikli eğlence mekanlarına gitme, dini sohbetlere katılma, bir hobi ile ilgilenme gibi pratikleri gerçekleştirme sıklığı incelenmiştir (Şekil 4.10).

Kart, okey ve benzer oyunlar oynama sıklığı en fazla G7'de görülmektedir. Bu gruptakilerin yüzde 17'si her gün ve haftada en az bir kez bu oyunları oynamaktadırlar. Oyunlara ilginin en az olduğu gruplar ise G1, G3 ve G5'tir. Bu gruplarda yer alanların yüzde 40 civarı oyunları hiç oynamadıklarını söylemişlerdir. Tüm gruplarda ortak bir özellik olarak instagram kullanım sıklığı yüzde 76 her gün olmak üzere öne çıkmaktadır. Grup alt detayında bakıldığında ise G4 ve G7 "her gün" tercihinde bu ortalamanın altında kalmaktadırlar. Bununla beraber en fazla instagram kullanım oranının G5'te olduğu söylenebilir. Zira, bu grupta yer alan katılımcıların hiçbiri, hiç kullanmam seçeneğini işaretlememişlerdir. "Hiç kullanmam" tercihinin en yüksek olduğu grup ise, yüzde 14.7 ile G7'dir. Müzikli eğlence mekanlarına gitmek konusunda pratiğin yapılabilirliği açısından her gün, haftada bir ve fazlası ile ayda bir ve fazlası seçeneklerini işaretleyenlerin toplamı alınmak suretiyle sıklıkla tercih edenler belirlenmiştir. Yılda bir ve fazlası seçeneğini tercih edenler ise pratiğe uzak olan ve nadiren bu pratiği tercih edenler olarak değerlendirilmiştir. Müzikli eğlence mekanlarına sıklıkla gitmeyi en fazla tercih eden grup yüzde 42.5 ile G6 olarak görülmektedir. Hiç gitmem diyenlerin oranı da yine bu grupta en düşüktür. Gruplar genelinde hiç gitmem seçeneğini tercih edenlerin oranının en yüksek olduğu grup ise G5'tir (yüzde 37.5). Grup 1'de ise sıklıkla giderim seçeneğini tercih edenler ile hiç gitmem diyenlerin oranı birbirine çok yakındır.

Dini sohbetlere katılım sıklığına bakıldığında hiç katılmayanların oranı G1'de yüzde 65 ile en yüksektir. Bunu yüzde 63 oran ile G2, G5 ve G6 takip etmektedir. Hiç katılmayanların oranı çıkartıldıktan sonra tüm gruplar arasında dini sohbetlere en çok katılım gösteren gruplar yüzde 50 ile G7 ve G4'tür.

Katılımcıların bir hobi ile ilgilenme alışkanlıklarına da bakılmıştır. Bu pratik özelinde, her gün ve haftada bir ve fazlası seçeneğini seçen katılımcıların bu pratiği sıklıkla yerine getirdikleri düşünülmektedir. Ayda en az bir kez ve yılda en az bir kez seçenekleri ise, nadiren katılım olarak değerlendirilmiştir. Bu çerçevede G6 ve G2 bu

faaliyeti en sık gerçekleştiren gruplardır. Bir hobi ile hiç ilgilenmeyenlerin oranının en yüksek olduğu grup ise G5'tir.

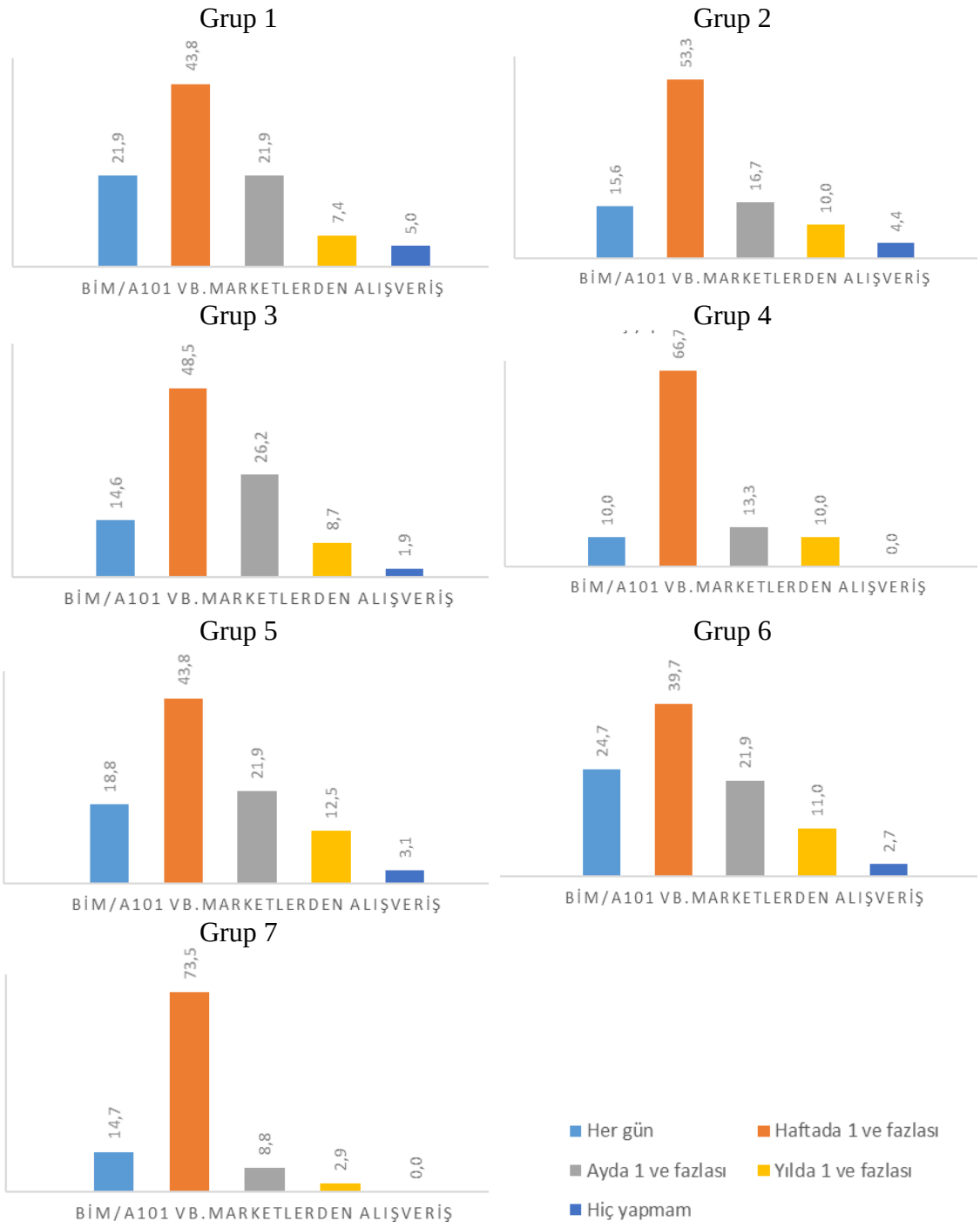


Şekil 4.10: Boş Zaman Alışkanlıkları

4.3.5.2. Alışveriş pratikleri

Alışveriş başlığı altında katılımcıların BİM/A101 gibi düşük bütçeli marketlerden alışveriş sıklıkları incelenmiştir. Sonuçlar Şekil 4.11'de gösterilmektedir. Her gün ve haftada en az bir seçeneğini işaretleyenler, sıklıkla bu pratiği sergiliyor olarak

değerlendirilmiştir. Bu çerçevede en sık alışveriş alışkanlığı yüzde 88 ile G7'dedir. Bu grubun istisnasız olarak tüm üyeleri bu tarz marketlerden alışveriş yapmaktadır. Hiç yapmam ya da yılda en az bir kez yaparım seçeneğini işaretleyenlerin oranına bakıldığında ise, G5 ve G2 bu pratiği en az tercih eden gruplar olarak öne çıkmaktadır.



Şekil 4.11: Alışveriş Pratikleri

4.3.5.3. Değerler

Katılımcıların sahip oldukları değer yargıları ve sınıf konumları arasındaki ilişkiyi anlamak amacıyla saha çalışmasında "saygıdeğer" bir kadın ve erkekte olması gereken özellikleri sunulan seçenekler arasından üç tercih yaparak işaretlemeleri istenmiştir. Buna ek olarak altı önerme arasından likert ölçeği kullanmak suretiyle önermedeki görüşe katılım dereceleri sorgulanmıştır. Aynı özelliklerin kadın ya da erkekte aranma oranları arasındaki farklılık katılımcıların cinsiyetçi bakış açısına sahip olup olmadıkları hakkında da fikir verecektir.

Saygıdeğer olabilmek için bir kadında ve bir erkekte aranan özellikler arasında ilk beş sırada tercih edilme sırasıyla, dürüstlük, mütevazilik, iyi bir meslek sahibi olma, namuslu olma ve hayırsever olma kriterleri yer almaktadır. Tüm seçeneklerin yer aldığı grup tercihlerinin kadın ve erkek bazında karşılaştırması Tablo 4.58'de gösterilmektedir. Öne çıkan ilk beş tercih ise Şekil 4.12'de karşılaştırmalı olarak gösterilmiştir.

Tüm gruplar, dürüstlüğü kadınlar ve erkekler için saygıdeğer olabilmek adına en önemli kriter olarak nitelendirmişlerdir. Kadın ve erkek için ayrı ayrı bakıldığında, G5 ve G7 dışındaki gruplarda dürüstlük kriterinin erkeklerde aranma yüzdesi daha yüksektir. İkinci sıradaki kriter olarak mütevaziliğe bakıldığında, G1, G3, G4, G5 ve G6'da kadın ve erkek kırılımında sonuçlar birbirine yakındır. Bu gruplar kadınlar ve erkekler için bu kriterin yakın derecede önemli olduğunu söylemişlerdir. G2 ve G7'de ise aralık açılmaktadır. G2 katılımcıları için mütevazilik erkeklere göre daha çok bir kadını saygıdeğer yapan kriterler arasındadır. G7'de ise bu durumun tam tersi söz konusudur.

Bu grup mütevaziliği erkekler için kadınlara göre daha önemli bulmaktadır. İyi bir meslek sahibi olmak konusunda G7 dışında tüm gruplar için bu kriter kadınlar ve erkekler için yakın derecede önemlidir. Yine de grupların bazılarında kadın (G1 ve G6) bazılarında ise erkek tercihi öne çıkmaktadır. G7 katılımcılarının ise yüzde 38'i bu kriterin saygıdeğer bir erkekte aranan özellik olduğun söylerken, kadınlar için bu oran yüzde 29'dur.

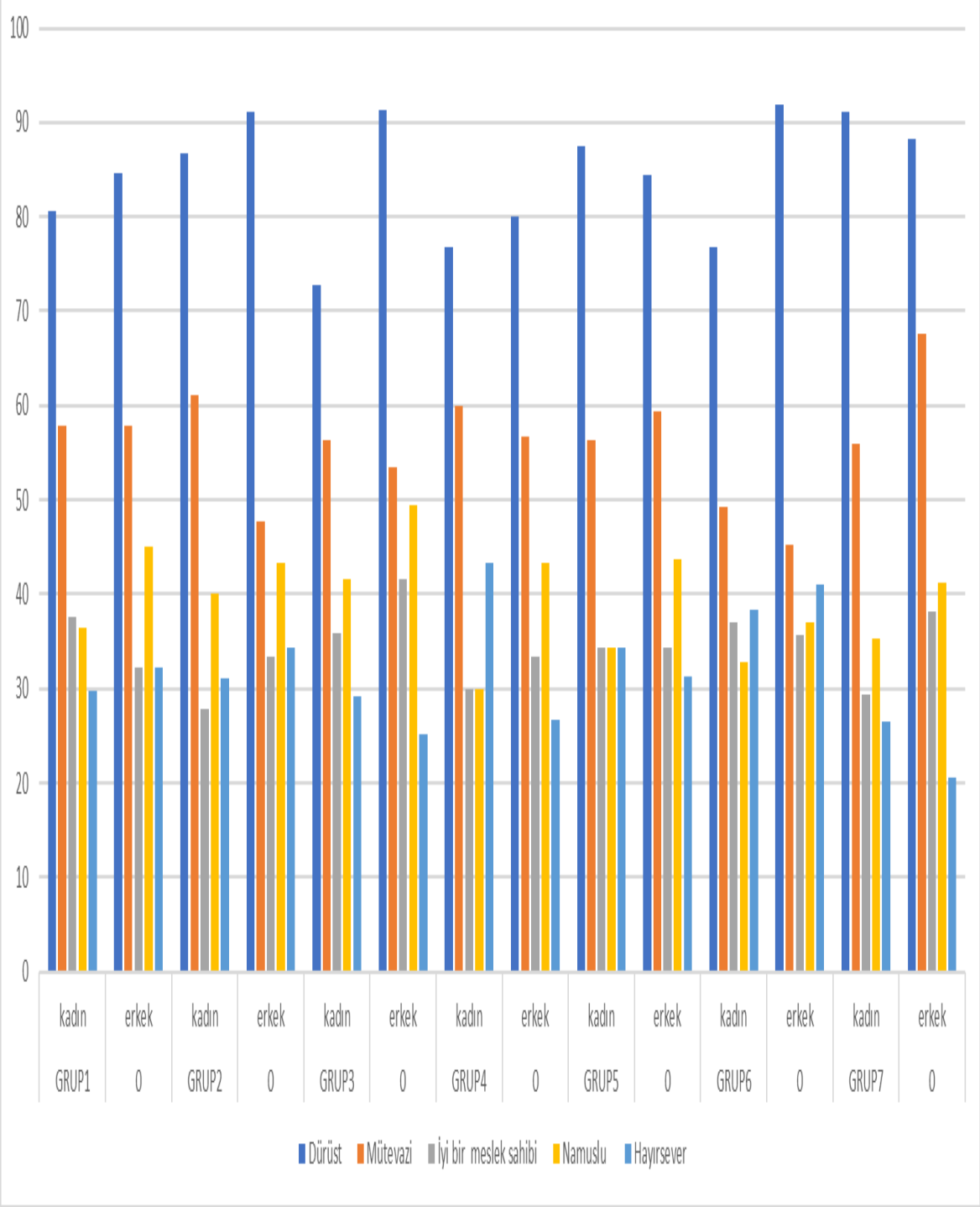
Namusluluk kriterinde ise beklenilenin aksine tüm gruplar bu özelliğin bir erkek için daha önemli olduğu yönünde tercih yapmışlardır. Hayırseverlik, G6, G5, G4, G3 tercihlerinde kadınlar için öne çıkan bir özellik olurken, kalan gruplarda erkekler öne çıkmaktadır. Cinsiyetler arası en belirgin farklılık ise G4'tedir. G4 katılımcılarının yüzde

43'ü hayırseverliği saygıdeğer bir kadında aranan özellikler arasında işaretlerken erkekler için bu oran yüzde 27'de kalmaktadır.

Bu özelliklerin dışında iyi Türkçe konuşmak da katılımcıların yüzde 10'dan fazla tercih ettiği bir kriter olmuştur. Burada dikkat çeken bir husus ise, bu özelliğin saygıdeğer bir kadın profili için erkeğe göre daha önemli bulunuyor olmasıdır. Benzer şekilde, iyi giyinmek de G4 ve G5 dışında kadınlar için önemi bulunan bir özelliktir. Hem kadın hem erkeklerde saygıdeğerlik ile gelir düzeyini ilişkilendiren gruplar ise G4 ve G7'dir.

Tablo 4.58: Saygıdeğer Bir İnsanda Aranan Özellikler (%)

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**
Kadın							
Dürüst	80.6	86.7	72.8	76.7	87.5	76.7	91.2
Mütevazi	57.9	61.1	56.3	60	56.3	49.3	55.9
İyi bir meslek sahibi	37.6	27.8	35.9	30	34.4	37	29.4
Namuslu	36.4	40	41.7	30	34.4	32.9	35.3
Hayırsever	29.8	31.1	29.1	43.3	34.4	38.4	26.5
İyi Türkçe konuşan	16.9	15.6	15.5	16.7	15.6	17.8	20.6
Yabancı dil bilen	8.7	10	9.7	6.7	12.5	12.3	8.8
İyi giyinen	7.4	6.7	9.7	6.7	3.1	11	8.8
İyi gelir sahibi	6.6	4.4	6.8	13.1	3.1	4.1	11.8
Muhafazakar	4.1	2.2	4.9	3.3	3.1	6.8	2.9
Evli	1.7	2.2	2.9	0	0	0	0
Çocuk sahibi	1.7	1.1	2.9	3.3	3.1	2.7	0
Tesettürlü	1.7	2.2	2.9	0	3.1	4.1	0
Erkek							
Dürüst	84.7	91.1	91.3	80	84.4	91.8	88.2
Mütevazi	57.9	47.8	53.4	56.7	59.4	45.2	67.6
İyi bir meslek sahibi	32.2	33.3	41.7	33.3	34.4	35.6	38.2
Namuslu	45	43.3	49.5	43.3	43.8	37	41.2
Hayırsever	32.2	34.4	25.2	26.7	31.3	41.1	20.6
İyi Türkçe konuşan	16.1	13.3	9.7	16.7	12.5	11	14.7
Yabancı dil bilen	6.6	7.8	3.9	6.7	15.6	8.2	5.9
İyi giyinen	3.3	4.4	6.8	13.3	3.1	8.2	5.9
İyi gelir sahibi	7.4	11.1	10.7	10	0	6.8	11.8
Muhafazakar	5.8	2.2	1.9	6.7	0	6.8	2.9
Evli	1.7	0	1	0	0	1.4	0
Çocuk sahibi	0	0	0	3.3	3.1	0	0
Eşi tesettürlü	0.4	2.2	0	0	0	0	0



Şekil 4.12: Saygıdeğer Bir Kadın Ve Erkekte Aranan İlk Beş Özellik (%)

Sonuç itibarıyla; tüm gruplardaki katılımcılar belirli değerleri belirli cinsiyet grupları ile ilişkilendirmektedir. Örneğin, hayırseverlik ve iyi bir meslek sahibi olmak bazı gruplarda saygın kadınların sahip olması gereken özellikler olarak öne çıkmaktadır.

Katılımcıların cinsiyetçi tutum ve değerlerini anlamak amaçlı olarak belirli önermelere katılım dereceleri de sorgulanmıştır. Gruplar arası karşılaştırmalı sonuçlar Tablo 4.59'da gösterilmektedir. Cinsiyetçi yaklaşım ile ilgili üç önerme olan erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur, kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır ve kız çocukların üniversitede okuması gerekli değildir önermeleri arasında en fazla karşı çıkılan önerme tüm gruplar arasında ortak olarak kız çocukların üniversite okumasının gerekli olmadığı önermesidir. Bu önermeye en fazla karşı çıkan grup ise, gelir düzeyi diğerlerine göre en düşük olan G7'dir. G4 içinde ise yüzde 10'luk bir kesim bu önermeye kesinlikle katılmaktadır. Tüm gruplar içinde en yüksek önermeye katılım oranı G4 içindedir. Özellikle kadınların en yoğun olduğu grubun G4 olduğu dikkate alınırsa, bu sonuç şaşırtıcıdır.

Erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur önermesi ise en fazla G2 tarafından desteklenmektedir. Bu önermeye en karşı grup ise G7'dir. Kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır önermesi en fazla G1, G2, G3, G5 tarafından birbirine yakın oranda (yüzde 30 civarı) desteklenmektedir. Önermeye en fazla karşı çıkan grup ise, G7'dir. Tüm gruplar arasında G7 cinsiyetçi söylemleri en az destekleyen grup olarak görülmektedir. Nikahsız ilişkilere yaklaşım konusunda en karşı olan grup G4'tür. Grubun yüzde 57'si bu önermeye katıldıklarını ifade etmişlerdir. Önermeyi en az destekleyen grup ise, G6'dır. Katılımcıların kültürel aktivitelere karşı kendilerini nasıl pozisyonlandırdıklarını anlamak için opera ve klasik müzik ile ilgili önermeler hakkındaki görüşleri de sorulmuştur. Gruplardan bağımsız olarak katılımcıların yüzde 70'inden fazlası opera ile ilgili önermeye katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Ancak en fazla karşı çıkan gruplar, G5 ve G7'dir. Klasik müzik ile ilgili önermede ise, grupların çoğunluğu yüzde 80'in üzerinde bir oranla bu önermeye katılmadıklarını dile getirmişlerdir. Buna rağmen G2 ve G7'de katılmama oranı bunun epeyce altındadır. Özellikle G7 içinde yüzde 12 oranında bir kesim fikrim yok seçeneğini işaretlemişlerdir. İfadeyi destekleyenlerin oranı ise tüm gruplar içinde çoğunlukla yüzde 10'un altındadır. Buna rağmen, G7 içinde bu

ifadeyi destekleyenlerin oranı yüzde 20 ile tüm grupların çok üzerindedir. G2 için ise bu oran, yüzde 16'dır.

Tablo 4.59: Cinsiyet Ve Kültüre Dair Önermeler %

	Grup 1 Fikrim yok	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur.	4.5	3.7	10.7	31	50
Klasik müzik bizim gibi insanlara göre değil.	4.1	2.5	5	39.7	48.8
Operaya gitmek hiç istemem.	10.3	4.5	7.9	29.3	47.9
Nikahsız ilişkiler bana uygun değil.	6.6	27.3	18.6	20.2	27.3
Kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır.	3.3	7	24.8	28.9	36
Kız çocukların üniversitede okuması gerekli değildir.	2.9	9.1	0.8	3.3	83.9
	Grup 2 Fikrim yok	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur.	2.2	4.4	21.1	31.1	41.1
Klasik müzik bizim gibi insanlara göre değil.	6.7	2.2	13.3	34.4	43.3

Operaya gitmek hiç istemem.	7.8	8.9	11.1	40	32.2
Nikahsız ilişkiler bana uygun değil.	3.3	30	20	27.8	18.9
Kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır.	3.3	10	21.1	26.7	38.9
Kız çocukların üniversitede okuması gerekli değildir.	1.1	4.4	0	5.6	88.9

Tablo 4.59: *(devam)*

	Grup 3 Fikrim yok	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur.	3.9	3.9	12.6	32	47.6
Klasik müzik bizim gibi insanlara göre değil.	4.9	1.9	7.8	34	51.5
Operaya gitmek hiç istemem.	12.6	6.8	6.8	38.8	35
Nikahsız ilişkiler bana uygun değil.	4.9	32	20.4	23.3	19.4
Kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır.	0	10.7	20.4	34	35
Kız çocukların üniversitede okuması gerekli değildir.	1	5.8	0	12.6	80.6

	Grup 4 Fikrim yok	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur.	0	3.3	13.3	36.7	46.7
Klasik müzik bizim gibi insanlara göre değil.	6.7	3.3	3.3	56.7	30
Operaya gitmek hiç istemem.	6.7	3.3	13.3	33.3	43.3
Nikahsız ilişkiler bana uygun değil.	3.3	30	26.7	23.3	16.7
Kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır.	10	3.3	20	26.7	40
Kız çocukların üniversitede okuması gerekli değildir.	0	10	3.3	6.7	80

İki dindar grup olan G4 ve G7 arasındaki farklılaşma burada hem saygıdeğer kadın/erkek özellikleri seçiminde hem de önermelerde belirgin şekilde ortaya çıkmaktadır. G4 eğitim düzeyi daha yüksek olmasına rağmen G7'ye kıyasla oldukça cinsiyetçi bir bakış açısına sahiptir. Bu da eğitim düzeyinin bu konudaki etkisinin sınırlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.59: *(devam)*

	Grup 5 Fikrim yok	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur.	0	9.4	12.5	31.3	46.9
Klasik müzik bizim	3.1	3.1	3.1	25	65.6

gibi insanlara göre değil.					
Operaya gitmek hiç istemem.	6.3	6.3	3.1	34.4	50
Nikahsız ilişkiler bana uygun değil.	6.3	15.6	28.1	28.1	21.9
Kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır.	6.3	0	31.3	34.4	28.1
Kız çocukların üniversitede okuması gerekli değildir.	0	6.3	0	6.3	87.5

	Grup 6				
	Fikrim yok	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur.	0	6.8	13.7	30.1	49.3
Klasik müzik bizim gibi insanlara göre değil.	6.8	1.4	8.2	32.9	50.7
Operaya gitmek hiç istemem.	9.6	5.5	5.5	26	53.4
Nikahsız ilişkiler bana uygun değil.	5.5	26	15.1	23.3	30.1
Kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır.	5.5	2.7	20.5	34.2	37
Kız çocukların	1.4	4.1	4.1	4.1	86.3

üniversitede okuması gerekli değildir.					
	Grup 7				
	Fikrim yok	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur.	5.9	2.9	8.8	35.3	47.1
Klasik müzik bizim gibi insanlara göre değil.	11.8	8.8	11.8	17.6	50
Operaya gitmek hiç istemem.	2.9	5.9	8.8	17.6	64.7
Nikahsız ilişkiler bana uygun değil.	5.9	32.4	14.7	29.4	17.6
Kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır.	5.9	0	5.9	38.2	50
Kız çocukların üniversitede okuması gerekli değildir.	0	5.9	0	0	94.1

4.3.5.4. Sınırlar

Grupların birbirlerine koydukları ahlaki sınırların belirlenmesi araştırmanın odaklandığı alanlardan bir diğeridir. Bu bağlamda, katılımcılara komşu olmaktan en çok kaçındıkları gruplar çeşitli başlıklar altında sorulmuştur. Grup bazında karşılaştırmalı sonuçlar Tablo 4.60'da gösterilmektedir. Grupların hepsinde ortak olarak yüksek derecede istenmeyen gruplar, uyuşturucu madde kullananlar, sabıkalılar, çok içki içenler, Suriyeli bir aile, aşırı dindarlar, eşcinseller ve aşırı

sağcılar olarak öne çıkmaktadır. Sonuçlar literatürdeki diğer çalışmalar ile karşılaştırıldığında, 2011 yılında Akşit ve arkadaşları tarafından yapılan, köylü ve kentli katılımcıları kapsayan bir örnekleme sahip Türkiye'de Dindarlık araştırmasının bulguları ile uyumludur (Akşit, Şentürk, Küçükkural, & Cengiz, 2012). Söz konusu araştırmada benzer soruya verilen cevaplarda da birinci sırada uyuşturucu madde kullananlar yer almaktadır. Ancak ilgili araştırmaya kıyasla sabıkalılar ikici sıraya yükselmiş ve tarih itibarıyla ilgili araştırmanın gündem ve seçenekleri arasında olmayan Suriyeliler sıralamada ilk beş tercih edilmeyen grup arasında yer almıştır. Bir başka önemli farklılık ise, tercih edilmeyen gruplar arasında Türkiye'de Dindarlık araştırmasında ikinci sırada olan eşcinsellerin, bu araştırmada yedinci sıraya gerilemesidir.

Tablo 4.60: Komşu Olarak İstenmeyen Gruplar %

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**
Uyuşturucu madde kullananlar	82.2	80	80.6	86.7	78.1	78.1	73.5
Sabıkalılar	61.2	52.2	61.2	80	56.3	54.8	61.8
Çok içki içenler	49.2	48.9	55.5	53.3	65.6	47.9	50
Suriyeli bir aile	41.3	40	42.7	40	43.8	38.4	29.4
Aşırı dindarlar	40.5	41.1	35	50	43.8	42.5	26.5
Homeseksüeller/eşcinseller	37.6	28.9	35	30	40.6	31.5	26.5
Aşırı sağcılar	35.5	34.4	33	33.3	50	31.5	29.4
AIDS hastalığı olanlar	33.9	27.8	28.2	23.3	31.3	27.4	20.6
Romanlar (çingeneler)	33.1	41.1	33	23.3	37.5	35.6	20.6
Aşırı solcular	21.1	27.8	23.3	23.3	28.1	20.5	11.8
Genç öğrenciler	16.2	5.6	1.9	0	6.3	2.7	0
Dinsizler	12.4	13.3	11.7	10	18.8	19.2	5.9
Kürtler	9.9	15.6	16.5	6.7	15.6	12.3	5.9
Evlenmeden yaşayan bir çift	6.6	14.4	14.6	13.3	9.4	13.7	5.9
Yalnız yaşayan kadın ya da erkek	5.4	7.8	1	6.7	0	5.5	5.9
Başka ırk ya da renkten olanlar	2.5	6.7	1.9	10	0	0	0
Başka dine mensup insanlar	1.2	4.4	2.9	6.7	3.1	6.8	2.9
Aleviler	1.2	6.7	1.9	3.3	3.1	4.1	0
Hiçbiri beni rahatsız etmez	6.6	7.8	6.8	0	9.4	5.5	5.9
Diğer	2.9	3.3	1.9	0	0	2.7	2.9

Ergin ve arkadaşları tarafından 2009-2011 yılları arasında TUBITAK araştırma projesi olarak gerçekleştirilen "Kültürel Sınırların İnşası" isimli araştırmanın bulguları ise, bu araştırma bulgularından oldukça farklıdır. Söz konusu araştırmada komşu olmak istenmeyen gruplar arasında ilk sırada eşcinseller ve evlenmeden beraber yaşayan bir çift yer almaktadır (Rankin, Gökçen, & Ergin , 2014).

Her iki araştırma ile karşılaştırmalar yapılırken araştırmalar arasında örneklem farklılıkları olmasının da sonuçları etkileyebileceği göz önüne alınmalıdır. "Türkiye'de Dindarlık" araştırmasının örneklemi tüm Türkiye geneline yayılmış katılımcıya içerirken, "Kültürel Sınırların İnşası" isimli araştırmanın örneklemi, sadece İstanbul ilinde yaşayan, yüzde 61'i üniversite ve üzeri eğitim düzeyine sahip yaş ortalaması 36 olan katılımcılardan oluşmaktadır. Bu anlamda, bu araştırmanın örnekleminin demografik özellikleri ile paralellik gösterdiği söylenebilir.

Gruplar arasındaki belirgin farklılıklara bakıldığında belirgin derecede diğer gruplara göre yüksek olan tercihler sabıkalılar (G4, yüzde 80), çok içki içenler (G5, yüzde 66), aşırı dindarlar (G4, yüzde 50), aşırı sağcılar (G5, yüzde 50), genç öğrenciler (G1, yüzde 16), başka ırk ya da renkten olanlar (G4, yüzde 10) olarak görülmektedir. Gruplar arasında hoşgörü düzeyi en yüksek grup ise, hemen hemen tüm tercihlerde diğerlerine göre görece daha düşük bir yüzde orana sahip G7'dir.

Suriyeli komşulara yönelik en fazla tepki gösteren grup G5, en az tepkili grup ise G7'dir.Bununla beraber tüm gruplarda Suriyeli komşulara karşı olanların ortalama oranı yüzde 40 civarındadır. Gerçekleştirilen derinlemesine görüşmelerde de katılımcının demografik profilinden bağımsız olarak özellikle Suriyelilere yönelik tepkiler çoğunluktadır. Sosyo ekonomik düzeyi yüksek, 46 yaşındaki üst düzey yöneticilik yapan inşaat mühendisi katılımcı Suriyeli kimliğine olan tepkisini aşağıdaki şekilde yer yer ayrımcılığa varan sözlerle dile getirmiştir.

> *"Suriyeli açısından tanımadığım bir halktı. Tanıdık, çok fazlalar. 4-5 milyon ve çoğalıyorlar. Onlar şimdi kadınlara tecavüz ediyorlar, hırsızlık yapıyorlar. Daha dün mü ne 20 yaşında Suriyeli evli bir kadını takip etmiş yarım saat. Ondan sonra taciz etmeye çalışmış. Mahalleli üstüne geldiğinde kocası görmüş tabi. Salak o da bir yerde sıkıştırmışlar, linç etmeye*

çalışmışlar. CNN'de radyodan dinledim. Görüntüleri göremedim. Şu anda oluyordur. Birçok Türk de yapıyordur bunu. Türk vatandaşı da yapıyordur ama Suriyeli oldukları için onların bu yönleri ortada" (DG1, E, 46).

Sosyo ekonomik statü azaldıkça ise, Suriyeliler hakkındaki görüşler daha çok ekonomik kaynaklara erişim olanakları çerçevesinde şekillenmektedir. 34 yaşındaki gecekonduda yaşayan ev hanımı katılımcı için Suriyelilerin Türkiye'de gelir kazanmak açısından sahip olduğu imkanlar kendisinden daha yüksektir ve bu durum onu rahatsız etmektedir.

"Ya şöyle rahatsız ediyor. Ya en azından bizlerden kalan, mesela ne bileyim ben 7 sene önce çalıştığım bir yerde. Suriyeliler vardı. Onlara yemek yapıyordum mesela. Iıı kendileri her ay gidip maaş alıyordu. Yani ben şu anda mesela, benim devletim, benim ülkemde ben kendime gidip maaş alamıyorum. Ama onlar hem kendileri çalışıyor, hem gidip maaş alıyorlar. Ya bu beni rahatsız ediyor tabi ki de. Ya sağıma bakıyorum Afganlı, soluma bakıyorum Suriyeli. E tabi biraz rahatsız ediyor yani" (DG10, K, 34).

Avukatlık yapan erkek katılımcı ise Suriyelilerin ve genel anlamda yabancı uyrukluların toplumsal düzeni bozan yönüne işaret etmektedir.

"Olmaması lazım bu kadar. Yani insanların bu kadar dejenere… Bir kere sınır güvenliğinin olması lazım. Ne girdi ne çıktı bilmiyoruz. Yani kim girdi, hasta mıydı, sağlıklı mıydı? E toplum düzenini de çok bozan şeyler bunlar. Çünkü yani sizi bugün gelip bir Suriye vatandaşı bir şekilde öldürdüğünde veya vurduğunda hiçbir kaydı yok adamın. E toplum düzenini bozar bu. Yani bu hukuka güveni azaltır, devlet güvenini azaltır. E zaten tüm tetikçiler, hırsızlar şu an yabancı uyruklular. Adamın kaydı yok ki, adam Hasan'dı Hüseyin olarak soktun sen ülkeye" (DG13, E, 27).

Gerekçeler farklı açılardan olsa da Suriye kökenli mülteci ve göçmenlere yönelik tepkiler hemen hemen ortaktır. Dini inanç ve siyasi eğilimlerin de bu konudaki görüşleri fazlaca etkilemediği görülmektedir. Yakın zamana kadar oyunu AK Parti'ye veren Kürt kökenli ilkokul mezunu dindar katılımcı görüşlerini şöyle özetlemiştir:

"Doğruya doğru, yanlışa yanlış. AK Parti'de doğrusunu görüyorum, doğrudur, yanlışı yanlıştır. Şu Suriye politikasında, ben ilk geldiklerinden… İlk geldiklerinden beri söylüyorum. Diyorum ki bu Suriye politikasında bunlar başımıza bela yaptı. Karşıyım. Tamam, ümmetçilik güzel bir şeydir. Dinimiz de bunu emrediyor. Müslüman, Müslüman'ın kardeşidir. Ama şimdi bizim… "

"Şimdi benim ihtiyacım varsa, sen o kadar 5 milyon insanı buraya doldurmanın bir anlamı yok. Ve şimdi bu 5 milyon insanın içerisinde bizim Türk milleti, Türk patronlarımız onları bir sigorta karşılığı… Nasıl ki AK Parti İstanbul'u kaybetti bir patates uğruna, bizim patronlar da yerli işçiyi bir sigorta karşılığı çıkarttılar. Şimdi devlet, hükümet milli değil mi? Milli, hep milli diyor. Benim milli nerde kaldı? Benim kendi toprağımda yani ben işsiz kalıyorsam ben gelenler yüzünden, beni aynı kişi çıkarıyorsa, onu bir sigorta karşılığı alıyorsa, sigorta yapılmadığı için, efendim yani bunun ne anlamı var? Bu bana zarar. Benden de sana zarar. Ben onu ne yapabilirim? Anca ben oy vermem, olur biter" (DG18, E, 44).

4.4. İslam Dini Hakkında Düşünceler

Katılımcıların din ile ilgili yaklaşımlarını anlamak araştırmanın sorularından biri olan dinin farklı bir habitus yaratıp yaratmadığını görebilmek için önemlidir. Bu konuda anket formunda din ile ilgili önermeler üzerinden katılımcılara belirli önermelere ne derece katıldıkları sorulmuştur (Tablo 4.61). Derinlemesine görüşmeler de ise din sizin için ne anlam ifade ediyor sorusu üzerinden katılımcıların görüşleri alınmıştır.

Din ile ilgili önermeler üzerinden verilen cevaplar karşılaştırıldığında gruplar arasında en çok farklılaşma (yüzde 10 ve fazlası), "İslamın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor", "önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir" ve "ezan okunurken müziğin sesini kısarım" önermeleri üzerinden gerçekleşmiştir. "İslamın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor" önermesine en çok katılan grup G2, en az katılan ise G7'dir. "Önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir" önermesinde ise, G6 en çok katılan, G7 en az katılan olarak iki uçta yer almışlardır. "Ezan okunurken müziğin sesini kısarım" önermesini destekleyenler en fazla G4, en az G7'dedir. Burada önermeler genelinde G7 dini önermeleri en fazla destekleyen grup olarak öne çıkmaktadır. Bu bulgu grubun dindarlık/Müslümanlık profili ile de uyumludur. Burada çelişkili görünen bulgulardan birisi ise ezan okunurken müziğin sesini kısarım önermesinde G7'nin en az katılan grup olarak öne çıkmasıdır.

Tablo 4.61: Din İle İlgili Önermeler

	Fikrim yok	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Modern yaşamda İslamın hükümlerini aynen uygulamak imkansızdır.	13.6	15.7	15.7	29.8	25.2
İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor.	16.1	15.7	21.1	26	21.1
Deprem, günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği bir cezadır.	7.4	2.9	4.5	14	71.1
Hastalıkların çoğu günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği cezadır.	8.3	2.1	4.1	17.4	68.2
Önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir.	7	21.9	16.5	32.2	22.3
Ezan okunurken müziğin sesini kısarım.	4.5	38	30.6	11.6	15.3
İçki içilen, aslınan satılan yerlerden uzak dururum.	4.5	9.9	13.2	25.2	47.1
	Grup 2				
	Fikrim yok	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Modern yaşamda İslamın hükümlerini aynen uygulamak imkansızdır.	7.8	11.1	33.3	20	27.8
İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor.	13.3	13.3	27.8	18.9	26.7
Deprem, günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği bir cezadır.	7.8	2.2	6.7	20	63.3
Hastalıkların çoğu günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği cezadır.	2.2	5.6	6.7	18.9	66.7
Önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir.	4.4	17.8	22.2	27.8	27.8
Ezan okunurken müziğin sesini kısarım.	1.1	43.3	32.2	12.2	11.1
İçki içilen, alınan satılan yerlerden uzak dururum.	5.6	11.1	17.8	20	45.6

	Grup 3				
	Fikrim yok	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Modern yaşamda İslamın hükümlerini aynen uygulamak imkansızdır.	8.7	9.7	25.2	28.2	28.2
İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor.	13.6	13.6	26.2	22.3	24.3
Deprem, günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği bir cezadır.	5.8	1.9	11.7	19.4	61.2
Hastalıkların çoğu günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği cezadır.	4.9	1	5.8	26.2	62.1
Önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir.	4.9	15.5	14.6	35	30.1
Ezan okunurken müziğin sesini kısarım.	1	46.6	30.1	8.7	13.6
İçki içilen, alınan satılan yerlerden uzak dururum.	3.9	12.6	13.6	30.1	39.8
	Grup 4				
	Fikrim yok	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Modern yaşamda İslamın hükümlerini aynen uygulamak imkansızdır.	13.3	10	23.3	40	13.3
İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor.	0	10	33.3	26.7	30
Deprem, günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği bir cezadır.	0	0	10	33.3	56.7
Hastalıkların çoğu günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği cezadır.	10	0	6.7	33.3	50
Önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir.	3.3	20	20	40	16.7
Ezan okunurken müziğin sesini kısarım.	3.3	20	60	3.3	13.3
İçki içilen, alınan satılan yerlerden uzak dururum.	3.3	0	26.7	33.3	36.7

Tablo 4.61: *(devam)*

	Grup 5				
	Fikrim yok	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Modern yaşamda İslamın hükümlerini aynen uygulamak imkansızdır.	15.6	0	28.1	31.3	25
İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor.	9.4	12.5	18.8	31.3	28.1
Deprem, günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği bir cezadır.	3.1	6.3	0	15.6	75
Hastalıkların çoğu günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği cezadır.	3.1	0	0	15.6	81.3
Önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir.	0	18.8	21.9	43.8	15.6
Ezan okunurken müziğin sesini kısarım.	0	37.5	37.5	15.6	9.4
İçki içilen, alınan satılan yerlerden uzak dururum.	3.1	12.5	15.6	31.3	37.5
	Grup 6				
	Fikrim yok	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Modern yaşamda İslamın hükümlerini aynen uygulamak imkansızdır.	11	13.7	26	27.4	21.9
İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor.	15.1	20.5	30.1	15.1	19.2
Deprem, günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği bir cezadır.	5.5	1.4	6.8	20.5	65.8
Hastalıkların çoğu günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği cezadır.	4.1	1.4	8.2	27.4	58.9
Önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir.	2.7	28.8	21.9	23.3	23.3
Ezan okunurken müziğin sesini kısarım.	1.4	31.5	38.4	9.6	19.2
İçki içilen, alınan satılan yerlerden uzak dururum.	0	15.1	13.7	15.1	56.2

Tablo 4.61: *(devam)*

	Grup 7				
	Fikrim yok	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
Modern yaşamda İslamın hükümlerini aynen uygulamak imkansızdır.	8.8	5.9	20.6	35.3	29.4
İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor.	17.6	8.8	20.6	20.6	32.4
Deprem, günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği bir cezadır.	0	0	14.7	14.7	70.6
Hastalıkların çoğu günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği cezadır.	11.8	5.9	2.9	14.7	64.7
Önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir.	8.8	14.7	20.6	38.2	17.6
Ezan okunurken müziğin sesini kısarım.	2.9	32.4	29.4	26.5	8.8
İçki içilen, alınan satılan yerlerden uzak dururum.	0	23.5	8.8	23.5	44.1

Akşit ve arkadaşları tarafından 2011 yılında yapılan saha araştırmasında) inanç, günlük yaşam pratikleri ile dinsel bilgi-bilimsel bilgi arasındaki gerilimi yansıtan bu araştırmada da kullanılan dört önerme katılımcılara sunularak katılmıyorum, ortada, katılıyorum, cevap yok/fikrim yok seçeneklerinden birini işaretlemeleri istenmiştir. Söz konusu araştırma ile bu araştırmanın sonuçları mukayese edildiğinde, katılımcıların seçimlerinde tüm cevaplar genelinde bilimsel bilgiye doğru bir kayma olduğu görülmektedir. İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi ile ilgili önermede katılmayanların oranı aynı kalırken katılanların oranı belirgin derecede yükselmiştir. Bu da önceki araştırmada ortada olan ya da cevabı olmayanların konuyla ilgili bir karara vardığını gösteriyor olabilir. Modern yaşamda İslam hükümlerini uygulamanın imkânsız olduğu önermesinde ise hem önermeye katılanların hem de katılmayanların oranının yükseldiği görülmektedir. Bu da önceki önermede olduğu gibi fikir sahibi olmayanların bu konuda bir karara vardığına işaret ediyor olabilir. Deprem ve hastalıkların insanlara günahları sebebiyle verilen cezalar olduğu konusunda katılmayanların oranının çok bariz bir biçimde arttığı ve katılanların oranının da düştüğü görülmektedir. Bu sonuçları değerlendirirken tabi ki her iki örneklem yapısının farklılıkları da göz önünde bulundurulmalıdır (Akşit, Şentürk, Küçükkural, & Cengiz, 2012, s. 495). (Tablo 4.62).

Tablo 4.62: İki Araştırma Sonuçlarının Karşılaştırılması

			Akşit ve ark. araştırması	
	Katılıyor	Katılmıyor	Katılıyor	Katılmıyor
İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor.	39.2	46.7	20.1	46.5
Modern yaşamda İslamın hükümlerini aynen uygulamak imkansızdır.	34.6	54	24.6	44
Hastalıkların çoğu günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği cezadır.	7.5	86.3	29.6	38.2
Deprem, günahlarından ötürü Allah'ın insanlara verdiği bir cezadır.	9.3	84.8	28.6	37.1

Derinlemesine görüşmeler katılımcıların din ile ilgili düşüncelerini daha detaylı inceleme imkânı vermiştir. Katılımcıların dine yaklaşımları ana hatları ile işlevsel, felsefi, öznel başlıkları altında gruplanabilir. 41 yaşındaki metin yazarı, lisansüstü diploma sahibi,

baş örtülü katılımcı dini varoluşsal sorularına cevap vermesine ve dünyayı anlamlandırmasına yardımcı olan bir olgu olarak tanımlamıştır.

> *"Yani benim hayatı anlamlandırma yani hayat amacım. Var oluş sebebime verdiğim cevaplar dinle oluyor yani tabi. Varlık sebebim, dünyaya geliş sebebim, gidiş sebebim, dünyadan gitme şeklim. Bunları hep dinle anlamlandırıyorum kesinlikle" (DG6, K, 41)*

Buna yakın işlevsel bir bakış açısı da apartman görevlisi olan 40 yaşındaki erkek katılımcıdan gelmiştir.

> *"Din olması gereken bir şey, sosyal bir varlığız hepimiz. Bir şeylere ihtiyacımız var, inanmaya, güvenmeye, istemeye din bütün gereklerini yerine getiren bir şey. Din olmadan olmaz diye düşünüyorum ben. Tarihimizden gelen şeyler var mesela Türklerin İslamiyet'e girdiğinden beri yapılan savaşlar olsun, sanatta tarihte, her şey birazcık da dine bağlı oldukları için başarılı olduğunu düşünüyorum ben" (DG28, E, 40).*

33 yaşında ilahiyat mezunu mesleğini yaşam koçu/enerjist olarak tanımlayan ve sosyal medyada çok sayıda takipçisi olan katılımcı için din hayatı düzenlemesine yardımcı olmakta ve onun için hayatı kolaylaştırmaktadır.

> *"Eğer Müslüman olduğum için Müslümanlıktan bahsediyorsak benim hayatımda planlayıcılık… ibadetler konusunda insanı planlıyor zaman noktasında planlama, onun haricinde aslında yaşantıyı da planlayan birçok şey var hani sakınman gerekenleri sana söylüyor, yapman gerekenleri söylüyor. Bunları yaparsan huzur bulursun, bunları yapmazsan huzursuz olursun ve bunlar senin için zararlı. Öyle bir planlayıcılık".*

Soru: Hayatı mı kolaylaştırıyor yani?

> *"Evet aslında hayatı kolaylaştırıyor çünkü bir şeye bağlanmak, bir yaratıcıya inanmak insanı ayakta tutuyor ama bunu tam bir teslimiyetle yapamadığımız zaman, öyle bugün baktığımız zaman evet hepimiz Müslüman olduğumuzu söylüyoruz ama tam teslimiyet olmadığı için en ufak şeyde de yıkılıyoruz" (DG7, K, 33).*

Bunların yanı sıra konu üzerinde fazlaca sorgulamadan dini ibadetlerle özdeşleştiren yorumlar da vardır.

> *"Din dediğin zaman beş vakit namazını kılman, orucunu tutmak Ramazanlarda" (DG29, K, 37).*

"Elimden geldiği kadar yapmaya çalışıyorum. Hani namazımı aksatmamaya çalışıyorum. Oruçlarımı tutuyorum elhamdülillah. Haramdan kaçmaya çalışıyorum. Yaptığıma inanıyorum" (DG10, K, 34).

Bir katılımcı ise din ile siyaseti tarihten bu yana içi içe görmektedir.

"Aynı şimdiki politika. O zaman peygamberlerimiz, işte birbirlerini istememişler. Ömer'i bir yol gitmiş, Osman'ı bir yol gitmiş, Ali'si bir yol gitmiş. Onlardan bize kalan şey işte kavga, onların verdiği bir mücadele. O zamandan başlamış, bu zamana gelmiş. Aynı şeyler. Şimdi Tayyip'i başka bir şey der, İmamoğlu başka bir şey der, Kılıçdaroğlu başka bir şey der. Aynı hocam. Siyaset gibi. Tabi peygamberlerimiz siyaset şey olmaz ama" (DG25, K, 41).

Bazı katılımcılar dinin özel alan olduğunu ve bu alana kimsenin müdahale etme hakkı olmadığını ifade etmişlerdir.

"Din bir kere insanın kendi kalbinde, beyninde, içinde, hiç kimseye bir şey ispatlamadan, herkesin içinde yaşaması gereken bir olgu. Düşüncede… Görüntü olarak zaten, herkes nasıl görünmek istiyorsa o şekilde görünebilir. Kimsenin kimseye bu anlamda müdahale etmeye hakkının olmadığını düşünüyorum. Birilerinin başka birilerine bir şeyler dayatması, "Namazını kıldın mı?" ya da "Oruç niye tutmuyorsun?" gibi. Bu tarz sorulardan hiç hoşlanmam. Kendim de sormam zaten. Nefret ettiğim bir konudur. Hani ben ne yapıyorsam kendim için yapıyorumdur. Sen ne yapıyorsan kendin için yapıyorsundur. Bu beni ya da seni ilgilendiren bir şey değildir. Dediğim gibi, din konularının… Ölen bir arkadaşım vardı ben lise sondayken. Bana şunu söyledi. "Kimseyle din ve siyaset konuşma." Ben de bunu kulağıma küpe ettim. Gerçekten biriyle din konuştuğumda olay farklı bir taraflara kaydı. Söylemek istemediğim ya da onun algılamak istediği şekilde algıladı. Konular koptu. Sonra da bir daha konuşmamayı tercih ettim. Siyaset de konuşmam. Bana çok düşük bir seviye gibi gelir siyaset konuşmak. Ha tartışmaları dinlerim, fikirleri dinlerim ama ben oturup birinin siyasi görüşünü ya da dini görüşünü dayatmam. O benim özelimdir bence. İkisi de" (DG27, K, 46).

"Din insanın kendi içinde Allah ile kendisi arasında bir duygu olduğuna inanıyorum. Herkes kendi içinde yaşamalı. Yani ben sizi yargılamamalıyım. İşte sen Müslüman mısın değil misin diye. Herkesin dini kendi içinde olmalı. Allah ile kendi arasında. Ben vicdanen kendimi Müslüman olarak görüyorum. Allah ile aramdaki ilişkiyi güzel olarak görüyorum. Onun dışındaki şeyler insanların bana namaz kılıyor kılmıyor, oruç tutuyor tutmuyor demelerine aldırış etmiyorum" (DG20, E, 41).

Enteresan bulgulardan birisi de içinde doğup büyütülen aile ortamının her zaman birebir aktarım sağlamadığı ve bu anlamda habitusların dış faktörlerden etkilenerek zamanla dönüşme olasılığıdır. Dindar ailelerde büyüyen iki farklı yaşta ve sosyo ekonomik statüde katılımcı, dine yaklaşımlarını ve dinden uzaklaşmalarını aşağıdaki şekilde ifade

etmişlerdir. İki katılımcının hikayelerinin tamamı dinlendiğinde, benzer noktaları, dinin bireyselleşme veya özgürleşmelerine giden yolda karşılarına bir engel çıkardığı ya da tam anlamıyla model olamadığını düşünmeleridir. 40 yaşındaki Çankırı doğumlu erkek katılımcı 30 yaşına kadar ailesinden öğrendiği haliyle dini yaşarken, İstanbul'da yaşamaya adapte olduktan sonra habitusundaki değişimle beraber dinden de uzaklaşmıştır. Katılımcı büyük şehre göç etmesi ve gelir durumundaki artış ile beraber zevk ve ilgili alanlarının değiştiğinden bahsetmiştir. Din, bu katılımcının yeni edinmeye çalıştığı sosyal konumda aşağıdaki paragrafta söz ettiği ihtiyaçlarına cevap vermemektedir.

> *"İnancım var. Kuran okumayı öğretilerek Türkiye'nin bugün ki ortalama cami eğitiminde yazları almış, din kültürü eğitimi almış. Abdestsiz gezmeyen bir çocuk olarak yetiştik. Namaz kıldım. 5 vakit namaz kıldığım dönemler de oldu. Bu öğretilen tarafta bunu yaşadım. 30 yaşına kadar. Sonrası bence kültürel bir şey olduğunu düşünüyorum dinin".*

> *"Gezecek, değişik kültürlerin içine girecek kafamı dağıtabileceğim beni unutturabilecek her şeyi seviyorum. Beni unutturabilecek derken başka açılardan baktıracak başka keyifleri tanımana yön verecek şeyleri seviyorum. Mesela Alman ya da işte bir Almanın sabah yattığı yerde koşu yaptığı yerde Alman gibi düşünebilmeyi, İtalyan'ın yemek yediği yerde İtalyanlar gibi yemek yemeyi, Çinlilerin içinde sokaklarında kaybolmak bunlar zevkli bir şeyler. Müzeleri seviyorum. Çok büyük resimlere bakmayı seviyorum. Müzelerin dingin sakin içeride huzur. Mesela benim yaşadığım yerlere yakın olsa canım sıkıldıkça giderim. Sakin dingin. Bunu batıda çok yapan var. Bizde yok. Varsa da çok az. Aslında müzeler çok değerli. Her gittiğinde bir tane tabloyla birkaç saat geçirip, kahveni içip çıkarsın" (DG4, E, 40).*

Babası inşaat işçiliği yapan ve Karadenizli bir ailenin kızı olan 22 yaşındaki üniversite öğrencisi katılımcı ise, dini özgürlüğe giden yolda engel olarak görmektedir. Katılımcı, ailesinin yanında baş örtüsü kullanmakta ancak birlikte yaşamak zorunda olduğu ailesinden okula gitmek ya da benzer sebeplerle ayrıldığında baş örtüsünü çıkartmakta ve kıyafetlerini değiştirmektedir.

> *"Ya ben biraz İslam'a ve Tanrı'ya gerek yok şeklinde bakıyorum. Yani şöyle söyleyeyim; hani klişe vardır ya "Kur'an okudum, ateist oldum" ya da "Kur'an okudum, dinden çıktım." Benimki öyle bir süreç değil. Ben özgürleşmek istedim. Özgürlüğümün yolunda engel olan şeyin de din olduğuna karar verdim. Çünkü ne bileyim evlendikten sonra atıyorum kocanızın istediğini yapmadığınızda günah işlemiş oluyorsunuz. Neden? Hiçbir nedeni yok bence. Erkek kafasını kapatmıyor. Yazın sıcağında bacağı açık geziyor, kolu açık geziyor. Ben kapatmak zorundayım. Neden? Anlamı yok, hiçbir anlamı yok. Ve istediğim gibi giyinmek istiyorum.*

Aslında kendi hayatımın kurallarını kendim yazmak istedim. Dini de bu yüzden reddettim" (DG16, K, 22).

Bu örneklere ilave olarak tam tersi süreçler de söz konusudur. Ailesi dindar olmadığı halde sonradan dindar olan metin yazarı kadın katılımcı kendi inancındaki değişikliği şu sözlerle ifade etmiştir.

"Herhalde Türkiye'nin İslamizasyonu sırasında ben de kurban gittim diyorum (gülüyor). Çok açık oldu ama. Yani ulaşabildiler bize herhalde o dönemde öyle oldu yani. Yani aslında şöyle, sosyal olarak kurban gittiğimi düşünüyorum. İçsel olarak da kurtulduğumu düşünüyorum" (DG6, K, 41).

41 yaşındaki katılımcı, kendisindeki dini yönelişini kendisinin üniversite yıllarına tekabül eden Türkiye'de İslami hareketlerin yükselişe geçtiği dönemin etkisine bağlamaktadır.

Oto tamirhanesi işleten kendisini Müslüman ve dindar olarak tanımlayan Ardahan kökenli erkek katılımcı ise aile kökeninin CHP'ye olan yakınlığından bahsederken kendisindeki değişimi şöyle anlatmıştır.

"Biz 90 senesi öncesinde biz de kendimizi solcu, sosyalist diye adlandırıyorduk. Babamın şeyde, babamın diyorum, evimizin odasında Ecevit'in resimleri vardı mesela. Biz Ardahanlılar genelde CHP'liydik. Solcuyduk. Sosyalisttik. Yetişme kültürümüzle alakalı. Durumu öyle gerektiriyordu. Öyle görmüştü herkes. Atadan, dededen solcuyuz derler ya bizimkiler de öyleydi. Hatta ben küçüklüğümde, evde bunlar öyle konuşulurdu ki bu seksen dönemi falan ıı bu işte Türkeş derlerdi, Erbakan derlerdi. Ben Türkeş'i Erbakan'ı, çocuktum ya bir de o dönemler, böyle aklımın ermediği dönemlerdi. Ben Türkeş'i, Erbakan'ı böyle bizde canavar tabir ederler. İnsan olmayan, farklı bir yaratık. Canavar derler. Bizim orada canavar şeyi çok kullanılır. Ya ben onları canavar gibi algılardım. Türkeş'i falan. Ama sonra süreçte bizim bir dönem MHP'li olduğumuz bir dönemimiz de oldu yani. Sonra biz şey yaptık mesela BDP'ye gittik ondan sonra. Erbakan Hoca'ya ben, ilk oyumu ben Erbakan Hoca'ya vermiştim. Yani küçüklüğümüzde kafamızda canavar. Yaşımız ilerleyince farklı çevrelerle irtibata geçince, Allah Allah biz farklı düşünmüşüz, bize yanlış anlatılmış gibi algıladım. Ben mesela sporcuydum. Ben spor yapıyordum. Benim hocam Erbakan Hocacıydı. Selametçiydi o zamanlar. Allah'ım ne güzel adam dedim ya. Bu nasıl Erbakancı? Hatta bize Erbakancı dedikleri... Dedim bu nasıl oluyor falan. Şeker gibi adam yani. Biz oturuyorduk işte hem spor yapıyorduk hem de bize güzel şeylerden bahsediyordu. Doğru sözlü olun, efendime söyleyeyim yalan konuşmayın. Günaha girdiniz mi namazınızı kılmayı unutmayın. Hatta şöyle söyleyeyim size o zaman Avrupa şampiyonu oldu bu çocuklar, o çocuklar gusül abdestini orada bir gün hoca onlara orada öğretti yani. 17 yaşında çocuklardı onlar. Gusül abdesti almayı bilmiyorlardı. Hoca onlara orada öğretti. Gusül abdesti almasını hoca öğretti. Ondan sonrası da karışık. Sonrasında bizim, demek ki biz farklı düşündük falan öyle. Sonra o ortamlara girmeye başladık işte. Gittik, geldik falan" (DG 9, E, 49).

Tüm bunlar çerçevesinde Türkiye'de İslami habitusun gelişim ve değişimini siyasi ve tarihi konjonktürden bağımsız olarak değerlendirmek mümkün değildir. Her ne kadar kültürel sermayenin bir boyutunu oluşturan aile kökenli sermaye dindar habitusun oluşumunda rol oynasa da siyasi ve toplumsal değişimlerin etkisi de çok belirgindir.

4.5. Siyasetle İlgili Düşünceler

Bourdieu kişisel kanaatlerin oluşma sürecini de toplumsal koşulların bir ürünü olarak ele alır. Bourdieu'ya (2015) göre, siyasetle ilgili her soruya verilen yanıt, birbirinden farklı üretim mekanizmalarının sonucudur. Bunlardan birisi sınıf ethosu'dur. Sınıf ethosu, belli bir durum için oluşturulmamış ancak varoluşun tüm sorunları ile ilgili oluşturulmuş, kendi içinde tutarlı düşünce kalıplarıdır. Toplumsal sınıf ve siyasi kanaatler arasındaki ilişki ise ilgili toplumsal sınıfta en sık görünen kanaat üretim biçimine göre değişir. Katılımcıların toplumsal hiyerarşideki konumları yükseldikçe, siyasi sorulara karşılık siyasi cevaplar verme olasılığı artar (Bourdieu, 2015, s. 620). Bourdieu (2015), Fransa örneğinde habitusa bağlı olarak sağ tandanslı siyasetin tercih edilmesini sahip olunan toplam sermayenin hacmi ve bu hacim içinde ekonomik sermayenin yüksekliğine bağlar. Sol tandanslı siyasi tercihler için ise bunun tam tersi bir durum söz konusudur. Yani toplam sermaye hacminin görece düşüklüğü ve bunun içinde kültürel sermayenin yüksek olması durumu (Bourdieu, 2015, s. 635). Toplumsal hiyerarşide yükseldikçe sağ tendanslı siyasi görüşe bağlı liberalleşmeye yönelik olumlu görüşler daha sık gözlenirken, bu özgürlükçü yaklaşım halk sınıflarının imtiyazlarını pozitif yönde etkilemeye başladığı noktaya kadar geçerlidir. Bourdieu bu duruma örnek olarak yabancı işçilerin Fransa'da çalışmasına verilen tepkiler açısından halk sınıfları ve yönetici sınıfları karşılaştırır.

Katılımcıların siyasi yaklaşımlarını öğrenmek amaçlı nicel araştırma anketinde kendilerine "sizce Türkiye'nin en büyük sorunu nedir", "en beğendiğiniz politikacılar kimlerdir" ve bir politikacıda olması gereken özellikler nelerdir" soruları çoktan seçmeli olarak yöneltilmiştir.

Türkiye'nin en büyük sorunu nedir sorusuna katılımcılardan önemli buldukları iki seçeneği işaretlemeleri istenmiştir (Tablo 4.63). İlk iki sırada çıkan sorunlar adaletsizlik ve cehalet tüm gruplarda ortak tercih olsa da G2, G3, G4, G5 ve G7'de cehalet birinci sırada diğer gruplarda ise ikinci sırada yer almaktadır. Gruplar arası farklılaşma üçüncü sıradaki tercihten itibaren başlamaktadır. G1, G2, G3, G6 için gelir dağılımındaki eşitsizlik üçüncü

sırada yer alırken, G4 için işsizlik, G5 için gelir dağılımındaki eşitsizliğe ek olarak kutuplaşma, G7 için gelir dağılımında eşitsizliğe ek olarak işsizlik üçüncü sıraya yerleşmektedir. Hayat pahalılığı sorunu ile ilgili tüm gruplar yüzde 10 üzerinde tercih oranına sahipken, G5'in bu konuda yüzde 6'da kalması bu grubu diğerlerinden ayrıştırmaktadır. Bir başka belirgin ayrışma da tarikatlar ve ayrımcılık tercihlerindedir. G6 bu konularda diğer gruplardan çok farklı olarak sırasıyla sıfır ve sıfıra yakın bir yüzde ile tercih yapmış ve tarikatlar ile ayrımcılığı sorun olarak görmediğini vurgulamıştır.

Tablo 4.63: Sizce Türkiye'nin En Büyük Sorunu Nedir? (%)

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**
Adaletsizlik	38	32.2	34	30	34.4	39.7	35.3
Cehalet	36	37.8	35	40	40.6	35.6	38.2
Gelir Dağılımında Eşitsizlik	24.4	23.3	28.2	20	21.9	27.4	20.6
Kutuplaşma	16.5	12.2	17.5	6.7	21.9	15.1	5.9
İşsizlik	15.3	15.6	16.5	23.3	15.6	9.6	20.6
Atatürk İlkelerinden Uzaklaşma	14.9	22.2	11.7	20	12.5	16.4	14.7
Terör	14	12.2	18.4	16.7	12.5	23.3	17.6
Hayat Pahalılığı	11.2	22.2	13.6	20	6.3	15.1	26.5
Tarikatlar	9.1	5.6	9.7	10	9.4	0.8	5.9
Ayrımcılık	8.7	8.9	2.9	6.7	9.4	0	2.9
Yoksulluk	8.7	2.2	11.7	3.3	12.5	6.8	8.8
Dinden Uzaklaşma	3.3	5.6	1	3.3	3.1	4.1	2.9

Katılımcılara siyaset konusunda yöneltilen ikinci soru beğendikleri politikacılar üzerinedir. Çoklu seçenekler sunularak sınır koymadan beğendikleri politikacıları işaretlemeleri istenmiştir. Tablo 4.64'de grup bazında sonuçlar gösterilmektedir. Gruplar arasında yüzde bazında 10 puandan farklılaşmalar belirgin olarak yorumlanmıştır. Buna göre, Turgut Özal, Meral Akşener, Ekrem İmamoğlu, Doğu Perinçek, Donald Trump, Abdullah Gül, Necmeddin Erbakan, Ahmet Davutoğlu tercih edenler arasında grup bazında belirgin bir farklılaşma gözükmemektedir.

En büyük farklılık Kemal Kılıçdaroğlu tercihinde G5 (yüzde 6.3) ve G7 (yüzde 29.4) arasındadır. İkinci sırada, G1 (yüzde 48.3) ve G5 (yüzde 31.3) arasında Bülent Ecevit tercihindeki farklılaşma yer almaktadır. Sonrasında sırasıyla Devlet Bahçeli (G5 yüzde 6.3 ile G7 yüzde 20.6), Selahattin Demirtaş (G6 yüzde 19.2 ile G7 yüzde 5.9), Vladimir Putin (G5 yüzde 18.8 ile G7 yüzde 5.9), Tayyip Erdoğan G1 yüzde 20.2 ile G7 yüzde 32.4),

Süleyman Demirel (G2 yüzde 3.3 ile G4 yüzde 13.3)ve Angela Merkel (G5 yüzde 12.5 ile G7 yüzde 2.9) gruplar arası farklılaşmayı yaratan politikacılar arasındadır.

Tablo 4.64: Sevilen Politikacılar (%)

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7
Ekrem İmamoğlu	64.9	63.3	59.2	63.3	68.8	64.4	61.8
Bülent Ecevit	48.3	30	38.8	43.3	31.3	43.8	38.2
Tayyip Erdoğan	20.2	18.9	19.4	20	21.9	26	32.4
Kemal Kılıçdaroğlu	15.7	14.4	20.4	23.3	6.3	19.2	29.4
Meral Akşener	27.7	26.7	27.2	36.7	31.3	26	23.5
Necmeddin Erbakan	21.1	14.4	17.5	13.3	18.8	17.8	23.5
Devlet Bahçeli	7	14.4	6.8	13.3	6.3	12.3	20.6
Turgut Özal	22.7	24.4	19.4	23.3	25	16.4	17.6
Diğer	9.5	11.1	11.7	20	9.4	9.6	11.8
Selahattin Demirtaş	10.7	11.1	7.8	10	12.5	19.2	5.9
Vladimir Putin	12.8	17.8	11.7	10	18.8	12.3	5.9
Abdullah Gül	8.3	6.7	6.8	13.3	12.5	12.3	5.9
Angela Merkel	10.3	11.1	7.8	6.7	12.5	11.0	2.9
Süleyman Demirel	10.7	3.3	6.8	13.3	6.3	6.8	2.9
Ahmet Davutoğlu	4.1	6.7	5.8	10	6.3	2.7	2.9
Doğu Perinçek	0.4	0	2.9	3.3	0	2.7	2.9
Donald Trump	1.2	5.6	2.9	0	3.1	4.1	0

Tüm tercihler geneline bakıldığında en yüksek yüzdeler sırasıyla Ekrem İmamoğlu, Bülent Ecevit ve Meral Akşener seçenekleridir.

Eğitim sermayesi ve ekonomik sermayenin en düşük olduğu G7'de hem sol hem de sağ tandanslı siyasetçiler yüksek oranlı tercih edilmekle beraber, etnik grup tabanlı bir partinin liderliğini yapan Selahattin Demirtaş diğer grupların çok atında tercih edilmiştir. Dindarlık ve Müslümanlığa yakın gruplar olan G4, G5 ve G7'de sol tandanslı siyasetçilerin düşük tercih alması beklenirken bu durum gerçekleşmemiştir. Ancak eğitim ve ekonomik sermayesi diğer dindar gruplardan daha yüksek olan G5 Kemal Kılıçdaroğlu tercihinde diğerlerinden ve tüm gruplardan negatif yönde ayrışmıştır. Ancak aynı grubun sağ tandanslı politikacı olan Devlet Bahçeli'yi de diğer gruplara göre az tercih görülmektedir. Grupta otoriter bir lider olarak bilenen Rus lider Vladimir Putin'in beğenilme oranı da diğer grupların oldukça üzerindedir. Listedeki diğer siyasetçilere göre en solda

konumlandırılabilecek Selahattin Demirtaş için en fazla tercih oranı ekonomik sermayesi yüksek, dindarlığa mesafeli G6'da görülmektedir.

İncelediğimiz örneklem üzerinden elde ettiğimiz bulgular Bourdieu'nun sağ ve sol tandanslı siyaset tercihlerinde toplam sermaye hacmine göre dağıldığını söylemek için yeterli bulgu sağlayamamıştır. Ekonomik ve kültürel sermaye tercihler üzerinde kısmen etkili olsa da, siyasi lider tercihlerine bakıldığında dindarlık ve özellikle dindarlık ile eklemlenmiş ekonomik ve kültürel sermayenin farklılaştırıcı etkisi göze çarpmaktadır. Diğer gruplarda hemen hemen yakın oranda tercih alan Kemal Kılıçdaroğlu'nun G5 tarafından sadece yüzde 6.3 oranında tercih edilmesi, ilk etapta sol eğilimden ziyade temsil ettiği siyasi partiye yönelik (Cumhuriyet Halk Partisi) bir tepki çıkışını akla getirse de aynı partiye mensup Ekrem İmamoğlu'nun bu grupta yüksek oy alması bu ihtimali dikkatli düşünmeyi gerektirmektedir. Ancak öte yandan Kemal Kılıçdaroğlu tercih edilmezken Ekrem İmamoğlu'nun istisnasız tüm gruplarda yüksek oranda tercih edilmesi, isminin parti imajının ötesine geçmiş olduğuna işaret ediyor olabilir. Eğer Kemal Kılıçdaroğlu ismi Cumhuriyet Halk Partisi ile bütünleşmiş olarak algılanıyorsa, bu durum sağ/sol kökenli siyasi eğilimlerden ziyade, tercihlerde toplumsal hafıza, algı ve başka dinamiklerin de rol oynayabileceğini düşündürmektedir.

Bourdieu (2015) özellikle siyaset alanında, anket formalarındaki sınırlı seçenekler ile yer alan soruların katılımcılar üzerinde bir tür dayatma etkisi yarattığını ve özellikle de alt sınıflar tarafından çoğu zaman kendi düşüncelerini yansıtmayan yanıtlar verebilir (Bourdieu, 2015, s. 622). Bu sebeple, gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler, katılımcıların siyasi görüşleri ve Türkiye'nin sorunları hakkında daha detaylı veri toplama imkânı sağlaması açısından önemlidir.

Katılımcılar arasında siyasi partilerin geldiği noktadan ve kutuplaşmadan memnun olmayan, hiçbir partinin yeteri kadar kucaklayıcı olmadığına inanan, bu sebeple de hangi partiye oy vereceğine karar veremeyen bir kesim bulunmaktadır. Bu kararsızlık bir kısım katılımcıda kendisini tepki şeklinde ortaya koymaktadır. 35 yaşındaki inşaat mühendisi, şirket sahibi katılımcı bu durumu, "benim oyumu hak edecek parti yok" sözleriyle dile getirmektedir.

> *"Eğer sağcılık din kisvesi altında konuşulacaksa, sadece sağcılar bu memleketin vatanseverleriyse, bu bayrağın vatanseveriyse ben sağcı değilim. Çünkü diğer tarafta ben Atatürkçüyüm. Diğer tarafta ben Müslüman'ım. Diğer tarafta ben*

bayrağım için ölürüm. Diğer tarafta benim bir karış toprağım için bırakın canımı feda etmeyi, aile bireylerimden kim varsa onları da feda ederim. Ama dediğim gibi sağcılık sadece birkaç unsurdan ibaretse sağcı değilim. Solculuk da sadece Atatürkçülükse, yani Atatürk solcularınsa, laiklik, demokrasi… Hepsi. Sadece solcularınsa solcu da değilim. Ben ne sağcıyım ne solcuyum diyebilirim. Bence ikisinin karması. Normal olması gereken bir Türk vatandaşıyım. Hepimizin olması gereken bir Türk vatandaşıyım… Belli bir dönem Ak Parti'ye verdim. Son iki seçim vermedim. CHP'ye de vermedim. Benim oyumu hak edecek bir parti olduğunu düşünmüyorum" (DG17, 35, E).

Üniversite mezunu büro elemanı olarak çalışan kadın katılımcı ise, sisteme duyduğu güvensizliği ve umutsuzluğu şöyle ifade etmektedir.

"Sadece onları eğlendiren bir piyon gibi gidip okula oy kullanıp çıkıyoruz. Hani kapalı oy deniyor. O da öyle değil. Benim adım belli. Hani 20 kişilik ya da işte 120 kişilik mi ne listelerimiz. Ne olacak? Belki gerçekten 20 kişilik listeler de olabilir. Zaten kimin ne yaptığını görüyorsun. O yüzden de oy kullanmayı düşünmüyorum" (DG 11, 32, K)

Başakşehir'de yaşayan, ilkokul mezunu, ev kadını katılımcı ise, siyasi tercihlerini yaparken kimsenin etkisi altında kalmadığını özellikle vurgulamış ve siyasetçilerin yaşam tarzı ve konuşmalarının seçimlerinde etkili olduğunu söylemiştir. Ancak yakın zamanda katılımcı, belediye seçimlerinde siyasi parti tercihini değiştirmiş, bu kararında da tecrübe ettiği geçim sıkıntısı ve yakın çevresindekilerin maruz kaldığını düşündüğü adaletsizlik inancı etkili olmuştur.

"Ben konuşmasını dinlerim, yaşantısına bakarım, ona göre oy kullanırım. Kendi oyuma kimse karışamaz benim. Kendimden başka. Yani biri bana anlatır ikna olmam. Kendim ikna olmam lazım. Yani... ben hep Ak Parti'ye oy veriyordum. Ak Particiyim yani. Ama bu dönem vermedim. Doğruyu söylemem gerekirse. Bak bu Ak Parti güzel şeyler yaptı Allah için. Bak her taraf tertemiz. Sular güzel akıyor. İşte hastane işleri güzel oldu. Millet özgür ve hür yaşıyor. Ama iş konusunda ben de birkaç tane bir şey yaşadım yeğenlerim için. Demek ki haksızlık oluyor, herkes kendini kayırıyor, bir de bu sene ekonomik olarak da çok sıkıntı çektik. Hani soğan patates işi. Herkes ona da dikkat etti. Çünkü insanlar önce kendi bütçesini düşünüyor. Hani insanlar dışarıda çevre güzeldir, işte yollarımız güzeldir, köprüyü geçiyoruz, ee parayla. Hani insanlar onu düşünmüyor artık. Hani istediğimi yapabiliyor muyum? İstediğimi rahat alabiliyor muyum? Hani gezmeyi geç. Değil mi? Öncelikli ev ortamı. O yüzden hani onu da şey yaptım. Biraz da değişiklik de olsun. Onu da deneriz. Baktık iyi olmadı, onun da dersini veririz. İrade bizim" (DG 15, 49, K).

22 yaşında babası boya ustası olan üniversite öğrencisi kadın katılımcı ise, din ve siyaset arasındaki bağlantıya dikkat çekmiştir. Katılımcı, Türkiye'de dinin siyaset

tarafından kullanıldığını düşünmekte, siyasetle ilgilenmekle birlikte kendisini belirli bir siyasi görüşe yakın hissetmemektedir. Katılımcının yaklaşımı genç kuşağın düşünce şeklini anlamak açısından önemli olabilir.

> *"Türkiye'de dediğim gibi bir arada ikisi ve siyaset tarafından din kullanılıyor. Bunları biraz gördükten ve ilgilenmeye başladıktan sonra zaten daha da fazla ilgilenmeye başladım. Ben siyasetten ziyade politika demeyi daha çok seviyorum. Siyaset bilimi diye bir şey var zaten. Siyasetle ilgileniyorum ama gereksiz bir Atatürkçü değilim mesela. Ya da ne bileyim… CHP'li değilim atıyorum. Ya şöyle söyleyebilirim; siyasetin bir oyun olduğunu düşünüyorum ve bu düşüncenin etrafında ilgileniyorum aslında. Her şeyi böyle geriden durup izliyorum. Tabi ki eylemliliklerim de var. 1 Mayıs'a da gidiyorum, 8 Mart'a da gidiyorum. Bana kalsa aktivist bile olacağım ama hayatımı bu yönde heba etmek de istemiyorum açıkçası. Yani çünkü bir fikrin uğruna ölmek de o kadar da anlamlı gelmiyor" (DG 16, K, 22).*

Başakşehir'de yaşayan bir emlak ofisinde büro elemanı olarak çalışan bir başka genç katılımcı ise, kendi siyasi yaklaşımını "hepsini değerlendirmek" olarak ifade etmiştir.

> *"Herkesi dinlerim. Televizyonu açınca ay bunu sevmiyorum deyip değiştirdiğim yok. Ne düşünüyor ne konuşuyor dinlerim yani" (DG5, K, 21).*

Etnik kökenin siyasi tercih üzerindeki etkisini anlamak amaçlı olarak Sultanhamam'da bir tekstilcide tezgahtar olarak çalışan dindar ve Kürt kökenli ilkokul mezunu katılımcının görüşleri önemlidir. Katılımcı uzun yıllardır AK Parti'ye oy verdiğini söylerken, Suriye politikasını beğenmediğinden dolayı son belediye seçimlerinde CHP lehine oy kullanmıştır. Geçmiş dönemlerde Vatan partisine de oy verdiğini söylediğinde, HDP (Halkların Demokratik Partisi)'ye oy verip vermediği sorusu yöneltilmiştir.

> *"MHP'ye de oy vermem. HDP'ye de oy vermem. HDP nasılsa dağ eşkiyasıysa, MHP de zamanında şehir eşkıyasıydı. Gerçekten. Şimdi, ırkçılık çok kötü bi'şey. Bugün yani, misal siz diyelim Malatya'nın Türk'lerindesin. Ama bugüne kadar hep beraber yaşamış, hiçbir sorun, sıkıntı olmamıştır. E şimdi burada bir ırkçılık olur mu? Olmaz. Yani ben HDP'yi sevmememin nedeni ırkçılıktan dolayıdır, MHP'yi sevmediğimde ırkçılıktandır" (DG 18, E, 44).*

Alevi kökenli olup Başıbüyük'te yaşayan temizlik görevlisi olan çalışan kadın katılımcı ise, sırf Atatürkçü olduğu için CHP (Cumhuriyet Halk Partisi)'ye oy verdiğini ifade etmiş, aslında tercih edeceği bir siyasetçi olmadığını vurgulamıştır.

> *"Atatürkçüyüm, sırf CHP olduğu için CHP'ye oy veriyorum. Mesela ben Kılıçlaroğlu ile Erdoğan'ı hiç anlamış değilim. Kuma gibiler. Bana göre onlar siyasetçi değil. Onun da çıkarı var onun da çıkarı var. Çıkarları için önümde tartışıyorlar, bu da beni olumlu etkilemiyor olumsuz etkiliyor. O yüzden siyasete*

ben nasıl inanabilirim ki. Siyasetçi öyle tartışmaz öyle kavga etmez, o küfürler falan olmaz böyle şeyler bana göre ben bunu kabul edemem. Dediğim gibi sırf CHP'ye CHP olduğu için oy veriyorum ama şu anda siyasetçi var mı? Yok" (DG24, K, 38).

Üniversite mezunu dindar, STK yöneticiliği yapan ve kendi şirketini yöneten kadın katılımcı, siyasetin topluma hizmet rolüne vurgu yapmış ve politika amaçlı olarak inanılmayan bir şeyin savunulmaması gerektiğini ve itaat kültürüne karşı olduğunu söylemiştir.

"Ben topluma hizmet boyutunda siyasetin var olması gerektiğini düşünüyorum. Politika yapmak için inanmadığım bir şeyi hiçbir zaman savunamadım. İnanıyorsam savunurum ve inandığım şeyin arkasında durur ona insan katmak için de elimden geleni yaparım. Yanlışlarını gördüğüm zaman söylerim. Benim için siyasetin içinde olmak bir grubun içinde olmak, işte itaat kültürü yine giriyor. Yanlışsa benim için yanlıştır ve içinde olduğum zaman ya bana fırsat tanınıyorsa mutlaka yanlışı söylerim ya da içinde olmam. Siyasetin dediğim gibi toplumsal hizmet boyutunda doğru olanın var olması gerektiğini düşünüyorum. Hangi sistemse o" (DG12, K, 49).

Ataşehir'de apartman görevlisi olarak çalışan lise mezunu katılımcı için ise, siyasi karizma önemlidir. Mülakat sırasında eğitim sistemi, gelir dağılımı adaletsizliği gibi sorunlara değinse de, bunları siyasetten bir ölçü de ayrı konular olarak görmektedir. Siyasi yaklaşımı sorulduğunda, onu en çok etkileyen, siyasetçi Tayyip Erdoğan'ın "masaya yumruğu vurabilmesi"dir.

"Tayyip Erdoğan babamın oğlu değil, Amerika'ya gidiyor Rusya'ya gidiyor Avrupa'nın değişik ülkelerine gidiyor. Orada masaya yumruğunu koyarak konuşabiliyor ama doksanlı yıllarda, seksenli yılları hatırlamıyorum ama yapılan konuşmalar olsun davranışlar olsun mimikler olsun, ne bileyim hiç kıyaslanamayacak derecede değişik… doksanlı yıllarda seksenli yıllarda hangi başkan veya başbakan her neyse yabancı ülkeyle bu şekilde konuştu mesela Davos zirvesini biliyoruz "one minute" var mesela o da mesela. Şu andaki dünya liderlerinden hiçbirinin öyle konuşabileceğini zannetmiyorum. Ne Merkel ne Donald Trump" (DG 28, E, 40).

Derinlemesine görüşmelerden edinilen bulgular elimizdeki örneklemde tercihlerin sağ ve sol parti arasındaki karşıtlıktan ziyade, parti ve liderlerin dünyevi görüşleri ve onlara yönelik kanaatler çerçevesinde şekillendiğini göstermektedir. Bunun dışında bazı katılımcılarda mevcut siyasi sisteme duyulan güvensizlik de göze çarpmaktadır. Genç katılımcıların yaklaşımı ise kanaatlerden etkilenmeyen tarafsız bir duruş ile ve umursamazlık arasındadır.

Katılımcılara Türkiye'nin sorunları hakkındaki düşünceleri de sorulmuştur. Katılımcılar arasında öne çıkan sorunlar, ayrımcılık, Kürt sorunu, toplumsal çözülme, adaletsizlik, etik değerlerden uzaklaşma olarak ifade edilebilir.

47 yaşındaki oto tamirhanesi işleten dindar katılımcı, Türkiye'nin en büyük sorununu Kürt sorunu olarak görmektedir. Katılımcıya göre bu sorunun sebebi dış kaynaklıdır ve barış yoluyla çözülmesi de zor görünmektedir. Katılımcı, Kürtlerle din bağı gibi güçlü bir bağ olmasına rağmen, dış ülkelerin oyununa gelerek hareket ettiklerini düşünmektedir.

> *"Barış yoluyla çok zor, çok zor barış yolu. Ama bunlarla bizim ortak bağımız var bunlarla. Bu din bağının daha çok vurgulanarak ki onu vurgulamaya çalıştı geçmişte. O noktada ben hakkını vermek gerektiğini düşünüyorum. İktidarın. Sabretti ama ne oldu? Dış güçlerin, dış servislerin, ülkelerin oyunuyla buna bir önüne geçildi ama. Ya bunun bir şekilde din bağıyla ve şu söylenerek çözülebilir. İşte bunlara kardeşim bunların senin devlet kurmanla bir alakaları olmaz. Onların amacı parçala, böl, yok et. Onlara güvenmeyin demek lazım ama çok zor işte. Çok zor" (DG9, E, 47).*

İnşaat mühendisi ve beyaz yakalı yönetici olan Atatürkçü katılımcı ise, en büyük sorunu toplumsal uzlaşma ya da kendi deyimi ile ayrıştırmada görmektedir.

> *"İç barış, toplumsal uzlaşma. Halkların berber yaşaması. Halkaların diyorum burada Kürtler, Türkler, milliyetçiler, yabancılar, azınlıklar. Hepsi eskiden böyleydi. Eşcinselinden Ermeni'sine hepsi şu anda ayrıştırılmış durumda. Onlar da seninle yaptığı görüşmelerde bu sınırları hissediyorlar ve hayatlarını etkilemiş durumda. Bu da belki de 200 yıl gidecek durumda bir ayrıştırma" (DG 1, E, 46).*

STK yöneticisi ve aynı zamanda kendi işini kurmuş ve yöneten dindar kadın katılımcının etik değerlerden uzaklaşmak olarak ifade ettiği ve özellikle dindar kesime yönelttiği eleştirisi önemlidir. Katılımcı, dindarlık ve modernlik arasındaki ayrıştırmaya da dikkat çekmiş ve ikisinin birbirinin alternatifi gibi algılanmasına tepki gösterdiğini söylemiştir. Katılımcı dindar kesimde artan yozlaşmayı, para ve mevki hırsına bağlamıştır.

> *"Etik değerlerden uzaklaşmak olarak görüyorum. Dindarlıkla modernliği çok farklı boyutlarda ayrıştırdılar ve sanki dindarlığın içindeki iyi değerler modernliğe zarar verirmiş gibi yaşanan yaşantılar etik yozlaşmayla sonuçlanan bir toplum yani belki evet dünyanın küreselleşmeyi, dijitalleşme, bütün bu küresel etkiler de söz konusu ama biz bu yozlaşmanın biraz daha fazla mağduruyuz gibi geliyor. Toplumun genelinde var ama bu yozlaşmanın olmaması gerektiğini, dinin gereği bu anlamda koruyucu olması gerektiğini düşündüğüm insanlarda da var maalesef Zengin olmak istemek, makam mevki sahibi olmak istemek O koltukların yerini*

görev olarak doldurmaktansa oradan ne yaparım ne para alırım gibi Var yani bütün kesim bütün toplum kesimlerinde var maalesef bu" (DG12, K, 49).

İnşaat mühendisi ve şirket sahibi bir başka dindar katılımcı da toplumda artan hırsızlık iştahı ve buna bağlı yükselen adaletsizliğe dikkat çekmiştir.

"En büyük sorunu bence toplum zihniyeti ya. Bizim en büyük sorunumuz zihniyetimiz ya. Hepimiz çalmaya güdümlenmişiz. Çalmak… Para ya. İşte adalette o yüzden adalet yok. Buradaki hâkim, savcı, avukatı para güderek… Paran varsa adalet senin için adalettir. Adam öldürsen de içeri girmezsin. Ne yaparsan yap, uyuşturucu sat, yine içeri girmezsin. İşte hamile kadının kocasının yanında arabasının camını çerçevesini dökersin, polis memuru seni kapıda karşılar. Bu paradır. Yani, zihniyetimiz bozuk ya. Başka bir şey değil. Zihniyet, zihniyet, zihniyet. Yani toplumun revize olması lazım. Yoksa böyle güzel bir ülke, böyle güzel bir yer yok" (DG17, E, 35).

Türkiye'nin içinde yaşadığı sorunların sebebini siyasetçilere bağlayan, Kürt kökenli otopark valeliği yapan katılımcı için Türkiye zengin kaynaklara sahip bir ülke olmasına rağmen adil yönetilmediği için sorunlar yaşanmaktadır.

"En büyük sorun bence siyasetçilerdir. Çünkü adam başa geliyor ilk önce kendi yerini düşünüyor sonra çocukları sonra akrabaları öyle zincirleme gidiyor. Alt tabanı kimse düşünmüyor biliyor musun? Onun için en büyük sorun oradadır. Yoksa Türkiye çok zengin coğrafyaya sahip bir ülkedir. Eğer baştakilerde bir şey olsaydı böyle bir paylaşımcı olsaydı… Emin ol herkese yeterdi. Yani şöyle düşün, cumhurbaşkanı 75, 76 milyar maaş alıyor ben iki milyar alıyorum. Sence bu adalet mi? Küba'da en yüksek maaş, en alt kademe yüzde üç fark var" (DG 19, E, 49).

22 yaşındaki üniversite öğrencisi katılımcı ise sadece Türkiye'nin değil, dünyanın en büyük sorununun herkesin kendi düşüncesini karşısındakine dayatmaya çalışması olduğunu düşünmektedir. Katılımcının kendisi de dindar olan ailesi tarafından bu baskıya maruz kalmıştır.

"Bence Türkiye'nin değil, dünyanın en büyük sorunu, herkesin kendisi neyse karşısındakini de kendisinin olduğu yere davet etmek istemesi. Ben solcuyum, gel sen de solcu ol. Hayır. Sağcı olabilirsiniz. Ben şu an sizin görüşünüzü bilmiyorum ama umurumda değil. Çünkü biraz paylaştığım şeye bakarım ben. Bu, tamamen" (DG 16, K, 22).

54 yaşındaki imam hatip kökenli emekli muhasebeci için, en büyük sorun ayrımcılık ve düşünce özgürlüğüdür. Katılımcıya göre ülkede huzur olması için gerekli ön koşul, bu anlamda baskısız bir ortam yaratılmasıdır.

"Ayrımcılığı bitirmek lazım. İnsanları birleştirmek lazım. Ondan sonra özgürlük. Herkes fikrini serbestçe söyleyebilmeli. Fikrinden dolayı hiçbir insan baskı

görmemeli. Bu serbest bir hale getirilmeli yani getirilmediği sürece huzur da olmaz (DG 26, E, 54).

Nicel saha çalışmasından edinilen bulgulara göre, bir politikacıda aranan özellikler Tablo 4.65'te gösterilmektedir. Bu özellikler arasında gruplar arasında en çok tercih edilen adil olma özelliği öne çıkmaktadır. Bunu dürüstlük ve şeffaflık özellikleri takip etmektedir. Müslümanlık ve dindarlık kriterleri diğerlerine göre daha az tercih edilirken, laik olma özelliği Müslümanlık/dindarlığa göre daha fazla aranın bir kriterdir. Diğer kriterlere kıyas ile en önemsiz bulunan özellik ise korkulan/çekinilen bir politikacı olma özelliğidir.

Gruplar arasında belirgin farklılaşmalara bakıldığında Müslümanlık kriteri en fazla G4 için önemlidir. Korkulan, çekinilen bir politikacı olma kriterini ise en az önemseyen G5'tir. Dindarlık kriteri ise en az G3 ve G7 için önemlidir. Bunun dışında oranlar çoğunlukla birbirine yakındır.

Tablo 4.65: Politikacıda Aranan Özellikler (%)

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**
Dürüst	99.2	96.7	100	90	100	97.3	100
Müslüman	38.4	44.4	44.7	53.3	37.5	39.7	47.1
Vatanını seven	96.3	96.7	98	100	96.9	93.1	100
Şeffaf	98	95.6	100	100	93.8	95.9	100
Dindar	33.1	36.7	29.1	36.7	31.2	35.6	29.4
Ekonomiyi iyi yöneten	98.8	97.8	100	96.7	93.8	94.5	100
Güç sahibi	71.1	74.5	68	86.7	62.5	78.1	58.8
Laik	88.4	82.2	88.4	83.3	84.4	83.5	82.3
Korkulan /Çekinilen	21.5	21.1	30.1	20	9.4	20.6	11.8
Sözünün eri	99.2	97.7	99.1	100	100	97.2	97
Doğasever	94.2	93.3	96.2	86.7	100	94.5	100
İyi eğitim almış	97.1	95.5	95.2	96.6	90.7	93.2	97.1
Hayvansever	88.8	88.9	90.3	80	93.8	82.2	88.3
İnsan haklarına saygılı	98	97.8	99	100	100	97.3	100
Adil	100	97.8	100	100	100	97.3	100

4.6. Hayata Dair Görüşler

Bu bölümde grupların imkanları olsa yapmak istedikleri, sosyal medyada ilgi duydukları konular, sosyal ortamlarda görüştükleri kişilerin meslek grupları, mizah anlayışları ve müzik tercihleri incelenmiştir.

İmkanları olsa yapmak istedikleri sorulduğunda tüm gruplar genelinde en fazla tercih edilenler "dünyayı gezmek", "ihtiyacı olanlara yardım etmek", "güzel bir ev almak" ve "bir müzik aleti çalmak" seçenekleridir. Burada belirli tercihlerde gruplar arasında ciddi farklılaşmalar görülmektedir. En belirgin farklılıklardan biri "giyim kuşam alışverişi" seçeneğinin yüzde 50 ile G7 tarafından tercih edilmiş olmasıdır. Diğer gruplarda bu seçenek yüzde 10'un altındadır. G7 tarafından diğer gruplara göre belirgin derecede tercih edilen bir başka seçenek ise "estetik yaptırmak" seçeneğidir. Tüm gruplarda yüksek tercih oranına sahip "güzel bir ev almak" seçeneği ise G7 altındaki katılımcılar tarafından yüzde 9 ile belirgin derecede az tercih edilmiştir. G7'nin gelir ve eğitim durumu en düşük olan grup olduğu dikkate alındığında, bu sonuç şaşırtıcıdır.

Tablo 4.66: İmkânı Olsa Ne Yapmak İster? (%)

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**
Dünyayı Gezmek	72.3	68.9	77.7	76.7	68.8	79.5	82.4
Bir Müzik Aleti Çalmak	22.7	25.6	19.4	23.3	25	28.8	32.4
Siyasete Atılmak	7	5.6	3.9	6.7	9.4	2.7	8.8
Hiç Çalışmamak	10.3	14.4	6.8	10	6.3	4.1	8.8
Bir Hobiye Zaman Ayırmak	19	10	23.3	16.7	28.1	12.3	8.8
Sivil Toplum Çalışmalarına Katılmak	21.9	20	11.7	30	25	21.9	11.8
Kitap Yazmak	14.9	11.1	16.5	16.7	9.4	17.8	2.9
Pahalı Markalardan Alışveriş	6.6	3.3	2.9	6.7	6.3	6.8	8.8
Giyim Kuşam Alışverişi	5.8	6.7	9.7	6.7	6.3	2.7	50
İhtiyacı Olanlara Yardım Etmek	52.5	63.3	43.7	50	43.8	57.5	38.2
Güzel Bir Ev Almak	35.5	36.7	47.6	26.7	43.8	32.9	8.8
Estetik Yaptırmak	3.7	5.6	4.9	13.3	3.1	5.5	20.6
Eğitimini Tamamlamak	13.2	14.4	18.4	3.3	9.4	12.3	8.8
Tedavi Olmak	4.5	4.4	2.9	6.7	9.4	5.5	5.9
Spor Yapmak	9.1	4.4	9.7	6.7	6.3	6.8	2.9

Grupta yer alan katılımcıların giyim ve estetik ile fiziki görünüşlerini değiştirmek öncelikli sıralarında yer almakla birlikte, ev almak gibi bir hayalleri yoktur. Bunun bir açıklaması, ev almayı seçeneğini tamamen imkânsız bir kategoride değerlendirmeleri olarak açıklanabilir (Tablo 4.66).

Görece eğitim seviyesi düşük gruplarda, G3, G2, G1, G6 için "eğitimini tamamlamak" seçeneğinin tercih edilme oranı diğerlerine göre yüksektir. Bu duruma istisna ise G7'dir. Grupta eğitim seviyesi düşük olmakla beraber bu konuda hayal kuranların yüzdesi yüzde 10 altındadır.

Grupların sosyal medyada takip ettiği konu başlıkları Tablo 4.67'de gösterilmektedir. Tercihler arasındaki belirgin farklılıklara bakıldığında, siyaset ve magazin ile ilgili paylaşımların G5 tarafından diğerlerine göre çok büyük bir farkla tercih edilmediği görülmektedir. G5 sanat ile ilgili paylaşımlara gösterdiği ilginin yüksekliği ile de diğer gruplardan ayrışmaktadır.

Tablo 4.67: Sosyal Medyada Takip Edilen Konular (%)

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**
Mizah ile ilgili paylaşımlar	73.1	73.3	71.8	76.7	75	67.1	70.6
Seyahatler ile ilgili paylaşımlar	69.4	58.9	69.9	53.3	53.1	64.4	58.8
Hobiler ile ilgili paylaşımlar	69.4	70	65	53.3	62.5	61.6	64.7
Sağlık ile ilgili paylaşımlar	64.9	61.1	63.1	66.7	71.9	57.5	70.6
Alışveriş ile ilgili paylaşımlar	62	65.6	68	66.7	53.1	52.1	64.7
Kişisel Gelişim ile ilgili paylaşımlar	62	54.4	65	53.3	65.6	58.9	47.1
Sanat ile ilgili paylaşımlar	55	51.1	49.5	50	75	54.8	58.8
Siyaset ile ilgili paylaşımlar	45.9	41.1	43.7	40	3.8	37	38.2
Spor ile ilgili paylaşımlar	36	47.8	42.7	30	46.9	26	32.4
Magazin ile ilgili paylaşımlar	26	28.9	32	26.7	9.4	32.9	35.3
Din ile ilgili paylaşımlar	24.4	23.3	26.2	16.7	21.9	20.5	20.6

Bourdieu sosyal ağları üst sınıfların birbirini yakından tanıması neticesinde birbirlerinin çıkarlarını koruma amaçlı bağlar geliştirmesi olarak ele alır. Savage'a (2015) göre ise, bu yaklaşım geçerli olmakla beraber, sosyal ağlar içinde "zayıf ağlar" da vardır ve bu ağlar duruma göre oldukça işlevseldir. Zayıf bağların kurulması için her zaman yakın bir ilişkiye ihtiyaç yoktur. Sosyal medya çağında zayıf ağlar sosyal yapının daha önemli bir parçası haline gelmiştir ve bu da sosyal sermayenin daha demokratik bir şekilde dağılmasına yardımcı oluyor olabilir (Savage, 2015, s. 133). Katılımcılara sosyal ortamlarda görüştükleri ve tanıdıkları kişilerin meslekleri de sorulmuştur. Sonuçlar Tablo 4.68'de gösterilmektedir.

Tablo 4.68'in Savage'ın bahsettiği zayıf ağları içerip içermediği tartışmalıdır. Ancak ilk göze çarpan, gelir ve toplumsal prestij açısından daha diğerlerine göre daha yukarıda yer alan meslek gruplarından (doktor, akademisyen, avukat, genel müdür gibi) tanıdıkları olanların bekleneceği şekilde ekonomik sermayesi yüksek gruplarda yer almasıdır.

Mizah anlayışı Bourdieu tarafından ve daha önceki benzer araştırmalarda ele alınan bir konu başlığı olmamakla beraber, araştırma çerçevesinde grup habitusu ve mizah anlayışı arasındaki ilişkiselliği görmek amaçlı olarak araştırmaya eklenmiştir. Katılımcılara kendilerini en çok güldüren komedyen ve/veya kültürel mizah ürünleri filmler, diziler sorulmuştur. Alınan cevaplar yüzde olarak Tablo 4.68'de karşılaştırmalı gösterilmektedir.

Tablo 4.68: Sosyal Çevre – Sosyal Ortamda Görüşülen Kişiler (%)

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**
Ev Hanımı	39.7	40	43.7	36.7	43.8	43.8	47.1
Öğretmen	37.2	44.4	33	26.7	46.9	37	47.1
Üst Düzey Yönetici	27.7	31.1	31.1	23.3	21.9	26	26.5
Öğrenci	25.6	36.7	35	36.7	25	41.1	41.2
Küçük işletme sahibi	24.4	23.3	24.3	30	28.1	32.9	11.8
Büro Elemanı	22.7	23.3	23.3	23.3	37.5	16.4	23.5
Satış Elemanı	19.8	24.4	24.3	26.7	21.9	20.5	38.2
Öğretim Üyesi/Akademisyen	19	14.4	20.4	20	21.9	31.5	23.5
Banka Memuru	19	10	10.7	13.3	18.8	13.7	17.6
Doktor	17.8	18.9	12.6	23.3	12.5	17.8	14.7
Esnaf	16.9	15.6	18.4	13.3	18.8	16.4	11.8
Avukat	16.5	22.2	14.6	16.7	18.8	21.9	11.8
Büyük işletme sahibi	15.3	10	18.4	13.3	21.9	16.4	11.8
Sekreter /Asistan	14	8.9	12.6	13.3	18.8	11	11.8
Genel Müdür/CEO	13.2	10	10.7	6.7	12.5	13.7	8.8
Şöför	7.4	10	4.9	10	3.1	5.5	5.9
Polis	7.4	10	9.7	3.3	9.4	8.2	2.9
Temizlik görevlisi	5.4	3.3	3.9	10	3.1	4.1	5.9
Elektrikçi/tesisatçı	5	5.6	3.9	0	3.1	6.8	0
Apartman görevlisi/güvenlikçi	2.9	3.3	3.9	6.7	0	2.7	14.7

Hâkim	2.9	0	0	3.3	3.1	5.5	0
Çiftçi	1.2	2.2	4.9	3.3	3.1	0	0

Tabloda birbirinden ciddi şekilde farklılaşan tercihlere bakıldığında, CemYılmaz tercihinin en fazla G2 ve G6'da en az G7'de tercih edildiği görülmektedir. Bu tercihte ekonomik ve kültürel sermayesi en düşük olan G7 Cem Yılmaz'ı tercih etmemekle belirgin şekilde diğer gruplardan ayrılmaktadır. Bir başka dikkat çeken farklılaşma ise Şafak Sezer ve Recep İvedik filmlerinin G4 bünyesinde hiçbir katılımcı tarafından tercih edilmemiş olmasıdır. Aynı tür filmlere tercih frekansının azlığı ile G5 onu takip etmektedir. G4 ve G5'in ortak özellikleri aynı anda kültürel sermayelerinin yüksekliği ve dindar profile sahip olmalarıdır. Bunun yanısıra kültürel, ekonomik sermaye ve dindar profilden bağımsız olarak tüm gruplar arasında Kemal Sunal filmleri yakın frekansta tercih edilmiştir.

Varılan noktada, mizah anlayışının sınıf habitusunun bağımsız olmadığı görülmektedir. Ancak dindarlığın da tercihler üzerinde etki yarattığı söylenebilir. Yine de sınıfsal konumlardan ve dindarlıktan bağımsız işleyen, Kemal Sunal filmleri gibi her kesime yakın düzeyde hitap eden, farklılaşmanın çok az olduğu mizah ürünleri de bulunmaktadır.

Tablo 4.69: Mizah Anlayışı (%)

	G1	**G2**	**G3**	**G4**	**G5**	**G6**	**G7**
Cem Yılmaz	55.8	65.6	52.4	53.3	59.4	60.3	38.2
Recep İvedik Filmleri	13.2	13.3	11.7	0	6.3	13.7	14.7
İşler Güçler Dizisi	19	16.7	26.2	23.3	18.8	17.8	23.5
Şafak Sezer filmleri	4.1	4.4	6.8	0	3.1	4.1	2.9
Ata Demirer	24.8	24.4	20.4	23.3	34.4	24.7	26.5
Gülse Birsel Dizileri	31.4	28.9	35.9	36.7	34.4	37	35.3
Mükremin Çıkır	5.4	6.7	7.8	6.7	15.6	6.8	5.9
Güldür Güldür show	39.3	23.2	39.8	40	40.6	38.4	47.1
Hababam Sınıfı	43.4	47.8	33	56.7	28.1	41.1	41.2
Kemal Sunal Filmleri	55.8	51.1	57.3	56.7	53.1	50.7	58.8

Katılımcıların müzik ile ilgili tercihleri de incelenmiştir. Gruplar genelinde en beğenilen sanatçılar sırasıyla Barış Manço, Sezen Aksu, Tarkan ve Haluk Levent'tir.

Gruplar arasında farklılaşmanın en azaldığı sanatçılar ise sırasıyla Sezen Aksu ve Haluk Levent'tir (Tablo 4.70).

Tablo 4.70: Beğenilen Müzik Sanatçıları (%)

	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7
Barış Manço	50,8	48,9	51,5	53,3	56,3	42,5	58,8
Sezen Aksu	42,1	48,9	45,6	50,0	46,9	43,8	44,1
Haluk Levent	33,5	30,0	24,3	26,7	25,0	26,0	35,3
Tarkan	31,8	34,4	38,8	43,3	40,6	23,3	29,4
Zeki Müren	29,8	30,0	24,3	40,0	21,9	31,5	26,5
Cem Karaca	25,2	28,9	22,3	13,3	25,0	23,3	20,6
Ahmet Kaya	25,2	21,1	18,4	16,7	25,0	31,5	14,7
Müslüm Gürses	11,6	11,1	11,7	20,0	12,5	15,1	14,7
Fazıl Say	11,6	8,9	5,8	6,7	9,4	13,7	5,9
Ezhel	7,0	5,6	12,6	6,7	0,0	13,7	5,9
Demet Akalın	6,2	6,7	12,6	0,0	6,3	6,8	8,8
Kubat	5,4	2,2	1,0	6,7	3,1	1,4	8,8
Edis	5,0	6,7	2,9	6,7	9,4	2,7	0,0
Karsu	3,7	1,1	3,9	3,3	3,1	8,2	2,9
Ahmet Özhan	2,5	0,0	4,9	0,0	6,3	2,7	5,9
Aleyna Tilki	1,2	0,0	3,9	0,0	0,0	2,7	0,0
Jabbar	0,8	2,2	4,9	3,3	3,1	2,7	0,0

4.7. Meslekler ve Tüketim Davranışları

Bu bölümde meslek grupları ve tüketim davranışları arasındaki ilişki analizin geri kalan kısmından farklı olarak çapraz tablolar üzerinden incelenecektir. İncelemede ÇMA analizine giren değişkenler temel alınacaktır. Tüm örneklem içinde 5'ten az kişinin seçtiği çiftçi, öğretim üyesi, esnaf ve kayıtsız çalışanlar ile birden fazla mesleği içeren diğer meslekler seçenekleri değerlendirmede yanıltıcı olabileceği düşüncesi ile dikkate alınmamıştır.

Tablo 4.71 her gün sergilenen pratiklerin meslek gruplarına göre tercih sıklığını göstermektedir. Tablo 4.72'de ise meslek grupları içinde aynı pratikleri hiç yapmam diyenlerin oranları verilmiştir. Dindarlığın tüketim pratikleri üzerinde meslek grupları kırılımında etkisi Tablo 4.73'te verilmektedir. Bazı pratikler dindarlık durumundan bağımsız dağılım gösterirken, dindarlık ve mesleki pozisyonun etkilediği pratikler de bulunmaktadır.

TV'de Türk dizileri izlemeyi hiç yapmam diyen meslek grupları sırasıyla büyük işletme sahipleri, öğretmenler ve beyaz yakalı çalışanlar (özel sektörde müdür altı ve üzeri pozisyonlarda çalışan büro elemanları) olarak öne çıkmaktadır. Yer sofrasında hiç yemek yemeyenler ise sırasıyla büyük ve küçük işletme sahipleri, emekliler ve beyaz yakalılardır. Halk müziğini hiç dinlemeyenlere bakıldığında ise, ilk üç sırada büyük işletme sahipleri, ev kadınları ve işsizler yer almaktadır. Aynı pratikleri her gün düzenli yerine getiren meslek gruplarına bakıldığında ise, her gün TV'de Türk dizileri izleme oranı en fazla ev kadınlarında sonrasında eşit olarak kendi isteğiyle çalışmayanlar, emekliler ve işçiler arasında yüksektir. Her gün yer sofrasında yemek tercihi ise, sırasıyla ev kadınları, işçiler, devlet memurları ve işsizlerde en yüksektir. Her gün halk müziği dinleme alışkanlığını en yüksek olduğu meslek grupları ise, kendi işini yapan büyük işletme sahipleri, ev kadınları ve kendi işinin sahibi küçük işletme sahipleridir.

Yerel pratikler içinde halk müziği dinleme alışkanlığı diğer pratiklerden ekonomik sermayesi yüksek meslek gruplarının her gün yapmayı tercih ettiği bir pratik olarak ayrışmaktadır. Yer sofrasında yemek ve Türk dizileri izlemek ise daha çok ekonomik sermayesi düşük meslek gruplarınca tercih ediliyor gibi gözükse de gelir düzeyi yüksek devlet memurları tarafından da tercih edilen bir pratiktir. Bu durum, ağırlıklı meslek grubu olarak devlet memurlarından oluşan ekonomik ve kültürel sermayesi yüksek G5'in aile kökenli kültürel sermayesinin düşük olması ile bağlantılı bir sonuç gibi gözükmektedir. Grubun yüksek ekonomik ve kültürel sermayesine rağmen yer sofrasında yemek aileden alınan kültürel sermayenin etkisiyle sergilenmeye devam eden bir pratik olabilir. Aynı pratiklerin dindarlık bağlamında sergilenme durumuna baktığımızda ise, hiç dizi izlemem diyenlerin oranının dindar olmayan gruplarda daha yüksek olduğu bulgulanmıştır. Meslek grubu olarak bakıldığında ise özelikle işçilerde bu fark daha belirgindir. Yer sofrasında yemek pratiğine ise öğretmenler hariç, tüm mesleklerde dindar olmayan katılımcıların daha mesafeli oldukları gözlemlenmiştir. En belirgin ayrışma ise küçük işletme sahipleri arasındadır. Halk müziği dinlemeyenlerde ise dindar ve dindar olmayanlar arasındaki oranlar birbirine yakın olmakla beraber meslekler bazında farklılaşmalar mevcuttur. Özellikle işletme sahipleri ve ev kadınlarında halk müziği dinlememe oranları dindar olmayanlarda çok daha yüksek iken, beyaz yakalı çalışanlarda ve işsizlerde dindar olanlar halk müziğine daha mesafelidir.

Sağlıklı yaşam pratikleri açısından ise ev kadınları, emekliler ve işçiler en az düzenli spor salonuna giden gruplardır. Vitamin, besin desteği gibi kaynaklardan en az faydalanan gruplar ise işsizler ve kendi tercihi ile çalışmayanlardır. Sağlıklı yaşama dair alışkanlıkların ekonomik ve kültürel sermayenin yüksek olduğu meslek gruplarında daha çok tercih edildiği gözlemlenmektedir. Buna rağmen her gün spor salonuna gitme alışkanlığı en fazla emekliler grubu içinde görülmektedir. Bu da emeklilerin kendi içinde spora olan ilgilerinin muhtemelen kültürel ve ekonomik sermayeye göre değişebildiğini göstermektedir. Spor salonuna gitme alışkanlığının dindarlık bazında kırılımına baktığımızda az bir farklı birlikte dindarlarda hiç yapmam diyenlerin oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Meslek grubu detayına indiğimizde ise, en belirgin ayrışma emekli ve işçilerde ortaya çıkmaktadır. Beyaz yakalı çalışanlarda ise dindar ve dindar olmayanların yüzdeleri birbirine çok yakındır.

Müze, tiyatro ve panellere katılmak gibi kültürel pratikler toplamında hiç yapmam diyenlerin oranı en fazla ev kadınları, işçiler ve işsizler arasındadır. Buna rağmen tiyatroya gitme pratiği diğerlerinden ayrışmaktadır. Katılımcılar arasında tiyatroya hiç gitmem diyenlerin oranı diğer kültürel pratiklere kıyasla daha azdır. Kültürel pratiklere hiç katılmam diyenlerin oranının sıfır olduğu tek meslek grubu ise büyük işletme sahipleridir.

Küresel kültüre dair pratiklerin tercihinde, Netflix izlemeyen ve dünya mutfağı sunan restoranlara hiç gitmeyen ve puro içmeyenlerin oranının en yüksek olduğu gruplar işçiler, ev kadınları ve işsizlerdir. Puro içmeyenlerin yüzdesi belirgin şekilde diğer pratikleri sergilemeyenlerden yüksektir. Hiç puro içmeyen meslek grupları arasında ise en düşük oran büyük ve küçük işletme sahipleri arasındadır. Bu da bu alışkanlığın ekonomik ve kültürel sermaye toplamından ziyade ekonomik sermaye ve işletme sahibi olma statüsü ile bağlantılı olabileceğini göstermektedir. Puro içme alışkanlığını dindarlık ile bağlantısına bakıldığında hiç içmem diyenlerde dindar ve dindar olmayanlar arasında belirgin bir yüzdesel farklılaşma yoktur. Hatta büyük işletme sahipleri ve beyaz yakalıların dahil olduğu bazı meslek gruplarında dindar katılımcıların dindar olmayanlara göre bu pratiğe daha az mesafeli oldukları bulgulamıştır. Aynı pratiklerin her gün yapılma sıklığına bakıldığında ise Netflix izleme alışkanlığının küçük işletme sahipleri ve beyaz yakalılarda diğer meslek gruplarına göre öne çıktığı görülmektedir.

Boş zaman alışkanlıkları arasında kart/okey ve benzer oyunlar oynamak ve instagram kullanmak konusunda hiç yapmam diyenlerin oranı en fazla işçiler arasındır. Oyunlara karşı hiç yapmam diyenlerin en az olduğu grup işsizlerdir. Instagramı hiç kullanmam diyenlerin oranının ikinci en yüksek olduğu grup ise büyük işletme sahipleridir. Instagram kullanma alışkanlığının ekonomik ve kültürel sermayesi birbirinin tam zıttı iki grupta benzer şekilde olması dikkat çekici olup, bu alışkanlığın katılımcıların kendilerine ayırdıkları boş zaman süresi ile bağlantılı olabileceğini gösteriyor olabilir.

Tablo 4.71: Mesleklere Göre Her Gün Yapılan Pratikler (%)

Meslek Grubu	Frekans	TV'de Türk dizisi izlemek	Yer Sofrasında yemek	Halk Müziği dinlemek	Vitamin/besin desteği takviyesi kullanmak	Spor Salonuna gitmek	Müzeye gitmek	Tiyatroya gitmek	Panel/ seminere gitmek	Netflix İzlemek	Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	Puro İçme	Kart/Okey gibi oyunları oynamak	Instagram Kullanmak	Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	Dini sohbetlere katılmak	Hobi ile ilgilenmek	BİM/A101 Alışveriş
İşçi (fabrika, temizlik işçisi, güvenlikçi, kapıcı vb.)	12	25%	17%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	17%	0%	0%	8%	58%	0%	0%	0%	25%
Esnaf	3	0%	0%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	33%	0%	0%	33%	0%
Kendi işini yapıyor (büyük işletme, 10 üzeri çalışan)	6	0%	0%	17%	17%	0%	0%	0%	0%	17%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	17%	0%
Özel sektörde maaşlı (müdür altı pozisyonda çalışıyor)	77	8%	0%	5%	12%	6%	0%	0%	0%	26%	1%	0%	3%	70%	1%	0%	13%	13%
Özel sektörde maaşlı (müdür ve üzeri pozisyonda çalışıyor)	196	14%	7%	7%	17%	0%	1%	1%	0%	27%	1%	1%	2%	75%	2%	1%	21%	16%
Çiftçi	2	50%	0%	0%	16%	3%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	0%	50%
Ev kadını	63	37%	21%	14%	14%	2%	3%	2%	0%	14%	2%	2%	8%	86%	0%	3%	24%	37%
İşsiz	49	24%	10%	6%	50%	0%	0%	0%	0%	14%	2%	2%	2%	90%	0%	0%	22%	22%
Öğretmen	24	4%	4%	0%	11%	3%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	0%	83%	0%	0%	29%	13%
Öğretim üyesi	4	0%	25%	25%	14%	2%	0%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	50%	0%	25%	50%	0%
Devlet memuru	34	9%	12%	0%	25%	4%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	12%	68%	0%	3%	9%	15%
Kayıtsız çalışıyor (temizlikçi vb.)	2	50%	0%	0%	25%	25%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	50%	0%	0%	50%	50%
Emekli	28	25%	0%	4%	6%	12%	0%	0%	0%	11%	0%	0%	0%	68%	4%	0%	25%	14%
Kendi tercihi ile çalışmıyor	20	25%	5%	5%	0%	0%	0%	0%	2%	20%	0%	0%	5%	85%	0%	0%	45%	30%
Diğer	51	18%	12%	8%	16%	2%	0%	0%	0%	25%	0%	0%	4%	75%	0%	0%	24%	22%

Tablo 4.72: Mesleklere Göre Hiç Yapılmayan Pratikler (%)

Meslek Grubu	Frekans	TV'de Türk dizisi izlemek	Yer Sofrasında yemek	Halk Müziği dinlemek	Vitamin/besin desteği takviyesi kullanmak	Spor Salonuna gitmek	Müzeye gitmek	Tiyatroya gitmek	Panel/ seminere gitmek	Netflix İzlemek	Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek	Puro İçme	Kart/Okey gibi oyunları oynamak	Instagram Kullanmak	Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	Dini sohbetlere katılmak	hobi ile ilgilenmek	BİM/A10 Alışveriş
İşçi (fabrika, temizlik işçisi, güvenlikçi, kapıcı vb.)	12	8%	0%	25%	33%	50%	25%	17%	33%	50%	42%	75%	58%	33%	33%	67%	17%	0%
Esnaf	3	33%	0%	33%	0%	67%	33%	0%	33%	33%	33%	100%	67%	33%	33%	67%	0%	33%
Kendi işini yapıyor (küçük işletme, 10 kişiden az çalışan)	33	21%	61%	24%	39%	48%	3%	12%	9%	18%	15%	67%	39%	0%	18%	79%	12%	15%
Kendi işini yapıyor (büyük işletme, 10 üzeri çalışan)	6	67%	67%	33%	33%	33%	0%	0%	0%	33%	0%	67%	50%	17%	0%	67%	0%	0%
Özel sektörde maaşlı (müdür altı pozisyonda çalışıyor)	77	25%	49%	22%	14%	36%	4%	3%	10%	27%	16%	81%	38%	9%	10%	77%	4%	3%
Özel sektörde maaşlı (müdür ve üzeri pozisyonda çalışıyor)	196	24%	45%	25%	39%	40%	9%	10%	24%	25%	28%	81%	33%	5%	17%	65%	7%	4%
Çiftçi	2	50%	50%	50%	0%	100%	50%	50%	50%	0%	0%	100%	100%	50%	0%	100%	0%	0%
Ev kadını	63	3%	32%	29%	40%	57%	30%	35%	54%	44%	54%	95%	41%	8%	44%	33%	11%	2%
İşsiz	49	3%	32%	29%	53%	55%	18%	24%	37%	45%	41%	92%	35%	6%	24%	55%	14%	0%
Öğretmen	24	25%	38%	17%	8%	38%	0%	8%	8%	38%	29%	100%	54%	13%	46%	63%	0%	4%
Öğretim üyesi	4	75%	25%	25%	0%	25%	0%	25%	25%	50%	0%	100%	75%	25%	25%	50%	0%	0%
Devlet memuru	34	12%	29%	24%	47%	47%	12%	12%	18%	38%	38%	76%	41%	12%	32%	44%	18%	3%
Kayıtsız çalışıyor (temizlikçi vb.)	2	0%	0%	0%	100%	100%	0%	0%	50%	100%	100%	100%	50%	50%	50%	50%	0%	0%
Emekli	28	7%	68%	18%	25%	54%	4%	7%	14%	32%	29%	93%	39%	14%	14%	68%	4%	4%
Kendi tercihi ile çalışmıyor	20	20%	40%	25%	50%	50%	15%	10%	35%	20%	40%	95%	40%	5%	30%	70%	5%	5%
Diğer	51	10%	31%	35%	33%	59%	16%	22%	20%	31%	35%	90%	37%	10%	29%	59%	8%	2%
Toplam	604																	

Tablo 4.73. MESLEK VE DİNDARLIĞA GÖRE ÇAPRAZ TABLO: HİÇ YAPILMAYAN PRATİKLER (%)

	TV'de Türk dizisi izlemek		Yer Sofrasında yemek		Spor salonuna gitmek		Halk Müziği dinlemek		Dünya mutfağı sunan restoranlara gitmek		Müzikli eğlence mekanlarına gitmek		Puro İçmek		Dini sohbetlere gitmek		BİM/A101	
	D. Değil	Dindar	D. Değil	Dindar	D. Değil	Dindar	D. Değil	Dindar	D. Değil	Dindar	D. Değil	Dindar	D. Değil	Dindar	D. Değil	Dindar	D. Değil	Dindar
İşçi	0	25	0	0	37.5	75	25	25	37.5	50	37.5	50	75	75	75	50	0	0
Esnaf	50	0	0	0	50	100	50	0	50	0	0	0	100	100	100	0	0	100
Kendi işi (Küçük İşletme)	23.1	14.3	69.2	28.6	46.2	57.1	30.8	0	11.5	28.6	11.5	28.6	65.4	71.4	76.9	85.7	19.2	0
Kendi işi (Büyük İşletme)	75	50	75	50	25	50	50	0	0	0	0	0	75	50	75	50	0	0
Özel sektör (Müdür Altı)	27.6	15.8	50	47.4	34.5	42.1	20.7	26.3	17.2	10.5	24.5	35	81	78.9	86.2	47.4	3.4	0
Özel sektör (Müdür ve Üstü)	23	26.3	50.4	31.6	40.3	40.4	24.5	26.3	24.5	35.1	17.2	10.5	81.3	78.9	77.7	33.3	5	0
Çiftçi	100	0	100	0	100	100	0	100	0	0	0	0	100	100	100	100	0	0
Ev kadını	4	2.6	48	21.1	60	55.3	16	36.8	52	55.3	52	55	96	94.7	48	23.7	0	2.6
İşsiz	19.4	0	50	23.1	61.1	38.5	30.6	7.7	30.6	69.2	30.5	69	88.9	100	63.9	30.8	0	0
Öğretmen	15.4	36.4	30.8	45.5	30.8	45.5	23.1	9.1	30.8	27.3	30.7	27.3	100	100	69.2	54.5	7.7	0
Öğretim üyesi	50	100	0	50	50	0	0	50	0	0	0	0	100	100	50	50	0	0
Devlet memuru	10	14.3	40	14.3	55	35.7	30	14.3	30	50	30	50	80	71.4	65	14.3	5	0
Kayıtsız çalışıyor	0	0	0	0	100	100	0	0	100	100	0	0	100	100	100	0	0	0
Emekli	11.1	0	72.2	60	38.9	80	27.8	0	27.8	30	27.7	30	94.4	90	77.8	50	5.6	0
Kendi tercihi ile çalışmıyor	26.7	0	46.7	20	46.7	60	33.3	0	33.3	60	33.3	60	93.3	100	80	40	6.7	0
Diğer	9.1	11.1	42.4	11.1	51.5	72.2	42.4	22.2	30.3	44.4	30.3	44.4	0	0	0	0	6.7	0

Müzikli eğlence mekanlarına gitmek öğretmenler ve ev kadınları tarafından en fazla oranda hiç yapılmayan pratik olarak seçilmiştir. Büyük işletme sahiplerinin hepsi ise bu pratiği zaman zaman sergilemektedir. Bu anlamda büyük işletme sahipleri diğer meslek gruplarından ayrışmaktadır. Beyaz yakalı (özel sektör) çalışanlar ve küçük işletme sahipleri arasında da müzikli eğlence mekanlarına gidenlerin oranı diğer gruplara göre yüksektir. Bu da ekonomik ve kültürel sermayenin bu tercih üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir. Bu tercih üzerinde etkisi olan bir başka bağımsız değişken ise dinselliktir. Kendilerini ortalamanın üzerinde dindar olarak tanımlayan katılımcılarda müzikli eğlence mekanlarına hiç gitmeyenlerin oranı yüzde 39 iken, dindar olmayanlarda bu oran yüzde 26'ya düşmektedir. Dindarlığa bağlı olarak katılımcıların bu pratiğe daha mesafeli yaklaşması anlaşılabilir bir durum olmakla birlikte, buradaki ilginç bulgu meslek grubuna göre bu mesafenin azalıp artmasıdır. Örneğin, büyük işletme sahipleri içinde dindarlığa bağlı bu pratikte bir tercih farkı gözlemlenmemiştir ve hiç yapmam diyenlerin oranı sıfırdır. Benzer şekilde üst düzey beyaz yakalı yöneticiler de dindarlıktan bağımsız olarak bu pratiği sergilemektedirler. Bu durum aynı meslek gruplarının puro içme tercihlerindeki durum ile paralellik göstermektedir. Özellikle işsizler, kendi tercihi ile çalışmayanlar ve devlet memurları arasında dindarlık bu pratiğin tercihini önemli ölçüde etkilemektedir. Ev kadınlarında ise dindarlığa bağlı farklılaşma çok azdır. Bu da icra edilen mesleğin gerekliliklerinin de tercihte rol oynamış olabileceğini düşündürmektedir. Üst düzey yönetici ve işletme sahipleri meslekleri gereği daha sosyal olmak durumunda kalabilmektedir. Buna bağlı olarak, bu gruplar müzikli eğlence mekanlarına gitmek ve puro içme gibi alışkanlıklara diğer dindar gruplara göre daha esnek bir yaklaşımı getirmiş olabilir.

Dini sohbetlere katılım tercihine bakıldığında, küçük işletme sahipleri ve müdür altı düzeyde beyaz yakalı çalışanlar hiç yapmam diyenler arasında üst sıradadır. Hiç yapmam seçeneğinin en düşük çıktığı grup ise ev kadınlarıdır. Ev kadınları ve devlet memurlarının yüzde 3'ü bu pratiği her gün sergilemektedir. Dindarlığa bağlı kırılmaya baktığımızda ise, en büyük ayrışmanın beyaz yakalılarda ve devlet memurlarında olduğu görünmektedir. Küçük işletme sahiplerinde ise, dindar katılımcılardan dini sohbetlere hiç gitmem diyenlerin oranı dindar olmayanlara göre daha yüksektir. Dini sohbetlere katılım kültürel ve ekonomik sermayesi daha yüksek meslek gruplarında ayrıştırıcı bir pratik olarak gözükmektedir.

Özetle; Meslek grupları ve tüketim pratikleri arasındaki ilişki genelinde aile kökenli kültürel sermaye ve dindarlık durumunun pratikler üzerinde etkisi belirgindir. Bazı pratiklere yaklaşımda aynı meslek grubu altında dindar ve dindar olmamak farklılaşma yaratmaktayken bazı gruplarda bu fark belirgin değildir. Örneğin, TV'de Türk dizileri seyretme alışkanlığı dindar ve dindar olmayan işçiler arasında belirgin derecede farklıdır. Puro içme gibi bir pratik söz konusu olduğunda ise ekonomik sermayesi yüksek meslek grupları arasında farklılaşma en aza inebilmektedir. Çapraz tablolardan elde edilen bulgular ÇMA analizden elde edilen bulgular ile paralellik göstermektedir.

4.8. Derinlemesine Görüşmeler Üzerinden Kelime Frekans Analizi

Bourdieu'ya (2015) göre "toplumsal eyleyicilerin toplumsal dünyayı pratik bir biçimde tanımak için kullandıkları bilişsel yapılar bedene işlemiş toplumsal yapılardır" (Bourdieu, 2015: s 676). Başka bir ifade ile "habitus bedene işlemiş sınıftır" (Bourdieu, 2015:s. 634). Bu bağlamda, gündelik hayatta kullanılan dil de habitus ve dolayısı ile de sınıfsal konumdan ayrı düşünülemez. Buradan hareketle, derinlemesine görüşmelerde kullanılan kelimelerin analizinin araştırmaya katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Derinlemesine görüşmelerden sonra senaryolaştırılan tüm kayıtlar NVIVO programı üzerinden kelime frekans analizine tabi tutulmuştur. Katılımcıların görüşmeler esnasında sıklıkla kullandıkları kelimeler, Şekil 4.13'te kelime bulutu olarak gösterilmektedir. Orta kısımda en yoğun frekansa sahip kelimeler renkli olarak gösterilirken, dışarı doğru açıldıkça daha düşük frekansta kullanılan kelimeler görülmektedir. Analiz esnasında gündelik dilde sıklıkla geçen ve analize katkı sağlayacağı düşünülmeyen fiil ve edatlar analizden çıkartılmıştır.



Şekil 4.13: Kelime Frekans Analizi

Dindar ve dindar olmayan katılımcıların ayrı ayrı kelime frekans analizleri yapıldığında belirgin bir farklılaşma gözlemlenmemiştir. Ancak dindar ve dindar olmayan katılımcılar kendi içlerinde sosyo ekonomik statüleri bağlamında ayrıştırdığımızda, ekonomik ve kültürel sermayesi yüksek katılımcıların kelime frekans analiziyle (Şekil 4.14), diğer dindar katılımcıların kelime analizleri (Şekil 4.15) arasında bir farklılaşma gözlemlenmektedir.



Şekil 4.14: Üst Sosyoekonomik Statüdeki Dindarların Kelime Frekans Analizi

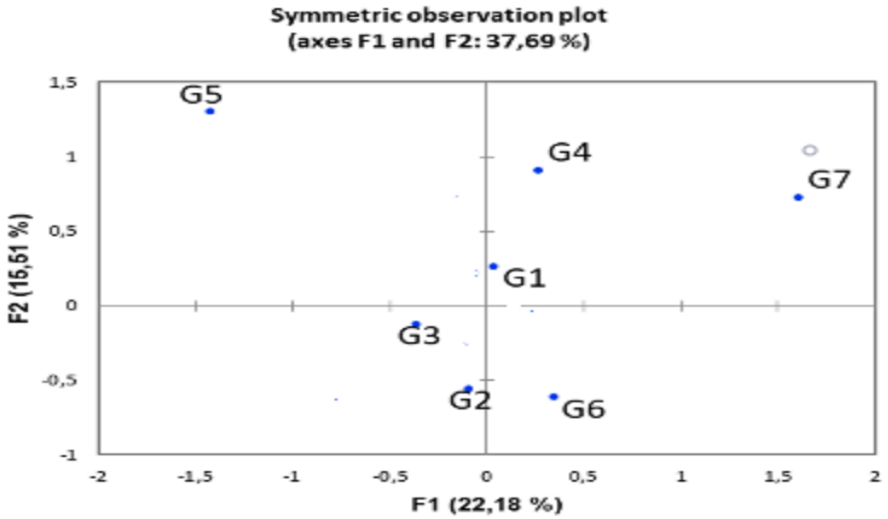


Şekil 4.15: Orta ve Alt Sosyoekonomik Statüdeki Dindarların Kelime Frekans Analizi

İki grup arasında kelime seçimindeki en belirgin farklılaşma üst sosyoekonomik statüdeki dindarların konuşma dilinde diğer gruptakilerin kullandığı "inşallah", "Kuran", "maşallah" gibi kelimeleri kullanmayı tercih etmeden bir anlamda daha seküler bir dil kullanmaları olmuştur. Aynı zamanda, yaşam tarzı ve eğitim geçmişleri ile bağlantılı olabilecek "sağlıklı", "akademik" gibi diğer grupta kullanılmayan kelimeleri de sıklıkla kullanmışlardır. Dindar olmayan gruplar arasında ise sosyoekonomik statüye bağlı çok belirgin bir farklılaşma gözlemlenmemiştir. Bu durum dindar kesimler arasında kültürel alanda giderek artan ayrışmanın dil üzerinden bir yansıması olabilir. Bir başka yorum ise, sosyoekonomik statüsü yüksek grupların seküler bir habitusa doğru kaymaları olabilir. Bu ikinci yorum Göle'nin "dindar karşı seçkinlerin" sekülerleşmesi iddiasıyla uyumludur (Göle, 1997).

BÖLÜM 5. ÖZET DEĞERLENDİRME VE TARTIŞMA

ÇMA haritasında toplam yedi grup yer almaktadır. Haritada yatay eksen üzerinde kalan G5, G4 ve G7 dindar Müslüman fraksiyonları temsil ederken, merkeze yaklaştıkça dindarlık, Müslümanlık ve laikliğe olan mesafenin G1 ve G3'te eşite yakın olduğu gözlemlenmektedir. Yatay eksenin altında kalan G2 ve G6 ise diğerlerine kıyasla Müslümanlık ve dindarlığa daha mesafeli duran gruplardır.



Şekil 5.1: 7 Gruplu Özet ÇMA Haritası

Harita geneline bakıldığında, haritanın üç ana köşesinde yer alan, yatay ve dikey eksenlerde birbirinden en çok ayrışan üç ana gruptan söz edilebilir. Bu gruplar, G5, G7 ve G6'dır. ÇMA haritasının sadeleştirilmiş hali Şekil 4.4'te gösterilmektedir. Şekil 4.2'de yer alan toplam 16 grubun birleştirilmesi ile oluşan bu şekildeki konumlar, G1, G4 ve G3 için harita üzerinde orijinal tablodaki alt grupların bulundukları konumların ortalaması alınarak gösterilmiştir. Zira bu gruplar birden fazla grubun birleştirilmesi ile oluşmaktadır.

Gruplar arasında gelir düzeyi en yüksek olan grup G5 olarak ÇMA haritasının sol üst köşesinde konumlanmıştır. Meslek olarak yüzde 37's, beyaz yakalı (müdür ve üzeri çalışanlar ile büro elemanları dahil) çalışanlar, yüzde 25'i devlet memuru olarak çalışanlardan oluşmaktadır. Bu grubun mesleki dağılımına bakıldığında kendi işine sahip olan katılımcı yoktur. Devlet memurlarının diğer gruplara göre belirgin derecede yoğunlaştığı görülmektedir. Grupta yer alan katılımcıların aile kökenli kültürel sermayeleri düşük olmakla beraber, eğitim düzeyleri diğer gruplara göre yüksektir. Türk dizileri

izleme, yer sofrasında yemek gibi alışkanlıklara sahip olanların yoğunlukta olduğu grupta, kültürel faaliyetlere katılım ve müzikli eğlence mekanlarına gitmek oldukça sınırlıdır. Buna rağmen spor yapma ve düzenli besin desteklerinden faydalanma oranları en çok bu grupta yüksektir. Halk müziği dinlemem diyenlerin oranının en yüksek olduğu gruptur. Alışveriş alışkanlıklarında ucuz ürünler satan marketler tercih edilmemekte olup, komşu olarak içki içenler, aşırı sağcılar, eşcinseller ve Suriye kökenli komşulara karşı diğer gruplara göre en mesafeli olan gruptur. Laiklik konusunda gruptakilerin yüzde 18.8'i kendilerini bu kavrama uzak ve çok uzak olarak tanımlamışlardır. Böylece laikliğe uzaklık konusunda da grup ikinci sıraya yerleşmektedir. Dindarlık konusunda ise kendini uzak nitelendirenlerin en düşük olduğu ikinci gruptur. Instagram kullanımı grupta oldukça yüksektir. Kart ve okey gibi masa oyunlarına ise meraklı değillerdir. Mizah olarak Cem Yılmaz, Kemal Sunal filmleri ve Güldür Güldür isimli televizyon programına ilgi göstermişlerdir. Grupların hepsinde imkânı olsa yapmak istedikleri sorulduğunda "dünyayı gezme" seçeneği öne çıkmaktadır. Ancak bu tercihin en az öne çıktığı grup G5'tir. Gruptakileri tercihleri bir hobi ile ilgilenmek, ihtiyacı olanlara yardım etmek ve güzel bir ev almaktır. Kemal Kılıçdaroğlu ve Devlet Bahçeli en az bu grupta tercih edilmekle birlikte, en fazla Turgut Özal yüzdesi de yine bu gruptadır.

ÇMA haritasında sağ üst köşesinde ise G7 konumlanmıştır. G7 diğer gruplara göre eğitim ve gelir düzeyi en düşük gruptur. Aile kökenli kültürel sermaye düzeyi G5 ile yakın olmakla beraber, G5'e göre daha yukarıdadır. Bu grupta yer alanların yaklaşık yüzde 30'unu müdür altı pozisyonlarda çalışan büro elemanları oluştururken, bunu yüzde 15 ile ev kadınları ve yine aynı oranla işsizler takip etmektedir. G5'e benzer şekilde Türk dizileri izleme ve yer sofrasında yemek alışkanlıkları vardır ancak onlardan farklı olarak düzenli spor ve besin desteği kullanma pratikleri bulunmamakta ve düşük bütçeli marketlerden alışveriş yapmayı tercih etmektedirler. Bir başka farklı oldukları konu ise boş zaman alışkanlıkları içinde kart, okey gibi oyunları sıklıkla tercih etmeleridir. Instagram kullanımları da diğer gruplara göre düşüktür. "Deprem'in insanların günahlarına dair verilen bir ceza" olduğu düşüncesi en fazla bu grupta kabul görmektedir. Kendisini dindarlıktan uzak nitelendirenlerin en düşük olduğu gruptur. Gruptakilerin çoğunluğu dindarlık derecesine 3 ve üzeri puan vermişlerdir. Laikliğe uzaklık konusunda ise grup en yüksek oran olan yüzde 20.6 ile birinci sıradadır. Gruptakilerin sushi yemek, yurt dışına çıkmak gibi lüks tüketim alışkanlıkları da oldukça sınırlıdır ve bu durum gelir ve eğitim

düzeyi dikkate alındığında beklenebilir bir sonuçtur. G7, diğer gruplarda ortak olarak tepki duyulan Suriyeli komşular konusunda en hoşgörülü gruptur. Mizah olarak diğer gruplar arasında Cem Yılmaz'a ilgi duyanların en az, Recep İvedik filmlerine ilgi duyanların en çok olduğu gruptur. İmkânı olsa yapmak istedikleri sorusuna ise, "dünyayı gezmek" cevabını verenlerin yüzde 82 ile en çok bu gruptadır. Giyim kuşam alışverişi yapmak (yüzde 50) ve estetik yaptırmak (yüzde 21) seçenekleri de ile en çok bu grupta görülmektedir. Grubun diğerlerinden belirgin derecede ayrıştığı bir diğer tercih de "güzel bir ev alma" seçeneğidir. Katılımcıların sadece yüzde 9'u bu hayali kurmaktadır. Grubun ekonomik sermayesinin düşüklüğüne bakıldığında, Türkiye'de yaygın bir eğilim olan ev alma üzerine hayalin benimsenmeyişi şaşırtıcıdır. Bunun bir açıklaması, Bourdieu'nun yorumu ile, katılımcıların bu hayali kendi habitusları bağlamında ulaşabilecekleri mümkünler evreni içinde göremeyişleri olabilir. Politikacı tercihlerinde Tayyip Erdoğan ve Devlet Bahçeli ve Necmeddin Erbakan seçenler bu grupta olmakla beraber, Kemal Kılıçdaroğlu da en fazla bu grupta tercih edilmiştir.

ÇMA haritasının sağ alt çeyreğinde yer alan G6, gelir düzeyi en yüksek ikinci grup olurken aynı zamanda eğitim düzeyi en düşük ikinci gruptur. Grupta yer alanların yarıdan fazlasını beyaz yakalılar (müdür ve üzeri çalışanlar ile büro elemanları dahil) beraber beyaz yakalı müdür ve üzeri pozisyonlarda çalışanların oranının en yüksek olduğu gruptur. Bu durum grubun gelir düzeyinin yüksekliğine de açıklamaktadır. Aile eğitim düzeyi de diğer gruplara göre yüksektir. G6, kendisini Müslüman olarak tanımlayanların ve dindarlığa yakın hissedenlerin en düşük oranda olduğu gruptur. Depremin insanların günahlarına karşı verilen bir ceza olduğunu düşünenlerin oranı bu grupta en düşük düzeyde çıkmıştır. Grup üyeleri, TV'de Türk dizileri izlemekten hoşlanmamakta, müzikli eğlence mekanlarına sıklıkla gitmektedir. Grup üyeleri lüks otellere gitmeyi ve sushi yemeği diğer gruplara kıyasla daha çok tercih etmektedirler. Siyasete atılmak hayaline en az ilgi gösteren gruptur. Bu konuda haritada tam karşısına konumlanan G5 ile tam bir karşıtlık içindedir. Öte yandan "kitap yazma" hayali de en çok bu grupta tercih edilmiştir. Haritada tam karşısına düşen grup G5 ile bu konuda tam bir karşıtlık sergilenmektedir. G5 kitap yazma hayalini en az tercih eden gruptur.

Haritanın sol alt çeyreğinde yatay eksene yakın konumlanan G3, gelir düzeyi sıralamasında beşinci eğitim de ise üçüncü sıradadır. Aile eğitim düzeyi ortalama

düzeydedir. Grupta hem dindarlığa hem de laikliğe en yakın katılımcılar yoğun olarak bulunmaktadır. Komşulara yönelik yaklaşıma bakıldığında bu grup, Kürt komşulara en fazla karşı olan gruptur. Grubun mesleki profili ağırlıklı, yüzde 50 beyaz yakalı (müdür ve üzeri çalışanlar ile büro elemanları dahil) çalışanlar ve yüzde 11 ev kadınlarından oluşmaktadır. Halk müziği dinlemek ve tiyatroya gitmek tercih edilen aktiviteler içinde değildir. Politikacılar arasında ise, Selahattin Demirtaş ve Devlet Bahçeli, Tayyip Erdoğan en az sevilen politikacılardır. Müzik konusunda Demet Akalın dinlemeyi en çok tercih eden gruptur. İmkân olduğunda yapılacaklar listesinde, "eğitimini tamamlamak" ve "spor yapmak" seçenekleri diğer grupların üzerinde tercih edilerek grubu diğerlerinden ayrıştırmaktadır. Ekrem İmamoğlu'nu en az sevenlerin olduğu grup olmakla beraber, diğer gruplar ile arasında bu tercihte belirgin bir ayrışma yoktur.

Sol alt çeyrekte dikey eksene yakın konumlanan G2 ise, gelir ve eğitim düzeyinde dördüncü sıradadır. Aile eğitim düzeyleri G6'nın altında olmakla beraber ortalama düzeye yakındır. Mesleki dağılım olarak yüzde 46 beyaz yakalı (müdür ve üzeri çalışalar ile büro elemanları dahil) olmakla beraber, her meslek grubundan yakın oranda katılımcılar vardır. Yer sofrasını tercih etmeyenlerin en fazla orana sahip olduğu gruptur. Müze ve tiyatroya ve dünya mutfağı restoranlara gitme oranları düşük olmakla beraber zaman zaman yurt dışı seyahatler yapmaktadırlar. Grup üyeleri düşük bütçeli marketlerden alışveriş yapmayı tercih etmemektedirler. Dindarlık, Müslümanlık ve Laikliğe yakınlık düzeyleri diğer gruplara göre ortalama düzeydedir. "Modern yaşamada İslam'ın hükümlerini uygulamak imkansızdır" önermesini destekleyenlerin oranı en fazla bu grupta yüksektir. Grup üyeleri aynı zamanda cinsiyetçi önermeleri de desteklemektedir. Arabesk, caz ve klasik müzik dinlemeyenlerin oranı bu grupta en yüksektir. "Klasik müzik bizim gibi insanlara göre değil" önermesine grup üyelerinin yüzde 16'sı destek vermektedir. Grup üyeleri spor salonuna gitme veya besin desteklerinden faydalanma gibi alışkanlıklara diğer gruplara göre çok daha az sahiptir. Grup, komşu tercihi olarak Romanlara en fazla karşıt olan gruptur.

G1 ve G4 haritada merkeze yakın gruplanmakla beraber G4'ün konumu dikey eksende biraz daha yukarıdadır. İki grubu ayıran en temel özellik G4'ün gelir düzeyi altıncı sırada yer alırken G1'in üçüncü sırada yer almasıdır. G4 gelir düzeyi düşük olmasına rağmen, eğitim düzeyi ve aile eğitim düzeyi olarak G1'in üzerindedir. G4 grubunda yer alanlar, eğitim düzeyinde tüm gruplar içinde ikinci sıradadır. G4 dindarlığa yakınlık

açısından da diğer gruplar içinde üçüncü sıradadır. İki grubun ortak noktalarından biri halk müziği sevmeleridir. G1, toplam 242 katılımcı ile en büyük grubu oluşturmakta olup, yüzde 44 beyaz yakalılardan (müdür ve üzeri çalışanlar ile büro elemanları dahil) oluşmakla beraber, G2'de olduğu gibi bünyesinde işçi, memur, emekli, öğretim üyesi, küçük ve büyük işletme sahipleri gibi birçok farklı profilden meslek grubu çalışanını barındırmaktadır. G1 içinde yer alan katılımcılar müzeye gitmeyi ve yurt dışı seyahatlerin sevmekte buna rağmen okey, kart gibi masa oyunlarına ilgi duymamaktadırlar. G4, kadınların yüzde 73 ile en yüksek oranda bulunduğu grup olup, mesleki profili yüzde 44 beyaz yaka çalışanlar (müdür ve üzeri çalışanlar ile büro elemanları dahil), yüzde 17 ev kadınları, yüzde 17 işsiz ve yüzde 13 emeklilerden oluşmaktadır. Bu grupta kendi işine sahip olan işletme sahipleri bulunmamaktadır. Grup içinde instagram kullanım oranları diğer gruplara göre düşüktür. Grup üyelerinin spor yapma alışkanlıkları diğer gruplara göre düşüktür. Hayatı boyunca 5 yıldızlı bir otele gitmeyenlerin oranı G7'den sonra en yüksek bu gruptadır. Grup içindekilerin yüzde 10'u kız çocukların okumasını gerekli görmemektedir. Bu oran diğer gruplar içinde en yüksektir. Sabıkalı ve aşırı dindar komşulara karşı en yüksek tepki de bu gruptadır. Grupta diğerlerine göre yüksek olan bir başka oran ise yüzde 50 oran ile evlilik dışı ilişkilere karşı olmalarıdır. Politikacı tercihlerinde grup diğerlerinde Meral Akşener ve Süleyman Demirel tercihlerinin yüksekliği ile ayrışmaktadır.

Grupları birbirinden ayrıştıran demografik özellikler arasında gelir ve eğitim durumuna ek olarak Müslümanlık ve Laikliğe bakış da önemli bir değişken olarak gözükmektedir. Tüm gruplar büyük oranda kendilerini Müslüman olarak tanımlasa da grup altındaki katılımcıların Müslümanlık ve Laikliğe olan mesafesi onları uzam üzerinde birbirinden ayrı konumlandırmaktadır. G5, G4 ve G7 bu anlamda tüm gruplara göre kendilerini Müslümanlığa daha yakın, Laikliğe ise daha uzak konumlandıran katılımcıların daha yoğun olduğu gruplardır. Bu gruplar Müslüman dindar üç tip fraksiyonu temsil etmektedir. Fraksiyonlar gelir, eğitim düzeyli ve icra edilen iş kollarında birbirinden farklılaşmaktadır. İslami kesimde gelir ve eğitim düzeyi yükseldikçe bunun tüketim pratiklerine yansıması diğer gruplara göre daha sınırlıdır. Haritanın sol üst köşesinde yer alan gelir ve eğitim düzeyi yüksek Müslümanların yer aldığı G5, tüketim pratiklerinde diğer grupların oldukça gerisindedir. Sadece spor ve sağlıklı beslenme, puro kullanma, dizi izleme ve yer sofrasında yemek konularında öne çıkmaktadır. Dindar grupların ortak özellikleri, yerel sayılabilecek tüketim pratiklerini diğer gruplara göre daha yoğun tercih

etmeleridir. Ancak burada önemli bir tespit, yerel tüketim pratikleri arasında TV'de yerli dizi izlemek, yer sofrasında yemek ve halk müziği dinlemek ele alınmıştır. Bulgular doğrultusunda, halk müziği dinleme pratiğinin diğerlerinden ayrıştığı görülmektedir. TV'de yerli diziler izleyen ve yer sofrasında yemek yeme pratiği sergileyen dindar gruplar, halk müziği dinleme konusunda aynı davranış profilini sergilememektedir. Gelir ve eğitim düzeyi yükseldikçe tiyatro, müze ziyareti gibi kültürel tüketim pratiklerine olan ilginin daha da artması beklenirken, Müslümanlığa ve dindarlığa yakın gruplarda durum bu şekilde tezahür etmemektedir. Dindar gruplar arasında gelir ve eğitim düzeyi yüksekliğine bağlı daha fazla tercih edilmek suretiyle farklılaşmayı oluşturan tüketim pratikleri spor ve beslenme alışkanlıkları, alışveriş yapılan marketler, instagram kullanma sıklığı ve puro gibi pahalı ürünlerin tüketilmesi ile sınırlı kalmaktadır. Tüketim pratikleri dışında gözlemlenen başka bir önemli farklılık diğer gruplara konulan sınırlar ile ilgilidir. Gruplar arasında diğer gruplara koyulan sınırlar konusunda en katı grup gelir ve eğitim düzeyi yüksek, ağırlıklı Müslüman beyaz yaka (müdür ve üzeri çalışanlar ile büro elemanları dahil) ve devlet memurlarından oluşan G5'tir. Bunun dışında bir başka farklılık ise, mizah yaklaşımı konusunda görülmektedir. Eğitim ve gelir düzeyi en düşük olan dindar grup G7 içinde diğer gruplarda yüksek tercih frekansına sahip komedyen Cem Yılmaz en az tercih edilmiştir.

Diğer iki Müslüman ve dindar grup olan G4 ile G7 karşılaştırıldığında G4 eğitim ve gelir düzeyi olarak G7'ye göre daha yukarda olmakla beraber, mesleki profiller birbirine yakındır. Her iki grupta da büro elemanları, ev kadınları, işsizler çoğunluktadır. Her iki grup da kültürel tüketim pratiklerine katılım sağlıyor görünmektedir. Grupları birbirinde ayıran temel pratikler ise boş zaman alışkanlıklarıdır. G7 katılımcıları okey, kart oyunlarını tercih etmekte iken, G4 katılımcıları bu konuda daha mesafelidir. Değer yargıları, sınırlar ve cinsiyetçi söylemler karşılaştırıldığında ise, iki grup arasındaki mesafe açılmaktadır. G7, Suriyeli komşular konusu da dahil olmak üzere sınırlar konusunda en hoşgörülü gruptur. G4 grubunda kız çocuklarının okumasına karşı olan %10'luk bir kesim bulunmaktadır. G7 ise kız çocukların okumasını en çok destekleyen gruptur. G4 altındaki katılımcıların yüzde 50'si nikahsız ilişkilere karşıdır. Bu oran tüm grupların üzerindedir. Özetle, G4 diğer dindar gruplara oranla daha katı değer yargılarına ve cinsiyetçi söylemlere sahiptir. Sınırlar konusunda ise G5 kadar olmasa da özellikle sabıkalılar en fazla istenmeyen komşu türüdür.

Haritanın sağ alt köşesinde yer alan ve G5 ile tam karşıt konumu işgal eden G6, Müslümanlık ve dindarlığa mesafeli gelir düzeyi ortalamanın üzerinde kitleyi temsil

etmektedir. Gelir düzeyinin yüksekliğine rağmen eğitim düzeyi tüm gruplar ortalamasından düşüktür. Grubun yüzde 50'sinden fazlası beyaz yakalılardan (müdür ve üzeri çalışanlar ile büro elemanları dahil) oluşmaktadır. Eğitim düzeyi, tam karşısında yer alan Müslüman ekonomik sermayesi yüksek grup olan G5'e göre daha düşük olmakla beraber aile kökenli kültürel sermayesi daha yüksektir. Grubun tüketim pratiklerine katılımı diğer gruplara göre daha yoğundur. Başka bir dikkat çeken konu ise, hem yerel hem küresel kültüre dair tüketim profillerinin varlığıdır. Sushi yemek, müzikli eğlence mekanlarına gitmek, tiyatroya gitmek grubun tercih ettiği pratikler arasındır. Bu çeşitlilik müzik tercihleri konusunda da kendini göstermektedir. Grup, halk müziği, Ahmet Kaya, Fazıl Say gibi farklı müzik türlerini bir arada dinlemektedir. Mizah anlayışında ise Cem Yılmaz'ı en fazla tercih eden gruptur. İstenmeyen komşular sorulduğunda G7'den sonra en hoş görülü ikinci gruptur. "İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor" önermesine en fazla destek bu gruptan çıkmıştır. Politikacı tercihlerinde de Selahattin Demirtaş'ı en çok destekleyen grup olma özelliği ile diğer gruplardan ayrışmaktadır.

G5 ve G6 harita üzerinde tam karşıt konumları işgal etmeleri sebebi ile özellikle birbirinden farklı sermaye türlerine ve farklı hacimlerde sahip olduğu düşünülmektedir. İki grup özellikle ekonomik sermaye açısından birbirine yakın olmakla beraber, Müslümanlık düzeyleri ve eğitime bağlı kültürel sermayeleri arasında ciddi farklılık bulunmaktadır. Bu durumun tüketim pratiklerine yansıması ise, toplam sermaye hacmi daha düşük olan G6'nın yerel ve küresel tüketim pratiklerine çok daha fazla katılımcı olmasıdır. Tüketim pratiklerine katılımın az olması tek başına Müslümanlık ile ilişkilendirilemez. Zira Müslümanlık düzeyi yüksek diğer iki grup da (G4 ve G7) düzenli tüketim örüntüleri sergilemektedir. Müslüman grupları G6'dan tüketim konusunda ayıran temel fark G6 altındaki katılımcıların hem yerel hem küresel kültüre dair pratikleri birlikte sergilemeleridir. Müslüman gruplarda küresel kültüre ait tüketim pratikleri görece daha seyrek tercih edilmektedir.

G1, G3 ve G2 haritanın farklı bölgelerinde birbirine yakın konumlanan gelir ve eğitim düzeyi dikkate alındığında orta sınıfları temsil eden gruplardır. Haritada merkeze yakın konumlanan ve hemen hemen her meslek grubundan katılımcısı olan G1, yüzde 43'ü beyaz yaka (müdür ve üzeri çalışanlar ile büro elemanları dahil) oluşmaktadır. Grubun eğitim sermayesi ve gelir düzeyi tüm grupların ortalaması civarındadır. Müslümanlık derecesi olarak ortalama, laikliğe yaklaşım konusunda ise ortalamanın üzerinde yakın

olarak konumlanmışlardır. Fazıl Say ve klasik müzik dinlemekten hoşlananlar diğer gruplara göre yüksektir. Tüketim pratiklerine katılımları ise ortalama düzeydedir. Grup genelinde yer sofrasında yemek tercih edilmemektedir. Tiyatro, halk müziği dinleme ve yurt dışı seyahatlere gitme alışkanlıkları bulunmaktadır. Politikacı olarak Ecevit'i en çok tercih edenlerin bulunduğu gruptur.

G3 ortalama gelir ve eğitim düzeyine sahip dindarlık ve Müslümanlıkta kendilerini ortalamanın üzerinde konumlandıranların yer aldığı bir diğer gruptur. Müslümanlık ve dindarlık düzeyi G1'in üzerindedir. Ancak grup üyeleri kendilerini laikliğe de yakın konumlandırmışlardır. Beyaz yakalılar ve ev kadınları grupta yoğun olarak bulunmaktadır. Tiyatroya ve müzeye gitme sıklıkları düşüktür.

Eğitim ve gelir düzeyinde G3'ün biraz üzerinde yer alan G2'nin de pratiklere katılım oranı sınırlıdır. Grup cinsiyetçi söylemlerde diğer gruplara göre daha öndedir. Erkeklerden daha iyi yönetici olur önermesini destekleyenlerin oranının en yüksek olduğu gruptur. Modern yaşamda İslam'ın hükümleri uygulanamaz diyenlerin oranı da yine bu grupta en yüksektir. Alışveriş tercihlerinde BİM/A101 gibi düşük bütçeli marketleri tercih etmeyen grup üyeleri, yurt dışına sıklıkla çıkmaktadır. Grubun yüzde 46'sı beyaz yakalı (müdür ve üzeri çalışanlar ile büro elemanları dahil) olarak çalışmakta olup, diğer meslek grupları da yakın oranlardadır. Grupta arabesk, caz ve klasik müzik dinlemeyenlerin oranı en yüksektir. Yer sofrasında yemek yiyenlerin oranı düşüktür. Gruptakiler yüzde 16 oran ile "klasik müzik bizim gibi insanlara göre değil" önermesini desteklemektedir.

Bourdieu toplumsal uzamın bir harita misali, geometrik uzamda soyut bir temsili olduğunu ileri sürer. Toplumsal dünyada bir bakışta yakalanamayacak konumlar, bir bakışta algılanabilir bir bütünlük içinde geometrik uzamda gözler önüne serilir. Eyleyiciler uzam üzerinde işgal ettikleri konumlara bağlı bakış açılarına sahiptir. Bu haliyle geometrik uzamın nesnelliği tartışmasızdır. Bourdieu'ya (2015) göre, toplumsal uzamdaki (ve onun izdüşümü olan geometrik uzamdaki) konumların karşıtlığı öncelikle sermaye hacimleri ve dağılımına göre şekillenir (Bourdieu, 2015, s. 263).

Temel araştırma sorularımızdan birisi, Türkiye toplumunu temsil eden haritada farklılaştırma ilkelerinin ne olduğunu tespit etmektedir. Mevcut bilgiler çerçevesinde incelediğimiz 604 kişilik örneklem üzerinden, bu farklılaşma ilkelerinin dinsellik ve laikliğe olan yaklaşım ile ekonomik sermaye olduğu görülmektedir. Kültürel sermaye ise

gerek aile kökenli gerekse eğitim kökenli bakıldığında, incelediğimiz örneklem üzerinde belirgin bir farklılaşma ilkesi yaratmamaktadır.

Haritanın üst iki çeyreğinde kalan gruplar Müslümanlık ve dindarlığa diğerlerine göre daha yakın, laikliğe ise daha mesafeli olan gruplardır (G5, G4 ve G7). Bu durumda dikey eksenin (birinci boyut) Müslümanlık, dindarlık ve anti laiklik derecesini temsil ettiği söylenebilir. İstatistiksel anlamda bu boyut varyansı daha fazla açıklamaktadır. Başka bir ifade ile, mevcut bulgular ışığında, incelediğimiz örneklemde dinsellik bir sermaye türü olarak işlev görmektedir.

Buradaki bir diğer soru, dinselliğin kültürel sermayenin bir bileşeni ya da sosyal sermaye türü olup olmadığıdır. Elde edilen bulgular ve grupların harita üzerindeki yerleşimine bakıldığında, dinselliğin kültürel sermayeden ziyade bir sosyal sermaye olarak işlev gördüğü düşünülmektedir. Müslümanlığın en fazla benimsendiği gruplardan biri olan G5 bünyesinde meslek grubu olarak ağırlıklı devlet memurları yer almaktadır. Bu da dinselliğin devlet memurluğuna giden yolda bir sermaye türü olarak işlevsel olabileceğini düşündürmektedir. Burada akla gelen sorulardan birisi toplumsal hiyerarşide daha altlarda yer alan gruplarda da dinselliğin bir sosyal sermaye olarak işleve sahip olup olmadığıdır. Özet'in bahsettiği İslami kesimde var olan sosyal sermaye ağları İslami kimliğin Türkiye'de güçlenmesi sürecinde oldukça işlevsel rol oynamıştır. Ancak ilerleyen zamanlarda aynı ağlar kentli muhafazakâr seçkinlerce sosyal kapanmaya doğru evrilmiş ve sınıf habitusları bağlamında sosyal hiyerarşide altta kalan grupları dışlayıcı pratikler yaratmıştır (Özet, 2019). Araştırmanın özellikle derinlemesine görüşmeler sürecinde edinilen bulguları da bu paraleldedir. Gelinen noktada, dinsel sermayenin diğer sermaye türleri ile birleştiğinde sosyal ağlar üzerinden işlevsellik kazandığı söylenebilir. Dindar gruplar arasında dikkat çeken önemli bir nokta, ekonomik ve kültürel sermayesi düşük grupların Özet'in de bahsettiği İslami gruplar arasında bir dönem var olan dayanışma ağlarınınım giderek dışında kalmasıdır. 49 yaşında ev hanımı dindar kadın katılımcının sözleri buna örnektir.

> *"Bak bu Ak Parti güzel şeyler yaptı Allah için. Bak her taraf tertemiz. Sular güzel akıyor. İşte hastane işleri güzel oldu. Millet özgür ve hür yaşıyor. Ama iş konusunda ben de birkaç tane bir şey yaşadım yeğenlerim için. Demek ki haksızlık oluyor, herkes kendini kayırıyor, bir de bu sene ekonomik olarak da çok sıkıntı çektik. Hani soğan patates işi. Herkes ona da dikkat etti. Çünkü insanlar önce kendi bütçesini*

düşünüyor. Hani insanlar dışarıda çevre güzeldir, işte yollarımız güzeldir, köprüyü geçiyoruz, ee parayla. Hani insanlar onu düşünmüyor artık" (DG 15, K, 49).

Haritada G5'in tam tersi konumunda yer alan ve kültürel sermaye ve dinsel sermayesi çok daha düşük olan grup G6 ise kültürel pratiklere daha sık katılım sergilemektedir. Dindar gruplar olan G7 ve G4'ün G5'ten farklı olarak düzenli tüketim pratikleri sergilediği göz önüne alındığında, dindarlığın, kültürel ve ekonomik sermaye ile birleştiğinde tüketim pratiklerini gerçekleştirme üzerinde negatif bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Ekonomik ve kültürel sermayesi daha düşük olan G7 ve G4 gruplarında tüketim azalmamakla birlikte, yerel tüketime yönelik tercihler öne çıkmaktadır. Bu bulgu dinselliğin İtalya, İsrail ve Batı Almanya örneklerinde seçkin beğenilerden uzaklaşmaya sebep olduğunu bulgulayan Katz Gerro'nun (Katz-Gerro, 2002) araştırma sonuçlarına kısmen paralellik göstermektedir.

Haritanın yatay ekseni (İkinci boyut), tüketim pratiklerinin türü ve sergilenme sıklığına göre uzamı ikiye bölmektedir. Cveticonin ve Popesco'ya (2011) göre, kendi elitlerinin çabası ile Batılılaşan toplumlarda kültürel alandaki mücadele meşru ve popüler kültür yerine yerel ve küresel kültüre ait tüketim pratikleri arasında cereyan etmektedir (Cveticanin & Popescu, 2011). Türkiye örneğinde de süregelen bu yerel/küresel kültür arasındaki mücadelenin izleri, Osmanlı'da ilk modernleşme hareketlerinin çıkışına kadar sürülebilir. İncelediğimiz örneklem üzerinden, haritanın sağında kalan profiller tüketim pratiklerinin (yerel ya da küresel) çoğuna diğer yarıdakilere göre daha sık katılım göstermektedirler. Bu çerçevede yatay eksenin tüketim tercihlerine katılım sıklığı çerçevesinde haritayı ikiye böldüğü söylenebilir. Sağ alt çeyrekte yer alan G6 hem küresel hem yerel tüketim pratiklerini birlikte sergileyerek hepçil bir yaklaşım sergilerken, üst sağ çeyrekte yer alan G7 ve G4 küresel pratiklere daha mesafelidir. Burada dinselliğin tüketim pratiklerinin tercihinde (yerel ya da küresel yerel birlikte) önemli rol oynadığını göstermektedir. Rankin ve arkadaşlarının yaptığı çalışmada gruplar, yerel ve küresel kültüre bağlı tercihler ile kültürel alana olan bağlılıkları derecesinde konumlanmışlardır. Araştırmada toplam üç grup öne çıkmıştır. Bunlar şehirli kozmopolitler, katılımcı yereller ve aktif olmayan yereller olarak özetlenmiştir. Şehirli kozmopolitler olarak tanımlanan grup yerel ya da küresel fark etmeksizin tüm kültürel ürünleri aktif şekilde tüketmektedir. Katılımcı yereller olarak isimlendirilen grup ise sadece yerel kültüre dair ürünleri tercih ederek diğerlerinden ayrışmaktadır. Sonuncu grup ise hem yerel hem de küresel tüm

kültürel ürünlerin tüketimine mesafelidir. Birinci grup sosyal hiyerarşide yüksek kesimleri temsil ederken son grup hiyerarşide alt grupları temsil etmektedir (Rankin & Ergin, 2017, s. 1087). Bu araştırmanın sonuçlarına göre ise, tüketim pratikleri diğerlerine göre sınırlı gruplar tam tersine sosyal hiyerarşide altlarda yer almamaktadır. Tam tersine, en düşük gelir ve eğitim düzeyine sahip G7'nin bazı gruplara göre daha aktif olduğu görülmektedir. Burada iki araştırmanın örneklem yapısındaki farklılık bu sonucu vermiş olabilir. İlavaten Rankin ve arkadaşlarının araştırması tüketim pratikleri ve dindarlık arasındaki ilişkiyi gözlemlememiştir. Rankin ve arkadaşlarının bulguladığı bir diğer önemli sonuç, ahlaki sınırların kültürel ve sosyo ekonomik farklılıklardan bağımsız işlediğidir. Bu araştırmanın bulgularına göre ise, sosyal hiyerarşideki konum yükseldikçe ve özellikle dindarlık profili de ekonomik ve kültürel sermayeye eklendiğinde, diğer gruplar ile olan sınırların daha da belirginleştiğidir. Ancak, yine de bazı konularda (örneğin Suriyelilerin Türkiye'deki varlığı gibi) tüm grupların birbirine yakın tepki verdiği görülmüştür. Araştırmanın bir diğer sonucu da Batı kültürüne ait olduğu düşünülen ürünlerin sadece gelir ve eğitim düzeyi yüksek şehirli kozmopolitler tarafından tercih edilmesidir. Bu araştırmanın bulguları çerçevesinde bu tarife en yakın grup eğitim seviyesi hariç tutulduğunda G6'dır. Ancak eğitim ve gelir seviyesinden ziyade, dindarlık yerel ve Batı kültürü arasındaki tercihlerde önemli rol oynamaktadır.

Elde edilen bulgular Gayo ve arkadaşlarının toplam 26 ülkede yapmış olduğu araştırmanın sonuçları ile karşılaştırılmıştır. Gayo ve arkadaşlarının çalışmasında sosyal uzamda toplam sermaye hacmi dominant ekseni oluştururken, ikinci boyut sermayenin toplam hacim içinde dağılımdır. Bu araştırmanın bulgularına göre ise, dominant eksenin belirleyicisi dindarlık/Müslümanlık olarak öne çıkmaktadır. Diğer ekseni ise pratiklere katılım sıklığı belirlemektedir.

Bourdieu'nun La Distinction'a (Ayrım) konu olan araştırmasında sınıf konumları uzamı ile beğeniler uzamı arasında bir homojenlik bulunmaktadır. Ancak, bu araştırmanın bulguları iki uzam arasında bu tarz bir homojenliğin varlığına işaret etmemektedir. Elimizdeki örneklem üzerinden oluşturulan harita da dinsellik sermayesi de sosyal sermaye olarak işlev görmektedir. Dinsellik dışında başka etnisite, cinsiyet ve başka dinamiklerin de sosyal sermaye olarak işlev görüp görmediğini anlamak için elimizdeki örneklem yeterli bulgu sağlayamamıştır. Bu konuda yapılacak ilave araştırmalara ihtiyaç vardır.

Araştırmanın problem cümlelerinden birisi de dindarlığın farklı bir habitus yaratıp yaratmadığı sorusudur. Ankara'da 2013 yılında yaptığı niteliksel araştırmada dindar ve seküler kadınların örtünme pratiklerini inceleyen Karademir Hazır, bu soruya verdiği cevap "hayır"dır. Karademir Hazır'a (2013) göre, sınıfları kuran kültürel değerlendirme şemaları, iki kesim arasındaki politik sürtüşmeden bağımsız olarak paralel işlemektedir (Karademir Hazır, 2013, s. 260). Bu araştırmanın sonuçlarına göre ise, grupların harita üzerindeki dağılımı dikkate alınarak ve tüketim pratiklerine göre dindarlığın farklı bir habitus yarattığı düşünülmektedir. Tüketim pratiklerine ilave olarak hayata dair görüşler, sınırlar, mizah anlayışı gibi ilave alanlarda da dindarlık farklı kırılımlar oluşturmaktadır. Burada dikkat çekici bulgulardan biri ise, ekonomik ve kültürel sermayesi yüksek dindar habitusunun orta ve alt sosyo ekonomik dindar habitustan belirgin şekilde ayrışmasıdır. Ayrışma sebebi ise, yüksek sosyo ekonomik statüye sahip dindarların soruların anket soruları çerçevesinde tüketime katılım derecelerinin, diğer gruplara göre çok daha sınırlı olmasıdır. Bunun bir sebebi, sosyo ekonomik statü yükseldikçe dindar gruplarda ayrıştırıcı pratiklerin anket soruları arasında yer almayan pratiklerden seçiliyor oluşu olabilir. Bu sebeple de ilgili grubun tüketim pratikleri sınırlı gözükmektedir. Bu da Akçaoğlu'nun muhafazakâr üst-orta sınıf beğenisini incelerde kavramsallaştırdığı "Zarif ve Dinen Makbul" beğeni tanımlamasını akla getirmektedir. Dindar gruplarda sosyo ekonomik statü yükseldikçe hem alt sınıflardan hem de seküler üst sınıflardan ayırt edecek beğeni ve pratikler hayata geçirilmek suretiyle dindar üst sınıf habitusu yaratılmakta olabilir. Derinlemesine görüşmeler sırasında eşi doktor, kendisi ise kültür danışmanlığı ve metin yazarlığı yapan dindar kadın katılımcı kendisine uygun giyim tarzını seçerek alt sosyo ekonomik sınıflardan (Ayşe teyze) ve yaygın İslami ekonomik sermayesi yüksek ya da siyasi bağlantılı bir kadın profilinden kendisini ayrıştırmak istemesini aşağıdaki cümleler ile özetlemiştir. Katılımcı örnek verdiği iki modele de benzemek istememektedir.

> *"Çok karmaşık bir konu. Hele de benim gibi biri için çok karmaşık. Neden benim gibi dedim? Çünkü ben şimdi şurada sizinle yürüdüğümüzde size işte doktora yapan profesyonel hayatta 20 yıldır çalışan bir hanımefendi gibi davranma ihtimalleri var insanların. Ama ben başörtülü olunca iki kategoride davranıyorlar. Ya Ayşe Teyze ya da Emine Erdoğan yani" (DG 6, 41, K).*

Grupların diğer gruplar ile kurduğu sınırlara bakıldığında dinsellik sermayesi yüksek gruplarda farklı kalıplar gözlemlenmektedir. Dinselliğin gelir düzeyi ve kültürel sermaye ile aynı anda yüksek olduğu durumda, diğer gruplara konulan sınır daha belirgin

olarak ortaya çıkmaktadır. Tam tersi olarak gelir ve kültürel sermaye düzeyinin düşük olduğu dindar grupta, diğer gruplara karşı hoşgörü düzeyi de yüksektir. Derinlemesine görüşmeler esnasında bu sınırların zaman zaman dil üzerinden kullanılan kelimeler (laik, Kemalist, Atatürkçü, feminist gibi) ve onlara yüklenen farklı anlamlar aracılığıyla inşa edilebildiği de gözlemlenmiştir. Yine derinlemesine görüşmeler esnasında Bourdieu'nun vurguladığı şekilde sınırların sınıfsal hiyerarşi yaratmaya yönelik işlevi de gözden kaçmamıştır. 46 yaşındaki üstü düzey yöneticilik yapan mühendis katılımcının görüşleri bu bakış açısını yansıtmaktadır.

> *"Eşit diye bir şey yok. Eşit insanlık anlamında eşitiz tabi. Hayvan hakları, insan hakları bunlar anlamında eşitiz. Oy hakkı anlamında da eşitiz. O konuda da bir çekincem yok. Nüfus olarak böyle bir nüfus dağılımımız varsa oylar da böyle gelecektir. Ama toplumsal hayat anlamı içinde de eşit gibi düşünsek de baktığın zaman sen mesela bir okulu kazanmışsın. Belli bir çalışma kapasitesi yaratmışsın ki kendine, geliştirmişsin. Ama mezuniyette bir bakıyorsun bilmem Çukurova Üniversitesi de geliyor senin karşına aynı iş yerinde benzer işleri yapıyorsun. Veya üstün pozisyona da gelebiliyor. Ama yaptığı işleri eleştirebiliyorsun. Ya bu da ne salakça bir şey yapıyor. Bu da yapılır mı? Yapılır tabi ki. Seninle aynı seviyede değil ki" (DG1, 46, E).*

Özetle ifade etmek gerekirse, ekonomik ve kültürel sermaye dinsellik ile birleştiğinde sınırlar ve yeni habituslar yaratmaktadır. Dinselliğin alt sosyo ekonomik gruplarda bu anlamda etkisi ise daha sınırlıdır. Sosyo ekonomik statüde aşağı doğru gittikçe gruplar arasında dinselliğe bağlı sınırlar ortadan kalkmaktadır. Yankaya'nın "İslami Burjuvazi" (2018), Göle'nin Karşı Seçkinler "Counter Elites" (1997) olarak tanımladığı İslami seçkinler sınıfı kendi içinde farklı habituslar yaratmak suretiyle değişip dönüşmektedir. Göle bu sınıfın bünyesinde yer alan kadınlar, bilim insanları ve entelektüeller sayesinde giderek geleneksel İslami hareketten ayrılarak sekülerleşmeye doğru evrileceğini öne sürmüştür. Bu da Türkiye'de bir kimlik hareketi olarak doğan ve ortak bir varoluş mücadelesinden güç alan dindar habitusun sınıf mücadeleleri çerçevesinde bölünmesi ve alt habituslar yaratması anlamına gelebilir.

BÖLÜM 6: SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma sınırlı ve demografik özellikleri eşit dağılmayan bir örneklem üzerinden yürütülmesi ve sadece İstanbul ilini kapsamasından ötürü kuşkusuz genelleme anlamında fazlaca imkân vermemektedir ve böyle bir iddiası da yoktur. Buna rağmen, derinlemesine görüşmeler ile birlikte değerlendirildiğinde, İstanbul ilinde yaşayan, eğitim düzeyi Türkiye ortalamasının üzerinde, farklı kesimlerden toplam 636 kişiden toplanan veriler sosyal uzam ve kültürel alanın yapısına dair belirli çıkarımlar yapmaya imkân vermektedir.

Araştırmada benzer sınıf grupları içinde farklı alt sınıf fraksiyonları gözlemlenmiştir. Toplam 7 grubun uzamdaki dağılımları laiklik, Müslümanlığa yakınlık ve uzaklıklarına göre şekillenmektedir. Bu grupların orta, orta üst, orta alt ve alt sınıfların farklı fraksiyonlarını temsil ettiği ve grupları Müslüman ya da laik/seküler olarak çok kesin çizgiler ile ayırmanın mümkün olmadığı gözükmektedir. Örneğin, orta alt sınıf altında merkezde duran, laikliğe yakın ve Müslümanlığa yakın üç alt tabaka bulgulamıştır.

Araştırmadan çıkarılan en önemli sonuçlardan biri dindarlığın sosyal uzamda istatistiksel açıdan oldukça belirleyici bir etkiye sahip olmasıdır. Bourdieu'nun Fransa örneğinde bulguladığı sınıf konumları ile kültürel alanın örtüşmesi yani homojenlik tezi, elimizdeki örneklem ile hazırlanan ÇMA haritası için geçerli değildir. Kültürel ve ekonomik sermaye hacimleri tercih edilen pratikleri türü ve sıklığını kısmen etkiliyor olsa da esas belirleyici olan boyut dindarlıktır.

Dindar ve toplam sermaye hacmi en yüksek olan grubun tüketim pratiklerine katılımının diğer dindar gruplara ve gelir düzeyi yüksek seküler kesime göre sınırlı olması öncelikle bu grubun benimsediği ve anket soruları arasında yer almayan başka ayrıştırıcı tüketim pratiklerinin var olabileceğini düşündürmektedir. Bu konuda yapılacak daha kapsamlı saha çalışmaları bu konuya ışık tutabilir. Sermaye hacmi görece düşük dindar gruplarda ise, tüketim pratiklerine bakıldığında dindar olmayan gruplar ile çok belirgin farklılaşma görülmemektedir. Laik/seküler gruplara göre en temel farklardan biri, dindar grupların küresel kültüre dair pratiklere mesafeli yaklaşmalarıdır. Dindarlığa olan mesafe arttıkça hem yerel hem küresel kültürel pratiklere olan ilgi de artmaktadır. Bu durum dindarlığın küresel kültüre dair pratikleri sergileme yönünde özellikle sosyal hiyerarşide orta ve altta yer alan gruplarda bir engel oluşturabildiğini göstermektedir. Buna rağmen

eğitim ve gelir düzeyi yüksek olan dindar katılımcılar tarafından istisnai olarak benimsenen Batı tarzı pratikler de mevcuttur. Örneğin, genel anlamda kültürel pratiklere mesafeli, ekonomik ve eğitim düzeyi en yüksek dindar grupta puro içmek tercih edilebilmektedir. Ya da dindar bir kadın katılımcı caz müziğine olan merakından bahsedebilmektedir. Bu da gelir ve eğitim düzeyi yükseldikçe dindar gruplarda bazı Batı kökenli pratiklerde laik/seküler kesim ile ortak noktalar yakalanabileceğine örnek olabilir.

Dindar gruplar arasındaki farklılaşma sadece tüketim pratikleri ile sınırlı olmayıp, sınırlar, değerler, mizah anlayışı, siyasi ve hayata dair genel görüşlerde de kendisini göstermektedir. Bu da dindar habitus içindeki sınıfsal farklılaşmanın yeni dindar habituslar yaratmakta olduğuna işaret ediyor olabilir. Bu dindar habitusların zaman içinde ne şekilde değişeceği, kültürel ya da siyasi alanlara nasıl etki edeceği gibi sorular ileride yapılacak araştırmalar için önemli sorulardır. Müslüman habitus zaman içinde büyüyen ekonomik sermaye birikiminin etkisi ile geçmişten alışageldiği tek şapka altındaki Müslüman kimlikten farklı olarak tabakalaşan Müslüman grupları yaratmaktadır. Yankaya (2018) bu hiyearşinin en üstündeki Müslüman grupları İslami burjuvazi olarak tanımlarken, bu grubun toplumsal dönüşümün yeni taşıyıcısı olacağını iddia etmektedir (Yankaya, 2018, s. 247). Yankaya'nın (2018) "İslami seçicilik", Akçaoğlu'nun (2018) ise "zarif ve dinen makbül beğeni" olarak tanımladığı İslami üst sınıf habitusu ayrıştıran ve üreten beğeni türünü yansıtan pratikler bu araştırma kapsamında tam anlamıyla yakalanamamıştır (Yankaya, 2018) (Akçaoğlu, 2018). Bu sebeple de bu gruba tekabül eden katılımcıların pratiklere mesafeli durduğu bulgulamıştır. Bu pratiklerin detaylı tespit edilmesi için sadece ilgili gruplara yoğunlaşan yeni araştırmalara ihtiyaç vardır. Göle, "karşı seçkinler" olarak tanımladığı Müslüman üst sosyo ekonomik sınıfların zamanla sekülerleşeceğini ve "seküler seçkinler" ile giderek benzeşeceğini öngörmektedir (Göle, 1997). Ancak, bu araştırmanın sonuçlarından yola çıkarak sekülerleşmeye rağmen belirli pratiklerde ayrışmanın devam edeceği ve dindar üst sınıf habitusun siyasi alan ile olan ilişkisi de dikkate alınarak kendini seküler seçkinlerden ayrıştırmak için yeni pratikler üretmeye devam edeceği öne sürülebilir. Siyasi sermayenin dindar üst sınıfların toplam sermaye hacmi içinde önemli bir alt boyut teşkil ettiği düşünülmektedir. Elimizdeki örneklemde bu bağlantı ilgili gruptaki sayıca yüksek devlet memur/bürokratlarının varlığı ile ilişkilendirilmiştir.

Laiklik ve dindarlığa hemen hemen eşit mesafede konumlanan iki grup arasındaki belirgin bir fark ise gelir düzeyidir. Gelir düzeyi yüksek olan grup pratikleri aktif olarak sergilerken diğer grubun katılımı sınırlı kalmaktadır. Benzer durum dindarlığa mesafeli iki grupta da gözlemlenmektedir. Gruplar temsili uzamda gelir düzeylerine göre pratiklere katılım sağlayarak konumlanmaktadır. Bahsedilen dört grupta gelir düzeyi tüketim pratiklerine katılım sıklığını ve eğilimini direkt etkilerden, dindar gruplarda bunun tam tersi eğilim gözlemlenmektedir. Ancak, kadın katılımcı sayısının yoğun olduğu gruplarda tüketim pratiklerinin Müslümanlık/dindarlıktan bağımsız olarak daha yoğun sergilendiği de görülmektedir. Bu da dindar gruplar arasındaki farklılaşmayı açıklayan sebeplerden biri olabilir.

Grupları birbirinden ayrıştıran pratiklerin varlığına rağmen tüm gruplarda ortak olan birleştirici tercihler de mevcuttur. Mizah tercihlerinde Kemal Sunal filmleri, müzik tercihlerinde Barış Manço, Sezen Aksu, Haluk Levent, politikacı tercihlerinde Ekrem İmamoğlu ve Turgut Özal bunlara örnek sayılabilir. Bu tercihler söz konusu olduğunda gruplar birbirine belirgin derecede yaklaşmaktadır.

Araştırmanın işaret ettiği noktalarda önerilen araştırmalar ile özellikle dindar ve Müslüman grupların ayrıştırıcı pratikleri daha detaylı kavranabilir. Bu araştırmanın öncesinde Müslüman üst sınıfa mensup farklı yaş gruplarından katılımcılar ile gerçekleştirilecek derinlemesine görüşmeler anket formunda sorgulanabilecek doğru pratiklerin tespit edilmesine olanak verebilir. Aynı zamanda kültürel alanı ve bu alanda var olan dini ve siyasi sermaye türlerini daha iyi kavramak ve anlamlandırmak için daha büyük bir örneklem üzerinden Türkiye genelinde yapılacak bir araştırma ile sosyal gerçekliğe daha da yaklaşmak mümkün olacaktır. Öte yandan bu grupların hızla değişen dinamik bir kültürel ortamda birçok etki altında sürekli değişip dönüştüğü akılda tutulmalıdır.

İncelediğimiz örneklem üzerinden yapılan analiz sınıf analizi denemesi 2018-2020 yılları arasında İstanbul'da yaşayan farklı sosyoekonomik gruplardan katılımcıların yer aldığı sosyal uzamda dindarlığın sosyal sermaye boyutunda etkisine dikkat çekerken, aynı zamanda gruplar arasında kesin çizgiler ile dindarlığa ve laikliğe bağlı ayrımlar olmadığını da ortaya koymaktadır. Osmanlı'dan günümüze gelen tarihsel süreçte, yönetenler/yönetilenler, devlet İslamı/Halk İslamı, modern/geleneksel karşıtlıkları günümüz Türkiye'sinin kültürel alanında da dönüşerek varlıklarını sürdürmektedir. Tüm

bu karşıtlıklar içinde dindarlık, bir sosyal sermaye ve kültürel alana etki eden bir dinamik olarak değişen siyasi konjonktüre göre etkisini artarak ya da azaltarak devam ettirmektedir.

Bourdieu'nun ifade ettiği gibi "kültür oyunundan çıkış yoktur" (Bourdieu, 2015: s.26). Ancak her toplum, kendi bağımsız tarihsel süreci ve dinamikleri çerçevesinde bir kültür oyununa tabidir. Türkiye örneğinde, uzun bir tarihsel geçmişe ve buna bağlı toplumsal hafızaya dayalı var olan temel karşıtlıklar değişmiyor gibi görünse de söz konusu karşıt grupların kendi içinde bölündüğü ve karşıtlıkların yer yer melez formlara dönüştüğü görülmektedir. Kuşkusuz bu değişim, özellikle son yıllarda dijital dünyanın hızlı gelişimi ve sosyal hayata her boyutta etkileri ile de hız kazanmıştır.

EKLER

EK 1-DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME FORMU

İSTANBUL'DA YAŞAM PRATİKLERİ ÜZERİNDEN KÜLTÜREL BİR ANALİZ DENEMESİ

(Güncellenme tarihi: 07 Kasım 2018)

FORM 1

DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME ÇERÇEVESİ

DG Kodu:

Görüşmenin kiminle yapıldığı: (İsim vermek istemez ise takma isim kullanılacaktır) Görüşmenin kim tarafından yapıldığı: F. Didem Yemeniciler

Görüşmenin tarihi:

Görüşmeni

n saati ve süresi: Görüşmenin yapıldığı yer:

Tanıtım : Teşekkür edilerek görüşme hakkında bilgilendirme yapılacaktır. Görüşmenin ses kaydını almak için izin istenecektir. İzin verilmediği hallerde not tutulacaktır. Herhangi bir konuda görüşülen kişiye ısrar edilmeyecek etik ve bilimsel kurallara bağlı kalınacaktır.

Görüşmenin teybe kaydedilmesini uygun buluyor mu? 1. Uygun 2. Uygun değil.

Kişisel özelliklere ilişkin sorular:

- Cinsiyet:
- Yaş:

- Eğitim durumu, var ise Lise ve Ünv. Adı ve Bölümü:
- Ebeveynlerin eğitim durumu:
- Yabancı Dil bilgisi:
- Şu an ne iş yapıor?:
- Medeni durumu (Evli, bekar, dul), evli ise kaç yıllık evli?:
- Eşinin çalışıp çalışmadığı ve varsa çocuklar hakkında bilgi:
- Şu anda kiminle (kimlerle) yaşadığı?
- Ekonomik durumu
    - Ağırlıklı gider kaleminiz nedir?
    - Aylık hanenizde yapılan harcama tutarı yaklaşık ne kadardır?
- Doğum yeri ve İstanbul'da yaşama süresi:
- İstanbul'da yaşamaktan memnun mu? Neden memnun ya da neden memnun değil? Kendinizi tanımlamanızı istesem *Dindar, Milliyetçi, Müslüman, Muhafazakâr, Kürt, Laik, Türk, Alevi, Ateist, Atatürkçü , Deist, Feminist, Devrimci* vb. kelimelerden hangilerini kullanırsınız? Ya da hangileri sizi tanımlamak için hiç uygun olmaz?

AİLE VE YAŞAM ALANI

1. Eviniz size mi ait, kira mı? Evinizden memnun musunuz? Evinizi seviyor musunuz?
2. Ne zamandır bu evde yaşıyorsunuz?
3. Neden bu semti seçtiniz? Taşınmak ister miydiniz? İmkanınız olsa hangi semtte yaşamak isterdiniz? Neden?
4. Mobilyalarınızı siz mi seçtiniz? Imkaniniz olsa nasıl bir dekorasyon tercih edersiniz?
5. Şimdi göstereceğim fotoğraflardaki evler hakkında düşünceleriniz nedir, nasıl tanımlarsınız bu evleri? İçlerinde tercih edeceğiniz ya da kesinlikle tercih etmeyecekleriniz var mı?
6. Kendinizi anne babanıza göre toplumda farklı bir konumda görüyor musunuz? Anne babanız ne iş yapardı? Gelir düzeyi ve toplumsal konum açısından onlarla sizin aranızda bir karşılaştırma yapar mısınız?
7. Çocuklarınız için sizden farklı olarak nasıl bir gelecek hayal edersiniz? Onlara bu geleceği sunmak için bir çaba gösteriyor musunuz? Biraz anlatır mısınız?
8. Çocuklarınızın okul seçimlerinde nelere dikkat ediyorsunuz? Okul seçimi sizce önemli mi, neden?
9. Çocuğunuz ders dışında ne gibi etkinliklere katılır? Ya da geçmişte okuldayken ne gibi etkinliklere katıldı? Bu etkinlikleri siz mi çocuğunuz mu seçiyor?

YEME İÇME ALIŞKANLIKLARI

1. Yemek yemeği sever misiniz? Hangi yemekleri seversiniz? Yemeği genelde evde mi dışarda mı yersiniz? Evde yemek pişirir misiniz? Yemek seçerken

dikkat ettiğiniz şeyler var mı?

2. Eve misafir geldiğinde tipik bir menünüz nasıldır? Sofra kurmaya özen gösterir misiniz? Nelere dikkat edersiniz? İyi bir ikram nasıl olmalı? Sunum önemli midir? Evet ise, sunum ile ilgili sosyal medya hesaplarını takip ediyor musunuz? Sizce sofra adabı nedir? Yer sofrasında mı masada mı yemek yemeği tercih edersiniz?
3. Dışarda yemek yediğinizde ya da arkadaşlarınız veya ailenizle çıktığınızda genelde nerelere gidersiniz? Mekânı neye göre seçersiniz? Gittiğiniz mekanın alkollü/alkolsüz olması sizin için önemli mi? Birkaç isim verir misiniz gittiğiniz mekanlardan? Yaklaşık ne kadarlık bir bütçe ayırıyorsunuz dışarda yemek yemek için?
    a. (Mekanlar için deşme amaçlı örnek vermek gerekirse; Uzakdoğu restoranı, kebapçı, esnaf lokantası, steakhouse, balık restoranı, dönerci, meksika mutfağı, italyan restoranı, kokoreççi)
4. TVde ya da sosyal medyada yemek yayınlarını izliyor musunuz? Neden? Öğrendiklerinizi uygular mısınız evde?
5. Özellikle vazgeçemediğiniz gıdalar ya da asla yemem dediğiniz yemekler var mı?
6. Sigara, sigar, puro ya da nargile kullanıyor musunuz? Ne kadar zamandır, ne sıklıkta? Hangi markalar? Nargileyi nerede içiyorsunuz?
7. Alkol kullanıyor musunuz? Tercih ettiğiniz içki türü ve marka var mı? Kendinizi bu alanda bilgili buluyor musunuz?

GÜNDELİK YAŞAM VE BOŞ ZAMANLAR

1. Bize ortalama bir gününüzü anlatır mısınız?
2. Boş zamanlarınızda neler yaparsınız? Bu aktiviteleri tercih etme sebebiniz nedir?
3. Sivil toplum çalışmalarına katılıyor musunuz? Biraz bahsediniz. Sosyal kulüp ya da dernek üyeliğiniz var mı?
4. Kısa ve uzun tatillerde, senelik izinlerde ne yaparsınız?
5. Tatil için tercihleriniz nerelerdir? Ne tür tatilleri seversiniz? Neye göre seçersiniz? En son gittiklerinizden örnek verir misiniz?
6. Hacca ya da Umreye gittiniz mi? Biraz bahseder misiniz?
7. En son katıldığınız kalabalık bir kutlamadan (düğün, doğumgünü vs) bahseder misiniz? Neredeydi, gelen konuklar nasıldı, neler ikram edildi, konuklar nasıl eğlendiler vs. (Müzikli ise nasıl müzikler çaldı, solist var mıydı, dans edildi mi? vs.)
8. Siz eğlence için ne yapmayı tercih edersiniz?
9. Özel günleri kutlar mısınız yakın çevrenizde? Hangilerini?
10. Çevrenizde cenaze günleri nasıl geçer? Ne gibi adetler uygulanır? Özellikle nelere dikkat edilir?
11. Dini toplantılara katılır mısınız? Örneğin mevlüt, sohbet, dua vb. Biraz bahseder misiniz?

12. Düzenli spor yapıyor musunuz? Evet ise biraz bahseder misiniz? Spor sizin için ne ifade ediyor? Bedeninizi sağlıklı buluyor musunuz? Dövme ya da piercinginiz var mı? Estetik amaçlı operasyonlara karşı mısınız? Hiç yaptırdınız mı ya da yaptırmayı düşünür müsünüz?
13. Diyet ya da sağlıklı yaşam hakkında ne düşünüyorsunuz? Organik gıdalar sizce tercih edilmeli mi? Kişisel gelişim sizin için ne ifade ediyor?
14. Sosyal medya sizin için önemli mi? Günde ne kadar zaman ayırıyorsunuz? En çok kullandığınız programlar? Ne tür paylaşımlar ilginizi çekiyor? Sizce insanlar neden paylaşım yapıyor? Internetten alışveriş yapıyor musunuz? Ne tür şeyler alırsınız?
15. Düzenli bir hobiniz var mı? Ne kadar zaman ayırıyorsunuz?
16. Evcil hayvanınız var mı? Hayvanları sever misiniz?

Sanat

a) Sanat size ne ifade ediyor, aklınıza neler geliyor? Sanata meraklı mısınız? Hangi türlerine? Aile büyüklerinizde ya da çevrenizde sanata meraklı olanlar var mı? Siz hiç sanatın herhangi bir dalı ile uğraştınız mı? Çevrenizde uğraşan var mı? Sanat performanslarını ya da resim sergisi vb.
takip eder misiniz? (bale, opera, müzikal, sergi, modern sanat vs?) Çocukken aileniz ile birlikte takip edermiydiniz? Ya da ailede meraklı olan var mıydı? Evinizde sahip olduğunuz bir sanat eseri/eserleri var mı? Bahsedermisiniz ve kaç tane?
b) Şimdi size göstereceğim resimler hakkında bana neler söylersiniz? Örneğin size ne düşündürdüğü ya da hissettirdiği hakkında bana yorum yapar mısınız?
c) Ne tür müziklerden hoşlanırsınız? (Klasik, pop, chill out, reggae, yerli, yabancı, rock, rap, arabesk, sanat müziği, Anadolu rock vs) Müzik sizin için ne derece önemli? Dinlemeye

   tahammül edemeyeceğiniz bir müzik var mı? Bana dinlediğiniz birkaç sanatçının ismini verebilir misiniz?
d) Sinema ya da tiyatroya meraklı mısınız? Ne tür filmleri ya da oyunları tercih edersiniz ve ne sıklıkta gidersiniz? En son ne zaman gittiniz? İsmini verebilir misiniz?

Moda/Giyim

a) Giyim tarzınızı nasıl buluyorsunuz? Bize tarif eder misiniz? Nasıl bir tarzınız olsun isterdiniz? Beğendiğiniz bir örnek var mı? Takip ettiğiniz modacı/designer var mı? Bu konuda dergi ya da sosyal medyadan sürekli takip ettiğiniz yayınlar/kişiler var mı? Bu konuya ilgi duyduğunuzu söyleyebilir

misiniz? Özellikle nelere dikkat edersiniz? Sizce şık bir kadın/erkek nasıl giyinmeli? Bir kadın ya da erkekte giyim kuşamda en çok neye dikkat edersiniz? Hiç beğenmediğiniz tarz ya da tarzda giyinenleri tarif eder misiniz?

b) Şimdi göstereceğim fotoğraflar hakkında fikirlerinizi alabilir miyim? Sizce bu fotoğraftakiler şık mı? Ya da rüküş mü? Neden? Beğendiğiniz ve beğenmediklerinizi anlatır mısınız?
c) Parfüm, deodorant kullanır mısınız? Marka tercihiniz var mı?
d) Saat kullanır mısınız? Markası nedir? Güneş Gözlüğü kullanır mısınız? Markası nedir? Mücevher ya da değerli takılar kullanır mısınız?
e) Sizin için vazgeçilmez aksesuarlar var mı? Neden?

Edebiyat

a) Edebiyata meraklı mısınız? Kitap, dergi okuma alışkanlığınız var mı? Düzenli takip ettiğiniz bir yayın var mı? Ne tür kitaplar okursunuz? Yılda yaklaşık kaç kitap okursunuz?
b) Okumayı neden seviyorsunuz ya da neden sevmiyorsunuz?

Televizyon ve Diziler

a) TV izliyor musunuz? Günde ortalama kaç saat? En çok izlediğiniz programlar hangileri? Hiç izlemediğiniz ve hiç hoşlanmadığınız programlar hangileri? Neden?
b) Dizi izliyorsanız izleyeceğiniz dizileri neye göre seçiyorsunuz? Dizilerde size ilginç gelen yönler nedir?

DİNİ TERCİHLER

1. Din sizin için ne anlam ifade ediyor? Hayatınızdaki rolü nedir? Dindar bir insan nasıl olur? Dindar insanlar hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? Kendinizi dindar buluyor musunuz?
2. Dini ibadetler sizin için önem taşıyor mu? Hangi dini ibadetleri yerine getirirsiniz?
3. Dindar olmayan (ya da koyu dindar) kimseler hakkındaki düşünceleriniz nelerdir?
4. Müslüman olmayan insanlar hakkındaki düşünceleriniz nelerdir? (Başka bir dine mensup olabilir ya da deist, ateist olabilir).
5. Çocuğunuz ya da ailenizden biri Müslüman olmayan biriyle evlenmek isterse nasıl karşılarsınız?
6. Sizce çocuklara din eğitimi verilmeli mi? Neden verilmeli/verilmemeli?

Neler öğretilmli, kaç yaştan itibaren?

SİYASİ YAKLAŞIM

1. Siyasetle ilgileniyor musunuz? Çevrenizde siyasi konularda sohbet etmeyi ya da tartışmalara katılmayı sever misiniz? Sizce Türkiye'de son 10-20 yılda birşeyler değişti mi? Evet ise, biraz bahseder misiniz? Daha olumluya mı gidiyor yoksa daha olumsuza mı? Nasıl değerlendiriyorsunuz?
2. Siyasi görüşünüzü nasıl tanımlarsınız?
3. Sizce laiklik nedir? Laiklik günümüzde önemli mi?
4. Sizce Türkiye'de ayrımcılık var mı? (Örn. Etnik gruplara, kadınlara, eşçinsellere, Müslümanlara, ateistlere vs vs.) Varsa nasıl ve kimlere uygulanıyor? Kimler eziliyor, kimler ayrıcalıklı? Örneğin dindar olmak ya da olmamak avantaj sağlayabilir mi? Sizce kadınlar eşitlik/güç anlamında toplumda nasıl bir konumdalar? Geçmişe göre daha mı iyi, daha mı kötü? Tesettürlü kadınlar için de geçerli mi? Kadınların çalışmasına nasıl bakıyorsunuz?
5. Şimdiye kadar sizin ayrıcalıklı muamele gördüğünüz durumlar oldu mu? Ya da tam tersi. Yaşadığınız örnek varsa anlatırmısınız? (örn: okulda, işyerinde, devlet dairelerinde, mahkemede vs.)
6. Türkiye'deki adalet sistemine güveniyor musunuz?
7. Sizce Türkiye'nin en büyük sorunu nedir?

SOSYAL İLİŞKİLER, SINIRLAR VE HAYATA DAİR GÖRÜŞLER

1. Toplum içinde farklı konumda insanlar var. (örn: Farklı yaşam tarzlarına sahip, daha zengin, daha fakir, daha kültürlü, daha cahil vs.) Siz kendinizi toplum içinde nasıl bir konumda görmektesiniz? Diğer konumlardaki insanlarla ortak noktalarınız var mı? Diğerlerini nasıl görüyorsunuz? Size göre olumlu ya da olumsuz yönleri var mı? Farklı noktalarınız nedir?
2. Sizce farklı konumdan insanlar evlenebilir mi? Arkadaş ya da komşu olabilir mi? Sizin böyle tecrübeleriniz var mı? Sizden farklı sosyal konumda arkadaş ya da tanıdıklarınız var mı? Kendinizde ya da çevrenizde gördüklerinizden bahsedermisiniz.
3. Çevreniz geniş mi? Sizce bu önemli mi? Bunun avantaj ya da dezavantajı var mı size göre? Size şimdiye kadar avantaj sağladı mı hiç?
4. Eşcinsellik hakkında ne düşünüyorsunuz?
5. Yabancılarla ilgili düşünceleriniz neler? (Avrupalılar, Amerikalılar, Suriyeliler, Araplar)
6. Biriyle yeni tamıştığınızda ilk olarak hangi özellikleri dikkatinizi çeker?

Neden? Hangi tür insanları itici, hangi tür insanları sempatik bulursunuz?

7. Hangi ortamlarda bulunmak hoşunuza gitmez? Neden? Hangi ortamlarda bulunmak size mutlu eder?
8. Kendinize örnek aldığınız bir ünlü var mı? Şimdi ya da geçmişten. Neden?
9. En büyük idealiniz/hayaliniz nedir?

GÖZLEMLER:

Görüşme yapılan yer katılımcının evi ise

- Dekorasyon, eşyaların genel görünümü
- Aksesuarlar (sanat eserleri var mı, dini ya da laik motifli tablo, aksesuar vs. var mı)
- Genel izlenim

Görüşme yapılan yer katılımcının ev dışı ise

- Ortama dair genel bilgi

Görüşme yapılan kişiye dair

- Genel görünümü (giyim tarzı, genel duruş, sakallı/sakalsız, uzun/kısa saç, atletik/kilolu vs.)
- Dili nasıl? Aksanı ya da şivesi var mı? Argo kullanıyor mu?
- Beden dili nasıl (rahat, çekingen, kendine güvenli vs)
- Çevresindeki insanlara yaklaşımı nasıl?

Görüşmeye dair diğer değerlendirme ve gözlemler:

EK 2-ANKET FORMU

İSTANBUL'DA YAŞAM PRATİKLERİ ÜZERİNDEN KÜLTÜREL BİR ANALİZ DENEMESİ

(Güncellenme tarihi: 3 Aralık 2019)

FORM 2

ANKET FORMU

Görüşmenin Yapıldığı Yer: Internet üzerinden

Anket Davet Metni

Sevgili Fikri Mühim,

Akademik bir çalışma için sizleri araştırmamıza davet ediyoruz.

Araştırmamıza katılarak bizlere destek olursanız çok seviniriz.

Bu araştırma sonuçları bireysel olarak değerlendirilmeyecektir. Cevaplar diğer katılımcıların verdiği cevaplar ile toplu bir şekilde değerlendirilecektir. Bireysel değerlendirme içermediği için; kimliğinizi açığa çıkaracak yönde hiçbir soru yoktur. Sizlerin sağlamış olduğu bilgiler araştırma kapsamı dahilinde kullanılacak olup bunun dışındaki amaçlar için kullanılmak üzere başka kişi veya kuruluşlara verilmeyecektir. Tüm bu nedenlerden kendinizi tam güvende hissedebilirsiniz.

Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz.

A1-Cinsiyet	☐Kadın ☐Erkek
A2-Yaş	Lütfen belirtiniz…
A3-Yandaki kelimelerin sizi ne derecede tanımladığını lütfen işaretleyiniz.	

	Çok tanımlıyor	Tanımlıyor	Biraz tanımlıyor	Tanımlamıyor	Hiç Tanımlamıyor
Dindar	☐	☐	☐	☐	☐
Laik/seküler	☐	☐	☐	☐	☐
Milliyetçi	☐	☐	☐	☐	☐
Muhafazakâr	☐	☐	☐	☐	☐
Müslüman	☐	☐	☐	☐	☐
Ateist	☐	☐	☐	☐	☐
Alevi	☐	☐	☐	☐	☐
Atatürkçü	☐	☐	☐	☐	☐
Feminist	☐	☐	☐	☐	☐
Kürt	☐	☐	☐	☐	☐
Deist	☐	☐	☐	☐	☐
Liberal	☐	☐	☐	☐	☐

B1 ***Aşağıdaki aktiviteleri ne sıklıkta yaparsınız? Lütfen işaretleyiniz.***	**Hergün**	**Haftada birkaç kez**	**Ayda birkaç kez**	**Yılda birkaç kez**	**Hiç yapmam**
Sinemaya gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Resim sergisine gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Müzeye gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Tiyatroya gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Sanat galerisine gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Netflix izlemek	☐	☐	☐	☐	☐
Yurt dışına seyahat etmek	☐	☐	☐	☐	☐
Puro içmek	☐	☐	☐	☐	☐
Nargile içmek	☐	☐	☐	☐	☐
Sigara içmek	☐	☐	☐	☐	☐
Arkadaşlarla bulusmak	☐	☐	☐	☐	☐
Aile ziyaretleri yapmak	☐	☐	☐	☐	☐
Restoranda yemek yemek	☐	☐	☐	☐	☐
Kebapçıya gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Seyyar satıcılardan yemek	☐	☐	☐	☐	☐
Araba kullanmak	☐	☐	☐	☐	☐
Televizyon izlemek	☐	☐	☐	☐	☐
Spor salonuna gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Kitap okumak	☐	☐	☐	☐	☐
Klasik müzik konserine gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Açık havada spor yapmak	☐	☐	☐	☐	☐
Esnaf lokantasına gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Meyhaneye gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Dünya mutfağı yemek sunan restoranlara gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Fast food (McDonalds vb.) restorana gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Kahve dükkanlarına gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Mangal yapmak	☐	☐	☐	☐	☐
Piknik yapmak	☐	☐	☐	☐	☐
Kahvaltı/brunch'a gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Panel ya da seminere gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Mevlütlere gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Dini sohbetlere katılmak	☐	☐	☐	☐	☐
Kahveye gitmek (erkekler için)	☐	☐	☐	☐	☐
Günlere gitmek (kadınlar için)	☐	☐	☐	☐	☐
Kart veya okey vb.oyunları oynamak					
Bilgisayar oyunları oynamak	☐	☐	☐	☐	☐
Instagram kullanmak	☐	☐	☐	☐	☐
Facebook kullanmak	☐	☐	☐	☐	☐
Alışveriş merkezine gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Müzikli eğlence mekanlarına gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
TV'de siyaset programı izlemek	☐	☐	☐	☐	☐
TV'de Türk dizileri izlemek	☐	☐	☐	☐	☐
TV'de yemek program izlemek	☐	☐	☐	☐	☐
Futbol maçlarına gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Basketbol maçlarına gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Tenis oynamak	☐	☐	☐	☐	☐
Ev işi yapmak	☐	☐	☐	☐	☐
Yemek pişirmek	☐	☐	☐	☐	☐
Internet kullanmak	☐	☐	☐	☐	☐

Aşağıdaki aktiviteleri ne sıklıkta yaparsınız? Lütfen işaretleyiniz	**Hergün**	**Haftada birkaç kez**	**Ayda birkaç kez**	**Yılda birkaç kez**	**Hiç yapmam**
Slow dans etmek	☐	☐	☐	☐	☐
Göbek atmak	☐	☐	☐	☐	☐
Latin dansı yapmak	☐	☐	☐	☐	☐
Kış sporları yapmak	☐	☐	☐	☐	☐
Felsefe ile ilgili kitap okumak	☐	☐	☐	☐	☐
Organik gıdalar satin almak	☐	☐	☐	☐	☐
Sağlık ile ilgili yayınları takip	☐	☐	☐	☐	☐
Bir hobi ile ilgilenmek	☐	☐	☐	☐	☐
Roman okumak	☐	☐	☐	☐	☐
Tarih ya da biyografi okumak	☐	☐	☐	☐	☐
Kişisel gelişim kitabı okumak	☐	☐	☐	☐	☐
Dinle ilgili kitap okumak	☐	☐	☐	☐	☐
Kuran-ı Kerim okumak	☐	☐	☐	☐	☐
Caz müzik dinlemek	☐	☐	☐	☐	☐
Arabesk müzik dinlemek	☐	☐	☐	☐	☐
Halk müziği dinlemek	☐	☐	☐	☐	☐
Rock müzik dinlemek	☐	☐	☐	☐	☐
Klasik müzik dinlemek	☐	☐	☐	☐	☐
BİM/A101/Şok marketten alışveriş	☐	☐	☐	☐	☐
Sosyal medyada yeme/içme/gezme fotoğrafı paylaşmak	☐	☐	☐	☐	☐
Vitamin//besin desteği takviyesi kullanmak	☐	☐	☐	☐	☐
Yer sofrasında yemek yemek	☐	☐	☐	☐	☐
Kişiye özel spor dersi almak	☐	☐	☐	☐	☐
Astroloğa gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Falcıya gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Alaturka tuvalet kullanmak	☐	☐	☐	☐	☐
Kumarhaneye gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Çay bahçesine gitmek	☐	☐	☐	☐	☐
Kayak yapmak	☐	☐	☐	☐	☐
Snowboard yapmak	☐	☐	☐	☐	☐
İlahi dinlemek	☐	☐	☐	☐	☐
Yemekte bıçak kullanmak	☐	☐	☐	☐	☐
Makro marketten alışveriş	☐	☐	☐	☐	☐

B2	**Bir kez yaptım**	**Birkaç kez yaptım**	**Sıklıkla yaparım**	**Hiç yapmadım**
Hayatınız boyunca aşağıdaki aktiviteleri hiç yaptınız mı?				
Özel bir tekne (yat) ile gezmek	☐	☐	☐	☐
Yurt dışına gitmek	☐	☐	☐	☐
Bir eğlencede göbek atmak	☐	☐	☐	☐
Gemi turuna çıkmak	☐	☐	☐	☐
Futbol maçına gitmek	☐	☐	☐	☐
Arabesk müzik dinlemek	☐	☐	☐	☐
Psikolojik destek almak	☐	☐	☐	☐
5 yıldızlı bir otelde kalmak	☐	☐	☐	☐
Michelin yıldızlı bir restoranda yemek	☐	☐	☐	☐
Sergiye/bienale gitmek	☐	☐	☐	☐
Piknik yapmak	☐	☐	☐	☐
Örgü örmek	☐	☐	☐	☐
Camiye gitmek	☐	☐	☐	☐
Yurt dışında konsere gitmek	☐	☐	☐	☐
İçki tadım turuna gitmek	☐	☐	☐	☐
Baby shower'a gitmek	☐	☐	☐	☐
Kına gecesine gitmek	☐	☐	☐	☐
Sushi yemek	☐	☐	☐	☐

Sokak tezgahında satılan bir yemek almak Organik pazara gitmek Internette arkadaşlık sitelerine girmek (ya da bu amaçlı uygulamaları kullanmak) SPA/Wellness merkezine gitmek	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
A4- Sokağa çıktığınızda başınızı örtüyor musunuz (Kadınlara sorulacak)? A5-Eşiniz/kızkardeşiniz/anneniz bunlardan biri sokağa çıktığında başını örtüyor mu?	☐Evet ☐Hayır ☐Evet ☐Hayır
A6-Genel olarak düşündüğünüzde kendinizi ne kadar dindar görüyorsunuz? 1'in hiç dindar değil, 5'in çok dindar olduğu bir cetvelde kendinizi ne kadar dindar bulduğunuzu belirtir misiniz? A7-Genel olarak düşündüğünüzde kendinizi ne kadar Laik/Seküler görüşe yakın buluyorsunuz? 1'in "hiç yakın bulmuyorum", 5'in "çok yakın buluyorum" olduğu bir cetvelde belirtir misiniz?	Dindarlık seviyeniz için 1'den 5'a kadar puan veriniz (1 hiç dindar değil, 5 çok dindar) 1.Hiç dindar değil 2.. 3.. 4.. 5.Çok dindar Laik/seküler görüşe yakınlığınız için 1'den 5'e kadar puan veriniz (1 en az, 5 en çok) 1.Hiç yakın bulmuyorum 2.. 3.. 4.. 5.Çok yakın buluyorum
B3-Sizce saygıdeğer bir **kadın** yandaki özelliklerden hangisine sahip olmalı? Sizce en önemli olan 3 tanesini işaretleyiniz.	☐ Namuslu ☐Evli ☐Tesettürlü ☐İyi bir meslek sahibi ☐ Çocuk sahibi ☐ Yabancı dil bilen ☐Dürüst ☐ Muhafazakâr ☐Hayırsever

	☐İyi giyinen ☐Mütevazi ☐ İyi bir gelir sahibi ☐Türkçe'yi iyi konuşan ☐Diğer, lütfen belirtiniz
B4-Sizce saygıdeğer bir **erkek** yandaki özelliklerden hangisine sahip olmalı? Sizce en önemli olan 3 tanesini işaretleyiniz.	☐Namuslu ☐ Evli ☐Eşi Tesettürlü ☐İyi bir meslek sahibi ☐ Çocuk sahibi ☐ Yabancı dil bilen ☐Dürüst ☐ Muhafazakâr ☐Hayırsever ☐İyi giyinen ☐ Mütevazi ☐ İyi bir gelir sahibi ☐Türkçe'yi iyi konuşan ☐Diğer, lütfen belirtiniz
B5-Yanda yer alan sanatçılardan hangileri dinlemeyi sevdikleriniz arasındadır? En çok sevdiğiniz 3 tanesini işaretliyiniz.	Cem Karaca ☐ Kubat ☐ Ahmet Kaya ☐ Jabbar ☐ Haluk Levent ☐ Demek Akalın ☐ Barış Manço ☐ Ezhel ☐ Zeki Müren ☐ Aleyna Tilki ☐ Tarkan ☐ Edis ☐ Ahmet Özhan ☐ Müslüm Gürses ☐ Karsu ☐ Fazıl Say ☐ Sezen Aksu ☐ Diğer (lütfen belirtiniz)…..
B6-Sabah kahvaltısında yanda yer alan seçeneklerden hangilerini <u>tüketmeyi tercih etmezsiniz</u>? Lütfen işaretleyiniz.	Kahvaltı yapmam ☐ Omlet ☐ Menemen ☐ Somon ☐ Börek/pohaça/simit vb. unlu mamüller ☐ Bal, reçel vb. tatlılar ☐ Çorba ☐ Meyve ☐ Sebze suları ☐ Yöresel ürünler ☐ Mısır gevreği vb tahıllar ☐ Ekmek ☐
B7-Yandaki politikacılardan beğendiklerinizi işaretleyiniz?	Tayyip Erdoğan ☐ Turgut Özal ☐ Meral Akşener ☐ Kemal Kılıçdaroğlu ☐ Ekrem İmamoğlu ☐ Süleyman Demirel ☐ Doğu Perinçek ☐ Devlet Bahçeli ☐ Viladamir Putin ☐ Donald Trump ☐ Angela Merkel ☐ Selahattin Demirtaş ☐ Abdullah Gül ☐ Necmeddin Erbakan ☐ Ahmet Davutoğlu ☐ Bülent Ecevit ☐ Diğer (lütfen belirtiniz)…..
B8-Beğendiğiniz iyi bir politikacı için size göre yandaki özelliklerden hangileri önemli ya da önemsizdir? Lütfen işaretleyiniz.	Çok önemli / Önemli / Biraz Önemli / Önemsiz / Çok önemsiz Dürüst ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Müslüman ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Vatanını seven ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Şeffaf ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Dindar ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Ekonomiyi iyi yöneten ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Güç sahibi ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Laik ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Korkulan/çekinilen ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sözünün eri ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Doğasever ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ İyi eğitim almış ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Hayvan sever ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ İnsan haklarına saygılı ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Adil ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
B9-Yandakilerden hangisi/hangilerini sosyal medyada takip edersiniz?	Alışveriş ile ilgili paylaşımlar ☐ Magazin ile ilgili paylaşımlar ☐ Kişisel gelişim ile ilgili paylaşımlar ☐ Mizah ile ilgili paylaşımlar ☐ Sağlıkla ilgili paylaşımlar ☐ Spor ile ilgili paylaşımlar ☐ Seyahatlerle ilgili paylaşımlar ☐ Sanat ile ilgili paylaşımlar ☐ Siyaset ile ilgili paylaşımlar ☐ Din ile ilgili paylaşımlar ☐ Diğer..(lütfen belirtiniz) Hobiler ile ilgili paylaşımlar ☐

B10-Yandakilerden en çok hangisi/hangilerine gülersiniz? En fazla komik bulduğunuz 3 seçeneği işaretleyiniz

Cem Yılmaz ☐ Ata Demirer ☐ Şafak Sezer filmleri ☐
Recep İvedik filmleri ☐ Mükremin Çıtır ☐ Gülse Birsel'in dizileri ☐
İşler Güçler dizisi ☐ Kemal Sunal filmleri ☐ Hababam Sınıfı ☐
Güldür güldür Show ☐ Diğer (lütfen belirtiniz)……

B11-İmkânınız olsa yandakilerden hangisi/hangilerini yapmak istersiniz? En çok yapmak istediğiniz 3 seçeneği işaretleyiniz.

Dünyayı gezmek ☐ Bir hobiye zaman ayırmak ☐
Bir müzik aleti çalmak ☐ Sivil toplum çalışmalarına katılmak ☐
Siyasete atılmak ☐ Kitap yazmak ☐
Pahalı markalardan alışveriş yapmak ☐ Giyim kuşam alışverişi yapmak ☐
İhtiyacı olanlara yardım etmek ☐ Güzel bir ev almak ☐
Estetik yaptırmak ☐ Eğitimini tamamlamak ☐
Tedavi olmak ☐ Spor yapmak ☐
Hiç çalışmamak ☐ Diğer (lütfen belirtiniz)…..

B12-Diyelim evinizin yanına yeni bir komşu taşınacak. Yanda adı geçen gruplardan hangilerinin komşunuz olmasını İSTEMEZDİNİZ. İstemediklerinizi işaretleyiniz.

Sabıkalılar ☐ Dinsizler ☐
Başka ırk veya renkten olanlar ☐ Evlenmeden yaşayan bir çift ☐
Aşırı solcular ☐ Suriyeli bir aile ☐
Çok içki içenler ☐ Yalnız yaşayan kadın ya da erkek ☐
Aşırı sağcılar ☐ Öğrenciler ☐
Aşırı dindarlar ☐ Başka dine mensup insanlar ☐
AIDS hastalığı olanlar ☐ Kürtler ☐
Uyuşturucu madde kullananlar ☐ Aleviler ☐
Homoseksüeller/eşcinseller ☐ Romanlar (çingeneler) ☐
Diğer (lütfen belirtiniz)…… Hiçbiri beni rahatsız etmez ☐

B13-Sizce Türkiye'de yargıda adalet var mı? 1'den 5'e kadar bir ölçekte numaralandırınız (1 hiç yok, 5 çok var).
1.Hiç yok
2..
3..
4..
5.Çok var

B14-Sizce Türkiye'nin en büyük sorunu aşağıdakilerden hangisidir? Sizin için en önemli olan 2 tanesini işaretleyiniz.

Cehalet ☐ Terör ☐ Ayrımcılık ☐
Hayat pahalılığı ☐ Tarikatlar ☐ Adaletsizlik ☐
Gelir dağılımında eşitsizlik ☐ Atatürk ilkelerinden uzaklaşmak ☐ İşsizlik ☐
Dinden uzaklaşmak ☐ Kutuplaşma ☐ Yoksulluk ☐

B15-Aşağıda yer alan ifadeler ile ilgili düşünceleriniz nedir?

	Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Fikrim yok
Erkeklerden daha iyi yönetici/lider olur	☐	☐	☐	☐	☐
Klasik müzik bizim gibi insanlara göre değil	☐	☐	☐	☐	☐
Operaya gitmek hiç istemem	☐	☐	☐	☐	☐
Nikâhsız ilişkiler bana uygun değil	☐	☐	☐	☐	☐
Kadınlar erkeklere göre daha kötü araba kullanır	☐	☐	☐	☐	☐
Kız çocukların üniversite okuması gerekli değildir.	☐	☐	☐	☐	☐
Modern yaşamda İslam'ın hükümlerini aynen uygulamak imkânsızdır	☐	☐	☐	☐	☐
İslam'ın çağa uygun hale getirilmesi gerekiyor	☐	☐	☐	☐	☐
Deprem, günahlarından dolayı Allah'ın insanlara verdiği bir cezadır	☐	☐	☐	☐	☐
Hastalıkların çoğu, günahlarından dolayı Allah'ın insanlara verdiği cezadır	☐	☐	☐	☐	☐
Önemli olan kalp temizliğidir, ibadet önemli değildir	☐	☐	☐	☐	☐
Ezan okunurken televizyon veya müziğin sesini kısarım	☐	☐	☐	☐	☐
İçki içilen, alınan ve satılan yerlerden uzak dururum.	☐	☐	☐	☐	☐

B16-Sosyal ortamlarda en çok görüştüğünüz 5 kişinin (birlikte gezme, yeme/içme, vakit geçirilen ve arkadaşlık yapılan kişiler olarak düşünün) arasında

Doktor ☐
Genel Müdür/CEO ☐
Üst düzey yönetici ☐
Temizlik görevlisi ☐

yandaki mesleklere sahip olan varsa lütfen işaretleyiniz?	Öğretmen ☐ Elektrikçi/tesisatçı ☐ Apartman görevlisi/güvenlikçi ☐ Çiftçi ☐ Büyük işletme sahibi (yanında 10 kişiden fazla çalışan) ☐ Küçük işletme sahibi (yanında 10 kişiden az çalışan) ☐ Öğretim üyesi/akademisyen ☐ Satış elemanı ☐ Sekreter/asistan ☐ Büro elemanı ☐ Banka memuru ☐ Avukat ☐ Şoför ☐ Esnaf ☐ Ev hanımı ☐ Hakim ☐ Polis ☐ Öğrenci ☐ Diğer …..(Lütfen belirtiniz)
A8-Son bitirdiğiniz eğitim kurumu	☐ İlköğretim ☐Lise ☐Yüksekokul ☐Üniversite ☐Yükseköğretim
Yüksekokul ve üzeri için sorulacak A9-Lisans/yüksek lisans için ayrı ayrı belirtiniz	☐Lisans …… ☐Yüksek lisans ……
A10-Türkçe dışında bildiğiniz diller	☐İngilizce ☐Kürtçe ☐Almanca ☐Fransızca ☐diğer (lütfen belirtiniz)……..
A11-Düzeyi	İngilizce ☐İyi derecede ☐Orta derecede ☐ Az Almanca ☐İyi derecede ☐Orta derecede ☐ Az Fransızca ☐İyi derecede ☐Orta derecede ☐ Az Kürtçe ☐İyi derecede ☐Orta derecede ☐ Az Diğer ☐İyi derecede ☐Orta derecede ☐ Az
A12-Nerede çalışıyorsunuz?	☐İşçi (fabrika, temizlik işçisi, güvenlikçi, kapıcı vb.) ☐Esnaf ☐Öğretmen ☐Kendi işini yapıyor (küçük işletme, 10 kişiden az çalışan) ☐Kendi işini yapıyor (büyük işletme, 10 üzeri çalışan) ☐Özel sektörde maaşlı (müdür ve üzeri pozisyonda çalışıyor) ☐Özel sektörde maaşlı (müdür altı pozisyonda çalışıyor) ☐Çiftçi ☐Devlet memuru ☐ Öğretim üyesi ☐Ev kadını ☐Emekli ☐ Kayıtsız çalışıyor (temizlikçi vb.) ☐İşsiz ☐Kendi tercihi ile çalışmıyor ☐Diğer (lütfen belirtiniz)
A13- Medeni durum	☐Hiç evlenmemiş ☐ Evli ☐ Boşanmış ☐Dul
A14-Evli ise eşin mesleği	Lütfen belirtiniz..
A15-Çocuk sayısı	Lütfen belirtiniz..
A16-Aylık olarak hanede yapılan harcama tutarı	☐3.000TL altı ☐3.000-6.000 TL arası ☐6.000-10.000 TL arası ☐10.000 TL üzeri Tam rakamı hatırlıyorsanız lütfen belirtiniz…
A17-Hanenizdeki en **büyük harcama** kalemi hangisidir?	☐Eğitim ☐Yeme içme ☐ Kira vb. ☐Eğlence ☐Seyahat ☐Giyim kuşam ☐ Sağlık ☐ Diğer (lütfen belirtiniz)….

A18-Hanenizdeki en büyük 2. Harcama kalemi hangisidir?	☐Eğitim ☐Yeme içme ☐ Kira vb. ☐Eğlence ☐Seyahat ☐Giyim kuşam ☐ Sağlık ☐ Diğer (lütfen belirtiniz)….
A19-Hanenize giren toplam gelir	☐3.000TL altı ☐3.000-6.000 TL arası ☐6.000-10.000 TL arası ☐10.000 TL üzeri Tam rakamı vermek isterseniz lütfen belirtiniz….
A20-Doğum Yeriniz A21-İstanbul'da yaşama süreniz?	Lütfen belirtiniz… Lütfen belirtiniz….
A22-Şu an yaşadığınız semt?	Lütfen belirtiniz….
A23-Anne ve babanızın son bitirdiği okul	Anne ☐ İlköğretim ☐Lise ☐Üniversite ☐Yükseköğretim ☐Okula gitmemiş Baba ☐ İlköğretim ☐Lise ☐Üniversite ☐Yükseköğretim ☐Okula gitmemiş
A24-Oturduğunuz ev size/ailenize mi ait?	☐Evet ☐Hayır
A25-Hanenize ait arabanız var mı?	☐Evet (marka belirtiniz) ☐Hayır

EK 3-DERİNLEMESİNE GÖRÜŞME DETAYLI KATILIMCI LİSTESİ

Kod	Cinsiyet	Yaş	Eğitim	Meslek	Medeni Hal Eşin meslegi	Çocuk Sayısı	Aylık Harcama	Doğum Yeri	Yabancı Dil	Aile Eğitim	İstanbul Yaşam Süresi	Yaşadığı Semt	Görüşme Tarihi	Dindar E/H
DG1	E	46	Üniversite	İnşaat Mühendisi	Evli /Mimar	2	10.000 TL üzeri	İstanbul	İngilizce	Anne-Unv Baba-Unv	Doğduğundan beri	Şerfiali/ Ümraniye	07.10.2018	H
DG2	K	35	Lisans Üstü	Öğretim Üyesi	Bekar	0	6.000-10.000 TL arası	İstanbul	İngilizce Fransızca	Anne-Lise Baba-Unv	Doğduğundan beri	Koşuyolu/ Altunizade	27.10.2018	H
DG3	E	46	Üniversite	Dış Ticaret Şirket sahibi	Bekar	0	6.000-7.000 TL arası	Mersin	İngilizce	Anne-O.Okul Baba-Unv	28 sene	Halkalı	07.11.2018	H
DG4	E	40	Üniversite	Fabrika Sahibi	Evli /ofis asistanı	1	20.000 TL üzeri	Çankırı	İngilizce(orta)	Anne-O.Okul Baba-Lise	hemen hemen doğduğundan beri	Acıbadem Üsküdar	10.11.2018	H
DG5	K	21	Yüksek Okul	Büro sekreteri	Bekar	0	800 TL civarı	İstanbul	İngilizce(çok az)	Anne-İ.Okul Baba-O.Okul	Doğduğundan beri	Başakşehir	30.11.2018	E
DG6	K	41	Lisans Üstü	Metin Yazarı Kültür Danışmanı	Evli/Doktor	2	15.000-20.000 TL arası	İstanbul	İngilizce (sadece okuma)	Anne-İ.Okul Baba-O.Okul	Doğduğundan beri	Kartal	29.12.2018	E
DG7	K	33	Üniversite	Yaşam koçu Enerjist	Evli/Satış elemanı	2	4.000 TL	İstanbul	İngilizce(çok az) Arapça	Anne-O.Okul Baba-O.Okul	Doğduğundan beri	Maltepe	29.12.2018	E
DG8	E	53	Üniversite	Esnaf	Evli /Ev hn	3	10.000 TL üzeri	Diyarbakır	İngilizce	Anne-O.Okul Baba-Lise	37 sene	Üsküdar	19.01.2019	E
DG9	E	47	Üniversite	Oto Tamirhane sahibi	Evli/ Ev Hn	7	10.000 TL'ye yakın	Ardahan	Yok	Anne-Eğitim yok Baba-İ.okul	hemen hemen doğduğundan beri	Soğanlık Kartal	2.02.2019	E

DG10	K	34	İlkokul	Ev hanımı	Evli/Kombi bakımcı	2	700-800TL + faturalar	Sivas	Yok	Anne-İ.Okul Baba-İ.Okul	33 sene	Dudullu	9.02.2019	E
DG11	K	32	Üniversite	Bilgi-belge Yöneticisi	Bekar	0	3.000 TL üzeri	İstanbul	İngilizce İtalyanca(az)	Anne-O.Okul Baba-O.Okul	Doğduğundan beri	Çengelköy	26.02.2019	H
DG12	K	49	Üniversite	Girişimci STK Yöneticisi	Evli/ Danışman Lobiist		5.000-10.000TL arası	İstanbul	İngilizce(orta) Arapça(az)	Anne-O.Okul Baba-O.Okul	Doğduğundan beri	Erenköy Bağdat Cad.	23.03.2019	E
DG13	K	27	Üniversite	Avukat Kafe sahibi	Bekar	0	8.000-10.000TL civarı	Kahramanmaraş	bilinmiyor	Anne-Unv Baba-Unv	7 sene	Ulus/Etiler	3.04.2019	H
DG14	E	35	Üniversite	Tekstil Mühendisi	Bekar	2	10.000.-TL civarı	Antalya	İngilizce	Anne-0rtaokul Baba-İlkokul	3 sene	Erenköy	4.07.2019	H
DG15	K	49	İlkokul	Ev hanımı	Evli/ Vergi dairesinde memur	2	3000-4000 TL civarı	Artvin	Yok	Anne-İ.Okul Baba-İ.Okul	22 sene	Başakşehir	11.07.2019	E
DG16	K	22	Üniversite Öğrencisi	Sosyoloji öğrencisi	Bekar	0	2.500.-TL civarı	İstanbul	yok	Anne-Eğitim yok Baba-İlkokul	Doğduğundan beri	Bahçelievler	11.07.2019	H
DG17	E	35	Üniversite	İnşaat Mühendisi	Evli/ Ev hanımı	2	30.000-40.000TL civarı	İstanbul	Yok	Anne-Lise Baba-Lise	Doğduğundan beri	Ulus/Etiler	19.07.2019	E
DG18	E	44	İlkokul	Tezgahtar	Evli/ Ev hanımı	4	3500 TL	Malatya	Kürtçe (anadil) Arapça-az	Anne-Baba okula gitmemiş	25 yıl	Eyüp	31.07.2019	E
DG19	E	49	Ortaokul	Otopark Valesi	Evli/ İşçi	4	2500 TL	Siirt	Kürtçe (anadil)	Anne-Baba okula gitmemiş	30 yıl	Sultanbeyli	21.08.2019	H
DG20	E	41	Yüksek Okul	Servis müfettişi/İşsiz	Evli/ Eczacı kalfası	2	1500-2000 TL civarı	Siirt	İngilizce-orta		27 yıl	Avcılar	27.08.2019	H
DG21	K	49	Yüksek Lisans	GenetikMüh/ Çalışmıyor	Bekar	0	5000-10000TL arası	İstanbul	İngilizce-iyi derece				5.09.2019	H

DG22	E	58	Üniversite	Öğretim Üyesi	Evli/Öğretim üyesi	0	6000-7000 TL arası	Ankara	İngilizce-iyi derece	Anne-İlkokul Baba-Lise	54 yıldır	Kozyatağı	5.09.2019	H
DG23	K	38	İlköğretim	Temizlik görevlisi	Evli/fabrika işçisi	2	2000-3000 TL arası	Balıkesir	yok	Anne-Baba İlköğretim	22 yıl	Maltepe/Gülsuyu	6.09.2019	E
DG24	K	38	Lise	Temizlik görevlisi	Bekar	2	2000-2500 TL arası	Tokat	Yok	Anne-Baba İlkokul terk	23 yıl	Maltepe/Başıbüyük	6.09.2019	H
DG25	K	41	İlkokul	Temizlik görevlisi	Evli/Mezar inşaatçısı	2	2000-2500 TL arası	Tokat	Yok	Anne-Baba İlköğretim	30 yıl	Maltepe/Başıbüyük	6.09.2019	H
DG26	E	54	Lise(imam hatip)	Emekli	Evli/ev hanımı	2	6000 TL civarı	Artvin	Yok	Anne-Baba İlkokul terk	33 yıl	Üsküdar/B.başı	13.09.2019	E
DG27	K	46	Üniversite	Butik sahibi	Evli	4	10000TL ÜZERİ	Mersin	İngilizce-orta	Anne-Okula gitmemiş Baba-Üniversite	28 yıl	Çengelköy	15.09.2019	E
DG28	E	40	Lise	Apartman görevlisi	Evli/ev hanımı	2	1500-2000 TL civarı	Erzurum	Yok	Anne-İlkokul Baba-İlkokul	26 yıl	Küçükbakkalköy		E
DG29	K	37	İlkokul	Temizlik görevlisi	Boşanmış	2	2000-2500 TL arası	Ankara	Yok	bilgi yok	34 yıl	Zümrütevler	20.10.2019	E
DG30	K	41	Ortaokul	Temizlik görevlisi	Evli	2	1500-2000 TL civarı	Tokat	Yok	Anne-Okula gitmemiş Baba-İlkokul	12 yıl	Başıbüyük	12.11.2019	H
DG31	E	42	Lise	Teknik tadilat personeli	Evli/ev hanımı	2	3000-4000 TL civarı	Sivas	Yok	Anne-İlkokul Baba-Lise	30 yıl	Çekmeköy	10.01.2020	H
DG32	E	44	Ortaokul	Gündelik işler	Evli/ev hanımı	3	2000-2500 TL arası	Batman	Yok	Anne-Okula gitmemiş Baba-gitmemiş	26 yıl	Sultanbeyli	29.02.2020	H

KAYNAKÇA

Akçaoğlu, A. (2018). *Zarif ve Dinen Makbül.* İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Akşit, B., Şentürk, R., Küçükkural, Ö., & Cengiz, K. (2012). *Türkiye'de Dindarlık.* İstanbul: 2012.

Aron, R. (2010). *Sosyolojik Düşüncenin Evreleri.* İstanbul: Kırmızı .

Arun, Ö. (2014). İnce Zevkler - Olağan Beğeniler:Çağdaş Türkiye'de Kültürel EşitsizliğinYansımaları. *Cogito s.76,* 167-191.

Aydın, K. (2006). Social Stratification and Consumption Patterns in Turkey. *Social Indicators Research,* 463-501.

Black, T. (2002). *Understanding Social Science Research.* Londra: Sage.

Boratav, K. (2005). *1980'li yıllarda Türkiye'de Sosyal Sınıflar ve Bölüşüm.* Ankara: İmge Kitabevi.

Bottero, W. (2005). *Stratification, Social Division and Inequality.* New York: Routledge.

Bourdieu, P. (1988). *Homoacademicus.* USA: Stanford University Press.

Bourdieu, P. (2006). *Pratik Nedenler.* İstanbul: Hil Yayın.

Bourdieu, P. (2015). *Ayrım.* Ankara: Heretik.

Bourdieu, P., & Saint Martin, M. (1976). L'anatomie du gout. *Actes de la resherche en sciences sociales 2(5),* 18-43.

Bourdieu, P., & Wacquant, L. (2014). *Düşünümsel Bir Antropoloji için Cevaplar.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Breen, R. (2014). Neo-Weberci Sınıf Analizinin Esasları. E. O. Wright içinde, *Sınıf Analizine Yaklaşımlar* (s. 49-72). Ankara: Notebene.

Calhoun, C. (2010). Bourdieu Sosyolojisinin Ana Hatları. G. Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlcan içinde, *Ocak ve Zanaat* (s. 77-130). İstanbul: İletişim .

Carchedi, G. (2006). On the Identification Of New Middle Class. *Economy And Society,* 1-86.

Castells, M. (2013). *Ağ Toplumunun Yükselişi.* İstanbul: Bilgi Üniversitesi.

Cveticanin, P., & Popescu, M. (2011). The art o making classes in Serbia: Another particular case of the possible. *Poetics,* 444-468.

Doğuş, C. Ö. (2018). *Türkiye'de Ayrımcılık Algısı: Türleri, Failleri, Boyutlar.* İstanbul: Eşit Haklar İçin İzleme Derneği.

Durkheim, E. (2012). *Sosyolojik Yöntemin Kuralları.* Ankara: Dost .

Erbaş, H., & Coşkun, M. (2007). Sınıf Kimliğinden Kültürel Kimliğe:Fark/Kimlik Politikalarının Yükselişi. E. H. Erbaş içinde, *Fark/Kimlik Sınıf* (s. 5-27). Ankara: Eos.

Ertit, V. (2019). *Sekülerleşme Teorisi.* Ankara: Liberte Yayınları .

Gayo, M., Joye, D., & Lemel, Y. (2018). Testing the universalism of Bourdieu's homology: Structuring patterns of lifestyle across 26 countries. *Working Papers*.

Göker, E., & Çeğin, G. (2015). Araştırmasından 50 yıl, kitabından 35 Yıl sonra Ayrım. P. Bourdieu içinde, *Ayrım* (s. 10-21). İstanbul: Heretik.

Göle, N. (1997). Secularism and Islamism in Turkey:The Making of Elites and Counter Elites. *The Middle East Journal*, 46-58.

Greenacre, M., & Blasius, J. (1994). *Correspondance Anaysis in the Social Sciences.* London: Elsevier Academic Press.

Grusky, D., & Galescu, G. (2014). Neo-Durkheimcı Bir Sınıf Analizinin Esasları. E. E. Wright içinde, *Sınıf Analizine Yaklaşımlar* (s. 73). Ankara: NoteBene Yayınları.

Holt, D. (1997). Distinction in America? Recoverind Bourdieu's Theory of Tastes From It's Critics. *Poetics Vol:25*, 93-120.

Jarness, V. (2015). Modes of Consumption: From "what" to "how" in cultural stratification research. *Poetics*, 65-79.

Karademir Hazır, I. (2013). Bourdieu Sonrası Yeni Eşitsizlik Gündemleri: Kültürel Sınıf Analizi, Beğeni ve Kimlik. *Cogito*, 230-261.

Karpat, K. (2012). *Türk Demokrasi Tarihi.* İstanbul: Timaş Yayınları.

Katz-Gerro, T. (2002). Highbrow Cultural Consumption and Class Distinction in Italy, West Germany, Sweden and the United States. *Social Forces*, 207-229.

Keyder, Ç. (2013). *Türkiye'de Devlet ve Sınıflar.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Keyder, Ç. (2018). *İstanbul, Küresel ile Yerel Arasında.* İstanbul: Metis Yayıncılık.

Kılıçbay, B., & Binark, M. (2002). Consumer Culture,Islam and the Politics of Lifestyle: Fashion. *European Journal of Communication 17/4*, 495-511.

Kümbetoğlu, B. (2012). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma.* İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Lamont, M. (1992). *Money, Morals and Manners.* Chicago: University of Chicago Press.

Layder, D. (2010). *Sosyal Teoriye Giriş.* İstanbul: Küre.

Lebart, L. (1994). Complementery Use of Correspondance Analysis and Cluster Analysis. M. Greenacre, & J. Blasius içinde, *Correspondance Analysis in the Social Sciences* (s. 162-178). London: Elsevier Academic Press.

Löfgren, K. (2010). Pierre Bourdieu, Mütekabiliyet Analizi ve İstatistk Eğitimi. G. ed.Çeğin, E. Göker, A. Arlı, & Ü. Tatlıcan içinde, *Ocak ve Zanaat* (s. 255-274). İstanbul: İletişim.

Mardin, Ş. (2018). *Din ve İdeoloji.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Marx, K. (1990). *Kapital, 3.Cilt* . İstanbul : Sol Yayınları .

Moore, R. (2010). Key Concepts Of Bourdieu. Durham: Acumen.

Özatalay, C. (2015). Türkiye'nin Toplumsal Yapısının Temsili Meselesi Bağlamında Sınıflar ve Sınıflandırma Savaşları . *Modus Operandi*, 95-130.

Özet, İ. (2019). *Fatih Başakşehir Muhafazakar Mahallede İktidar ve Dönüşen Habitus.* İstanbul: İletişim.

Parkin, F. (2014). Toplumsal Tabakalaşma. T. Bottomore, & R. Nisbet içinde, *Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi* (s. 647-679). İstanbul: Kırmızı Yayınları.

Parsons, T. (1977). *Social Systems and the Evolution of Action Theory* . New York: Free Press.

Peterson, R., & Kern, R. (1996). From Snob to Omnivore. *American Sociological Review*, 900-907.

Rankin, B., & Ergin, M. (2017). Cultural Omnivorousness in Turkey. *Current Sociology*, 1070-1092.

Rankin, B., Gökçen, F., & Ergin , M. (2014). A Cultural Map Of Turkey. *Cultural Sociology 8:159*, 159.

Rousseau, J.-J. (2018). *İnsanlar Arasındaki Eşitsizliğin Kaynağı.* İstanbul: Say Yayınları .

Savage, M. (2015). *Social Class in the 21th Century.* U.K.: Penguin Random House.

Shively, K. (2002). Religious Bodies and the Secular State: The Merve Kavakci Affair. Journal of Middle East Women's Studies, 1(3), 46-72. Retrieved June 8, 2021, from http://www.jstor.org/stable/40326871, Türkiye.

Toprak, B., & Çarkoğlu, A. (2000). *Değişen Türkiye'de Din Toplum ve Siyaset.* İstanbul: TESEV.

Toprak, B., & Çarkoğlu, A. (2006). *Değişen Türkiye'de Din Toplum ve Siyaset.* İstanbul: TESEV.

Ünal, A. (2011). *Toplumda Tabakalaşma ve Hareketlilik.* Ankara: Cantekin Yayınları.

Wallace, R., & Wolf, A. (2015). *Çağdaş Sosyoloji Kuramları* . Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Weber, M. (1978). *Economy and Society.* ABD: Regents of The University of California.

Wright, D. (2011). Making Tastes for Everyting: Omnivorousness and Cultural Abundance . *Journal for Cultural Research*, 355-371.

Wright, E. O. (2004). *Class Counts.* UK: Cambridge University Press.

Wright, E. O. (2014). Neo Marxist Sınıf Analizinin Esasları . E. E. Wright içinde, *Sınıf Analizine Yaklaşımlar* (s. 15). Ankara: Note Bene.

Wright, E. O. (2016). *Sınıflar.* İstanbul: Note Bene.

Yankaya, D. (2018). *Yeni İslami Burjuvazi, Türk Modeli.* İstanbul: İletişim Yayıncılık.

Yemeniciler, F. (2015). *Orta Sınıfın Tüketim Eğilimi, Beğeni ve Alışkanlıklarının Bourdieu Perspektifinden İnceemesi: Orta Sınıf Üzerine 2014 Yılında İstanbul'da Yapılan Niteliksel Bir Çalışma.* İstanbul : Maltepe Üniversitesi Yüksek Lisans Tezi.