T.C.
KARAMANOĞLU MEHMETBEY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI

GENÇLİK ALT KÜLTÜR GRUBU OLARAK KUŞ SERİSİ ARABA TUTKUNU GENÇLER: KARAMAN ÖRNEĞİ

MELEK AÇIKALIN

DOKTORA TEZİ

Danışman: Doç. Dr. Mehmet ÇAKIR

KASIM-2023

GENÇLİK ALT KÜLTÜR GRUBU OLARAK KUŞ SERİSİ ARABA TUTKUNU GENÇLER: KARAMAN ÖRNEĞİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sosyoloji Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Melek AÇIKALIN

Danışman

Doç. Dr. Mehmet ÇAKIR

Karaman-2023

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

Melek Açıkalın

ÖNSÖZ

Çalışmanın her aşamasında engin ve değerli bilgilerini benimle paylaşan, eksiklik ve yanlışlarıma rağmen büyük bir sabır ve anlayış gösteren, ne zaman kapısını çalsam kıymetli zamanını ayırıp ilgilenen ve desteğini her zaman hissettiğim kıymetli hocam ve danışmanım Doç. Dr. Mehmet ÇAKIR'a, akademik anlamda bilgi ve fikirlerini paylaşarak yol gösteren çok değerli ve kıymetli hocalarım Prof. Dr. Mustafa AYDIN ve Doç. Dr. Fatih KAHRAMAN'a çalışmaya katkılarından dolayı şükranlarımı sunarım.

Üyesi olduğum için kendimi çok şanşlı hissettiğim, desteklerini ve sevgilerini hiçbir zaman esirgemeyen, bana benden çok inanan ve hayatım boyunca her alanda beni cesaretlendiren sevgili aileme çok teşekkür ederim.

Son olarak beni büyük bir misafirperverlikle aralarına alan, özel yaşmlarının samimiyet ve açık yüreklilikle paylaşan katılımcılara bu çalışmaya katkılarından dolayı çok şey borçluyum.

*Bu araştırma Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Komisyonunca kabul edilen 10-D-22 nolu proje kapsamında desteklenmiştir.

İÇİNDEKİLER

ÖNSÖZ……i
KISALTMALAR……iv
TABLOLAR LİSTESİ……..v
ŞEKİLLER LİSTESİ……...vi
HARİTA VE GRAFİK LİSTESİ……...vii
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ……..viii
ÖZET……...ix
ABSTRACT……x
GİRİŞ……...1
1.BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE METODU……5
1.1.Araştırmanın Konusu……5
1.2.Araştırmanın Amacı……...6
1.3.Araştırmanın Önemi……...6
1.4.Araştırmanın Sorusu……...7
1.5.Araştırmanın Metodu……..8
1.5.1.Araştırmanın Tasarımı……..……..8
1.5.2.Araştırmanın Evreni ve Çalışma Grubu……13
1.5.3.Veri Toplama Süreci ve Verilerin Analizi……18
1.5.4.Araştırmada Karşılaşılan Güçlükler……...23
1.5.5.Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği……...25
1.6.Literatür Taraması ve Tanıtımı……27
1.6.1.Gençlik Çalışmalarının Tarihsel Gelişimi……27
1.6.2.Dünya'da Gençlik Çalışmalarından Örnekler……31
1.6.3.Türkiye'de Gençlik Çalışmalarından Örnekler……..32
2. BÖLÜM: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ARKA PLAN……39
2.1. Toplumsal Bir Kategori Olarak Gençlik……..40
2.2.Gençlik Kavramı ve Gençliğe İlişkin Temel Yaklaşımlar……44
2.2.1.Sosyal Sisteme Dayalı Gençlik: Yapısal İşlevselci Bir Bakış……...46
2.2.2.Roller ve Ritüeller Açısından Gençlik: Sembolik Etkileşimci Bir Bakış……50
2.2.3.Toplumsal Eşitsizliklerin Gölgesinde Tehlikeli Sınıf Gençlik: Çatışmacı Yaklaşımdan Bir Bakış……...51
2.2.4.Tarz Yoluyla Direnen Gençlik: Alt Kültürel Bir Bakış……53
2.3.Kültürel Kimliklerin Alt kültür Olarak Yansıması……...55
2.4.Alt Kültür Kavramının Gelişimi ve Gençlik Alt Kültürlerinin Evrimi……58
2.4.1.Chicago Okulu: Sapkınlıktan Direnişe Alt Kültürler……61

2.4.2.Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi: İşçi Sınıfı Alt Kültüründen Gençlik Alt Kültürüne……65
2.4.3.Kimliğin Yansıması ve Yaşam Tarzı Olarak Gençlik Alt Kültürü……69
2.5.Kimliğin İnşaasında Nesnelerin Rolü……...72
2.6.Tüketim Toplumunun Tarihsel Serüveni……..77
2.6.1.Motive Edilmiş Tüketim……83
2.6.2.Zorunlu Tüketimden Hedonist Bir Tüketime Doğru…….86
2.7.Alt Kültür Gruplarının Otomobil Dönüştürme Eylemleri……90
2.7.1.Chav Alt Kültür Grubu……..91
2.7.2.Rice Burner Alt Kültür Grubu……...92
2.7.3.Ah Beng Alt Kültür Grubu……....92
2.7.4.Bosozoku Alt Kültür Grubu……..93
2.7.5.Apaçi ve Façacı Alt Kültür Grubu……94
2.8.Türkiye'de Otomobil Kültürü ve Tofaş'ın 50 Yıllık Tarihi…….96
2.9.Toplumsal Tip Olarak Tofaşcı Gençler……99
3.BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN BULGULARI……102
Katılımcılara İlişkin Genel Bilgiler……..107
3.1.KUŞ SERİSİ ARAÇ SAHİPLİĞİNİN ALT KÜLTÜREL YORUMU: SEMBOLLER…111
3.1.Modern Dünyanın Kral Nesnesi Otomobiller: Fakirin s2000 Tofaş……..112
3.2.Kentin Yeni Flaneurleri: Tofaşçı Gençler……..114
3.3.Tofaşta Kanka Olursun Modelli Bir Araçta Aşkım……124
3.2.KUŞ SERİSİ ARAÇ SAHİPLİĞİNİN ALT KÜLTÜREL YORUMU: KAHRAMANLAR……...126
3.2.1.Harcanan Bir Gençlik Tofaş……128
3.2.2.Gençlerin Kredi Çekme Sebebi……...136
3.3.KUŞ SERİSİ ARAÇ SAHİPLİĞİNİN ALT KÜLTÜREL YORUMU: RİTÜELLER…..140
3.3.1.Heves Olsaydı Çoktan Bitmişti……142
3.3.2.Karşılıklı Yükümlülükler Ağı: Hediyeleşme……...153
3.3.3.Mekânın Ritüelleşmesi……156
3.3.4.Görsel Heyecanın ve Hazzın Yoğunlaştığı Alanlar…….157
3.4.KUŞ SERİSİ ARAÇ SAHİPLİĞİNİN ALT KÜLTÜREL YORUMU: DEĞERLER…...165
3.4.1.Cebimde Son 100 Lira…….168
3.4.2.Gösteri Toplumunda Yeni Panoptikon: Sosyal Medya……...172
3.4.3.Görünüyorum O Halde Varım…….181
3.4.4.Mahremiyet Algısının Tofaş Araçlardaki Tezahürü……200
3.4.5.Zevkin Bedeli Olmaz……...204
3.4.6.Bireyselleşen Tüketim Nesneleri: Otomobiller……...217
3.4.7.Suskunluk Sarmalı Bağlamında Tofaşçı Gençler……250

3.4.8. Zamanın Ruhuna Uymayan Kirlilik Tabusu……...263
4.BÖLÜM: SONUÇ VE TARTIŞMA…….....267
KAYNAKÇA……283
EK…….293
ÖZGEÇMİŞ…….**Hata ! Yer işareti tanımlanmamış.**

KISALTMALAR

BM : Birleşmiş Milletler

DSÖ : Dünya Sağlık Örgütü

ILO : Uluslararası Çalışma Örgütü

UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization

TOFAŞ : Türk Otomobil Fabrikası A.Ş.

TUİK : Türkiye İstatistik Kurumu

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Kültürel Unsurlara Göre Kuş Serisi Araçların Analizi

Tablo 2. Katılımcıların Genel Bilgilerinin Yer Aldığı Tablo

Tablo 3. Katılımcıların Yaş Aralıklarını Gösterir Tablo

Tablo 4. Katılımcıların Eğitim Durumu Dağılımını Gösterir Tablo

Tablo 5: Katılımcıların Kuş Serisi Araçlara Göre Semboller Konusuna İlişkin Yoğunluk Dağılımı Tablosu

Tablo 6: Katılımcıların Kuş Serisi Araçlara Göre Kahramanlar Konusuna İlişkin Yoğunluk Dağılımı Tablosu

Tablo 7: Katılımcıların Kuş Serisi Araçlara Göre Ritüeller Konusuna İlişkin Yoğunluk Dağılımı Tablosu

Tablo 8: Katılımcıların Kuş Serisi Araçlara Göre Değerler Konusuna İlişkin Yoğunluk Dağılımı Tablosu

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Hofstede ve Arkadaşlarının Oluşturduğu ‘Soğan Modeli’ Şemasından Hareketle Oluşturulan Kodların Gösterimi

Şekil 2: Katılımcıların Semboller Konusundaki Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modelini Gösterir Şekil

Şekil 3 : Katılımcıların Kuş Serisi Araçlar İle İlgili Kullandıkları Kavramların Kelime Bulutu Görseli

Şekil 4: Katılımcıların Kahramanlar Konusundaki Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modelini Gösterir Şekil

Şekil 5: Katılımcıların Ritüeller Konusundaki Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modelini Gösterir Şekil

Şekil 6: Katılımcıların Değerler Konusundaki Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modelini Gösterir Şekil

HARİTA VE GRAFİK LİSTESİ

Harita 1. Karaman İli Haritası Görseli

Grafik 1: Katılımcıların Tercih Ettiği Kuş Serisi Araba Modelini Gösterir Grafik

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Fotoğraf 1: Kuş Serisi Araçlardan Serçe Model Üzerinde Yapılan Etikete Ait Bir Görsel

Fotoğraf 2: Kuş Serisi Araç Sahibi Gençlerin Toplanma Mekanı Olarak Kullandığı Alanlara Dair Görsel

Fotoğraf 3: Kuş Serisi Araçlardan Serçe Modellerin Özel Günler İçin KiralanmasınaYönelik Bir Görsel

Fotoğraf 4: Kuş Serisi Araçlardan Serçe Modellerin Özel Günlerde Görsel Tüketim Nesnesi Olarak Kullanımasına Yönelik Bir Görsel

Fotoğraf 5: Kuş Serisi Araçların Reklam Afişlerinde Kullanılmasına Yönelik Bir Görsel

Fotoğraf 6: Tofaş Kırmızı Renk Serçe Görseli

Fotoğraf 7: Tofaş Siyah Serçe Görseli

Fotoğraf 8: Kuş Serisi Araçlardan Şahin, doğan Modellerin Özel Günlerde Kullanım Amaçlarına Ait Bir Görsel

Fotoğraf 9: Tofaş Turkuaz Renk Doğan Modelin Basıklığını Gösteren Görsel

Fotoğraf 10: Tofaş Kuş Serisi Araçlarda Kullanılan Temizlik Bezlerini Gösteren Görsel

Fotoğraf 11: Kuş Serisi Araçların Katıldıkları Fuarlarda Kazandıkları Ödüllere Ait Bir Görsel 1

Fotoğraf 12: Kuş Serisi Araçların Katıldıkları Fuarlarda Kazandıkları Ödüllere Ait Bir Görsel 2

Fotoğraf 13: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 1

Fotoğraf 14: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 2

Fotoğraf 15: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 3

Fotoğraf 16: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 4

Fotoğraf 17: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 5

Fotoğraf 18: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 6

Fotoğraf 19: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 7

Fotoğraf 20: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerinde Yapılan Modifiye ve Abartı Egzoz Görseli

Fotoğraf 21: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Abartı Egzoz Görseli

Fotoğraf 22: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Mavi Zenon Far Görseli

Fotoğraf 23: Tofaş Kuş Serisi Aracın Ritüelleşmiş Bir Sürüş Şekli Olarak Yatık Koltuklar Görseli

Fotoğraf 24: Tofaş Kuş Serisi Araçlar İçin Kullanılan Jant Görseli

Fotoğraf 25: Tofaş Kuş Serisi Araçları Etiket Yapmak İçin Kullanılan Arma ve Amblem Görseli

Fotoğraf 26: Tofaş Kuş Serisi Aracın Görselinin Düğün Davetiyesi Üzerinde Kullanıldığı Fotoğraf

ÖZET

Başlık: GENÇLİK ALT KÜLTÜR GRUBU OLARAK KUŞ SERİSİ ARABA TUTKUNU GENÇLER: KARAMAN ÖRNEĞİ

Yazar: Melek AÇIKALIN

Danışman: Doç. Dr. Mehmet ÇAKIR

Kabul Tarihi:19.10.2023 **Sayfa Sayısı:** 310

Alt kültür, kendilerini diğer sosyal grupların bireylerinden belirgin bir şekilde ayırt edilebilmelerini sağlayan ortak paylaşımları bulunan, bir grup insanı tanımlamak için kullanılan bir kavramdır. İçinde yer aldıkları hâkim kültürün aile, iş ve okul gibi sosyal yapıların yerine, bu sosyal yapılardan farklılıklarını ifade edecek şekilde aynı görüşe sahip bireylerin bir araya gelmesi ve kendilerine ait ortak bir kimlik yaratmaları olarak detaylandırılabilir. Alt kültürler çeşitli şekillerdeki ifade araçları ile kendilerini bağlı hissettikleri kültürden farklı kılacak belirgin özellikler ile öne çıkmaktadır. Bu ifade araçları kimi zaman giysiler, saç stili, aksesuarlar gibi somut ve sembolik işaretler olurken kimi zaman ortak beğeniler, müzik tercihleri, konuşma tarzları gibi soyut olgularla da kendini göstermektedir. Kendilerini diğerlerinden farklı kılan bu sembolik özellikler aynı zamanda ait oldukları alt kültüre mensup diğer bireylerle aralarındaki uzlaşılmış kimliğin bir parçasıdır. Bu araştırmada da Tofaş kuş serisi otomobil sahibi gençlerin kendilerini ifade ediş biçimi olarak sembolik araç sahipliği üzerinden alt kültür grubu inşa etme eylemleri keşfedilmeye çalışılmıştır. Bu nedenle nitel araştırma yöntemlerinden etnometodoloji deseniyle desenlenen bu çalışma, yüzyüze görüşme tekniği yoluyla Karaman'da 33 kuş serisi otomobil sahibi genç bireyin, araç sahibi olma deneyimleri kayıt altına alınarak gençlerin otomobilleri ile kurdukları ilişkinin nasıl sosyolojik manalar içerdiği, kuş serisi araçlara olan hayranlıklarının kimlik oluşum süreçlerindeki yeri, rolü ve etki boyutu görüşmeciler gözünden irdelenmiştir. Bu araçlara olan aşırı tutkuları nedeniyle gençlerin yaşadıkları toplumda nerede konumlandığı, diğerleri tarafından nasıl tanımlandığını keşfetmek bu araştırma için oldukça önem arz etmektedir. Bu doğrultuda bu araştırmaya konu olan gençler, kendilerini ifade ediş biçimi olarak Tofaş otomobilleri ile toplumsal alanda görünür olmakta, tüketim kültürü özelinde gençler araca sahip olmayı gönüllü arzulamakta; diğer bir ifade ile kuş serisi araç sahibi olmanın kendilerine sağlayacağı tatmin ve motive olma durumlarını tüketim nesnelerine dönüştürmektedirler. Sonuç olarak kuş serisi araç sahibi gençler için tüketim, sadece zorunluluktan kaynaklanan ihtiyaçların karşılanması değil aynı zamanda kendilerine kimlik, statü, sınıf, saygınlık, ötekilik ya da aykırılık gibi toplumun diğer geri kalanından farklılıklarını dile getirmede bir araç işlevindedir.

Anahtar Kelimeler: Tofaş, Kuş Serisi, Alt Kültür, Kimlik, Tüketim.

ABSTRACT

Title of Thesis: THE BIRD SERIES CAR FANS AS A YOUTH SUB-CULTURE GROUP : THE CASE OF KARAMAN

Author of Thesis: Melek AÇIKALIN

Supervisor: Assoc. Prof. Mehmet ÇAKIR

Accepted Date: 19.10.2023 **Number of Pages: 310**

Subculture is a concept used to describe a group of people who share commonalities that make them clearly distinguishable from individuals of other social groups. It can be elaborated as the coming together of individuals with the same views and creating a common identity of their own in a way that expresses their differences from these social structures, instead of the social structures such as family, work and school of the dominant culture in which they are located. Subcultures stand out with distinctive features that make them different from the culture they feel connected to through various means of expression. These means of expression are sometimes concrete and symbolic signs such as clothes, hairstyles, accessories, and sometimes abstract phenomena such as common tastes, music preferences, and speech styles. These symbolic features that make them different from others are also a part of the agreed identity between them and other individuals belonging to the subculture to which they belong. In this study, we tried to explore the actions of young Tofaş Bird Series car owners to construct a subcultural group through symbolic car ownership as a way of expressing themselves. For this reason, this study, which was designed with ethnomethodology design, one of the qualitative research methods, was conducted by recording the experiences of 33 young Bird Series car owners through face-to-face interview technique, and the sociological meanings of the relationship that young people establish with their cars, the place, role and impact dimension of bird series car ownership in the identity formation processes of their admiration for these vehicles were examined through the eyes of both interviewees in Karaman. It is very important for this research to discover where young people are positioned in the society they live in and how they are defined by others due to their extreme passion for these vehicles. In this direction, the young people who are the subject of this research become visible in the social sphere with Tofaş automobiles as a way of expressing themselves, and in terms of consumption culture, young people voluntarily desire to own the vehicle; in other words, they transform the satisfaction and motivation that owning a Bird Series vehicle will provide them into objects of consumption. As a result, for young people who own Bird Series cars, consumption is not only a means of fulfilling needs arising from necessity, but also a means of expressing their differences from the rest of the society, such as identity, status, class, respectability, otherness or contradiction.

Keywords: Tofaş, Bird Series, Subculture, Identity, Consumption.

GİRİŞ

Gençlik, çocukluktan yetişkinliğe geçişte bir ara evre olarak kabul edilir ve toplumsal roller çocukluk döneminde keşfedilir. Gençliğin belirlenen yaş aralıklarınca tanımlanması tıpkı cinsiyet farklılıkları ve özelliklerinin açıklanmasına benzetilebilir. Kadın ya da erkek olmayı sadece biyolojik özellikler ile açıklanması toplumun bireylere yüklemiş olduğu toplumsal rolleri ve iktidar ilişkilerini göz ardı etmesine neden olur. Kadınlık ve erkeklik üzerinden nasıl kadınlık yeniden inşa ediliyor ve bazı duygular kadınlarla özdeşleştiriliyorsa gençlikte, toplum tarafından inşa edilir ve gençlere dinamik olma gibi biyolojik özellikler atfedilir. Gençliğe yalnızca bir yaş grubu olarak bakmak ve biyolojik bir veri olarak kaydetmek gençlerin sanki toplumsal ve tarihsel olaylardan etkilenmeyen ve değişmeyen bir doğası varmış gibi varsayımlara neden olmaktadır. Her genç kuşak bir önceki genç kuşaktan sosyo-ekonomik ve kültürel koşullardan farklı şekillerde etkilenir. Genç ve gençlik gerek kavram gerek yaş aralığı olarak farklı toplumlarda hatta aynı toplumun farklı kesimlerinde farklı şekillerde tanımlanmaktadır.

Modern sanayi toplumlarının ortaya çıkması ile birlikte gençlikte, sosyal bir kategori olarak belirginleşir. Batı eksenli araştırmalarda gençlik modernleşme, kentleşme ve endüstri toplumunun bir ürünü olarak yer alırken Türkiye'de ise gençliğe yüklenen anlam, Cumhuriyet'in kuruluşundan bugüne kadar genel çerçevesi itibari ile farklılaşmıştır. Gençlik tarihi üzerine yapılan çalışmalarda ortak kabul gençliğin geleceğin yetişkinlerini, yeniliği, ilerlemeyi ve gücü temsil eden sosyal bir kategori olmalarıdır.

Modern tüketim kültürünün ortaya çıkmasında gerek kapitalizm gerek serbest piyasa ve kitle iletişim araçlarının çok fazla etkisi olmuş ve bireyler artık hayatın anlamını tükettiği nesnelerde aramaya başlamıştır. Arzuya dayalı bir tüketim şekliyle beliren bu kültür, dünyanın neresinde olursa olsun bireylerin kaçamayacağı bir gerçekliğe dönüşmüştür. Modern tüketim artık bireylerin sınıfsal göstergelerinin bir aracına dönüşmüştür.

Tüketim için üretim mantığını kullanan kapitalist sistem sürekli yeni ihtiyaçlar yaratmak suretiyle her defasında kendisini yeniden üretmiş ve böylece tüketime konu

olmayacak hiçbir nesne olmamıştır. Artık tüketim, toplumun her kesiminden insanları kapsayan geniş bir alana yayılmıştır. Bu doğrultuda, bu araştırmaya konu olan gençler tüketim kültürünün içerisinde kendilerini ifade ediş biçimi olarak Tofaş otomobilleri ile toplumsal alanda görünür olmakta, onların araç sahipliğini zaruri görmelerinden ziyade, kuş serisi araç sahibi olmanın kendilerine sağlayacağı tatmin ve motive olma durumlarını tüketim nesnelerine dönüştürmektedirler.

Toplumsal hayatta gençler, kendilerini kültürel bir ifade ediş biçimi olarak gençlik kültürünü ortaya çıkarırlar. Bu araştırmada gençlerin, bir kültür üzerinden kendilerini ifade ediş şekli olarak sahibi olmayı tercih ettikleri otomobillere olan merakları, otomobil kültürü üzerinden tüketme biçimleri ele alınmıştır. Böyle bir araştırma yaparak aslında Türkiye'deki gençlik altkültürleri önemine değinilmek istenmiştir. Gençlik altkültürlerinin sadece suç, sosyal dışlanma veya iktidara karşı kültür oluşturmakla değil, otomobil gibi büyülü bir nesnenin ortaya çıkardığı dayanışma ruhu ile ortak ilgi, zevk ve beğenilerle bir arada bulunanların bir alt kültür örneği gösterebileceğinin altı çizilmeye çalışılmıştır.

Karaman'da yürütülen bu çalışma araştırmanın kapsamı ve metodu, kavramsal ve kuramsal arka plan, araştırmanın bulguları, sonuç ve tartışma olmak üzere dört ana başlıktan oluşmaktadır. Araştırmanın kapsamı ve metodu bölümünde ilk olarak araştırmanın konusu, amacı, önemi ve temel problemi belirlendi. Örneklemin nasıl seçildiği ve örneklem kapsamında kullanılan veri toplama tekniklerinden, gözlem ve görüşmelerin nasıl yapıldığı hakkında bilgiler sunulmuştur. Son olarak ise analiz kısmında analiz birimi, toplanan verilerin organize edilmesi, temaların ve alt temaların kodlanması, işlenmesi, birbirleriyle ilişkilendirilmesi, sunumu ve bunların kavramsal çerçeve ışığında yorumlanması hakkında genel bilgiler verilmiştir. Gençlik çalışmalarının tarihsel gelişmeleri hakkında genel bilgilerin verilmesinin ardından Dünya'daki ve Türkiye'deki gençlik çalışmalarından örneklerle araştırma desteklenmiştir.

Kavramsal ve kuramsal arka plan ana başlığı altında ilk olarak gençliğin toplumsal bir kategori olarak ele alınmasına neden olan etkenler açıklanmıştır. İkinci olarak gençleri toplumsal bir kategori olarak ele alan sosyolojik yaklaşımlar üzerinde durulmuştur. Sosyolojik ana akım kuramları tarafından gençliğe nasıl yaklaşıldığı açıklanarak ortak

kabul edilen bir gençlik tanımı yapılmıştır. Üçüncü olarak, gençlik alt kültürleri üzerine yapılan akademik çalışmaların tarihsel süreç içerisinde geçirdiği sosyolojik tartışmalara değinilmiştir. Gençleri tehdit unsuru olarak gören alt kültür yaklaşımlarının değişen toplumsal koşullar ile birlikte sapkınlıktan direnişe, dördüncü olarakta; direnişten yaşam tarzına geçirdiği evrim ve genel kültürden ayrılan yönleri ile oluşturdukları alt kültür stratejileri üzerinde durulmuştur. Beşincisi olarak; altkültür çalışmalarının tarihsel evriminde diğer altkültür yaklaşımlarından ayrılması gerektiği yönündeki eleştirileri ile önem kazanan post-altkültür yaklaşımının, altkültür kimliklerin işçi sınıfında değil orta sınıf içerisinde belirgin olarak ortaya çıktıkları üzerinde yoğunlaşarak, hakim kültüre direniş olarak altkültürlerden bahsetmek yerine tüketim kültürü temelli altkültürlerden bahsetmek gerektiğini vurgulamaktadır. Altıncısı; insanlık tarihi boyunca sosyal ve ekonomik hayatın yönlendirilmesinde önemli bir endüstriyel ürün olan otomobillerin, özne-nesne ilişkisinde hangi konumda bulunduğu, kimlik oluşturma stratejilerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu ve nasıl arzu nesnelerine dönüştüğü ele alınmıştır. Yedincisi; tüketimin tarihsel yolculuğunda ilk olarak tüketimin tarihsel arka planına değinilmiş ve ilk dönem sosyologlarının geliştirdikleri teorilerden yola çıkarak nasıl bir kültüre dönüştüğü kavranmaya çalışılmıştır. Sekizincisi; kullandıkları taşıtlar ile özdeşleşen ve alt kültür olarak kabul edilen grupların dünyadaki örneklerinden bahsedilmiştir. Dokuzuncusu; otomobillerin Türkiye'de nasıl bir tarihi geçmişi olduğu ve otomobil kültürü içinde Tofaş marka Kuş Serisi modellerin zaman içerisinde, kullanım pratikleri doğrultusunda geçirdiği dönüşümleri ve sonuncusu olarak; sembolik bir araç olan Kuş Serisi araçların hangi şartlarda kişilik yansıtan bir araca dönüştüğü ele alınmıştır.

Araştırmanın bulguları bölümünde saha araştırması yapılarak toplanan veriler Geert Hofstede ve arkadaşlarının "Soğan Modeli" şeması kullanılarak analiz edilmiştir. Kültürlerarası çalışmalar alanında kuramsal çalışmaları ile öne çıkan Hofstede ve arkadaşları, kültürel unsurları "Değerler", "Ritüeller", "Kahramanlar" ve "Semboller" olarak dört kategoriye ayırmaktadır. Bu çalışmada da sahadan elde edilen verilerin analizi yapılırken Hofstede ve arkadaşalarının kültürel unsurları sınıflandırdığı dört kategori tema olarak kabul edilmiş ve ortaya çıkan kültürel göstergeler açısından araç sahipliği sınıflandırılarak kültürel alt göstergeler belirlenmiştir. Bulguların sunuşunda sıklıkla genç katılımcıların sözleri kanıt olarak kullanılmıştır.

Sonuç bölümünde ise çalışmanın en başında araştırmanın problematiğine ilişkin bulmayı amaçladığımız ana sorular, sahadan elde edilen bulgular ve araştırmanın kavramsal ve kuramsal arka planı doğrultusunda, Chris Jenks'in alt kültürün bir kavram olarak toplum ve kültür kuramının gelişimindeki yerini göstermek için kültürel dönüş, dilbilimsel dönüş, düşünümsel dönüş ve görsel dönüş sınıflandırması altında yorumlanmış ve cevaplanmıştır. Ayrıca ortaya çıkan bu çalışma ilgili literatürün neresinde konumlandığı ya da konumlanacağı üzerinde durulmuştur.

1. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE METODU

Bu bölümde genel olarak araştırmanın konusu, amacı, önemi, araştırmanın sorusu ve metoduna dair bilgiler yer almaktadır.

1.1.Araştırmanın Konusu

Gençlik modern toplumların başlangıcından itibaren yoğun anlamlarla yüklü bir sosyal kategori olarak, toplumların norm ve taleplerine uygun olarak dönüştürülmesi, yeniden üretim işlevini yerine getirmesi gereken bir toplumsal grup olarak görülmüştür. Bu süreçte, akademik literatür, politik alan ve medya ile birlikte gençlik üzerine dönemden döneme değişen değer ve anlam katmanları oluşturarak, bir söylem alanı geliştirmiştir. Gençliğin nasıl tanımlandığı, gençlikle ilgili hangi unsurların ön plana çıkarıldığı, toplumsal alanın hangi unsurlarıyla ilişki içerisinde tanımlandığı önemli sosyal göstergeler haline gelmiştir. Sosyoloji disiplini içerisinde ise gençlik çalışmalarında iki yaklaşımın ağırlıkta olduğu görülmektedir. İlki gençlikten yetişkinliğe geçişi sosyo-ekonomik göstergeler üzerinden anlamaya çalışan yaklaşım, ikincisi gençliği sosyo-kültürel alanın göstergelerine göre inceleyen, bireylerin öznelliğini ön plana çıkaran, gencin kendini ve kültürü nasıl inşa ettiğini anlamaya çalışan kültürel çalışmalardır. Gençliğin geçiş süreçlerini ele alan çalışmalar, uzun zaman dilimini kapsayan, sosyo-ekonomik sosyalizasyonu temel alan yapısal sorunlara yönelik bir perspektif sunarken, kültürel çalışmalarda gençlik bireyi merkezine alan, gençlik alt kültürleri, akran grupları, kimlik, aidiyet ve tüketime odaklanan bir sosyolojik gelenek kurmuştur.

Gençlik dönemi, kimlik kazanma ihtiyacının en yoğun yaşandığı dönemdir. Bu bakımdan belirgin davranışlar, tarzlar, moda, jargon ve ilgi alanları çevresinde tezahür eden gençlik alt kültürlerinin, gençlere toplum içerisinde farklı bir kimlik ve yer edinme şansı tanıdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Üstelik alt kültürler yoluyla edinilen bu kimlikler bireylere aile, okul, iş gibi toplumsal kurumların dışında bir yer edindirmektedir.

Alt kültürleri oluşturan gruplar ortak ilgi alanları, düşünce tarzları ve alışkanlıklar çevresinde bir araya gelmiş bireylerden oluşur. Erken dönem alt kültür çalışmalarında bu grupların kimlikleri egemen kültüre karşıt biçimde şekillense de toplumda kendi

değerlerinin görünür kılmayı amaçlayan farklı tarzlarda alt kültür gruplarının da oluşabileceği unutulmamalıdır. Bu olguların odağında araştırmaya konu olan, kullandıkları otomobilleri ile alt kültür gruplarının özelliğini taşıdıkları kabul edilen gençler, tarzlarıyla ve sahip oldukları nesnelere yükledikleri anlamlarla, egemen kültürün kodları ve sembolleriyle üyesi oldukları toplumda kendi değerleri ile görünür olabilmektedirler. Bu çalışmada kuş serisi araç tutkunu bireylerin sosyolojik olarak görünümleri araştırılmıştır.

1.2.Araştırmanın Amacı

Hemen hemen hergün trafikte gözümüze bir Tofaş marka araca takılır. Belki birçok kişi araç ve sürücüsüne dair o anlık farklı nitelemelere başvurulur. Aman kuş serisinden uzak dur, aman yol verin geçsin gibi…Peki bir alt kültür grubunu nitelemek maksadıyla yaygın olan bu görüşlerimizin bir bilimsel izahı olabilir mi? Bu meraktan hareketle bu araştırmada, Karaman ilinde kuş serisi olarak bilinen araçlara sahip olan genç bireylerin bir alt kültür grubu olarak başta topluma ve mensubu oldukları eylemin türüne yükledikleri anlam araştırılmaktadır. Kuş serisi araç tutkunu gençlerin, sayıca fazla olması toplumun diğer üyeleri tarafından farklı damgalamalara muhatap bulunmaları, genç bireylerin sahip olduğu aracı merkeze alarak yeni inşa ettikleri kimlikler, boş zaman etkinliğinden ziyade bilinçli ve kendilerine sağladığı motive kaynağı olarak bu araçları tercih etmeleri bakımından oldukça farklı özellikler taşıdıkları görülmektedir. Gençlerin kuş serisi arabaları tercih etme nedenlerine bakıldığında ilk neden maddi olarak kolay erişebilirliği, ikincisi ise toplumsal kabulü sağlama aracı olarak bu araçlara bindikleri yapılan ön araştırmalarda gözlemlenmiştir. Bu grupların sosyolojik olarak nasıl göründüğünü ortaya koymak, bir alt kültür grubu olarak kültürel edinimleri keşfetmek ve anlamak bu araştırmanın amacını oluşturmaktadır.

1.3.Araştırmanın Önemi

Gençlik genellikle toplumsal uyum ve çatışmanın bir arada bulanabildiği bir dönem olarak kabul edilmektedir. Gençlik hem belirli bir toplum içinde diğer sosyal kategorilerden farklılaşabilmekte hem toplumlar arasında farklı özellikler göstermekte hem de sergilediği özellikler zaman içerisinde değişebilmektedir. Ortaya çıkan böyle karmaşık bir olgunun anlaşılabilmesi için ise birçok yaklaşım geliştirilmiştir. Bu yaklaşımlar hem gençliğin tanımlanmasını aynı zamanda da gençliğin toplumla olan

ilişkisini anlamayı kolaylaştıracaktır. Burcu (1998) gençliğe yönelik yaklaşımları biyolojik yaklaşım (fiziksel ve cinsel büyümenin yaşandığı gelişim dönemi), kültürlerarası yaklaşım (gençliğin her toplumda var olan bir kategori olmasına dikkat çekilirken gençliğin toplumdan topluma farklılık göstermesi), tarihsel yaklaşım, psikolojik yaklaşım (benliğin, duygu ve düşüncelerin geliştiği bir dönem), sosyolojik yaklaşım (gençliğin toplumla etkileşimi) olarak ele almaktadır. Sosyolojide de gençlik, ana akım kuramlar etrafında analiz edilmektedir. Sosyolojide gençlik, yapısal işlevselci, sosyal çatışmacı ve sembolik etkileşimci kuramlar ışığında ele alınmakta ve tartışılmaktadır. Bu araştırmada gençlik konusunda diğer disiplin alanlarından farklı olarak özellikle sosyoloji disiplinin nasıl yaklaştığı ön planda tutulmuş ve bir alt kültür grubu olarak Tofaş marka kuş serisi otomobil kullanan genç bireyleri konu edinmiştir. Literatürde gençlik konusunda yapılan çalışmalara bakıldığında gençliğin değer yargıları, özellikle öğrenci gençliği ve öğrenci hareketleri, gençlik dönemi ve beklentileri, gençliğin toplumdaki yeri ve konumu, kuşak çatışması, boş zaman etkinlikleri ve gençlik kültürü meseleleri, Türkiye'de gençlik kavramının gelişmesi, dönemsel farklılaşmaları ve gençliğin siyasal anlamda pozisyon alışını merkeze alan çalışmalar daha çok yayındır. Bu araştırmanın literatürdeki diğer çalışmalardan farkı gençlik alt kültürleri bağlamında özellikle tüketim nesnesine dönüştürülen bir meta araç üzerinden yürütülen çalışmaların görece az olması çalışmanın önemini arttırmıştır. Ayrıca Karaman ili yerelinde daha önce kuş serisi arabaya binen gençleri gençlik alt kültür grubu olarak konu edinen herhangi bir çalışmanın literatürde olmayışı bu araştırmanın bir başka önemli boyutunu içermektedir. Bu nedenle çalışmadan elde edilecek bulgular, sonraki çalışmalara kaynak teşkil edeceği düşünülmektedir.

1.4.Araştırmanın Sorusu

Kuş serisi araba tutkunu genç bireylerin toplum tarafından nasıl algılandığı, gençlerin bu algı karşısındaki tutumları ve gençlerin kendilerini nasıl tanımladıkları bu araştırmanın başlıca ilgi alanını oluşturmaktır. Kuş serisi araba tutkunu genç bireylerin sergiledikleri toplumsal davranış ve yönelimleri gençlik alt kültür formuna benzer özellikler gösterirken bu gençler yeni bir gençlik tiplemesi olarak ele alınabilir mi? Araştırma bu temel soruya cevap arayacaktır. Ana soruyu destekleyecek başlıca alt-problem soruları ise aşağıda sıralanmaktadır;

Genç bireyler kuş serisi araba kullanımını bir yaşam tarzı olarak görmekte midirler?

Genç bireyler Tofaş araba tutkunluğu ile milliyetçilik arasında nasıl bir bağ kurmaktadırlar?

Genç bireyler Tofaş arabalara olan tutkuları gündelik pratiklerine farklı bir şekilde yansımakta mıdır?

Tofaş araba kullanan genç bireyler suçlu olarak etiketlenmekte midir?

Genç bireyler kuş serisi araba kullanıldıkları için sosyal dışlanmaya maruz kalmakta mıdırlar?

Genç bireyler Tofaş araba tutkunluğunu nesilden nesile aktarılan bir hayranlık olarak görmekte midirler?

Kuş serisi araba tutkunu genç bireyler kendi anlam dünyalarında oluşturdukları kelime dünyası gündelik kullandıkları dilden farklı mıdır?

Yukarıda açıklamış olduğumuz bu araştırmanın ana sorusu ve ana sorunun temellendiği alt-problem soruları, kuş serisi araba tutkunu genç bireylerin demografik özellikleri, bütçe yapımı ve kullanımı, ev içi ilişkiler, kentsel ortamın sundukları ve gençlerin bunları nasıl deneyimledikleri, eğitim, işsizlik, suç, aile ile olan ilişkiler, akran ilişkileri, grup içi ilişkiler, sosyal çevre içerisinde var olma durumları, sosyalleşme imkânları gibi değişkenlerin dikkate alınmasını gerektirmektedir.

1.5.Araştırmanın Metodu

Bu bölümünde araştırmanın metodolojisine dair genel bilgiler yer almaktadır. Araştırmanın tasarımı, evren ve çalışma grubu, araştırma sahasına ait genel bilgiler, veri toplama süreci ve bu süreçte karşılaşılan güçlükler detaylı olarak anlatılmıştır.

1.5.1. Araştırmanın Tasarımı

Sosyal bilimlerde araştırmacı ilgi ve merak duyduğu konu hakkında araştırma yapmaya karar verdiğinde ilk olarak cevap araması gereken soru, araştırmanın yöntemine nasıl karar vereceği olmalıdır. Bunun için Kümbetoğlu'nun (2015:16) vurguladığı gibi meşruluğu kabul edilmiş olan "bilimsel yöntem" şeklinde onaylanan kurallı, sistemli olarak ilerlemek ve "bilimsel alanın" bilgisi ile donatılmış olmak gerekmektedir. Sosyal

bilimlerde araştırmacılar anket, gözlem ve derinlemesine mülakat gibi uygun teknikleri kullanarak çalışmalarını yürütülmektedir. Bu teknikler sosyal dünyamızı nasıl anlamlandıracağımız ve aradığımız soruların cevabına nasıl ve ne şekilde ulaşılacağımız hususunda elzem olan araçlardır. Bu sayede amaca bağlı ve amaca uygun biçimde geliştirilen teknikler ile sosyal bilimlerin amaçlarından biri olan insan davranışlarının birçok farklı yönünü keşfedebilir, inceleyebilir ve anlamlandırabiliriz.

İçinde yaşadığımız dünyada belirli düzen içerisinde gerçekleşen insan eylemlerinin birçok yönünü anlamlandırmak, keşfetmek, yorumlamak, tahmin etmek sosyal bilimcilerin nihai amacıdır. Bu doğrultuda yüzyıllar öncesinde yaşamış olan Marx, Weber, Durkheim gibi sosyal bilimciler yaşadıkları çağda hızla değişen toplumsal yapıyı, toplumsal yapının ortaya çıkardığı sorunları farklı tabaka ve sınıflar üzerinde katılımlı gözlemler ya da anket teknikleri ile elde ettikleri veriler temelinde anlayıp açıklamaya çalışmışlardır (McNeil,1990). Sosyal bilimler alanında çalışmalarını yürüten günümüz araştırmacıları da önde gelen isimlerin teorileri temelinde yüzyılı aşan bu bilgi birikimini kullanmaktadırlar.

Yöntemin bir araştırma için ne kadar önemli olduğu düşünüldüğünde bu çalışma da nitel araştırma yöntem ve teknikleri temelinde tasarlanmıştır. Sembolik bir araç sahipliği üzerinde bireylerin anlam dünyalarını anlamanın veri toplama sürecinde ortaya çıkaracağı güçlük nedeniyle nitel desen kullanılması kararlaştırılmıştır. Nitekim nitel araştırmalar ortaya konulan problem veya sorunla ilgili veriyi katılımcıların bulunduğu fiziksel ortamlarda elde edilmektedir. Bu sayede bireyler ne bir laboratuvar ortamına konulur ne de doldurmaları için ölçme araçları kullanılır. Veriler detaylı bir şekilde katılımcılarla yüzyüze konuşularak, davranışları doğal ortamda gözlemlenerek toplanır (Creswell, 2016:185). Bu araştırma ortak duygu ve düşünceleri paylaşan aynı zamanda sembolik bir araç ile alt kültür grubu özelliği gösteren bireylerin gündelik yaşamlarını nasıl anlamlandırdıklarını keşfetmek yönündeki kavramsal bir çerçeveye dayanmaktadır. Bu çerçevenin sınırları ancak derinlemesine görüşme ve kısmen katılımsız gözleme dayanarak aydınlatılabilir. Ortaya çıkan sonuç ise araştırmacının elde ettiği veriler ışığında anlama ve yorumdur. Bu anlamda bu araştırma yorumsamacı bir yaklaşım izlemektedir.

Araştırmacılar yorumsamacı yaklaşımda genellikle nitel araştırma yöntemlerinden yararlanmaktadırlar. Pozitivist yaklaşımlarda ise araştırmacılar çok sayıdaki birey hakkında kesin ölçülen bilgilere ulaşmayı hedeflerken istatistiki verilerden yararlanır. Yorumsamacı yaklaşımı benimseyen araştırmacılar ise az sayıdaki bireylerin sosyal yaşamlarını nasıl anlamlandırdıkları ve kendilerini toplumsallık içinde nerede konumlandırdıklarını nitel yöntemler aracılığıyla anlar ve yorumlarlar. Bireylerin fiziksel doğal ortamlarından gündelik yaşamlarını nasıl konumlandırdıkları ancak yorumsamacı yaklaşımla mümkündür (Neuman, 2016:130-131). Bu bağlamda bu araştırmanın nitel yöntemler ile tasarlanması, sembolik bir araç etrafında oluşan grubun toplumsal alanda nerde konumlandığı, grup üyeleri tarafından nasıl algılandığı ve bu araçlar üzerinden anlam dünyalarını nasıl oluşturdukları nitel yöntemlerin kullandığı derinlemesine bilgi edinme ile mümkün olacaktır. Ayrıca görüşmeler sırasında katılımcıların araçlar ile aralarında kurdukları duygusal yoğunluğu gözlemleyebilme arzusu da nitel araştırma yöntemlerinin kullanılmasına olanak sağlamıştır.

Araştırmada kurama dayalı nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Bu amaçla çalışmanın problematiğini araştırmadan önce bir kavramsal model ve çerçeve belirlenerek sahadan veriler toplanmıştır. Araştırmada kurama dayalı bir nitel araştırma yönteminin kullanılması, bir taraftan araştırmayı yürütmeyi kolaylaştırırken diğer taraftan sahadan daha sistematik bir şekilde verilerin toplanmasını sağlamıştır. Bu araştırmada kuramsal olarak belirlenen nitel araştırma yöntemleriyle toplanan verilere dayanak olacağını düşündüğümüz Hofstede ve arkadaşlarının oluşturduğu Soğan Modeli üzerinden, gençlerin sembolik bir araç etrafında oluşan kültürel göstergeleri analiz edilmiştir.

Bu araştırmada verilerin toplanması ve analiz edilmesinde nitel araştırma geleneği içerisinde yer alan etnografi yaklaşımı benimsenmiştir. Etnografi, aynı kültür etrafında toplanan grubun hepsine odaklanmaktadır. Araştırmacı için etnografi, ortak kültüre sahip bir grubun değerlerinin, yapıp etmelerinin, kullandıkları dilin, inançlarının paylaşılan ve öğrenilen modellerini tanımladığı ve yorumladığı bir desendir. Etnografik desen ile araştırmacı incelediği grubun günlük hayatlarına dâhil olabildiği ve gözlem yaparak mülakat gerçekleştirdiği, grup üyeleri arasındaki etkileşimi incelediği geniş bir alan sunmaktadır (Creswell, 2016:94). Belirli bir kültürü ya da toplumsal grup üyelerinin kendi dünyalarını nasıl ve ne şekilde anlamlandırdıklarını anlamak için

etnografi iyi bir yöntemdir (Coulon, 2015:29). Bu açıdan kuş serisi araç sahibi gençlerin sergiledikleri davranışları nedeniyle bir alt kültür özelliği taşıdıkları gözlemlenmiştir. Dolayısıyla ortaya çıkan gençlik temsiliyetlerinin toplumsal düzenin neresinde konumlandıkları, sosyalleşme süreçlerinde sahibi oldukları araçların etkisini ortaya koyabilmek etnografi yaklaşımının sunmuş olduğu teorik çerçeve ile mümkün olabilecektir.

Bu araştırmaya konu olan kuş serisi araç kullanan gençler ile yapılan mülakatlar etnografi desenin sunmuş olduğu kısmen katılımlı gözlem yoluyla gerçekleştirilmiştir. Gençlerin günlük hayatlarının belirli zamanlarına dâhil olarak mülakatların gerçekleştirildiği beş aylık süre zarfında veriler toplanmıştır. Gençerin ait olduğu grubun diğer üyeleri ile nasıl bir etkileşim içerisinde bulundukları, bu etkileşimde araçlarının nasıl konumlandığı ve günlük hayatlarını nasıl etkiledikleri gözlemlenmeye çalışılmıştır. Bu nedenle grup üyeleri tarafınca düzenlenen hafta sonu etkinliklerine sıklıkla katılmaya özen gösterilmiştir. Böylece gençlerin gündelik hayatlarına kısmen dahil olarak aynı türden beğeni etrafında toplanan gençlerin hayatlarını nasıl ve ne şekilde anlamlandırmaya çalıştıklarını gözlemleme fırsatı sunmuştur. Ayrıca mülakatların gerçekleştirildiği tarihlerde belirlenen bazı akşamlar gençlerin kendi deyimleri ile günün yorgunluğunu atmak için toplandıkları garaj sohbetlerine gitme fırsatı da yakaladık. Gruptaki herkesin dâhil olamayacağı bu garaj sohbetlerine katılarak kendi aralarında oluşan sembolik bir hiyerarşiye de tanık olduk. Grup yöneticileri tarafından belirlenen belli başlı kişilerin katılabildiği garaj sohbetlerinde grubun geleceği, dernekleşme faaliyetleri kapsamında yapılması gerekenler, düzenlenecek olan fuarlarda destekleyici firmaların bulunması, resmi işlemler için görev paylaşımı gibi grubun sürekliliğini sağlayacak kararların alınması konularının paylaşıldığı görülmüştür. Dernek kurulduktan sonra Karaman'da düzenlenen ilk resmi fuara katılarak gözlem yapma şanşı yakalanmış ve fuarda il emniyet müdüründen Karaman milletvekiline kadar hemen her kesimden Tofaş kuş serisi araç hayranı birçok kişinin katıdığı görülmüştür.

Araştırma kapsamında iki kadın katılımcı ile görüşülmüş ve görüşmeler birden fazla olmak üzere kuş serisi araçları içerisinde gerçekleştirilmiştir. Kadın katılımcıların gündüz çalışmaları ve daha çok akşam saatlerinde uygun olmalarından dolayı görüşmeler genellikle akşam saatlerinde yapılmıştır. İki kadın katılımcı ile bir hafta gibi

bir süre zarfında her akşam görüşme yapılmış ve kadın olarak modifiyeli bir kuş serisi araç kullanımının hayatlarında nasıl bir önemi olduğu ve bir kadın olarak dışardan nasıl karşılandıkları hakkında fikir sahibi olmamızı sağlamıştır.

Kuş serisi bir araca sahip olamanın sosyal dünyalarını nasıl şekillendirdiği ve araçlarına yükledikleri anlamları yakından gözlemleme fırsatı bulmak için genellikle özel sektörde çalışan gençler ile daha çok akşam saatlerinde görüşülmüştür. Coulon (2015) etnografik araştırmaları; katılımcıların eylemleri, eylemlerin açıklanabilirliği, söylemlerindeki bağlamları ve davranışları, katılımcıların sosyal dünyalarındaki bakış açıları ve sembollere yükledikleri anlamları ile açıklamaktadır. Bu bağlamda kuş serisi araç sahibi gençlerin davranışlarını anlamlandırmak ve betimlemek için gündelik yaşamlarına kısmen katılımlı gözlem ile dâhil olarak etnografik bir bakış açısı ile çalışma yürütülmüştür. Katılımcılar ile görüşmeler sırasında sadece hikâyelerini dinlemekle kalmayıp onların kültürel dünyalarını da anlamaya çalışmak araştırma için önemli olduğundan nitel araştırma geleneği içerisinde olan etnografik desen bu araştırma için daha uygun görülmüştür.

Etnografi deseni benimsenen nitel çalışmalarda, bireylerin davranışları bir laboratuvar ortamı gibi deneysel koşullar altında değil, günlük rutinlerini gerçekleştirdikleri doğal ortamlarında araştırılmaktadır. Bu yöntem araştırmacıların katılımcılar tarafından benimsenmesine, görüşmelerin doğal bir şekilde gerçekleşmesine ve bu sayede de verilerin toplanmasını kolaylaştırmaktadır.

Saha çalışmasında katılımcılarla görüşmeler sırasında kimi zaman anlamsız gibi görünen ayrıntılar ya da davranışlar yoğun anlamlar ve betimlemeler taşıyabilir. Bu nedenle etnografik deseni benimseyen nitel araştırmalarda veri toplama aşamasında görüşmelere ek olarak gözlem yöntemi de kullanılmaktadır. Görüşmeler ve gözleme ek olarak bulguların alıntılar, belgeler, videolar ve fotoğraflarla desteklenmesi etnografik çalışmalarda araştırmacının sahada olanları tüm gerçekliğiyle ve orada olma hissiyle okurlara hissettirmesi gerekir. Aksi takdirde araştırmacı sahada gördüğü birkaç kişinin neler yaşadığını ya da herhangi bir nesneyi yüzeysel olarak anlatmış olacaktır. Arıkan (2018) etnografik araştırmanın niteliğine vurgu yaparak, bir fıkra ya da şarkı sözlerinin diğerleri tarafından ezbere okunması başarının bir ölçüsü olmadığını, önemli olanın dinleyicide bıraktığı etki ile ölçülebileceği gibi etnografik başarıda araştırmanın okurda

bıraktığı etki ile ölçülebilmektedir. Bu bağlamda bu araştırmada sahada yaşanılan deneyimlerle okurlara oradaymış hissi yaratmak istenilmiştir. Dolayısıyla bu araştırmada kısmen katılımlı gözlemle derinlemesine görüşmeler gerçekleştirildi. Saha çalışması boyunca notlar tutularak sahadan elde edilen bulgular, fotoğraflar ve videolarla desteklenmiştir.

Araştırma genel olarak dört boyut üzerinde kurgulanmıştır. Dört aşamada gerçekleştirilmesi planlanan araştırmada ilk olarak araştırmaya temel oluşturacak olan kuramsal ve kavramsal çerçeve özenli bir şekilde oluşturulmuştur (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 83). Bu sayede araştırmanın konusuna ilişkin ilgili literatür sistematik bir biçimde değerlendirilmiş ve kavramsal/kuramsal çerçevesi oluşturulmuştur.

Araştırmanın ikinci aşamasında nitel veri toplama yöntemlerinin kullanılmasına karar verilmiş ve bu doğrultuda araştırmanın tasarımı aşamasında ortaya konulan problem, amaç, soruların oluşturulması gibi düzenlemeler yapılmıştır. Yapılan düzenlemeler sonrası ilk olarak konunun çözümlenmesine dair oluşturulan sorular pilot görüşmeler ile test edilmiş, uygulama alanına dair öngörüler oluşmuş ve gerekli değişiklikler yapılmıştır. Daha sonra asıl görüşmelere başlamak suretiyle gerekli kişilerle iletişime geçilmiştir.

Araştırmanın üçüncü aşamasında ise sahadan elde edilen veriler ilgili kavramsal ve kuramsal eşliğinde yorumlanmıştır. Araştırmanın en başında özenli bir şekilde oluşturulmasına dikkat edilen kavramsal/kuramsal çerçevenin çözümlenmesi sahadan sistematik bir şekilde elde edilen veriler ile olmuştur. Sahadan elde edilen verilerin sistematik bir şekilde toplanması yaklaşık beş aylık bir süre zarfında gerçekleşmiştir.

Araştırmanın dördüncü aşaması olan son bölümde ise sonuç ve tartışma yer almaktadır. Bu bölümde bulguların genel bir yorumu, araştırmanın en başında ortaya konulan soruların cevapları, saha bulguların kuramsal çerçeveyle birlikte yorumu ve literatüre uygunluğu konusunda genel bir tartışma yapılmıştır.

1.5.2. Araştırmanın Evreni ve Çalışma Grubu

Araştırmanın evrenini 2022-2023 yılları arasında Karaman kent merkezinde yaşayan kendilerini ifade etme şekli olarak sembolik bir aracı tercih eden 18-35 yaş arası genç bireylerden oluşmaktadır. Evren ve çalışma grubu olarak Karaman'ın belirlenmesinde coğrafi konum olarak iyi bilinmesi ve dolayısıyla sağlıklı bir araştırma yürütüleceği

düşüncesi olmuştur. Evrenin çok büyük olması araştırmacı için evrenin kesin hatlarına ulaşmasını olanaksız hale getirecektir. Evren milyonlarca bireylerden oluştuğu için bütün bir evreni çalışmak yerine, evreni temsil etme gücüne sahip sınırlı sayıda birey ya da olayı araştırma içerisine dahil etmek daha anlamlı olmaktadır. Evrenin daha çok sayıdaki bireyi, olay ve olguyu içermesi belirli yöntemler kullanılarak örneklem denilen küçük ve çalışılabilir büyüklüğe indirgenir (Yıldırım ve Şimşek, 2021:111). Pozitivizm yaklaşımını benimseyen nicel araştırmalar seçilen örneklemin evrenin tamamına genelleme mantığıyla yürütülse de nitel araştırma yaklaşımını benimseyen araştırmalarda seçilen örneklem evrene genelleme kaygısı taşımaz. Çünkü nitel araştırmalarda sınırları kesin çizgilerle belirlenmiş bir bütün tanımı yapmak neredeyse imkansızdır. Nitel araştırmalar evreni, sosyal gerçekliği genellemelere ulaşmak amacıyla incelemediğinden araştırmacı temsil edeceği bir örneklem yerine veri elde edebileceği örneklerle araştırmasını yürütür (Kümbetoğlu, 2015:97). Araştırmada ele alınan problem hakkında sosyal yaşantısında bilgi ve deneyimlere sahip kişileri örnekleme dahil etmek araştırmacının öncelikli amacıdır.

Bir araştırmada ele aldığımız problem, olay ve olgular bütün yönleriyle tam olarak incelenemez. Bu nedenle yapılan araştırmada kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasına imkân veren özelliklerine dikkat edip, evreni az çok temsil edecek olan örneklem grubu bu doğrultuda seçilmelidir. İki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin neden sonuç yapısını araştırıp hipotez test etmek isteyen nicel araştırmaların yerine nitel araştırmalar gündelik yaşamdaki olayları, olguları anlama ve keşfetme arzusu nedeniyle raslantısal olmayan örneklem seçim tekniklerini kullanmaktadır. Bu araştırmada da Kümbetoğlu'nun (2015:96) belirttiği gibi hem evrenin farklı algılanışı hem de küçük gruplarla derinlemesine yapılacak bir model olduğundan raslantısal olmayan örneklem tekniklerinden amaçsal örneklem ve kartopu örneklem biçimleri seçilmesine karar verilmiştir.

Araştırmada görüşülen katılımcılar nitel araştırmaların da kullandığı örneklem türlerinden belirli bir kriter ve özelliğe dayalı olarak seçilen birey ve gruplardan oluşan amaca uygun örneklemle belirlenmiştir. Amaçsal örnekleme tekniği ile belirli homojen özelliklere sahip büyük evren içerisinden küçük bir örneklem grubu ile görüşülerek araştırmanın ana tema ve sorunlarına ilişkin verilere derinlemesine görüşmeler ile

ulaşılmasını mümkün kılmaktadır. Creswell'e (2016:157) göre bir araştırmacı amaçlı örneklem tekniğini, çalışmada görüşülecek olan katılımcıların seçilmesinde farklılığı sağlamak istediği için ve elde edilen bulguların farklı bakış açılarına ya da farklılıkları yansıtma olanağını arttırdığı için tercih ettiğini belirtmektedir. Başka bir ifade ile amaçsal örneklem tekniğini seçmedeki temel amaç, büyük bir evren içerisinden seçilen örneklem grubunu oluşturan bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede araştırmaya yansıtmaktır. Araştırmada daha çok çeşitlilik göstermesi amacıyla katılımcılar seçilirken amaçsal örnekleme tekniğinden yararlanılmıştır.

Araştırmada kullanılan raslantısal olmayan örneklem türlerinden biri de kartopu örneklemidir. Bu örneklem türü genellikle etnografik araştırmalarda tercih edilen bir yöntemdir. Kartopu örneklem tekniği, araştırmacının bir kaynak kişi ile görüştükten sonra görüşülen kişi ve ondan aldığı yeni bilgiler ışığında yeni katılımcıların belirlendiği bir tesadüfü olmayan bir örnekleme biçimidir (Neuman, 2016:324). Evrenin büyüklüğü hakkında çok fazla bilgiye sahip olunmadığı durumlarda kartopu örneklemi araştırmacılar için yararlı bir tekniktir (Kümbetoğlu, 2015:98). Bu araştırmanın başlangıcında belirlenen sorunsala muhatap bir kişiye ulaştıktan ve ilgili konu ile alakalı görüşleri alındıktan sonra araştırmaya dahil olabilecek başka kişilerle iletişim sağlanması konusunda yardım istenmiştir. Böylece tek bir örnek olayla başlanıp, örnek olaydan alınan bağlantılı ilişkilerle ilgili bilgilere dayanarak yeni örnek olaylar belirlenmiş ve süreç tekrarlanmıştır.

Nitel araştırmalarda önemli bir işlevi bulunan bir diğer veri toplama yöntemi de odak grup görüşmeleridir. Araştırmada bireysel görüşmelerin yanında odak grup görüşmeleri de yapılmıştır. Odak grup görüşmesi bireysel olarak yapılan görüşmelere göre bazı temel farklılıklar içerir. Grup görüşmesi sırasında sorulan sorulara verilen yanıtlar genellikle gruptaki bireylerin birbirleriyle olan etkileşimleri sonucu oluşmaktadır. Gruptaki herhangi bir bireye sorulan sorunun ve soruya vereceği yanıtın diğerleri tarafından duyulması verilecek olan diğer yanıtların kapsamını ve derinliğini etkileyecektir. Böylece araştırmacının araştırılan konu hakkında zengin bir veri seti oluşturmasına da katkıda bulunacaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2021:155). Araştırmacının zamanının kısıtlı, katılımcı sayısının ise fazla olduğu durumlarda odak grup görüşmeleri kısa zamanda daha çok veri toplamak için yapılmaktadır. Araştırmada odak grup

görüşmesi için belirlenen katılımcılar, gündelik yaşamlarında birbirleriyle kurdukları ilişkilerde sembolik bir araç etrafında bir araya gelen kişilerden oluştuğu ve kendi özelliklerine benzeyen özellik taşıdıklarından daha samimi bir ortam oluşmuştur. Bu samimi ortamın verdiği güven ile görüşmeler sohbet havasında gerçekleşerek daha sistematik ve yaratıcı veriler elde edilmesine katkı sağlanmıştır.

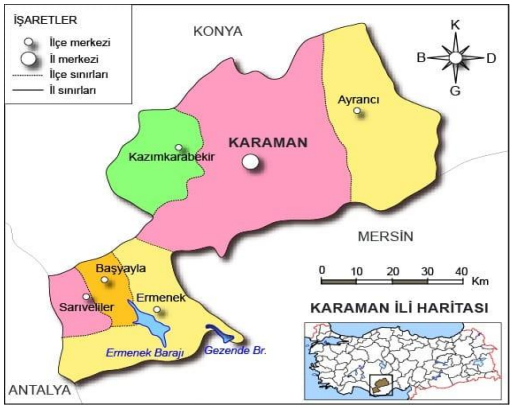
1.5.2.1.Sahaya İlişkin Ön Bilgiler

Türkiye'nin İç Anadolu bölgesinin güneyinde dağlık ve engebeli bir arazide bulunan Karaman ili, tarihte birçok medeniyete ev sahibi olmuştur. Kuruluşunun ne zaman kurulduğuna dair net bilgiler olmamakla birlikte yapılan arkeolojik kazılarda yerleşim yeri olarak kullanılmasının M.Ö. 8000 yıllara kadar dayandığı söylenmektedir. Frigya, Lidya, Bizans medeniyetlerine ev sahipliği yapmadan önce Hititler döneminin önemli askeri ve ticaret merkezlerinden biri olmuştur. Bizans Dönemi'nde Larenda adıyla bilinen Karaman, Anadolu'ya Türklerin yerleşmesi sonucu Selçuklu Devleti himayesine girerek Larende olarak adı değişmiştir.

Sultan Alaaddin Keykubat, Akdeniz kıyılarına güvenlik altına almak için Ermenek, Mut, Silifke, Anamur, Gülnar ve Antalya çevrelerine Türkmenlerin Avşar boyundan olan Karamanoğullarını yerleştirmiştir. Zamanla bölgede büyük güç haline gelen Karamanoğulları yaşanan savaşları ve istilaları fırsat bilerek bağımsızlığını ilan etmiş ve beylik kurmuşlardır. 1256 bağımsızlığını ilan eden Karamanoğulları dönemin en güçlü beyliği haline gelerek sınırlarını genişletmiş Sivas, Konya, Karaman, Niğde, Adana, Isparta gibi kentleri de sınırlarına katmıştır. Aynı zamanda Türkçe'nin ilk resmi dil olarak kullanan Karamanoğulları Beyliği dönemin en parlak dönemini yaşayarak önemli kültür ve sanat merkezi de olmuştur.

Dönemin diğer güçlü beyliği olan Osmanoğulları ile yaklaşık 150 yıllık bir savaş dönemi yaşayan Karamanoğulları, Fatih Sultan Mehmet Döneminde Osmanlı Devletinin himayesine katılmıştır. Osmanlı Devletini en çok uğraştıran beyliklerden olan Karamanoğulları Beyliği eski gücünü yitirerek Konya iline bağlı bir sancak merkezine dönüştürülmüş, Cumhuriyetin ilanından sonra ise Konya iline bağlanarak Larende olan ismi Karaman olarak değiştirilmiştir. 1989 yılında ise Türkiye'nin 70 ili olmuştur. Farklı medeniyetlere ev sahipliği yapması nedeniyle Hitit başta olmak üzere

Roma, Bizans, Osmanlılardan kalma birçok tarihi eserler bulunmaktadır. Tarihi eserler arasında anıt, kilise, manastır, cami, medrese, han, hamam, türbe gibi birçok eser hala Karaman'da bulunmaktadır.



Harita 1. Karaman İli Haritası Görseli (Google Görsellerden alıntılanmıştır.)

Karaman 37.11 kuzey enlemleri, 33.15 doğu boylamları arasında, kuzeyinde Konya, güneyinde Mersin, batısında Antalya, doğusunda Ereğli yer almaktadır. İç Anadolu Bölgesinde yer alan Karaman, yüzölçümü bakımında 8869 **km²,** deniz seviyesinden 1033 metre yüksekliktedir. Ayrancı, Başyayla, Ermenek, Kazım Karabekir ve Merkez olmak üzere altı ilçesi vardır. İklim özelliklerine baktığımızda ise kışları soğuk ve yağışlı, yazları ise kurak ve sıcak geçmektedir. Bitki örtüsü ve tarıma elverişli toprakları nedeniyle tarım ve küçükbaş hayvancılık için elverişli bir bölgededir.

Beşinci derece deprem kuşağında bulunan Karaman, risk bakımından en az riskli bölgeler arasındadır. İç Anadolu Bölgesini Akdeniz'e bağlayan önemli geçitlerden biri olan Sertavul Geçidi yine bu bölgededir. Aynı zamanda kuzeyinde sönmüş bir volkanik dağ olan Karadağ bulunmaktadır. Büyükşehir ile etrafının çevrili olduğu Karaman ili, orta küçük ölçekli bir şehirdir. Karayolu ve demiryolu gibi ulaşım imkânlarının bulunduğu Karaman, önemli transit yollarından birisidir.

TUİK (2022) adrese dayalı nüfus kayıt sistemi verilerine göre Karaman'ın toplam nüfusu 260.838'dir. Çeşitli uluslararası kuruluşlarca kabul edilen 15-24 yaş arası 2022 yılsonu itibarı ile genç nüfus oranı 42.934 kişiden oluşmaktadır. Bu verilere göre Karaman genç yaş nüfusa sahip olduğu söylenebilir. TUİK'in "Gençlik İstatistikleri

2022" araştırmasına göre Karamanın'ın toplam nüfusun %15,2'sini genç nüfus oluşturmaktadır.

Türkiye'nin otomobil tarihinde önemli izler bırakan, sosyal medyada adına hayran sayfaları açılan, hatta birçok belgesele konu olan Tofaş kuş serisi olarak bilinen Şahin, Doğan, Kartal ve Serçe araçlar üretimde olmamasına rağmen daha çok gençler tarafından tercih edilmesi dikkatleri çeken bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. Tarihe tanıklık eden Tofaş kuş serisi araçlar ülke genelinde yediden 70'e her kesim tarafından kullanılmış olmasına rağmen gençler tarafından farklılıklarını yansıtacak birer nesneye dönüştürülmüştür. Modifiyeli araçlar konusunda daha çok ön plana çıkan İstanbul, Ankara ve Konya gibi büyük şehirlerin aksine Karaman gibi küçük bir ilde gençler imkânlar doğrultusunda kuş serisi araçlar ile farklılıklarını yansıtmaya çalışmaktadır. İleri teknolojiye sahip olmayan, düşük donanımlı, parçasının ucuz ve bulunabilir olması nedeniyle yıllarca tercih nedeni olan kuş serisi araçlar artık büyük bir hayran kitlesine sahiptir. Tofaş kuş serisi araçlara olan ilginin artmasında adına kurulan dernekler, kulüpler önemli rol oynamıştır. Geçmiş yıllarda düşük bütçe ile alınabilecek bir araç modeli olurken günümüzde artan bu ilgi sonucunda sıfır model bir aracın fiyatı ile yarışır bir konuma gelmiştir. Trafikte şeritler arasında makas atarak diğer sürücüleri kızdıran, sinyal vermeden şerit değiştiren kısacası kurallara aykırı bir şekilde araç kullanan genellikle gençler olduğu görülmüştür. Kuş serisi bir aracı modifiye edip farklılaştırmanın gençler için ne anlam ifade ettiği merakı bu araştırmanın konusu olmuştur.

1.5.3. Veri Toplama Süreci ve Verilerin Analizi

Yapılan bu çalışma nitel bir alan araştırması olmakla birlikte araştırmanın veri kaynağı Karaman'da yaşayan Tofaş kuş serisi araba tutkunu genç bireylerden oluşmaktadır. Araştırmaya yön veren değişkenler; katılımcıların yaşı, cinsiyeti, medeni hali, mesleği ve otomobil tercihleridir. Bu araştırmanın verilerini, genç bireyler ile yapılan görüşmelerden elde edilmesi nedeniyle analizin merkezinde de bu genç bireyler yer almaktadır.

Nitel araştırmalarda veri toplama tekniği olarak genellikle görüşme tekniği kullanılır. Görüşme tekniği, bireylerin gerçekliğe ilişkin algılarına, tanımlamalarına, dünyayı

anlamlandırma biçimlerine ve gerçekliği nasıl inşa ettiklerine dair bilgileri öğrenmenin en etkili yoludur (Punch, 2014:166). Bu araştırmada da bireysel farklılıklarını küresel kültürün en önemli nesnelerinden biri olan otomobiller ile yansıtan genç bireylerle yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Bu sayede gençlerin otomobiller ile kurduğu ilişkilerde anlam dünyaları, hayata bakış açıları, gündelik hayat pratikleri ve kendilerini diğer bireylerden ayrılan özellikleri derinlemesine görüşme tekniğiyle keşfedilmeye çalışılmıştır.

Veri toplama tekniği olarak yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme tekniği ve kısmen katılımlı gözlem kullanılmıştır. Eğer görüşmeler esnasında tamamen yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılsaydı katılımcılara yöneltilen sorular sınırlı ve önceden belirlenmiş olacaktı. Dolayısıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak, görüşme sırasında ortaya çıkan yeni sorunlar ve yeni konulara göre sorulacak olan sorular yeniden oluşturulmuştur. Böylece araştırmaya katılan her bir gencin sembolik bir araç sahipliği üzerinden yaşadığı deneyimlerin farklılığı ve çeşitliliği açığa çıkmıştır.

Genç bireylerle görüşme yapılmadan önce hazırlanan görüşme formu, araştırmanın başlangıcındaki problemi bütün boyutları ve ilgili soruların etrafında sohbet edilmesini sağlamıştır. Aynı zamanda görüşmelerden önce görüşme formunun hazırlanması araştırmacı için zaman esnekliğini de kazandırmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2021:130). Görüşme formunda yer alan sorular açık uçlu olarak hazırlanmış bazı konularda derinlere inilmiş bazı konularda ise katılımcının verdiği bilgiler doğrultusunda sorular yeni sorular eklenmiş ya da çıkarılmıştır. Araştırmanın aşamalarından biri olan sahadan verilerin toplanması bölümüne geçmeden önce Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi'nin Etik Kurulu'ndan gerekli izinleri aldıktan sonra veri toplama sürecinin ilk adımı olan konunun muhatabı olan kişilerle tanışıldı ve hazırlanan görüşme ve gözlem formaları pilot görüşmeler ile test edilmiştir. Daha sonrasında yapılan görüşme ve gözlem sırasında bu hazırlanan kontrol listesini kullanarak ilk amacımız olan veri toplama sürecini kontrol altında tutulabildiği ve toplanan verilerin niteliğinin arttırıldığı görüldü. Hazırlanan görüşme formunda genç bireylerin otomobil tutkularının özellikle kuş serisine olan hayranlıklarının nereden kaynaklandığı, yaşam pratiklerine nasıl entegre ettikleri, sosyal yaşamlarında karşılaştıkları olumlu ya da olumsuz nasıl tepkiler

aldıkları, zevklerine ve isteklerine uygun değişiklikler yaparken maddi ya da manevi yaşanan zorlukların neler olduğu, en önemlisi ise yaşamlarının neresinde bu araçlarının bulunduğuna yönelik sohbetler edilmiştir.

Çalışmada veri toplama tekniği olarak bireysel görüşmelerin yanında odak grup görüşme tekniği de kullanılmıştır. Aynı anda hem bireysel görüşmeler hem de odak grup görüşmesinin kullanılmasındaki amaç ilk olarak zaman tasarrufu sağlamak ve ortak bir deneyime sahip olan daha fazla genç bireye ulaşmaktır. Diğer bir amaç ise gruptan bir bireye sorulan soruya verilen yanıtın diğer bireyler tarafında duyulmasıyla verilen diğer cevapların kapsamı ve derinliği artması sağlanmıştır. Bu da görüşmelerden zengin veri oluşmasını sağlayan en önemli etkenlerden biri olmuştur. Yıldırım ve Şimşek (2021:155), odak grup görüşmelerinin bireysel görüşmelerde akla gelmeyen bazı konuların, grubun dinamiği sayesinde diğer bireylerin açıklamaları ile akla gelebileceğini ve ek yorumlarda bulunmanın mümkün olabileceğini belirtirler.
Nitel araştırmalarda gözlem daha az yapılandırılır. Bu sayede araştırmacı önceden belirlenen kategori ve sınıflamaları kullanmaktan kaçınır; doğal bir şekilde gözlem yapar. Bireylerin davranışları bir dizi eylem ve olayların doğal akışı içerisinde gözlemlenebilmesine imkan sağlar. Buradaki amaç, gözlem verilerini daha kolay çözümlemek ve betimlemek için gerekli olan kategori ve kavramların öncelikle verilere veya araştırmaya dayandırılmasından ziyade, yapılan araştırma sürecinde ortaya çıkmasına izin vermektir (Punch, 2014:176). Bu nedenle araştırmaya katılan gençleri nesne ile aralarında kurdukları bağı daha yakından incelemek ve doğal bir gözlem alanı yakalamak için sahip olduğu otomobilleri yanında iken gözlemlendi. Kümbetoğlu, doğrudan gözlemin diğer tekniklerle kıyaslandığında görece daha kolay ve araştırmacının alana rahatlıkla dahil olabildiği bir veri toplama yolu olduğunu belirtmektedir (Kümbetoğlu, 2015:132). Görüşme sırasında ortaya çıkan anlık olay ve değişimleri ya da farklı boyutları böylece araştırmacı tarafından görüldü. Kimliksel özelliklerini yansıttıklarını düşündükleri otomobillerinin yanında bulunmasıyla doğal ortamı olarak kabul ettiğimiz durumda, katılımcıların sohbet sırasında söylemekten kaçındıkları davranışlar, duygu ve düşünceler bu yolla gözlemleme fırsatı sundu. Kontrol aracı olarak önceden bir gözlem formu hazırlandı ve Kümbetoğlu'nun (2015:75) belirttiği gibi araştırmacının ilgilendiği konular hakkında sistematik ve bütünlüklü veriler elde edilmesini sağlamıştır. Bazı görüşmelerde ise bir başka

gözlemciye görüşmeden önce bilgilendirme yapılarak araştırmaya dahil olunması sağlandı. Bu sayede görüşmecinin sohbet sırasında katılımcının istekli ya da isteksiz tavırları, samimi cevap verip vermedikleri gibi gözden kaçırılabilecek verilerin kaybolması önlenmeye çalışıldı.

Veri toplama sürecinde yapılan görüşmeler Aralık 2022 ve Nisan 2023 ayları arasında yaklaşık beş aylık bir süre zarfına yayılsa da yoğun olarak Mart ve Nisan aylarında görüşmeler tamamlanmıştır. Katılımcılar amaçsal örneklem ve kartopu yöntemi ile seçilmiş ve 33 kişi ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın veri analizi sırasında katılımcıların isimleri etik kaygılardan ve katılımcılara verilen taahhüt gereği gizli tutulmuştur. Araştırmaya katılan katılımcılar ile en az otuz dakika en fazla yüz on dakika arasında değişen süre ile görüşmeler gerçekleşmiştir. Görüşmeler sırasında ses kayıt cihazı kullanılmış olup öncesinde araştırmanın etik olması bakımında katılımcıya bilgi verilmiş ve izin alınmıştır. Katılımcıların neredeyse tamamı ses kayıt cihazının kullanılmasına izin vermiştir. Saha araştırması süresince hem görüşmeler hem de gözlemler hatırlatıcı notlar, anahtar kelimeler ve önemli olduğu düşünülen bazı hatırlatıcı notlar kaydedilmiştir. Dahası katılımcılardan izin alınarak özel alanı olan otomobillerinin fotoğrafları çekilmiştir. Katılımcılara görüşme boyunca onları rahatsız edecek şekilde sorular sormak ya da sorguluyormuş gibi hissiyat vermemek adına sohbet havasında görüşmeler yapılmasına özen gösterilmiştir. Araştırmanın amacına uygun bazı bilgilerin elde edilemeyeceği düşünüldüğünde katılımcıya hissettirmeden ve kibarca son verilmiştir. Bazı katılımcılarda ise kullanışlı ve araştırma için önemli bilgilerin verileceği hissedildiğinde ise sohbete müdahale edilmemiş ve daha fazla anlatmasına müsaade edilmiştir. Araştırmanın evreni tam olarak bilinemediği için her bir yeni katılımcıdan yeni bilgiler alınmadığı ve toplanan veriler tekrara dönüştüğü zaman, yani doyum noktasına ulaşıldığı düşünüldüğünde görüşmeler tamamlanmıştır.
Nitel araştırmalarda analiz, saha ile birlikte yürütülen bir süreçtir. Nitel veri analizinde temalar, kavramlar ve fikirler, görüşmelerin kayıt altına alınıp deşifre edilerek metnin tekrar tekrar okunmasından sonra oluşur. Araştırmaya bir yön verebilmek için kavram ve kategoriler kodlayarak birbirinden ayrılması gerekmektedir (Kümbetoğlu, 2015:152). Nitel araştırmalarda analiz süreci verilerin düzgün bir şekilde organizasyonunun sağlanması, temaları kodlama ile birbiriyle ilişkili hale getirmeyi, analizi yapılan verilerin sunumunu ve yorumlamayı içermektedir (Creswell, 2016:179). Bu bağlamda

araştırmada analiz nesnesi genç bireylerdir ve bireysel düzeyde analiz yapılmıştır. Görüşmeler sırasında alınan hatırlatıcı notlar araştırmanın temalarını oluşturmada kolaylık sağlamış ve temalar da verileri sınıflandırmanın yanı sıra yorumlanmasına katkı sağlamıştır. Bu araştırma kurama dayalı bir araştırma olduğundan verilerin kolayca yorumlanması için kullanılan temalar ve kategoriler Hofstede ve arkadaşlarının oluşturduğu Soğan Modeli şeması model alınarak oluşturulmuştur. Verilerin yorumlanmasında temalar kuş serisi araç modelleri temel alınarak oluşturulmuş ve dört ana tema kullanılmıştır. Bunlar Değerler, Ritüeller, Kahramanlar ve Semboller olarak belirlenmiştir. Kullanılan kategoriler ise kültürel alt göstergeler olarak görüşmeler sırasında katılımcıların söylemlerinden oluşturulmuştur. Araştırmada kullanılan temalar ve kategorilerin tablo halindeki gösterimi bulgular bölümünde daha detaylı olarak verilmiştir.

Görüşmelerden elde edilen veriler, araştırmaya katılımcıların anlatımları doğrultusunda ve ayrıntılara önem verilerek analiz edilmiştir. Böylece elde edilen veriler betimsel yaklaşımla analiz edilmiştir. Kümbetoğlu'na (2015:154) göre betimsel analiz, görüşmelerin çözümlenmesinde verilen özgün biçimlerini koruyarak, katılımcıların söylemlerinden doğrudan alıntılar yaparak verilen sunulma şeklidir. Görüşmelerde katılımcıların kullandıkları kelimeler, ifadeler, kurulan diyaloğun özellikleri, sembolik anlatımlar ve benzetmelere dayalı tanımlayıcı bir analiz yapılmıştır. Bu doğrultuda katılımcıların kendi sözleri olduğu gibi aktarılarak araştırmanın analiz bölümünde yapılan yorumlara kanıt olarak sunulmuştur. Yalnız deşifreler analiz edilirken cümlelerin akıcı ve anlaşılır olmasını sağlamak adına anlatım bozuklukları kısmen de olsa giderilmeye çalışılmıştır.

Nitel veriler analiz edilirken verilerin kolayca yönetilmesi ve görsel hale dönüştürülmesinde MAXQUDA 2022 yazılımından yararlanılmıştır. Bu yazılım programı ile temalar ve kategoriler şekillendirilerek gösterilmiştir. Ayrıca program ile verilerin daha kolay yönetilmiş ve görsel hale getirilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen verileri depolama, süzgeçten geçirme, veriler arasında aramalar yapma gibi çeşitli imkanlar sunmuştur. Ayrıca program sayesinde istenilen verilere çok fazla vakit harcamadan ulaşılmasını da mümkün kılmıştır.

1.5.4. Araştırmada Karşılaşılan Güçlükler

Veri toplama sürecinde sahada bir takım güçlüklerle de karşılaşılmıştır. Bu güçlüklerden ilki erkeklerin özel alanı olarak kabul edilebilecek bir alana kadın araştırmacı olarak dâhil olmaktır. Yapılan pilot görüşmelerde otomobilleri üzerinde yaptıkları modifiyelerin ve teknik özelliklerinin konuşulması katılımcılar tarafından sıklıkla başvurulan bir yöntem olduğundan, araştırmacının da otomobillerin teknik özelliklerine hâkim olması gerektiği anlaşılmıştır. Bu sorunu aşmak için otomobillerin teknik özellikleri hakkında önceden bilgiler toplanmış ve böylece de otomobiller üzerinde yapılan değişim/dönüşümler hakkında sohbet havasında görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda teknik özelliklere ait ön bilgiler toplanmasıyla bazı sorulara yüzeysel veya yetersiz cevap verilmesinin de önüne geçilmiştir.

Bazı günler araştırmaya katılımcı olarak katılan genç bireyler, ayarlanan gün ve saatte görüşmekten son anda vazgeçmiş ve bu durum zamanın verimli kullanılması adına çalışmada güçlük yaratmıştır. Bazı katılımcılar ise görüşme tamamlanmadan gelen herhangi bir telefon ile görüşmeyi yarıda bırakmış ve görüşmenin tamamlanması için bazı katılımcıları tekrar görüşmeye ikna çabaları olumsuz sonuçlanmış olsa da bazı katılımcılar başka bir gün görüşmeyi tekrar kabul etmiştir. Araştırmaya katılan katılımcıların büyük bir çoğunluğu özel sektörde çalışmalarından ve hafta sonu sadece bir gün izinli olmalarından dolayı görüşmeler, çalıştıkları yerlerde gerçekleşmiştir. Böyle durumlarda görüşmeler kimi zaman kesintiye uğramış ve belirlenen zaman diliminde bitecek iken kısmen görüşme yapılan saatin uzamasına neden olmuştur. Bu durumda çalışmalarını engellemeyecek şekilde görüşmeler öğle aralarında ya da mesai sonrasında gerçekleştirilmiştir. Başka bir çözüm yolu ise farklı günlerde birden fazla görüşme gerçekleştirilerek sorun kısmen aşılmaya çalışılmıştır.

Katılımcılardan bir kısmı Karaman'da yasal olarak yarış yapacak, drift atılacak yerlerinin olmadığını, bu konuda gerekli resmi mercilerle görüşüldüğünü ama olumlu yanıt alınamadığını bildirip bu konuda araştırmacıdan resmi kurumlarla iletişime geçilmesi istenmiştir. Bu sayede de katılımcıların stres atmaları için yasal olarak ihtiyaçlarının karşılanabileceği yerlerin bir an önce yapılacağı umudu taşımışlardır. Genellikle gece sakin yerlerde drift attıklarını ama mobese kameraları ile ceza yazılmasının önüne geçemediklerini söyleyen katılımcılardan bir kısmı, araştırmacıyı

emniyet mensubu zannedip kimlik göstermesini istemişlerdir. Görüşmeci ve katılımcı arasında güven sorunun yaşandığı bu görüşmelerde her ne kadar görüşmeye başlamadan önce çalışma hakkında ön bilgiler verilip izinleri alınsa da ses kayıtlarının emniyetle paylaşılmaması rica edilmiştir. Bu güven sorununun yaşandığı görüşmelerde bazı sorular yüzeysel olarak cevaplanmıştır. Bu sorunun önüne geçmek için katılımcıyı sorguluyormuş gibi değil de görüşmelerin sohbet havasında gerçekleştirilmesine özen gösterilmiştir. Bir katılımcı ise daha önce katılmış olduğu bir araştırmaya katkı sağlaması dolayısıyla görüşme sonrasında verilen bir miktar paranın bu araştırmada da verileceğini düşünmüş ve öyle bir uygulamanın bu çalışmada olmadığı belirtilince görüşmeden vazgeçmiştir. Bu tarz sorunlarla başa çıkmak için katılımcılarla görüşme yapmadan önce çalışmanın gönüllülük esasına dayandığı özellikle vurgulanmıştır.

Saha verilerini toplama aşamasında karşılaşılan en büyük sorunlardan biri de gençlerin, kuş serisi otomobil tercih edenlerin toplumda pek hoş karşılanmadığı ve bir takım onur kırıcı etiketlemelere maruz kaldıklarını sıklıkla dile getirmişlerdir. Bu algının kırılması gerektiğini belirterek kartopu yöntemi ile seçilen her bir katılımcı sonraki araştırmaya katkı sağlayacak kişinin bu algıyı kıracak kişiler olacak şekilde seçilmesini istemişlerdir. Araştırmanın güvenirliği ve geçerliği konusunda kısıtlılık yaratan bu sorunla başa çıkmak için ise maksimum çeşitlilik sağlayacak şekilde katılımcılar belirlenmiştir. Araştırmada yalnızca iki kadın katılımcıyla görüşülmüş ve kadın katılımcılarla görüşmeler bazı özel nedenler ile yarıda bırakılmıştır.

Araştırmanın bütününü etkileyebilecek diğer bir risk ise potansiyel katılımcıların konuyu önemsiz bulmaları ve görüşmeyi istememesinden kaynaklanmaktadır. Bu tür durumla sıklıkla karşılaşılmış önlem olarak da yeni katılımcılar bıkmadan aranması yoluyla sağlanmıştır. Bu sayede görüşmeyi uygun bulmayan katılımcılar yerine yeni katılımcılar bulunmuştur. Yapılan bazı ön görüşmelerde tek başına gitmenin iletişim kurmakta zorluklar yarattığı görülmüş ve bu nedenle de görüşmeye mutlaka bir erkek gözlemci ile gidilmesi sağlanmıştır.

Saha araştırması sürecinde karşılaşılan bir diğer kısıtlılık ise odak grup görüşmeleri sırasında katılımcıların birbirlerinden destek alarak politik görüş, trafik cezaları, dini eğilimler gibi hassas konular hakkındaki araştırma konusuyla alakalı olmayan şekilde cevaplar verilmesi olmuştur. Gruptaki bazı bireyler yöneltilen soruları kendisine ayrılan

süreyi aşarak oldukça rahat bir şekilde kullanırken, bazı bireyler ise daha kısa ve net cevaplarla soruları yanıtlamışlardır. Dolayısıyla odak grup görüşmelerini analiz etmek biraz zahmetli ve zor bir iştir. Bu doğrultuda MAXQDA programı odak grup görüşmelerini katılımcı bazlı analiz etmede araştırmacıya çok büyük bir kolaylık sağlamıştır. Yani hangi katılımcı hangi konularda daha çok veya daha az konuştu ya da ana aktörün kim olduğunu görmek için programdan yararlanıldı. Böylece MAXQDA programı sadece verileri görselleştirmede değil verilerin analizini sistematik bir şekilde raporlanmasını da mümkün kılmıştır.

1.5.5. Araştırmanın Geçerlik ve Güvenirliği

Bilimsel araştırmalarda en önemli ölçütlerden biri de sonuçların inandırıcı olmasıdır. Geçerlik ve güvenirlik bu açıdan araştırmalarda en yaygın olarak kullanılan iki ölçüttür. Sahadan toplanan verilerin ayrıntılı olarak rapor edilmesi ve araştırmacının bu sonuçlara nasıl ulaştığını ayrıntılı bir biçimde açıklaması nitel araştırmalarda geçerliğin ve güvenirliğin önemli ölçütlerinden biridir (Yıldırım ve Şimşek, 2021:281-282). Bu başlık altında araştırmanın, saha verilerinin toplanması sırasında ki geçerlik ve güvenirliğin sağlanması yönünde ne gibi önlemlerin alındığına dair bilgilere yer verilmiştir.

Araştırmada geçerlik ve güvenirlik ile ilgili en önemli hususlardan birisi katılımcıların görüşmeciye güven duyması konusundadır. Araştırmacıya güven duyulması son derece önemli olan saha araştırması sürecinde katılımcıların yaşadıkları deneyimleri samimiyetle anlatmaları ve başka katılımcılara ulaşılması kolaylıkla sağlanmıştır. Katılımcıların belirlenmesinden sonra araştırma süresi boyunca bazı katılımcılarla sürekli iletişim kurulmuştur. Böylece katılımcıların bir kısmı ile güven duygusu gelişmiş ve daha samimi ilişkiler kurulmuştur. Sonuçta da güven hissinin verdiği samimiyetle, grup üyeleri arasında kalması gereken bilgiler araştırmacı ile paylaşılmış ve konuya dair daha derin bilgiler elde edilmiştir.

Araştırmacılar nitel araştırmaların niteliğini artırabilmek için geçerlilik ve güvenirlik ile ilgili bir takım stratejiler kullanırlar. Yapılan araştırmanın bilimsel olarak kabul edilebilmesi için araştırma sürecinin ve ortaya çıkan sonuçların, açık, tutarlı ve başka araştırmacılar tarafından teyit edilebilir olması gerekir. Aksi halde araştırmanın inandırıcı olup olmadığı konusunda şüpheyle yaklaşılmasına neden olur. Saha

araştırması sonucunda elde edilen verilerin gerçekliğine, benzer ortamlarda yine benzer sonuçlar ortaya koyduğuna ilişkin kanıtlar sunması gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2021:289). Bu sorunu aşmak için Lincoln ve Guba (1985) inandırıcılığının arttırılması hususunda araştırmacıların kullanabileceği bir takım stratejiler önerir. Bu stratejiler; uzun süreli etkileşim, derinlik odaklı veri toplama, çeşitleme (triangulation), uzman incelemesi, katılımcı teyidi olarak kategorize edilebilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021:290). Bu araştırmada *uzun süreli etkileşim* stratejisi ile saha araştırması sürecinde birden fazla gözlemci kullanılarak ve gözlem yapılan ortamda kalma süresinin uzaması ile katılımcılarla etkileşim süresi uzatılmıştır. Böylece gözlem sayısı ve süreci uzatıldıkça gözlenen durum kendi doğal ortamına dönmüş, zaman içinde güven ortamı oluşarak katılımcılardan konuya ilişkin daha samimi cevaplar alınması sağlanmıştır. Bu nedenle de uzun süreli görüşmelerden elde edilen verilerin geçerliliği daha yüksek olmuştur.

Araştırmanın geçerliliği arttırmak için kullanılan *derinlik odaklı veri toplama* stratejisi bu araştırmada, saha çalışması aşamasında öğrenilen olay ve olguların araştırma sorularına uygun cevap olup olmadığı kontrol edilmiş. Elde edilen sonuçların gerçeğe uygun olup olmadığı gerekli durumlarda ek verilerle teyit edilmiştir.

Geçerlik ve güvenirliği arttırmak için kullanılan stratejilerden bir diğeri de *çeşitleme (triangulation)* yöntemidir. Araştırmada yer alan katılımcıların her birinin farklı bakış açıları, algı dünyaları, yaşadıkları farklı deneyimler, dünyayı anlamlandırma şekilleri farklı olması çok doğaldır. Bu nedenle farklılıkları törpüleyip ortak bir sonuca ulaşmak yerine bütün farklılıkları tüm zenginliğiyle ortaya koymak araştırmanın temel amaçlarından birisidir. Bu araştırmada ortaya çıkan sonuçları genelleme gibi bir kaygı gözetilmemiştir. Dolayısıyla farklı özelliklere sahip farklı katılımcılarda araştırmaya dahil edilmiştir. Aynı zamanda görüşmeler sırasında ortaya çıkan fotoğraf, video gibi dokümanlar ile veriler desteklenmiş ve bu sayede de araştırmanın inandırıcılığı arttırılmıştır.

Geçerlik ve güvenirliği arttırmak için kullanılan stratejilerden *uzman incelemesi* araştırmanın deseninden, toplanan verilere ve sonuçlarının yazımına kadar bütün süreçleri eleştirel bir bakışla inceleyerek araştırmacıya geri bildirimlerde bulunulur. Araştırmacı bu sayede eksikliklerini ve hatalarını dışardan bir göz yardımıyla farkına varması sağlanır. Araştırmanın niteliğini arttırmak için önemli stratejilerden birisi

uzman incelmesidir. Bu araştırmada uzman tez danışmanı olarak belirlenmiştir. Araştırmanın tutarlı ve geçerli olmasında en önemli unsurlardan birisi uzman incelemesidir.

Araştırmanın inandırıcılığının arttırılması, geçerli ve güvenirliğin sağlanmasında önemli olan stratejilerden sonuncusu da *katılımcı teyidi*dir. Görüşmeler sonucunda toplanan veriler özetlenerek katılımcının teyidi istenir. Bu sayede görüşmenin genel bir değerlendirilmesi yapılarak eksik kalan yanlar açığa çıkar ve yeni eklemeler yapılabilir. Bu araştırmada da toplanan verilerden ortaya çıkacak olası sonuçlar konusunda katılımcıdan değerlendirme yapılması istenmiş ve araştırmacının öznel varsayımlarından kaynaklanabilecek yanlış anlaşılmaların önüne geçilmiştir.

Araştırma sırasında yaşanan bir diğer sınırlılık literatürde Türkiye'deki gençlik araştırmalarına baktığımızda özellikle gençlik alt kültürü konusunda yapılan çalışmaların azlığı literatür taraması sırasında yaşanılan güçlüklerden birisidir. Özellikle sembolik bir nesne etrafında oluşan gençlik alt kültür grubu üzerine bir çalışmanın olmayışı, konu olarak bu araştırmada seçilmesi oldukça manidar görünmektedir.

1.6. Literatür Taraması ve Tanıtımı

Araştırmanın bu bölümünde ilk olarak gençlik çalışmalarının Batı'da ve Türkiye'deki tarihsel gelişimi hakkında bilgi verilecek. Daha sonra uluslararası ve ulusal literatürde gençlik çalışmalarının nasıl şekillendiği ve gençlik alt kültürlerinin ilgili literatürdeki yeri ayrı başlıklar halinde değinilecektir.

1.6.1. Gençlik Çalışmalarının Tarihsel Gelişimi

Gençlik, modernliğin bir ürünü olarak literatürde genellikle Batı merkezli olarak şekillenmiştir. Son yıllarda gençlik sosyolojisi alanında yapılan çalışmalara bakıldığında ise sadece Batı merkezli değil farklı coğrafyalardan da gençliğin çeşitli şekillerde yer aldığı görülür. Gençliği merkeze alan çalışmalar teknolojik ilerlemeler ve toplumsal değişimler ile çeşitlendiği dikkatleri çeker.

Yaşanan toplumsal, tarihsel değişimler, ileri teknolojik gelişmeler gençlerin yaşamı ve kimlikleri hakkında fazla merak uyandırdığından akademik alanda da gençlik temalı çalışmalar ön plana çıkar. Türkiye'de toplumsal bir kategori olarak gençlik üzerine

odaklanılan çalışmalara baktığımızda her ne kadar 2000'li yıllardan önce bilimsel çalışmalar sayıca az olsa da son yıllarda gençlik üzerine akademik alanda çalışmalar hızla artmaktadır. Gençlik sosyolojisi literatüründe de genç olmanın farklı yönlerini ele alan nitel ve nicel çalışmaların çeşitlendiği görülmektedir.

Disiplinler arası farklı şekillerde ele alınan gençlik kavramı genel hatlarıyla üç tarihsel dönem kapsamında ele alınabilir. Gençlik çalışmalarının ilk temelleri 19.yy. Batı Avrupa ve Amerika gibi ülkelerin etkisi altında geliştiği ilk dönem, İkinci Dünya Savaşı sonrası gençlik çalışmalarının birçok alanda yoğunlaştığı ve sosyolojide gençliğin bir alt alan olarak belirginleştiği ikinci dönem, 1980'lerden günümüze kadar olan gençlik çalışmalarına ilişkin yaklaşımların çeşitlendiği, farklı coğrafyalardan gençlerin de konu olduğu uluslararası çalışmaların arttığı üçüncü dönem olarak sınıflandırılabilir.

Batıdaki gençlik tarihi üzerine yapılan çalışmalarda genellikle yetişkinliğe geçiş evresi olarak tanımlanan gençliğe, modernleşme sürecinin beraberinde getirdiği kentleşme, teknolojinin ilerlemesi, göç, endüstrileşmiş toplumların bir sonucu olarak ele alınır. Günümüz toplumlarında gençlik dönemi uzun bir sürece yayılmadığı, sosyal bir kategori olarak ortaya çıkması modern sanayi toplumlarına dayanmaktadır. Geleneksel toplumlarda çalışma hayatına katılmadan önceki dönemi gençlik dönemi olarak betimlenirken sanayi toplumları daha çok yetişkin merkezli olduğu görülmektedir (Lüküslü, 2015:20). Daha çok çalışma anlayışına sahip olan sanayi toplumlarının genel özelliğinde gençler çalışma hayatına katılarak yetişkinliğe geçer.

Gençliğin tarihsel olarak serüvenine baktığımızda siyasal aktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ulus devletlerin kurulma aşamasında her ulus devlet kendi geleceğinin yetişkinlerini ve ilerlemenin sembolü olarak gençliği inşa eder. Diğer taraftan yeni toplumun inşa edenleri olarak gençlik bir sosyal kategori olarak sahneye çıkar. Aslında ulus devletlerin modern ideolojilerin hayata geçmesi için sembol bir araç olarak görülür. Yeni inşa edilen toplumun vücudu ve ruhunu ancak gençlerle oluşturacağının altı çizilmiş olur. Özetle gençliğin Batıdaki tarihi serüveni 19. yüzyıl ile başlayarak hem modern toplumun inşa ettiği sosyal bir kategori hem de yeni inşa edilen ulus devletlerin kurulmasında siyasi aktörleri olarak yer verilir.

Türkiye'de gençliğin toplumsal tarihine baktığımızda Osmanlı Devleti'nin dağılmasından önceki son kuşağa kadar gitmek gerekir. Çünkü Avrupa'nın

modernleşme hareketlerinden etkilenen bir Osmanlı Devleti var ve başta eğitim olmak üzere bazı alanlarda Batı model olarak örnek alınmış aynı zamanda gençler de bu modernleşme hareketlerinde ön sıralarda yer almıştır. Batıda gençlerin eğitimine önem verildiğini gören Osmanlı İmparatorluğu dağılmaktan kurtulmak için modernleşme çabası içine girmiş ve öncelikle bu amaçla gençlerin eğitim alması konusunda bir takım çalışmalar başlatılmıştır. İlk olarak geleneksel eğitim sistemi değiştirilmeye çalışılıp laik okullar açılmaya başlanmıştır. Tanzimat dönemi ile birlikte de modern eğitim kurumları yaygınlaştırılmaya çalışılmış. Bu durumda, modernleşme çabaları doğrultusunda açılan yeni modern eğitim kurumlarında özellikle birbirine benzeyen genç bir kuşağın da oluşmasına zemin hazırlamıştır. Batının modern eğitimini örnek alarak yetişen genç bireyler artık modernleşme akımlarının öncüleri ve taşıyıcıları haline dönüşmüştür.

Ülkeyi kurtaracak olan gençler sadece Osmanlı Devleti'nin ayakta kalmasında ve yaşatılmasında değil Cumhuriyetin kuruluşunda da ön plana çıkar. Adeta Cumhuriyetin birer sembolü olan gençlere verilen önem yine Atatürk'ün hitabesinde yer alır. Cumhuriyet'in kuruluşundan 1980'e kadar gençler genellikle devlet merkezli düşünce yapısını benimseyip daha çok siyasal alanda görünür olmaktadır. 1980 sonrası gençlik ise apolitik bir kuşak olarak tanımlanır (Lüküslü:2015:16). Gençlerin bu dönemden sonra düşünce ve davranışları devlet merkezli olmaktan çıkıp birey eksenliye doğru evrildiği görülür. Sonuç olarak genç kavramı her dönemde var olsa da sosyal bir kategori olarak modernitenin bir ürünü olarak şekillenmiştir.

Türkiye'deki gençlik çalışmaları dünyada ki gençlik çalışmalarına paralel olarak bir ilerleme göstermektedir. Yaman (2010) Türkiye Gençlik Çalışmaları Bibliyografyası adlı çalışmasında 1923 yılından 2010'lu yıllara kadar ki Türkiye'de yapılan gençlik alanındaki çalışmaları hangi bilim alanları etrafında ele alındığını hem kronolojik hem de tematik olarak değerlendirir. Türkiye'deki gençlik çalışmalarının genel bir haritasını çıkarmak için yapılan bu çalışmada Yaman, gençlik konusunda yapılan çalışmaların yarıya yakınının akademik olarak çalışıldığını geriye kalan kısımın ise akademi dışı kaynaklarda olduğu belirtir. Akademi içerisinde sosyal bilimler gençlik konusunun en çok çalışıldığı alan olarak ortaya çıkarken sosyoloji, psikoloji, eğitim ve ilahiyat en çok gençlik araştırmalarının yapıldığı disiplinler olarak görülmektedir. Bu disiplinler içerisinde çalışmaların genel konusuna baktığımızda ise genellikle gençlik ve ergenlik

sorunları, kuşak çatışması, gençlerin eğitimi özelde ise üniversite gençliği, genç ve kimlik sorunları başlıca genç üst başlığı altında çalışılan temalar olarak öne çıkmaktadır.

Gençlik çalışmalarının Türkiye'deki tarihini dönemler olarak incelersek Cumhuriyetin kuruluşu ile siyasi bir aktör rolü verilen gençler devletin ilerlemesine öncülük edecek ve milletine bağlı bir gençlik güçlü imgesi yaratılır. Geleneksellikten kurtulmuş ve Cumhuriyetin değerleriyle dolu yeni bir gençlik imajı oluşturulmuştur. İlk dönem gençliği dair yapılan çalışmaların dönemin gençlerine öğüt veren, gençliği idealleştiren ideolojik yaklaşımlarla ele alındığı görülmektedir. Ömer Miraç Yaman Türkiye'de Gençlik Çalışmaları Bibliyografyası adlı kitabı 1923-2010 yılları arasındaki gençlik çalışmalarını derlemiştir. Kitapta bu konuların ele alındığı örnek çalışmalardan bir kaçı şu şekildedir: (1934) Fahri Rusçuklu, Nasıl Gençlik İstiyoruz; (1947) Mehmet Ali Aybar, Bir Üniversiteli Genç İle Hasbihal; (1963) Bahri Savcı, Gençlik İçin Çıkar Yol; (1932) Şevket Süreyya, Genç Nesil Meselesi; (1959) Nurettin Topçu, Son Nesil; (1967) Necdet Sancar, Fikir Mücadelesinde Milliyetçi Gençlerin Vazifesi.

1960 ve 1980 yılları arasında sağ-sol görüşlü ideolojik gençlik üzerine çalışmaların yoğunlaştığı görülür. Gençler bir tehdit unsuru olarak idealize edilmekte, toplumsal sorunların kaynağı gençlerin olduğu düşünülerek yaşanan gerginliklerin ortaya çıkma sebeplerini analiz eden çalışmaların varlığı görülmektedir. Genç grupları içerisinde o dönemde sayıları ve politik etkinlikleri artmaya başlayan üniversite gençliği üzerine yapılan nicel araştırmalar gençlik çalışmalarında önemli bir yer tutmaktadır (Lüküslü, 2015: 57-59). 1980 sonrası yapılan gençlik çalışmalarına bakıldığında Türkiye'de İslamcılığın siyasi gündeminde yeni toplumsal hareketler bağlamında yer edinmesiyle İslam ve gençlik temalı çalışmalar literatürde yer almıştır (Yaman, 2019:14). 2002' lerden sonraki son dönemde ise gençler apolitik tüketiciler olarak görülmektedir. Bu dönemde, gençlik medya ve ekonomik liberalizm çağındaki tüketime yönelik yaşam tarzlarıyla tanımlanmaktadır.

Günümüzde gençlik temalı araştırmaların sayıca arttığı gözlemlenmektedir. 2010'lı yıllara kadar saha çalışmalarının yer aldığı gençlik araştırmalarının az olmasına rağmen lisanüstü eğitimin artması ile giderek bu konudaki eksikliğinde zamanla azalacağı düşünülmektedir. Genç nüfusun artması, tüketim toplumu ile paralel yaşam tarzlarının hızla değişmesi ve gençlerin bu değişimden en önde etkilenmeleri ve etrafındakileri de

etkileyebilme özelliklerinden dolayı sadece ulusal değil uluslararası gençlik tiplerinin yer aldığı saha araştırmalarının sayısının artması beklenmektedir. Yaman (2019:14) 1990 ve 2000 yılları arasında gençlik temalı çalışmaların tüm zamanlara oranla en zayıf kaldığı bir dönem olarak belirtir. 2000'li yıllardan sonra üniversitelerin lisansüstü programlarında gençlik araştırmalarına dair yapılan tezler, makaleler, sempozyumlar, konferansların sayısı her geçen gün hızla artmaktadır.

1.6.2. Dünya'da Gençlik Çalışmalarından Örnekler

Yabancı kaynaklarda gençlik alt kültür çalışmalarında gençler, genellikle siyasal bir kategori olarak ele alınmıştır. 19 yüzyılla beraber gençlerinde siyasal sahneye çıkışları gerçekleşmiş ve ulus-devletlerin kurulma aşamasında gençlere çift yönlü bir rol verilmiştir. Genç bireyler bir taraftan geleceğin insan gücünü diğer taraftan ise yeni toplumu inşa edecek olan siyasal aktörler olarak görülmesinin yanı sıra modern ideolojilerin sembolleri olarak da anlam yüklenmiştir. 1950'li yıllardan özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası Amerika'da gençlik kültürü ortaya çıkmıştır. Gençler dinledikleri müzik, jargon, nesneler ya da kıyafetlerle kendilerini farklı şekillerde ifade etmenin yolunu arayışa girmişlerdir. 21. yüzyıla gelindiğinde ise gençlik çalışmaları sadece Batılı gençleri konu edinmekle kalmamış farklı coğrafyalardan gençleri de konu edinmeye başlamıştır. Böylece gençlik sosyolojisi literatürü de çeşitlilik kazanmıştır. Literatürde gençlik alt kültür teorileri genellikle suç ve sapkınlık alanında ele alınarak genellikle işçi sınıfı gençlik gruplarının yer aldığı, tarz yoluyla hegemonyaya karşı gösterilen sembolik bir karşı kültür ile geliştirilmiştir.

Konuyla ilgili olarak hazırlanmış yabancı çalışmaların daha çok Punklar, Hippiler, Hiphoplar ve 1970'lerin gençliğine yönelik yoğunlaştığı görülmektedir. Bu çalışmalardan biri 1982 yılında Gina Marchetti tarafından hazırlanmış olan Film and Subculture: The Relationship Of Film To The Punk And Glitter Youth Subcultures adlı doktora tezidir. Çalışmanın amacı punk ve parlak gençlik adı verilen alt kültürleri incelemek, tarzlarını ortaya koymaktır. Filmler için içerik analizinin kullanıldığı çalışma "Rock müzik kendilerini ifade etme aracıdır." sonucuna ulaşılmışıtır. Aaron Robert Furgason tarafından 2006 yılında hazırlanan bir diğer çalışma ise "Surfing For Punks: The Internet And The Punk Subculture In New Jersey" adlı bir doktora tezidir. Çalışma,

New Jersey'deki punk (serseri) alt kültürüne internetin etkisini incelemektedir. Yöntem olarak içerik analizi, odak grup, görüşme kullanılmıştır.

Kullandıkları otomobilleri ile bir alt kültür özelliği gösteren grupları konu edinen çalışmalardan biri California State University' nde 2004 yılında yazılan Ford Mustang ve Chevrolet Corvette modellerinin neden Amerikan kültürünü simgelediği üzerine yapılan araştırmadır. Araştırmada araba kulüpleri ile röportajlar, görsel ve yazılı basında nasıl gösterildikleri, kadın ve erkeklerin bu arabaları tercih etme nedenlerine odaklanılmaktadır. Amerika'da bu arabaların popüler olmasındaki nedenler araştırılmış ve Ford arabaların gençliği temsil ettiği Chevrolet'in ise zenginliği temsil ettiği ortaya konmuştur.

Bir başka yabancı kaynak, tüketim nesnesi olarak arabaların Amerika'da nasıl bir kültür haline geldiği ve bu araçların kimliklerin oluşumu üzerindeki etkisinin araştırıldığı bir bilimsel çalışmada The George Washington University'de 2017 yılında American Dreams: Stories of Millennial Car Culture adıyla yapılmıştır. Otomobil sahipliği ile yeni bir sosyalleşme türü yaratıldığını vurgulayan çalışmada, otomobil tutkunları araçlarını kişiliklerini yansıtacak şekilde değiştirdikleri ve yine bu araçlarla yarış yaptıkları yapılan görüşmelerde anlatmışlardır. Böylece tüketim ile iletişim kurmanın önemi üzerinde durulur ve kişinin sosyal düzendeki yeri modifiye edilen araçlar üzerinden tanımlanır. Tüketim nesnesi olarak gençler, kendini anlamanın ve kendini gerçekleştirmenin temel bir yolu olarak otomobilleri seçtikleri araştırmanın sonucunda ortaya konulmuştur.

1.6.3. Türkiye'de Gençlik Çalışmalarından Örnekler

Türkiye'deki gençlik sosyolojisi alanında çalışmalara bütüncül bir analiz yapabilmek için genel olarak gençlik çalışmalarını irdelemek gereklidir. Bu konuda Ömer Miraç Yaman'ın "Türkiye Gençlik Çalışmaları Bibliyografyası 1923-2010" adlı eseri 22 alt başlık altında sınıflandırma yaparak Türkiye'deki gençlik çalışmalarını daha işlevsel hale getirerek incelenmesini daha kolay hale getirmiştir. Yaman'ın (2010) yaptığı çalışmalardan da görülüyor ki gençlik, genellikle dönemin toplumsal ruhuna göre farklılaşıp şekillenmiştir.

Türkiye'de gençlik üst temalı çalışmaların siyasi tarihimizle paralel olarak geliştiği yapılan birçok araştırmada görülmektedir. Yukarıda da değinildiği gibi Cumhuriyetin

ilanı ile birlikte Türk gençliği nasıl olması gerektiği, görevlerinin neler olduğu gibi milli, kurtarıcı ve Kemalist gençlik temalı yayınlar öne çıkmıştır. Etkilerinin 1960'larda başlayıp özellikle de 1968 dünya siyasal konjonktürü ile beraber gelişen gençlik hareketlerinin yer aldığı çalışmalar yapılmıştır. 1990'lı yıllara kadar üniversite gençlerinin ön sıralarda yer aldığı öğrenci hareketlerinin nasıl ortaya çıktığı, gruplar arası farklılaşmaları, sağ-sol ve dindar gençlik hareketleri gibi yapılanmalar popülerliğini sürdürmüştür. Dolayısıyla Türkiye'de gençlik çalışmaları toplumun geçirmiş olduğu toplumsal, siyasal ve kültürel değişmelere paralel bir seyir izlemiş, gençlik kavramı da dönemsel olarak tanımlanmış, kodlanmış, gençliğin nasıl olması gerektiği yönünde çalışmalar şekillenmiş olsa da genellikle gençlerin yarattığı sorunlar ve problemler üzerinden yayınlar sürdürülmüş.

Gençliği konu edinen ve sosyolojik bağlamda değerlendirilebilecek çalışmalara baktığımızda ülkemizde çok önemli isimler karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de gençlik çalışmaları alanında akademik anlamda ilk önemli eserleri ele alan sosyologlardan birisi Nermin Abadan Unat'tır. Unat, üniversite gençliği ve öğrenci hareketleri başta olmak üzere gençlerin değer yargıları gibi temalarla ön plana çıkan çalışmalar kaleme almıştır. Alanında önemli ilk olarak değerlendirilebilecek çalışmalardan örnek vermek gerekirse (1961) Üniversiteli Öğrencilerin Boş Zaman Faaliyetleri, (1965) Türk Gençliğinin Değer Yargıları ve Siyasi Davranışları, (1971) Türk Üniversite Öğrencileriyle Genç İşçilerin Siyasal Eğilimleri adlı çalışmaları öne çıkmaktadır.

Mahmut Tezcan, gençlik konusunda akademik alanda sayıca fazla eserler kaleme almış ve eserlerde başlıca kuşak çatışması, boş zaman etkinlikleri ve gençlik kültürü meselelerinde çalışmalarını sürdürmüştür. Tezcan'ın Gençlik Sosyolojisi alanında önemli sayılabilecek eserleri şunlardır: (1969) Memleketimizin Yüksek Öğrenim Kurumlarında Öğrenci Hareketleri ve Ortaya Çıkardığı Sorunlar, (1978) Çocuk ve Boş Zaman Uğraşıları, (1981) Kuşaklar Çatışması: Okuyan ve Çalışan Gençlik Üzerine Bir Araştırma. Ayrıca (1991) Gençlik Sosyolojisi Yazıları ve (1997) Gençlik Sosyolojisi Araştırmaları adlı eserleri Tezcan'ın gençlik konusunda yaptığı ve yayımladığı çok sayıdaki makalelerden derlemiştir.

Gençlik sosyolojisi alanında kitap olarak yayınlanan başka bir çalışma, Hayati Beşirli'nin doktora tezini kitap haline getirdiği (2013) Gençlik Sosyolojisi Politik

Toplumsallaşma ve Gençlik adlı eseridir. Çalışmada, gençlik, toplumsallaşma süreci ve kuramları, politik toplumsallaşma konuları irdelenmiştir.

Birsen Gökçe, gecekondu gençliğini konu alan saha araştırmaları ile Türkiye'deki gençlik çalışmalarına katkıda bulunmuş ve gençlerin beklentileri, toplumdaki konumlarını merkeze alan eserler kaleme almıştır. Gökçen'in gençliği konu alan en önemli eserleri ise (1971) Gecekondu Gençliği, (1975) Gecekondu Gençliği ve Toplum Merkezleri, (1982) Gençliğin Türk Toplumundaki Konumu: Gençlik ve Toplum olarak sıralanabilir.

Aytül Kasapoğlu'nun gençlik üzerine yaptığı çalışmalara baktığımızda ise genel hatlarıyla öğrenci gençliği ve gençlik sorunlarını ele alan konulara değindiği görülmektedir. Kasapoğlu'nun gençlik konulu çalışmalarının ilk örnekleri ise şunlardır: (1991) Gençlik Sorunlarına Çözümleme Yaklaşımları, (1996) Din-Siyaset İlişkisi: Öğrenci Gençlik Üzerine Bir Siyasal Kültür Araştırması.

İsmail Doğan Türkiye'de gençlik çalışmaları kapsamında önemli bir konuma sahiptir. Çünkü Türkiye'de 1990'lı yıllarda gençlik alt kültürü temalı ilk çalışmayı "Bir Alt kültür Olarak Ankara Yüksel Caddesi Gençliği" adlı saha çalışmasıyla literatüre önemli katkılar yapmıştır. Doğan, günün büyük bir bölümünü Yüksel Caddesi'nde geçiren 80 gençle yapmış olduğu anket sonucunda giyiniş tarzları, müzik zevkleri, yeme içme alışkanlıkları ve arkadaşlık ilişkileri ile toplumun kültürel yapısından farklılaşarak bir gençlik alt kültürüne dönüşen gençlerin kim olduklarına dair detaylı bir değerlendirme yapmaktadır. Daha sonra toplum ve gençlik konulu çalışmalar ile katkılarını sürdürmüştür. Bu eserler; (1987) Yükseköğretimde Gençlik Sorunları ve Araştırmaları, (1991) Gençlik ve Gençlik Sorunları, (2003) Sanayileşme ve Ergenlik adıyla çeşitli sosyal bilimler dergilerinde yayınlanmıştır.

Vehbi Bayhan, sosyolojik olarak gençliğin anomi ve yabancılaşmasını temel alan çalışmalar kaleme almış ve gençlerin gelecek kaygıları üzerinden kimlik sorunlarına değinen araştırmaları ile akademide öne çıkmıştır. Bayhan, (1997) Üniversite Gençliğinde Anomi ve Yabancılaşma, (2003) Genç Kimliği: Üniversite Gençliğinin Sosyolojik Profili, (2001) Üniversite Gençliğinin Sorunları ve Gelecek Kaygısı, (2005) Gençlik ve Postmodern Çoğul Kimlik adlı çalışmalarıyla yurt içindeki birçok sosyoloji konferanslarında da yer almıştır.

Müzeyyen Güler kentleşme bağlamında gençlik sorunlarına eğilen çalışmalarıyla ön plana çıkarak işçi gençlik ve üniversiteli gençlik üzerine yapmış olduğu saha çalışmaları ile önemli isimlerden biri olmuştur. Kentleşme sürecinde okuyan ve çalışan gençler arasında karşılaştırmalı bir analiz yapar. Güler'in çalışmalarına örnek olarak, (1997) Kentleşme Sürecinde Gençlik, (2000) Kentleşme Sürecinde İşçi Gençlik, Gıda, Metal ve Tekstil Sektöründe Çalışan İşçiler; 21. Yüzyıl Karşısında Çocuk ve Genç, (1996) Üniversite Gençliğinin Kişilik Özellikleri ve Uyum Sorunları verilebilir.

Demet Lüküslü, Türkiye'deki gençlik kavramının gelişmesine paralel olarak gençlik çalışmalarının dönemsel farklılıklarını ve Türkiye'nin siyasal tarihiyle birlikte gençlik çalışmalarının şekillendiğini gösteren çalışmaları ile akademik bağlamda 2000'li yılların en çok yayın yapan akademisyenlerinden biridir. Lüküslü'nün bu alanda önemli eserlerinden birkaçının isimleri ise şu şekildedir: (2005) 1960'lardan 2000'lere Gençlik Tipleri: Maddeci Başarıcı Tipten Yuppie ve Tiki'ye, (2006) "1980 Sonrası Türkiye Gençliği ve Yeni Bir Siyasi Duruş Olarak Apolitizm", (2009) Türkiye'de Gençlik Miti-1980 Sonrası Türkiye Gençliği, (2005) Farklı Kitaplardan, Farklı Açılardan 'Gençlik' Analizleri, (2008) Günümüz Türkiye Gençliği: Ne Kayıp Bir Kuşak Ne de Ülkenin Aydınlık Geleceği, (2009) Türkiye'de Gençlik Miti:1980 Sonrası Türkiye Gençliği. Aynı zamanda Lüküslü'nün birçok yabancı dilde yayınlanan gençliğe dair çalışmalarının da olduğu bilinmektedir.

Gençlik Sosyolojisi alanına metodolojik olarak katkı sağlayan Esra Burcu (1998) ve Vildan Akan (2001) tarafından yazılan ve Sosyoloji Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanan makaleler ile öne çıkmaktadır. Burcu (1998) gençliği sınıflandırırken biyolojik, kültürlerarası, tarihsel, psikolojik ve sosyolojik gençlik teorileri bağlamında yaklaşımlarını geliştirerek ana akım sosyoloji kuramlarından çatışmacı teoriler, yapısal işlevsel teoriler ve sembolik etkileşimcilik teorileri çerçevesinde gençliği ele alır. Burcu (1997) aynı zamanda doktora tezi olarak hazırladığı "Çırak ve Kalfa Gençlik Alt kültür Grubu Hakkında Sosyolojik Bir Araştırma" adlı çalışması gençlik alt-kültürleri bağlamında değerlendirilen önemli bir araştırmadır. Burcu, Ankara'da yaptığı bu çalışma ile öğrenimlerini tamamlayamayıp çalışma hayatına erken atılan gençliğin sosyolojik profili analiz etmek açısından literatüre önemli katkı sağlamıştır. Akan (2001) ise geleneksel sosyoloji kuramları ve sembolik etkileşim kuramındaki etiketleme

teorisi ile gençliği sınıflandırarak yaptığı çalışmalar ile gençlik sosyolojisi alanında önemli isimlerden birisidir.

Tarihsel olarak gençlik çalışmalarına dair yapılan çalışmalarda öne çıkan isimleri yukarıda belirttikten sonra bu çalışmanın konusu gereği gençlik alt kültürlerine dair Türkiye'de yapılan çalışmalara daha ayrıntılı değinmek gerekmektedir. Bu konuda yine Ömer Miraç Yaman (2021) Türkiye'de Gençlik Çalışmaları Bibliyografyası serisinin beşincisi olarak hazırladığı Gençlik Kültürü ve Araştırmaları başlığıyla 1910-2017 yılları arasını kapsayan çalışmaları belirlediği altı tema altında incelemiştir. Gençlikle ilgili kitap, makale, tez gibi 20 bin eseri incelediği çalışmada alt kültürleri Gençlik Kültürü teması altında irdelemiştir. Gençlik alt kültürünü konu edinen eserlere bakıldığında özellikle 2000-2009 yılları arasında makale türünde eserler kaleme alınmış. 2010 ve sonrası dönemde gençlik ve alt kültürler temalı tez türünde artış görülmektedir. "Gençlik ve Alt Kültürler" temasında yer alan eserlerin içeriğine bakıldığında öne çıkan konuların alt kültür kavramı, toplumsal iletişimde alt kültürlerin yeri, öteki gençliğin kim/kimler olduğu, Kuştepe, Kadifekale, Modifiye, Apaçi gençliği gibi konular olduğu görülmektedir.[1]

Konuyla alakalı bilimsel makale araştırmalarında karşılaşılan Şahinde Yavuz'un 2015'te ele aldığı Erkekliğin Tutkulu Hali: Tofaş Modifiye Gençliği adlı çalışmada, 12 modifiye araç sahibi gençle görüşmeler yapılmış. Tofaş marka modifiye araç kullanan genç erkekleri bir alt kültür üyesi olarak kabul eden çalışmasında görüşmelerden elde edilen bulgular; tüketim toplumu ve alt kültür üyeliği, bir tutku olarak modifiye Tofaş, sosyalleşme mekânları ve karşı cinsle ilişkiler başlıklarıyla çözümlenmiştir. Yine Tofaş kuş serisi araç kullanan gençleri konu edinen bir diğer çalışması, 2019 yılında Sinan Çağırtekin'in Biz Bu Şehri Virajlarıyla Sevdik: Tofaş Kuş Serisi Otomobiller Özelinde Rutin, Tutku ve Modifiye adlı makalesidir. Çağırtekin Tofaş marka bir otomobil satın alarak katılımlı gözlem yolu ile Ankara'nın çeşitli sanayi bölgelerinde çalışan Şahinci, Doğancı olarak nitelendirilen bireylerin tutkularını, sosyalleşme biçimlerini ve trafikte diğerleri ile kurdukları ilişkileri anlamak için yaptığı bir alan araştırmasıdır.

Sembolik bir aracı kendilerini ifade etmenin bir yolu olarak gören bireyleri konu alan bir başka çalışma ise Sabancı Üniversitesi, Kültürel Çalışmalar ABD bünyesinde Şeyma

[1] Ayrıntılı bilgi için bakınız: Yaman, Ö. M. (2021), Gençlik Kültürü ve Araştırmaları KONULU ESERLER BİBLİYOGRAFYASI (1910-2017) Türkiye Gençlik Bibliyografyası Serisi-5.

Özkan tarafından yüksek lisans tezi olarak hazırlanan Erkekliği Cilalamak: Otomobil Modifiyesiyle Erkeklik Kimliğinin Yeniden İnşası adlı çalışmasıdır. Bu tez, İstanbul ve Konya'da modifiye yapılan araçların kimliğin yeniden inşaasındaki rolüne değinilmiştir. Çalışmada Türkiye'de otomobil meraklıları için popüler bir boş zaman aktivitesi olan ve erkeklerin egemen şekilde dâhil oldukları otomobil modifikasyonu bağlamına odaklanılmaktadır.

Konu ile alakalı bir başka çalışma ise İstanbul Teknik Üniveritesi, Endüstri Ürünleri Tasarımı ABD bünyesinde Selen Devrim Ülkebaş tarafından hazırlanan, Kullanım Pratikleri Bağlamında Ürün-Kullanıcı Etkileşimi: Türkiye'de Otomobil Dönüştürme Eylemleri adlı doktora çalışmasıdır. Türkiye'de kullanım pratikleri içerisinde otomobilin kullanıcısı tarafından tekrardan tasarlanma sürecinde, anlam ve biçim yeniden üretiminin anlaşılması amaçlanmış. Otomobil modifiyesi olarak adlandırılan otomobil dönüştürme eylemleri incelenmiştir. Nitel yöntemler kullanılarak hazırlanan çalışmada, dönüştürülmüş otomobillerin kullanıcıları için bir ulaşım aracının ötesinde sosyal ve psikolojik dünyalarına hizmet eden bir araç haline geldiği görülmüştür.

Gençlik çalışmaları alanında önemli süreli yayınlardan biri de yılda iki kez Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından yayınlanan, akademik ve uluslararası hakemli Gençlik Araştırmaları Dergisi, 2013 yılında yayın hayatına başlamış ve gençlik araştırmaları ile ilgili bilimsel çalışmalara yer vererek alandaki ihtiyacı karşılamak adına önemli adımlardan biri olmuştur. Sosyolojik açıdan gençliğin tanımlanması, postmodern kimlik örüntüleri, engelli gençlik, kimlik algıları, genç işsizliği, milenyum gençliği kuşağı gibi konulara değinilmektedir. Aynı zamanda Türkiye'de bulunan birçok üniversitede gençlik araştırmaları merkezi kurularak gençlik sorunları başta olmak üzere farklı temalarda mikro ve makro ölçekte araştırmalar yapılmaktadır. Gençlik üst başlığı altında düzenlenen çeşitli konferans, sempozyumlar ile yurt içi ve yurt dışı araştırma projeleri yapılarak gençlik çalışmaları zenginleşmektedir.

Hem Türkçe kaynaklarda hem de yabancı kaynaklarda yapılan kısa bir literatür araştırması sonucunda makbul bir gençlik tipi yaratılmış bu gençlik tipi sınıflamasına girmeyen gençler ise toplumun refahı için birer tehdit unsuru olarak algılanmıştır. Sadece gençlerin sorunları değil artık gençlerin neden olduğu sorunların da yer aldığı çalışmalara günümüzde daha çok odaklanılmaya başlanmıştır. Dönemsel olarak gençlik

çalışmalarına bakıldığında gençlik çalışmalarının da bir evrim geçirdiği görülmektedir. Gençlerin tarihsel olarak sahneye çıkması ve araştırmalara konu olması ile birlikte devrimci işçi gençlik, eğitimli gençlik ve hâkim kültürden kopuşu farklı şekillerde (müzik, davranış şekli, kılık kıyafet, tüketim nesneleri…) gösteri yoluna giden isyancı gençlik tipinden evrilerek sadece kendilerinin farklılıklarını gösterebilecekleri alternatif bir alana yöneldikleri görülmektedir. Bu araştırmada da gençlerin farklılıklarını ifade edebilecek en iyi aracın otomobil gibi bir teknoloji harikası nesne öne çıkmaktadır. Bu tez çalışmasında da sahibi olduğu sembolik bir araca farklı anlamlar yükleyerek bir nesneyi kendilerini temsil edecek şekilde üstünde yaptıkları değişiklikler ile kendilerini ifade etmenin bir yolu olarak gören gençler konu edinmiştir.

2. BÖLÜM: KAVRAMSAL VE KURAMSAL ARKA PLAN

Çalışmanın kavramsal ve kuramsal zemini olarak tasarlanan bu bölümde ilk olarak genç kimdir, hangi yaş aralıklarını kapsadığı ve uluslararası kuruluşlarca belirlenen gençlik tanımına yer verilmiştir. Genç kavramının tarihsel sürecinde yaşanan toplumsal değişimler ve dönemsel olarak geçirilen gençliğin yeni bir kültürün oluşmasına zemin hazırladığı üzerinde durulmuştur. Gençliğin biyolojik, psikolojik ve sosyolojik gibi birçok farklı boyutunun olduğunu ve bunların tanımlarına yer verilmiştir. Yaşadığımız çağın özelliklerinden olan endüstrileşme, kentleşme, ileri teknolojik yenilikler ve bunlara bağlı olarak toplumlar için sosyal ve tarihsel bir nitelik taşıdığının altı çizilmiştir. Bu bağlamda sosyolojinin gençliğe nasıl baktığı ve gençliğe ilişkin temel yaklaşımlara değinilmiştir.

Çalışmanın kavramsal ve kuramsal zemini oluşturan ikinci boyut ise tüketim kültürüdür. Tüketim için üretim mantığını kullanan kapitalist sistem, sürekli yeni ihtiyaçlar yaratmak suretiyle her defasında kendisini yeniden üretir. Bu nedenle tüketim içerisinde değerlendirilemeyecek hiçbir nesne olmadığı gibi hemen her kesime hitap eden geniş bir kapsam alanını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda bu araştırmaya konu olan gençler tüketim kültürünün içerisinde kullandıkları Tofaş marka kuş serisi araçları ile bulunmaktadır. Tüketim kültürünün içerisinde araştırmaya konu olan gençlerin sadece zorunluluktan kaynaklanan ihtiyaçların karşılamak için değil aynı zamanda onlara kimlik, statü, sınıf, saygınlık, ötekilik ya da aykırılık gibi toplumun diğer geri kalanından farklılıklarını dile getirme işlevine dönüştüğü sosyolojik olarak analiz edilmiştir.

Kavramsal ve kuramsal zemini oluşturan üçüncü boyutta ise toplumsal bir tip olarak Tofaşcı gençler ele alınmıştır. Toplumsal tiplerin özelliği benzer karakteristik özellikler sergilemeleri ve sosyal dünyada toplumun diğer kesimleri tarafından kolaylıkla ayırt edilebilir olmalarıdır. Aynı zamanda toplumsal tipler karakter göstergeleri olarak bireylere sirayet eden belirli özellikler ile fark edilebilirler. Sosyal yaşamda ürettikleri performanslar bireyleri belirli kategoriler içine yerleştirir. Örneğin gündelik yaşamında sergilediği bir takım davranışlar nedeniyle daha kavgacı, cimri, savurgan bir tip olarak kategorize edilebilirler. Toplumsal tiplerin yer aldıkları sosyal dünyanın en önemli

özelliklerinden birisi de kültürel olmasıdır. Kültürün bir parçası olan toplumsal tipler kıyafet, yaşam tarzı, beslenme şekilleri, alışkanlıkları ve inançları gibi pek çok boyutuyla farklı özellikler gösterebilir. Bu araştırmaya konu olan genç bireyler gündelik hayatta otomobilleri ile sergiledikleri davranışları nedeniyle toplumsal tip olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.1. Toplumsal Bir Kategori Olarak Gençlik

Gençliğin bugüne kadar nasıl kavramsallaştırılacağı, hangi yaş aralıklarını kapsayacağı her zaman tartışma konusu olurken tam olarak bir sözlük tanımı da yapılmamıştır. Gençlik zaman ve mekan özellikleri bakımından her toplumda farklılık göstermesi gençliğin statik ve biyolojik bir kimlik olarak kavramlaştırılması zorlaştırmaktadır. Gençlik kavramına dair en yaygın kabul edilen tanım ise insan yaşamının yetişkinliğe geçmeden önceki dönemi, bir geçiş evresi ya da çeşitli uluslararası kuruluşlarca belirlenen yaş aralıkları çerçevesinde değerlendirilmektedir. Aynı zamanda genç bireylerin sahip olduğu birtakım özellikler ve gençliğe yüklenen anlamların toplumdan topluma farklılık göstermesi nedeniyle gençliğin tanımlanmasını zorlaştıran bir diğer etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. İnsan yaşamı süreci içerisinde yetişkinlik varılacak bir yer ise gençlikte yetişkinliğe geçişte bir süreç olarak görülmektedir. Bu doğrultuda gençlik nasıl yorumlanırsa yorumlansın toplumların geleceği bakımından önemli bir sosyal kategori olduğunu kabul etmemiz gerekmektedir.

Gençlerin demografik bir kategori olması farklı zaman ve toplumlar tarafından yaşa bağlı tanımların çeşitlenmesine de sebep olduğu gibi sadece belirli yaş grubu aralığında olan bireyleri çağrıştırmaktadır. Ancak gençliğin biyolojik, psikolojik, sosyolojik, antropolojik, ekonomik gibi birçok farklı boyutu da bulunmaktadır. İşte gençliğin tanımlanması hususundaki zorluklardan biri de bu çok boyutluluktur. Gençliği tanımlamada bu zorlukları aşmak için uluslararası kuruluşlarca kabul edilen gençlik tanımlamalarına bakmak yerinde olacaktır.

Gençliğin ne olduğu, nasıl tanımlandığı ve hangi yaş aralıklarını kapsadığı konusunda farklı toplumlar ve kültürlere göre biyolojik, psikolojik, sosyolojik ve kültürel ölçütlerin kullanıldığı çeşitli tanımlar bulunmaktadır. Gençlik araştırmalarında genç olarak ifade edilen yaş sınırının belirlenmesi en temel konulardan birisidir. Uluslararası pek çok farklı kurumun da gençlik dönemini ifade eden, yaş aralığı üzerine farklı yaklaşımları

mevcuttur. Gençlik dönemi UNESCO tarafından 15-25 yaş aralığında belirlenirken, Birleşmiş Milletler Örgütü (BM) 12-24 yaş aralığını öngörmüştür. Türkiye ise BM'in belirlediği 12-24 yaş arasını gençlik dönemi olarak benimsemiştir fakat Türkiyede'ki araştırmalarda çoğunlukla elde dilen veriler beş yıllık aralıklarla sunulduğundan araştırmalarda 15-25 yaş aralığındakiler genç olarak kabul edilmektedir (Özbay, 2015:259). Gençlik dönemi böylece ergenlik yaşına girmeyle başlamakta ve 18 yaşından sonra da göreli olarak yetişkinlik dönemine adım atmış olmakla sonlanmaktadır. Aynı şekilde Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) BM'nin kabul ettiği yaş aralığını benimsemekte ve 12-24 yaş arası insanları genç olarak görmektedir. 12-24 yaş aralığını genç olarak kabul eden Birleşmiş Milletler'in tanımına göre bu yaş aralığında bulunan, öğrenim gören, ayrı bir konutu bulunmayan kişileri içine alan bir dönem olarak belirtir. Gençlik dönemi olarak belirlenen uluslararası kuruluşların belirlediği yaş aralıklarında bireyler okulda kalma süresi içinde bulunması dolayısıyla akademik çalışmalarda belirlenen yaş aralıklarında bir genişlemeye gidildiği görülmüştür. Böylece uluslararası kuruluşların 15-24 olarak belirlediği genç yaş aralığı 15-29 yaş arası gençleri de içine alarak son yıllardaki bilimsel çalışmalara konu olmaktadır. İnsan yaşamının bir evresi olan gençlik dönemine ilişkin kavram böylece 20'li yaşların sonlarını da kapsayacak şekilde genişler. Nemutlu (2012:84) gençliği tanımlayan yaş aralığı konusunda farklı yaklaşımların olmasına rağmen gençlik çalışması yaş-özel bir çalışma biçimi olduğunun altını çizer. Genç ve gençlik gerek kavram gerek ise yaş aralığı olarak tanımlanması farklı toplumlarda hatta aynı toplumun farklı kesimlerinde farklı biçimlerde tanımlanmaktadır. Aynı zamanda gençliğin hangi yaş aralıklarından oluştuğu, nasıl kavramsallaştırıldığı ya da hangi tür özellikleri ile gençliği simgelediği farklı zaman ve toplumlara göre değişmekte içinde yaşadığı kültürün özelliklerinden etkilenmektedir.

Gençlik ile ilgili yapılan bilimsel çalışmalarda genellikle gençliğe yalnızca belirli bir yaş grubu çerçevesinde bir tanımının yapılması ve biyolojik bir veri olarak düşünmek aynı zamanda genç olarak belirlenen yaş aralığındakilerin tarihsel, toplumsal ve kültürel olaylardan etkilenmedikleri gibi bir varsayımına düşülmesine neden olmaktadır. Gençler toplum olarak geçirilen süreçlerden etkilenmiyor ve değişmeyen bir doğası varmış gibi bir algının varlığına işaret etmektedir. Oysaki gençler de toplumun diğer üyeleri gibi yaşanılan dönemin sosyal, ekonomik ve kültürel koşullarından

etkilenmektedir. Yalnız her genç kuşak toplumun bir önceki kuşağından farklı olarak sosyal, kültürel ve ekonomik koşullarından etkilenir.

Gençliği belirli bir yaş aralığı olarak tanımlarken yaş faktörünün kullanılması her ne kadar önemli bir kriter olsa da tek başına yeterli olmamaktadır. Sadece yaş faktörünü kriter olarak ele alıp gençliğin bir tanımını yaparken gençlik yaşının hangi yaşta başlayıp hangi yaşta sonlanacağını belirlemek oldukça zordur. Hatta belirlenen yaş aralıkları çerçevesinde gençliğin toplumsal bir kategori olarak oluşmasını eleştiren Bourdieu, yaş aralıklarının keyfi olarak belirlendiğini belirtir (Lüküslü, 2015:127). Ekonomist ve sosyolog olan Vilfredo Pareto'nun zenginliğin nereden başlayıp nerede biteceğini tam olarak bilmenin mümkün olmadığı gibi gençliğin yaş grubu olarak bölünmelerini nerede başlayıp nerede biteceği de bilinemeyecektir. Gençlik olarak belirlenen yaş aralıklarıyla ilgili oluşturulan görevler, roller keyfi olarak belirlenirken Bourdieu'nun ifade ettiği toplumsal alanlara göre yeniden üretilmektedir. Böylece her toplumsal alanın kendi gençlik, yetişkinlik ve yaşlılık ölçütleri bulunmaktadır (Lüküslü ve Yücel, 2013:9). Gençlik olarak belirlenen yaş aralığı içerisinde bulunan birey psikolojik, biyolojik ve sosyolojik özellikleri farklı şekillerde deneyimleyebildiği gibi dönemler ve toplumlar arasında da farklılıklar görülecektir. Bu noktada bireyin çok boyutlu bir değişim sürecinde geçeceği için gençliğe dair biyolojik, psikolojik ve sosyolojik tanımlarının da yapılması gerekecektir.

Gençliğin biyolojik açıdan tanımlanması bireylerin fiziksel büyümenin yaşandığı gelişim dönemi olarak değerlendirilir. Fiziksel gelişimin bu aşamasında genç, çocuktan ve yetişkinden farklı biyolojik özellikleri ile öne çıkar. Psikolojik açıdan gençliğin tanımlanması en yaygın anlamıyla çocukluktan yetişkinliğe bir geçiş evresi olarak tanımlanan genç, hem ruhsal hem de zihinsel olarak farklı niteliklerin geliştiği bir dönem olarak tanımlanabilir. Bu evrede genç bireyler benlik, duygu ve düşünceleri bakımından gelişim gösterirler. Sosyolojik olarak gençlik tanımı ise daha çok sosyal bir kategori olarak değerlendirilmektedir (Burcu, 1997:12-15). Bireyler gençlik dönemi olarak belirlenen yaş aralığında psikolojik ve biyolojik olarak kendi yaş gruplarında ortak ama diğer yaş gruplarından farklı davranışlar sergilerinden sosyal bir kategori olarak tanımlanmaktadır. Gençlik sosyolojik açıdan toplumsal norm ve rolleri içselleştirerek toplumlaştığı ve bu norm ve rollere göre yetişkinliğe hazırlandığı bir geçiş dönemi olarak tanımlanabilir. Yetişkinlik döneminde sergileyeceği rolleri öğrenen

birey, gençlik döneminde sosyal bir kimlik inşa eder (Taş ve Arık, 2016: 586). Belirlenen yaş grupları arasında bulunanların genç olarak belirlenmesi tıpkı biyolojik olarak cinsiyet özelliklerinin açıklanmasına benzetilebilir. Örneğin nasıl cinsiyet farklılıkları üzerinden tanımı yapılarak kadınlık ve erkelik yeniden inşa ediliyorsa gençlikte toplum tarafından yeniden inşa edilir. Aynı zamanda toplumsal olarak belirlenen birtakım sınıflandırılan roller cinsiyetlere göre özdeşleştirilirken gençlere de dinamik olma gibi bazı biyolojik özellikler atfedilmektedir.

Yetişkinler ile gençler arasındaki ayrımın tam olarak belirli olmadığı geleneksel toplumlarla farklılaşmanın daha belirgin olduğu modern sanayi toplumlarında genç ile yetişkinleri birbirinden ayıran bazı sosyal davranış kalıpları ve işaretler ortaya çıkmıştır. Endüstri dönemine geçiş ile birlikte onun doğal sonucu olan mesleki uzmanlaşma gereği uzun yıllar süren eğitim hayatı, teknolojik ilerleme, evlilik yaşının uzaması, bireyselleşme, artan göç, bağımsız ve özgür olma isteği gibi faktörler kendine ait bir kültürün olduğu genç olarak ifade edilen bir toplumsal kesimin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Çocukluk ve yetişkinlik dönemleri arasında bir geçiş dönemi olarak ifade edilen gençlik; modernite, kentleşme ve endüstri üçlemesinin bir sonucudur. Gençlik tarihi üzerine yapılan incelemeler, geleneksel toplumlarda geçiş süreci olarak adlandırılan gençlik döneminin bugünkü gibi geniş zaman dilimine yayılmadığını fakat belli ölçütlere göre kısa sürede gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Tüm bu göstergeler, gençliğin belli bir kategori olarak karşımıza gelmesi modern sanayi toplumunun ortaya çıkışına denk düştüğüne işaret etmektedir (Lüküslü, 2015:9-20). Bununla beraber gençlik yalnızca belli bir dönemin ya da toplumun yaşamında; belirli bir zamanda beliren bir olgu değil, tarihin her döneminde, toplumların bütün dönemlerinde var olan ve her zaman da var olacak olan bir kategoridir. Bu haliyle gençlik, aynı zamanda toplumlar için sosyal ve tarihsel bir nitelik taşımaktadır (Gürses, 1997:44).

Gençlik tarihseldir ve toplumsal ilişkiler çerçevesinde şekil alır. Herkes tarafından kabul edilen gençliğin tam bir sözlük tanımının yapılamamasında her toplumun kendine özgü farklı tarihsel süreçlerden geçmesi kanıt gösterilebilir. Gençlikte tarihsel bir olgu olarak düşünüldüğünde farklı tarihsel düzlemlerde kurgulanmıştır. Böylece modernliğin bir ürünü olan gençlik her topluma, zamana, mekana, toplumsal kimliklere, aidiyetlerine ve cinsiyetlerine göre hak ve görevleri farklılaşmaktadır. Toplumsal bir kurgu olarak gençlik, çocukluk, yetişkinlik ve yaşlılık belirleniyorsa Bourdieu'nun gençliğin keyfi

olarak belirlendiği bu düşüncesini desteklemektedir. Bu noktada gençlik sosyolojisinde gençliğe dair üç farklı bakış açısından bahsetmek mümkündür. Gençlik sosyolojisinin önemli isimlerinden biri olan Herbert Marcuse (1972) aynı dönemde doğup büyüyen gençlerin kendi içlerinde bütün yönleriyle homojen bir kitle olduğunu belirtir. Gençliğe dair ikinci bakış açısı Bourdieu'ya (1980) aittir ve gençliğin Marcuse'nin belirttiği gibi homojen bir kitle olmadığını aksine aynı toplum içerisinde farklı sosyal statülere sahip genç bireylerin özellikle sosyo-ekonomik açıdan homojen bir kitleyi temsil edemeyeceklerini ve burjuva gençliği ile işçi gençlik arasında farklılıkların olacağını belirtir. Gençlik sosyolojisinde gençliğe dair üçüncü görüş ise François Dubet'in (1987) Hem Marcuse'nin hem de Bourdieu'nun görüşlerini sentezleyerek savunur. Ona göre her ne kadar farklı sosyo-ekonomik gruplara ait genç bireyler arasında farklılıklar bulunsa da aynı toplumda, aynı ülkede, aynı konjonktür içerisinde yetişmekten dolayı dönemin gençleri arasında bazı ortak noktalar bulunmaktadır (Lüküslü, 2015:186). Gençlik dönemi bireylerin birçok sorunla karşı karşıya geldiği ve bu sorunlara çözüm ararken kendilerini ispat çabası içerisine girdikleri bir kişilik geliştirme dönemi olmaktadır.

2.2.Gençlik Kavramı ve Gençliğe İlişkin Temel Yaklaşımlar

Tarihsel süreçte gençlik olgusunu odak noktasına alarak içinde bulunulan dönemi inceleyen, gençliği bir kategori olarak ele alıp bilimsel araştırmaların ortaya çıkmasına katkı sağlayan birçok farklı disiplinler vardır. Bunlardan başlıcaları biyolojik, psikolojik ve sosyoloji disiplinleri sayılabilir. Bu disiplinler kendi bilgi ve değerleri kapsamında gençlik olgusunu farklı bakış açıları ile anlamlandırıp değerlendirerek farklı persfektif ortaya koyarlar. Bu bilim dallarında farklı yaklaşımlar içerisinde geliştirilen birçok gençlik teorilerinin bulunduğu ve bu teorilerinde kendi içlerinde *tek form* olmadığı görülmektedir (Burcu,1998:109). Giddens'ın da ifade ettiği gibi bugünün dünyasında artık bu yaklaşımlardan hiç birisi gençlik olgusunu analiz etmede tek başına yeterli bir sosyolojik yaklaşım özelliği taşımamaktadır (Giddens, 1998:12). İlk olarak biyolojik, psikolojik yaklaşımların gençlik olgusuna nasıl yaklaştığına kısaca değinilmiş olup özellikle sosyolojik olarak gençlik olgusunun nasıl anlamlandırılıp tanımlandığı üzerinde daha fazla odaklanılacaktır. Bu sebeple çalışmanın temel olarak odaklandığı gençlik kavramının ne olduğu ve nasıl tanımlandığı üzerinde durulmuş ve aynı zamanda

gençliğe sosyolojinin nasıl yaklaştığı, diğer disiplinlerden farklı olarak nasıl ele aldığı irdelenmiştir.

Gençlik dönemine dair farklı disiplinlerce nasıl açıklandığına başlamadan önce her bireyin gençlik dönemi olarak adlandırılan süreci bireysel, fizyolojik, psikolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel farklılıklar gibi etmenleri farklı dinamiklerle yaşanabileceği ve bu yapısal farklılıklar nedeniyle her birey bu dönemi farklı şekillerde deneyimleyebileceği unutulmamalıdır. Ayrıca ortaya çıkan bu yapısal farklılıklar ile gençlik kavramının herkes tarafından kabul edilen bir tanımının da yapılmasına imkân vermemektedir.

Gençlik kavramını biyolojik yaklaşım olarak benimsenen yaklaşımda gençlik dönemi biyolojik faktörler çerçevesinde değerlendirilir. Bireyin ergenlik dönemi başlaması ve kemik büyümesinin tamamlanması evresi arasındaki süreci gençlik dönemi olarak ele alır. Gençlik döneminin başlangıcı olarak biyolojik yaklaşım erinlik dönemini kabul etmektedir. Biyolojik yaklaşım, cinsel olarak gelişimin başladığı, fiziksel gelişimin tamamlandığı ve buna bağlı olarak büyümenin gerçekleştiğini vurgulayarak gençlik dönemini tanımlayan özelliklere işaret eder. Biyolojik yaklaşımda bireyin bir genç olarak etrafına verdiği tepkiler yaşadığı fiziksel değişimler çerçevesinde açıklanmış ve gencin fiziksel olgunlaşması esnasında çevresindekilere karşı yansıttığı davranış biçimleri olarak kabul edilmiştir (Burcu, 1998:109).

Psikolojik yaklaşımda, psikolojik değişim kavramı temelinde tanımlanan gençlik dönemi bu dönemdeki bireyler açısından kriz dönemi olarak açıklanmıştır. Gençlik dönemi olarak tanımlanan süre içerisinde bulunan bireylerin duygu ve düşünceleri dönem içerisinde sürekli değişme gösterdiği için öncelikle davranışların incelenmesi gerektiği bu yaklaşımın odaklandığı noktalardan birisidir. Başka bir deyişle genç bireyin davranışları genel olarak kişiliğinin gelişmesi aşamasında yaşadığı deneyimlerle ilişkili olarak yorumlanır (Burcu, 1998: 113).

Gençlik olgusunun, toplumsal yaşamdaki farklı aşamalar üzerinden kültürel sistem ile bağlantı kurularak açıklanmaya çalışılması sosyolojik yaklaşımı karakterize etmektedir (Macionis, 2012: 389). Sosyolojik bağlamın odak noktası gençliğin psikolojik ya da biyolojik gelişimden ziyade toplumsal hayatta ne gibi roller üstlendiği ve gençlerin toplumsal statüleri etrafında şekillenmektedir. Bu bağlamda gençliğin toplumsal olanla

ne tür bir etkileşim içinde olduğu ve nasıl bir iletişime geçtiği önem kazanmaktadır (Doğan, 2015: 71). Bu doğrultuda sosyoloji disiplini teorisyenlerinin gençlik olgusunu genel olarak toplumsal kurumlar, kategoriler, işlevler, çatışma, uyum gibi kavramlar ile ilişkilendirerek açıkladığı söylenebilir. Sosyolojik yaklaşımların gençlik olgusuna bakış açısı temel gençlik kuramları üzerinden değerlendirildiğinde ortaya çıkan kuramlar yapısal işlevsel, çatışmacı, sembolik etkileşimci ve alt kültür kuramlardır.

2.2.1. Sosyal Sisteme Dayalı Gençlik: Yapısal İşlevselci Bir Bakış

Yapısal işlevselcilik yaklaşım, sosyal olguların incelenmesinde toplumun hem yapısını hem de fonksiyonlarını dikkate alır. Bir sistem modeline dayanması ve bütün ögelerin sistemin devamlılığını vurgulaması yapısal işlevselcilik yaklaşımın temel özelliğidir. Bu yaklaşım içerisinde toplumda, birbirleri ile ilişkili ögelerin oluşturduğu bir sistem olarak kabul edilir. Bu nedenle sistemi oluşturan bütün ögeler, sistemin bütününden ayrı tutularak anlaşılamazlar (Slattery, 2018:376). Yapısal işlevselcilik yaklaşımının en önemli isimlerin Parsons, ilk olarak insan eylemlerinin açıklamaya çalışsa da daha sonra sistem kavramı teorisinin temelini oluşturmuştur. Tüm toplumlar karşılıklı ilişkiler ile birbirine bağlı farklı alt sistemlerden oluşur. Bu alt sistemlerin her biri toplumun varlığını devam ettirebilmesi için dört temel sorun çözülmeye çalışılır. Bunlar sorunlardan birincisi sistemin yeni durumlara uyum gösterebilmesi, ikincisi, sistemin bir amacının olması ve bunu gerçekleştirebilmesi, üçüncüsü sistemin kendisini bir bütün olarak koruyabilmesi ve dördüncüsü sistemi oluşturan alt sistemleri tatmin edebilmesidir. Parsons bu dört temel sorunu çözmeye çalışan sistemi toplumu açıklamak için kullanır. Toplum bu yaklaşıma göre temel fonksiyonlarını yerine getiren bir sistemdir. Sitem içerisindeki sorunlar toplumun varlığını sürdürmeye çalıştığı alt sistemler içerisinde geçerlidir (Ritzer, 2012:102).

Toplumu bir organizmaya benzeterek sistemi bunun üzerine kurmaya çalışan Durkheim'dan etkilenen Parsons'ta toplumu, temel fonksiyonları yerine getiren bir sistem olarak ele alır. Bu sistem içerisinde yer alan sorunlar ya da koşullar toplumda var olmaya çalışan tüm alt sistemleri de etkiler. Bu yaklaşım içerisinde toplumu oluşturan alt sistemler incelenirken bireyi de toplumun bir parçası olarak değerlendirir. Sonuç olarak yapısal işlevsel yaklaşım sosyal yapıyı birbiri ile fonksiyonel ilişki içinde olan alt yapılardan oluştuğu düşünülür. Yapısal işlevsel kuram gençliği, bir alt kültür kategorisi

olarak sosyal yapıyı oluşturan alt sistemlerden biri olarak görmektedir. Yapısal işlevsel kuramda gençlik konusunda en önemli teorik yaklaşımlar Parsons ve Eisenstadt tarafından geniş çaplı olarak ele alınır. Bu yaklaşımda gençliğe dair ele alınan konuların başında gençlerin ebeveynleri ile olan ilişkisi, arkadaşları ile olan ilişkileri ve gencin geçiş evresindeki sosyal davranışları gelmektedir. Parsons, yapısal işlevsel kuram içerisinde Durkheim'in görüşlerinden etkilenerek gençliği hem sosyal sistem içerisinde şekillendiğini hem de sosyal sistemi şekillendirici gücü olduğunun altını çizer (Güllü, 2010:118-119).

Yapısal işlevselci yaklaşım içerisinde yer alan teorisyenler sosyal darvinizm düşünceleri temellerini oluşturan biyolojik adaptasyon ve doğal seçilim teorilerini toplumsal hayata uygular ve endüstriyel kapitalizmin ortaya çıkışıyla birlikte bireylerin yaş aralıklarındaki değişime vurgu yapılarak kuram şekillenir. Yetişkinliğe geçişte bir biyolojik zorunluluktan kaynaklanan bir evre olan gençlik sürecinde bireyler, bir yandan topluma uyum sağlamaya çalışırken diğer yandan biyolojik değişimlerle de karşı karşıyadır. Yapısal işlevsel kuram, toplumu tanımlamada ilişki ve sistem kavramlarına vurgu yapar. Bu bağlamda yapısal işlevselci kuram, toplumu birbiriyle ilişkili ve bütünleşmiş bir sistem olarak ortaya koyar. Toplumsal yapıda meydana gelen değişimler toplumun bütün ögeleri gibi gençleri de etkileyeceğini öne sürer. Gençlerin, gençlik dönemlerinde sürdürdükleri sosyalleşme aracılığıyla toplumsal norm ve değerlere uyum gösterdiklerinden böylece toplum ile bütünleşme sağladıklarını belirtir (Baran, 2013: 12). Gençliği de toplumsal bütünleşme açısından ele alan bu yaklaşım, özellikle gençlerin dinamik yönüne vurgu yapar. Gencin dinamik yönü her zaman ön plandadır ve bu dinamizm sistemi önce dengesizliğe getirerek sonra yeniden dengeye ulaştırır (Tezcan, 2003: 6).

Yapısal işlevselcilere göre toplum bir bütündür ve toplumsal yapıda meydana gelen değişmeler dolayısıyla gençliği de etkilemektedir. Yapısal işlevselci teoride yaş, toplumdaki rollerin belirlenmesi açısından önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Kuşaklararası çatışma da zaten bu toplumsal konumlardaki çelişkilerden doğmaktadır (Burcu,1998: 126). Toplumsal sistem tarafından belirlenen rollere toplum tarafından birtakım yaptırım gücünü bünyesinde barındırdığından; gençlerin de bazı beklenen rolleri gerçekleştirmesi beklentisi vardır. Bu sebeple gencin

toplumla bütünleşme sağlayabilmesi bu rolleri gerçekleştirmedeki başarısına ve toplumun diğer üyelerinin de bunu onaylamasına bağlıdır.

Toplumsal yapıdaki değişmeler tüm kurumları etkilediğinden birindeki bir değişme diğerini bozma anlamına gelir. Bu nedenle değişme arzu edilmeyen bir durumdur. Toplumsal düzenin sağlanması için uyum ve bütünleşme öncelikli bir konum taşır. Bu görüşten hareketle bu yaklaşımda gençlerin toplumsal bütünlük açısından yerine getirdiği işlevlere odaklanılmakta ve gençlik yetişkin rollerin kazanılmasındaki ara dönem olarak kabul edilmektedir. Gençlik olarak adlandırılan yaş aralığındaki bireyler için kontrol mekanizmalarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda da toplumsal bütünleşmeyi bozacak gençlerden kaynaklı sorunlara engel olmak için aile ve eğitim kurumları devreye girecektir. İşlevsel yaklaşımda en önemli kontrol mekanizmalarından biri olan aile içerisinde gençler, yetişkinliğinde sergileyeceği rolleri öğrenip gerçekleştirmesi bakımından aile eğitimi önemli olmaktadır. Davranışların aktarılmasında önemli olan diğer sosyalizasyon süreci olan eğitim kurumunda ise okul ve akran etkileşimi yetişkinliğe geçiş süreci olan evrede bu süreçte önemlidir. Yapısal işlevsel yaklaşım, değişmenin yaratacağı sorunlara dikkat çekerek, bütünleşme ve uyum için toplumsal kurumların birlikte hareket etmesini gerekli görür. Yapısal işlevselci kurama göre yaş, toplumdaki rol ayrımı için önemli faktördür ve bu dönem gençler için yeni rollerine hazırlanma dönemi olarak görülmektedir. Bu açıdan, gençlere toplumla uyumlu olabilmeleri için yeni roller ve sorumluluklar yüklenerek sosyal ilişki becerilerinin geliştirilmesi önemsenir.

Yapısal işlevselci kuramcılara göre toplumsal bütünleşmenin sağlanamadığı durumlarda gençler yabancılaşma ve isyan durumuna itilmektedir (Tezcan, 2016:18). Toplumun genel kültürü ile çatışma yaşayan genç Merton'un *anomi* teorisinde olduğu gibi toplum ile karşı karşıya kalmakta ve gençliğe özgü bir anomi ve yabancılaşma yaşamaktadır. Bu durumda genç bireyler ya içe kapanacak ya da dışa açılıp farklı tepkiler verme eğilimi içerisine girecektir. Merton kültür ve yapı arasında ortaya çıkan ayrışmanın toplum içerisinde sapma davranışına yönelik bir eğilime neden olacağını belirtir (Ritzer, 2012:118).

Gençlik tanımlamalarında yer verilmesi gereken diğer sosyolog ise Shmuel Noah Eisenstadt'tır. Eisenstadt, gençlik dönemini çocukluktan yetişkinliğe geçiş ve böylelikle

toplumun bir üyesi olma süreci olarak değerlendirir. Fiziksel ve cinsel açıdan artık çocukluktan çıkan genç, bu dönemde kendini bir yetişkin olmaya hazırlamaktadır. Gençlik dönemi, çocukların kendilerini kontrol etme ve yetişkin özellikleri kazanma sürecidir. Eisenstadt'a göre gençlik dönemi de toplumdaki diğer yaş grupları gibi, biyolojik temelden öte sosyal anlamda yapılanmasına ve anlam ifade etmesine göre tasnif edilebilecek bir sosyal grubun tecrübelerinin toplamını ifade etmektedir. Bu durum gençlik sorunları olarak tanımlanabilecek olan olgunun modernleşme süreçleri ile birlikte iki şekilde meydana çıkması ile sonuçlanmıştır: Bunlardan birincisi sanayileşme, göç ve sosyal bozulmayla ilişkili olarak "kenar mahalle toplumu" ve "çete" kavramlarının gençlik sorunları ile birlikte anılır olmasıdır. İkincisi ise toplumun yeni kültürel kodlarına ve siyasi yapısına karşı bireyselliği içinde barındıran gençlik ve öğrenci hareketleri-örgütleri ile gençlik sorunlarının gündemleşmesidir (Güllü, 2010:123).

Eisenstadt, insanların biyolojik gelişim süreçlerini de göz ardı etmemiş; hem biyolojik hem de sosyolojik faktörlerin gençlik dönemi üzerinde belirleyici olduğuna dikkat çekmiştir. Ona göre gençlik aşaması; kişisel kimliğin arandığı, geleceğe yönelimin geliştiği bir zaman dilimi ile ahlaksal ilke ve değerlerin değerlendirildiği bir dönemi tasvir etmektedir. Nitekim tüm bu süreçler, gencin yetişkin hayatına hazırlandığı bir geçiş dönemi ve yine gencin kişisel vaziyet alışları ile toplumsal değerler arasında bir ilişki kurma arayışının bir yansımasıdır.

Hem Parsons hem de Eisenstadt ortak olarak gençlik dönemini, ailede edinilen rollerden yetişkin rollerine geçiş olarak tanımlamaktadırlar. Yine her ikisine göre gencin sosyalleşmesinde ikincil öneme sahip sosyalleşme araçları okullar ve gençlik organizasyonlarıdır. Bu iki sosyalleşme aracına yardımcı olarak ise akran grupları devreye girmektedir.

Parsons'un teorisi temelinde şekillenen yapısal işlevselcilik yaklaşımının gençliği bir geçiş dönemi olarak değerlendirmesini Şerif Mardin Türk toplumu yapısına uygun olmadığı gerekçesi ile eleştirerek geçiş dönemi kavramının Türk gençliği için işlevsel olmadığını savunur. Mardin, gençliğin geçiş dönemi olarak değerlendirilmesini batı toplumunun sosyal yapısına uygun bir değerlendirme olduğunu be eğitim kurumlarının da batı toplumunun geçiş dönemine uygun şekilde düzenlendiğini söyler. Çünkü batının

eğitim kurumlarının temel işlevi gençlerin yetişkin dünyasındaki işlevlerini yerine getirebilecekleri değer donanımına sahip kılmak olarak değerlendirmektedir (Mardin, 1991:280). Mardin'e göre eğitimin bu özelliği Türk toplumu için gençlik döneminin geçiş dönemi olarak değerlendirilmesi çerçevesinde doğru bir analiz olmamaktadır.

2.2.2. Roller ve Ritüeller Açısından Gençlik: Sembolik Etkileşimci Bir Bakış

Sembolik etkileşim kuramının hareket noktasını toplumsal ilişkiler oluşturur. Bireyin grup içindeki konumuna süregiden etkinlikleri çerçevesinde odaklanır. Sembolik etkileşimci teoriler gençleri içinde bulundukları sosyal ilişkiler çerçevesinde incelemektedir. Genç bireylerin içinde bulundukları toplumun değerlerinin kültürünün görgü kurallarının kişiliğin bir parçası haline dönüşme süreci ele alınmaktadır (Burcu, 1998:124). Sembolik etkileşim kuramının önde gelen temsilcilerinden Mead, bireylerin benliğinin, biyolojik ve psikolojik ben ile sosyolojik benin diyalektik bir ürünü olarak anlam kazandığı belirtmektedir. Bu çerçevede benlik kavramı, toplumsal yapının norm ve değerlerinin öğrenilerek içselleştirilmesini ya da bunlara öznel yorumun katılmasını ifade eder. Sembolik etkileşim kuramı toplumsal ilişkiler etrafında şekillendiği için gençler içinde yaşadığı toplumun kültürel kodlarını öğrenirken kendi düşünce ve değerlerini bu kodlarla harmanlayarak biçimlendirir. Böylece ait olduğu toplumun bir bireyi haline gelir. Bu bağlamda sembolik etkileşim kuramı, sosyolojik açıdan gençlerin kendini var etme süreçleriyle ilgilenmektedir. Gençler bir yandan toplumun normlarına yönelirken diğer taraftan kendi kurallarını oluşturmaktadır (Baran, 2013:14). Ancak gencin geliştirdiği kendine özgü bu kurallar kalıcılık göstermez, genç her duruma ve ilişkiye uygun bir kural geliştirilerek yaşam akışının sürekliliğini sağlar.

Mead "Kültür ve Bağımlılık: Kuşaklararası Uçurum Üzerine Bir Çalışma" adlı eserinde gençlik ve kuşak sorununa ilişkin analizlerini yaparken birbirinden farklı üç farklı toplum tipinden yararlanır. Birincisi postfigüratif (geleneksel) toplum tipidir ve bu toplum tipinde yetişkinler gençlerin eğitiminden sorumludur. Aynı zamanda gençlerin sosyalleşmesi bağlamında önlerindeki tek rol model yetişkinlerdir. Mead'ın gençliği analiz ettiği ikinci toplum tipi kofigüratif (modern) gençlerin eğitiminde yetişkinlere ek etkileşim halinde olduğu akran grupları da bulunmaktadır. Ayrıca bu toplum tipinde kitle iletişim araçları gençlerin sosyalleşmesinde önemli bir role sahiptir. Yeni bir gençlik kültürünün ortaya çıktığı bu süreçte Mead, yetişkinler ile gençler arasında

anlaşmazlıkların artarak kuşak çatışması kaçınılmaz olacağını belirtir. Gençliği analiz etmek için sınıflandırdığı üçüncü toplum tipi ise prefigüratif toplum tipidir. Gençler yetişkinlerden eğitim alan değil tam aksine yetişkinlerin gençlerden kültürü öğrendikleri bir toplum tipi olarak adlandırır. Yetişkinler gençlerden öğrendikleri değişimlere ayak uydurmakta zorlandıkları için bu süreci kuşaklararası uçurum olarak belirtir (Mead, 1970:1-10).

Sosyal psikolojik kuramların etkisiyle sembolik etkileşimci teorisyenler genç bireylerin kişilik oluşumu üzerinde yoğunlaşarak kendilik kavramına dikkat çekerler. Sembolik etkileşimci teoriler, sosyal öğrenme teorileri gibi gencin çocukluktan itibaren ebeveynlerini rol model alıp bazı davranışlarını gözlemleyerek taklit ettikleri sürece yoğunlaşırlar. Gençler kültürel değerlerinden giyim, saç stiline kadar kendini ifade etme biçimlerini taklit ederler. Bu taklit etme sürecinde akran grupları ile de etkileşim halindedirler. Ayrıca gençler taklit yoluyla kendine güven, hiddet, fedakârlık, cinsel davranışlar gibi davranış biçimlerini ya da yazı yazma ve araba kullanma gibi motor yetenekleri öğrenebildiklerini belirtmişlerdir (Burcu, 1998: 125).

Sonuç olarak sembolik etkileşimci yaklaşımda gençlik, sosyal alandaki etkileşimleri etrafında bireyin kendine, çevresine ve davranışlarına sembolik anlamlar atfetmesi ve bu sembolik anlamların etkileşimleri çerçevesinde açıklanmaktadır. Ayrıca bu sembolik anlamlandırma süreci genç bireyler için kimlik oluşum süreçleri ile birlikte şekillenmektedir.

2.2.3. Toplumsal Eşitsizliklerin Gölgesinde Tehlikeli Sınıf Gençlik: Çatışmacı Yaklaşımdan Bir Bakış

Yapısal çatışmacı gençlik kuramı, sosyo-ekonomik sorunların sebebi olarak bilimsel ve teknolojik değişimlerin beraberinde getirdiği yapısal dönüşümleri ortaya koymaktadır. Bu yapısal dönüşümlerin toplumsal ilişkilerin değişmesine ve kültürel değerlerin farklılaşmasına yol açtığını belirtmektedir (Burcu 1998: 122). Bu kuram, gençlik sorunlarını sistemlerin genel sorunları ile ilişkili olarak ele almaktadır. Yapısal çatışmacılar, hızlı değişme ve gelişmelerin yaşandığı toplumlarda, gençlerin yetişkin rolleri kazanmasının giderek zorlaştığını ifade etmektedir.

Sanayi devrimiyle birlikte teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler yaşamın birçok alanında işgücüne olan gereksinimleri arttırmış ve her yaştan bireyin çalışma hayatına

katılmasına neden olmuştur. Özellikle endüstriyel döneme geçilmesiyle beraber kent yaşamında daha aktif olan aileler ve gençlerin ortak yaşam ve sosyal aktivite alanları ayrışmaya başlamıştır. Endüstri devrimine kadar anne babasıyla aynı çatı altında yaşayan, aile ile ortak bir yaşam ritüellerine dâhil olan genç, kent yaşamına geçiş ile birlikte artık bağımsızlaşmaya başlamış, ailenin genç üzerindeki kontrolü ise giderek eski gücünü yitirmiştir. Ailenin kaybolmaya yüz tutan rolünü ise okul, akran çevresi ve kitle iletişim araçları almaya başlamıştır. Yaşanan bu hızlı değişime paralel olarak, toplumdaki norm ve değerlerin de değişmeye başlaması, gençlere eski ve yeni değerlerin çatıştığı bir ortam sunarken, aynı zamanda bu değişim gencin yetişkinlerle iletişiminde de çatışmaya neden olmuştur. Sonuç olarak, gençlik kendini güvende hissetmediği, hedefsiz bir hayat, ekonomik sıkıntılar ve eğitim hayatının yarıda bırakılması gibi birçok problemleri de doğuran sancılı bir sürece denk düşmektedir (Burcu, 1998: 123). Dolayısıyla değişim içinde olan sosyal bir sistemde genç bireyin yetişkin olmasını sağlayacak koşullar daha zorlaşmakta, teknolojik ve kültürel değişimlerle birlikte ortaya çıkan norm ve değerler toplum içinde gençleri birbirine uymayan ve çatışan değerlerle karşı karşıya bırakmaktadır.

Toplumsal yapıda ekonomik alanda yaşanan eşitsizliklere sanayileşme sürecinde gençlerinde çalışma yaşamına katılmasıyla yaşa göre tabakalaşma da sistemde görünür hale gelir. Ekonomik eşitsizler yaşa bağlı eşitsizlikleri de sistemin içerisine dâhil ederek farklı yaş tiplerine farklı işler yaptırılarak emek sömürücülüğü devam eder. Gençler birçok ekonomik haklardan mahrum bırakılır. Yüksek eğitim seviyesi gerektiren pazardaki işlere sistemin yarattığı referans sistemi ile yeni eğitimlere gereklilikler artar. Gençlerin eksik istihdam ve düşük ücretlerle çalıştırılması genç bireyler arasında başka bir rekabet ve çatışma ortamı yaratmaktadır.

Sonuç olarak çatışmacı teorilerde gençlik toplumla çatışan bir kategori olarak değerlendirmektedir. Çatışmacı teorilere göre toplumun devamı ancak hızlı değişim ve çatışmalar ile sağlanmaktadır. Çatışmaların yaşandığı bir toplumda toplumsal normlara uygun davranmayan ve hızlı değişimlerden etkilenen kesimlerden biri de gençler olmaktadır. Böylece gençler birçok toplumsal sorunla karşılaşmakta ve sapma davranışı sergileyebilmektedir. Sapma davranışının yanında sosyal hareketlere katılım yoluyla seslerini duyurabilme ve toplumsal değişim talebiyle bir sınıf haline dönüşen genç bireyler politikanın aktif aktörleri haline gelebilmektedir (Taş ve Arık, 2016:587).

2.2.4. Tarz Yoluyla Direnen Gençlik: Alt Kültürel Bir Bakış

Uluslararası kuruluşların genç olarak kabul edilen yaş aralıkları her ne kadar Birleşmiş Milletler'in kabul ettiği 12-24 olarak belirtilse de günümüzde bu yaş aralıkları genişlemektedir. Yükseköğrenime devam edenlerin bu yaş aralığında bulunmasına ek olarak bununla bağlantılı iş yaşamına katılma ve aynı zamanda evlilik yaşının ilerlemesi gibi nedenlerle genç olarak tanımlanan yaş dilimi uzamaktadır. Bu nedenle yetişkinliğe geçişin uzamasında en büyük yapısal etmenlerin başında eğitim sürecinin geniş bir zamana yayılması bulunmaktadır. Yetişkin yaşamına geçişi belirleyen faktörlerden düzenli ve güvenceli bir işe yerleşmek genç bireylerin eğitim süreci içerisinde fazla kalması sebebiyle ötelenmektedir. Bu bağlamda ekonomik özgürlük daha zor ve ilerleyen yaşlarda kazanıldığından aile evinden ayrılmak hem zorlaşmakta hem de çatışmalara yol açmaktadır. Galland (1991) yetişkin olmanın ölçütünü üç unsur ile anlatır. Bunlar; aileden ayrılma, çalışma yaşamına giriş ve evlenme olarak sıralanır. Bu üç unsurun kesiştiği nokta genç için artık yetişkin yaşamına adım attığını gösterir (Fırat, 2013:26). Yetişkin yaşamına geçişin ertelendiği gençlik dönemi genç yetişkin kavramı ile açıklanmaktadır.

Modern dönem ile birlikte gençlik toplumsal bir kategori olarak çıkmış ve modern ulus devletler geleceği emanet edebileceği bir sembol olarak gençleri seçmiştir. Modern ulus devletler gerek modern eğitim sistemi gerek uyguladıkları çeşitli politikalar ile kendileri için tehdit unsuru sayılmayacak yurttaşları şekillendirmek isterler. Bunun için de gençler önemli bir toplumsal grubu ifade etmektedir. Ülkelerin geleceklerini emanet edebilecekleri toplumsal bir kategori olan makbul bir gençlik yaratılırken aynı zamanda tehlikeli bir sınıfın da varlık gösterebileceği unutulmamalıdır (Lüküslü ve Yücel, 2013:15). Modernist bir gençlik algısı yaratılırken makbul gençlerin var oluşu beraberinde tehlikeli olanı da getirecektir. Geleceği inşa edecek olan gençler modern hayatı simgeleyen birer sembol iken ideal gençlik ve ideale uymayan gençlik aslında madalyonun iki farklı yüzünü oluşturmaktadır. Nasıl ki ideal olan gençlik dönemden döneme değişirken ideale uymayan ve ötekileştirilen gençlik de dönemden döneme değişebilmektedir. Modern ulus devletleşme sürecinde yaratılan makbul gençlik sınıflandırmasına uymayan tehlikeli olarak görüldüğü için olsa gerek ki toplumda yaşanan düzensizlik nedenleri olarak da ilk bu sınıflar görülmektedir. Diğer yandan ise

yine bu sebeplerle mekânsal ve kimliksel damgalanmaya, sosyal dışlanmaya en çok maruz kalan gençler olmaktadır.

Toplumsal sorunların ortaya çıkışında genç gruplar tehlikeli bir sınıf olarak görüldüklerinden ilk onlara odaklanılır. Gençler dinamik bir grup olduklarından biyolojik, psikolojik olarak toplumsal olaylardan daha çok etkilendikleri düşünülerek denetlenmesi gereken bir toplumsal gruptur. Gençler bu nedenle toplumsal çatışmaların, sorunların baş aktörleri olarak görülür. Türkiye'de gençlerle ilgili yapılan birçok çalışma 1980 darbesini gençler için bir dönüm noktası olarak kabul etmektedir (Nemutlu, 2012:167). Gençlerin tehdit olarak algılanması 1980 sonrası daha da artmış gençlik örgütlenmelerinin önüne bir dizi gençlik politikaları uygulanmıştır. Bu politikalar genel anlamda gençliği kapsadığı gibi yoksullar, marjinal gruplar, azınlık grupları ve gençlik alt kültürlerine de yöneltilmiştir. 1990'lı yıllarda çeşitli müzik akımları kaynaklı alt kültürler üzerinden kimliklerini yeniden inşa eden gençlik grupları yalnızca dışlanmaya ve ayrımcılığa tabi tutulmakla kalmamış aynı zamanda tehdit olarak da medya tarafından hedef gösterilmiş. Günümüzde hala gençlik alt kültürleri olarak tanımlanan gruplara yönelik tehdit algısının değiştiğine dair herhangi bir gösterge bulunmamaktadır. Yeni alt kültürler oluştukça Özmen'in (2011) belirttiği gibi tehdit algısının kendisine bulduğu kaynak değişmekte rockcı, metalci, punkcı alt kültürlerin yerini yuppiler, tikiler, emolar, apaçiler alarak tehdit algısının temel mekanizması değişmemektedir.

Gençlerin hâkim kültüre yönelik eleştirilerini ifade etme kendilerine özgü alt kültürler, söylemler, tarzlar, kültürel biçimler ve kimlikler oluşturmalarına olanak sağlar. Araştırmada, gençlerin bir kültür üzerinden kendilerini ifade ediş şekli olarak arabalara olan merakları, otomobil kültürü üzerinden tüketme biçimleri ele alınmıştır. Bunu yaparak da Türkiye'de gençlik alt kültürlerinin önemine değinilmiştir. Gençlik alt kültürlerinin sadece suç, sosyal dışlanma ya da hakim kültüre karşı kültür oluşturmakla değil genç bireylerin arabalara olan meraklarının oluşturduğu dayanışmayla ortak ilgi, zevk ile bir arada bulunanlardan da bir alt kültür örneği gösterebileceğinin altı çizilmiştir. Ayrıca Tofaş kuş serisi araç kullanan gençlere, toplumsal alanda genellikle önyargıyla yaklaşıldığı ve negatif betimlemelerle sosyal dışlanmaya maruz kaldıkları görülmüştür. Bu çalışmanın amaçlarından biri de bu gençler hakkında yapılan eleştiri ve

negatif betimlemeleri kabul etmek yerine onları bu negatif değerlendirmelerden uzak bir şekilde analiz etmek olmuştur.

Bu araştırmada alt kültür grubu olarak kabul ettiğimiz kuş serisi araç sahibi gençler, geliştirdikleri kültürel tarzlar ve tüketim pratikleri ile sahibi oldukları araçları kültürel kimliklerini yansıtan bir gösterge aracına nasıl dönüştüğüne bir sonraki bölümde değinilmiştir.

2.3.Kültürel Kimliklerin Alt kültür Olarak Yansıması

Araştırmanın bütünlüğünü sağlamak için kullanılan terim ve kavramların ayrıntılı bir şekilde tanımlanması çalışmanın teorik arka planı ve yapılan alan araştırmasının kolay bir şekilde bütünleşmesini sağlamak için gereklidir. Bu bağlamda metnin bu bölümünde kullanılacak olan kültür, alt kültür ve kimlik kavramları belirlenmiş olup, çalışmanın teorik alt yapısı oluşturulmuştur. Çalışma boyunca teorik alt yapısının oluşturan kavramlar nasıl ve ne şekilde ele alınacakları, nasıl algılanıp değerlendirilecekleri, çalışma için önemi aşağıda irdelenecektir.

Çalışmanın temel konusu olan Tofaş kuş serisi otomobil kullanan gençlerin, bu araçlara olan hayranlığının kimlik oluşum süreçlerindeki yeri, rolü ve etki boyutu incelenmektedir. Bu araçlara olan aşırı tutkuları nedeniyle gençlerin Türk toplumunda nerede konumlandığı, diğerleri tarafından nasıl karşılandığını keşfetmek bu araştırma için oldukça önem arz etmektedir. Konuya dair yapılan ön okumalarda bu araçları kullanan gençleri genellikle bir alt kültür grubu olarak ele alınıp alınmayacağına dair tartışmaların olduğu görülmüştür. Gençlerin sergilemiş oldukları davranışlar bir alt kültür grubu özelliklerini yansıtmasından dolayı araştırmada Tofaş marka kuş serisi otomobil kullanıcıları alt kültür grubu olarak kabul edilmiştir. Araştırmada alt kültür grubu olarak kabul edilen Tofaş otomobil kullanıcılarının kimlik oluşum süreçleri de inceleneceği için kültür kavramını da analiz etmemiz gerekmektedir. Kültür hem kimliği oluşturan etkenlerden önemli bir unsuru olması hem de alt kültür kavramının temelini oluşturduğu için ilk olarak kültür kavramının tanımlanması önemlidir.

Kültür nedir? diye sorulduğunda Turhan, herkes tarafından kesin kabul edilen bir tanımının olmayacağını, yapılan bütün tanımlamalara bakıldığında değinilen ortak noktalardan hareketle kültürden bahsedildiği zaman neler anlaşılabileceğinin altını çizmektedir (Turhan, 1969:35). Etimolojik kökenine bakıldığında kültür toprağı

işlemek, bitki yetiştirmek, ekip biçmek anlamına gelen Latince culture kelimesi Türkçe kültür olarak çevrilen ekin, mahsul ve ürün karşılığında kullanıla gelmiştir (Güvenç, 1979: 96). Birçok bilim dalları tarafından farklı anlamlarda kullanılan kültür kavramı, en çok sosyal bilimlerde insan topluluklarının nesiller boyunca aktardığı gelenek, görenek, inanç, değer ve normlar gibi toplumu bir arada tutan unsurları anlatmak için kullanılmaktadır.

Kültürün tanımı her dönemi kapsayıcı şekilde yapılabildiği gibi sadece ait olduğu coğrafyaya özgü tanımda yapılabilmektedir. Kültür kavramının tanımını ilk kapsamlı tanımını 19. yüzyılda İngiliz antropolog Sir Edward Burnett Tylor yapmıştır. Tylor, 1871'deki kültüre ait yazılarında, bilgi, inanç, sanat, hukuk, ahlak, adet, gelenek, değer ve toplumun bir ferdi olarak bireyin yaşayarak tecrübe edindiği davranış ve yeteneklerin tamamı olarak tanımlar (Haviland 2002:65). Ziya Gökalp; "kültür yalnız bir milletin ahlaki, hukuki, dini, akli, lisani, iktisadi ve fenni hayatlarının ahenkli bir bütünüdür" der (Gökalp 1976:26). Kültür kavramına çok fazla anlam yüklenmesinden dolayı tam bir tanımının yapılamamasına açıklama getirmek için Güvenç (2005:97), hangi anlamlarda kullanılabileceğine dair aşağıdaki sınıflamayı yapar:

- Bilim alanında kültür: Uygarlık
- Beşeri alandaki kültür: Eğitim sürecinin ürünü
- Estetik alandaki kültür: Güzel sanatlar
- Kavramsal ve terim olarak tanımlanmaya çalışılan "kültür" hakkındaki tüm değerlendirmeleri göz önüne alacak olursak, maddi ve biyolojik alanda kültür: Üretme, tarım, ekin, çoğaltma ve yetiştirmedir.

Kültür belirli bir grubun ya da bireylerin tanımlanmasında da kullanılmaktadır. Bu bağlamda Featherstone, kültürün farklı şekillerde normları, düşünceleri, inançları, değerleri, simgeleri, dilleri ve kodları vurgulamasına ek olarak grubun, halkın, topluluğun ya da toplumun bütün bir hayat tarzına da işaret ettiğini belirtir (Erol, 2002:53). Kültür sadece bireysel değil tıpkı kimliğin oluşum sürecinde olduğu gibi toplumsal yapı içerisinde şekil aldığı ve kültürün bütünü kapsayacak biçimde bir kavram olduğunun altını çizmek gerekmektedir.

Kültür kavramının sadece tanımının yapmanın yanında çalışmanın konusu gereği kimlik oluşum sürecinde birbirleriyle etkileşim halinde bulunması sebebiyle kültürün yapısal özelliklerine de değinmek gerekmektedir. Şöyle ki kültürün yapısal özellikleri kimliğin oluşmasındaki özellikler ile genellikle örtüşmektedir. Toplumsal alanda hem kimlik hem kültür işlerlik bakımından aynı olabildiği farklılaşan yönleri de olabilmektedir. Güvenç (2005), kültürün yapısal özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır:

- Kültür öğrenilir
- Kültür tarihidir ve süreklidir.
- Kültür toplumsaldır.
- Kültür ideal, ya da idealleştirilmiş kurallar sistemidir.
- Kültür, ihtiyaçları karşılayıcı ve doyum sağlayıcıdır.
- Kültür değişir.
- Kültür bütünleştiricidir.
- Kültür bir soyutlamadır.

Kuramsal olarak kültürün kimlikle olan ilişkisine değindikten sonra kültürel kimlik kavramı üzerine odaklanıldığında kimliğin son zamanlarda toplumsal bir sorun olarak ele alındığı görülmektedir. Kimliğin toplumsal bir problem olarak ortaya çıkışında göç, kentleşme, küreselleşme gibi yaşanan dönüşümlerin etkisi görülmektedir. Sosyal yapıda meydana gelen çok yönlü değişiklikler kimliksel özelliklerde de farklı öne çıkmalara neden olmuştur. Modern çağla birlikte kimliği bir sorun olarak algılanmasını Bauman eleştirir. Ona göre kimliğin modern dünyanın bir icadı olduğu ve modernlikle birlikte kimliklerin yerinden edilerek kimlikleri yüksüzleştirmeyi düşünmenin yanlış olduğunu vurgular. Kimlik hiçbir zaman sorun olarak görülmemiş ancak bir sorun olduğunda kimliğin varlığından söz edilmiştir. Birey toplumsal yaşam içerisinde nereye ait olduğunu sorgulamaya başladığında, sergiledi davranışların diğer insanlar tarafından uygunluğundan şüphelendiği ve nerede duracağını bilemediğin anda kimliğini sorgulamaya başlar. Bauman bu belirsizliklerden kaçış arayışına verilen adı kimlik olarak açıklar ve kimlik üzerine yapılan tartışmaları modern ve postmodern dönem olarak sınıflandırır. Modern dönemde kimliğin yaratılan, korunan ve sabitlenen,

postmodern dönemde ise tekrardan kullanıma sokulan bir kavram olarak karşımıza çıktığını belirtir (Bauman, 2018:117-116).

Modernleşme ile birlikte küresel bir kitle kültürünün etkisi altına giren dünyada bireyler bir taraftan aynılaşma ve bütünleşme çabası içine girenler olduğu gibi diğer taraftan farklılaşmanın, bireyselleşmenin ve özgürleşmenin yolunu aramaktadırlar. Ayrıca toplumun bir başka kesimi ise kendi kültürel kodlarına sahip çıkma ve bireysel farklılaşma arasında kalmaktadır. Bu durumu yaşayan kesim içerisinde her ne kadar genç nüfusun fazlalığı dikkat çekse de yetişkin bireylerde bu süreçten etkilenmektedir. Bu bağlamda araştırmanın kültürel bir çalışma özelliği taşımasından dolayı Lévi-Strauss'un Yaban Düşünce adlı eserinde kullandığı "bricologe" kavramı önem arz etmektedir. Bilimin kurgul düzlemde ne olabileceğini teknik düzlemde tasarlamayı kolaylaştıran etkinliği Strauss (1984:40-42) "bricolage" olarak açıklar. Türkçeye *yaptakçı* olarak çevrilen bu terim, ayrışık araç gereçlerle var olan kaynağa yeni bağlamlar, yeni amaçlar ve yeni anlamlar ifade edecek şekilde bir araya getirilmesi, dönüştürülmesidir. Kültürel çalışmalarda brikolaj kavramı, bireylerin sosyal hayatta yeni kültürel bir kimlik yaratmak için toplumsal bölünmelerden nesneler elde etmek süreçleri anlamı taşımaktadır. Bu nedenle araştırmaya konu olan Tofaş kuş serisi araç kullanan gençlerin otomobilleri ile yeni bir kültürel kimlik yaratmaya çalıştıkları görülmektedir. Özellikle otomobiller, toplumda diğerleri için sadece bir yerden başka bir yere götürmeye yarayan bir araç olarak görülürken altkültür grubu olarak tanımladığımız bu otomobil tutkunu gençler için birçok anlam ifade etmektedir. Araştırmada brikolaj kavramı ile gençlerin yeni kültürel kimlikler yaratma çabasında nesneler aracılığıyla kimliklerini nasıl yansıttıkları bu bölümün ilerleyen sayfalarında anlatılmaktadır. Bu kısımda kültürün kimlik ile ilişkisine değinildikten sonra araştırmada alt kültür kuramlarının gençliği nasıl ele aldığı üzerinde durulacaktır.

2.4.Alt Kültür Kavramının Gelişimi ve Gençlik Alt Kültürlerinin Evrimi

Kültür, toplumsal yapı kuramıyla ilişkili olarak sosyal bilimler için her zaman önemli kavramlardan biri olmuştur. Toplumsal bir kategori olarak kültür, bir halkın yaşam şeklini, toplumdaki kolektif sanatlar ve entelektüel çalışmaları ve hatta toplumun düşünsel, ahlaki gelişme durumunu ifade eder. Jenks (2007) ise değişen yaşam koşullarının etkisiyle kültür fikrinin bağlarından kopartarak, anlamlı insan eylemlerinin

sorumluluğunu üstlenmeden betimlemek için kültür kavramının kullanıldığını belirtir. Böylece sadece fikir haline gelen kültür, incelenen disiplinlerce politik gündem tarafından ele geçirilmiş bir araç haline dönüşür. Artık tek bir halkın kültüründen değil genişletilmiş bir kültür kavramıyla karşı karşıya kalınır. Kültür sabit durağan bir sembol olmaktan ziyade dinamik unsurları içerisinde barındıran bir süreç olduğundan geniş kitlelere ulaşma gücüne de sahiptir. Geniş kitlelere ulaşan kültüre toplumsal yaşamın bütün yönleri dahil edilmektedir. Geniş kitlelere çeşitli etkileşim ve iletişim kanalları ile nüfuz eden kültür, sadece düzen değil toplumsal çatışmalara da yol açmaktadır. İşte burada toplumsal hayattaki farklılığın tezahürüne zemin olarak düşünülen alt kültür kavramı vücut bulur.

Alt kültür kavramını sosyal bilimler alanında sosyoloji ve kültürel çalışmalar içerisinde geliştirilerek literatürde ilk kullanımı 1947 yılında MccLung Lee ve Gordon tarafından olmuştur. Gordon alt kültürü: '*Ulusal kültür içerisinde; sınıf, etnik köken, bölge ve kırsal bölge veya kent sakinliği, dini inanç gibi öğelere ayrılabilen, toplumsal koşulların birleşiminden oluşan, ama bir araya geldiklerinde o kültürdeki birey üzerinde bütüncül bir etkisi olan işlevsel bir bütün oluşturan bir alt bölüm'* olarak tanımlar (Gordon, 1947, akt. Jenks, 2007:22). MccLung Lee ve Gordon, hakim kültürle olan toplumsal ilişkilerini tamamen koparmayacak şekilde bazı önemli görüş ve fikir ayrılıkları etrafında gelişen alt kültürler olarak kavramı kullanırlar. 1890'lı yıllarda Chicago Okulu teorisyenleri altkültür kavramını toplumsal yapıdaki düzensizlikleri göstermek için kullanılmıştır. 1970'li ve 1980'li yıllarda ise Birmingham Üniversitesi bünyesinde Kültürel Çalışmalar Merkezinin kurulmasıyla gençlerin toplumsal düzene tarz, kıyafet, müzik gibi sembolik olarak karşı çıkışları çerçevesinde çalışmalarını yürütmüşlerdir. 1990'lara gelindiğinde ise post-altkültürel teoriler alt kültürleri Chicago Okulu ve Birmingham Üniversitesi teorisyenleri gibi sadece semboller, tarz ve işaretler bağlamında değerlendirilmesinin kültürleri kesin sınırlarla birbirinden ayırdığını bu nedenle de gündelik hayatı göz ardı edildiğini düşündükleri için eleştirirler. Post-altkültürel teoriler alt kültürü tüketime olan bağlılık nedeniyle geçici ve kaygan zemine göre şekillendiğine vurgu yaparak çalışmalarını yürütürler.

Tarihsel süreç içerisinde toplumsal değişimlere bağlı olarak alt kültür kavramının da geçirdiği dönüşümlere dikkat edildiğinde kavram hakkında çok farklı açıklamaların ve tanımlamaların söz konusu olduğu görülmektedir. Jenks (2007:23), ilk olarak

toplumdaki bazı kesimler tarafından sergilenen kültürel değişkenlere gönderme yapan alt kültür terimini, kendine özgü düşünüş ve eylem tarzı olan genel kültürün içerisinde öğrenilmiş davranışlar ile toplumun geri kalanında keskin sınırlarla ayrılmış altkültür grupları olarak tanımlanabileceğini ifade eder. Bu tanımlardan da anlaşılacağı gibi kavramın tarihi yaşanılan dönemin hem siyasal hem de eleştirel nedenlerden etkilendiğini göstererek toplumsalın gerçek anlamının dışına çıkıp parçalanma yoluyla failliğe uzanan yoldaki bir adımı gün yüzüne çıkarır. Böylece kimlik, farklılık ve benlik kavramları üzerinden alt kültürel olan yeni bir konuma yerleşmektedir. Kavram artık sadece toplumdaki geniş norm çeşitliliğine değil, aykırı davranışların normatif yönlerine de dikkat çekmek için sosyolojik ve antropojik araştırmalarda yaygın ve verimli bir şekilde kullanılmaktadır. Jenks (2007:24) altkültür incelemelerinin amacının, toplumdaki belirli bir kesimin yaşam pratikleri ile mevcut düzendeki pratikler arasındaki tutarsızlıkları göstermek ve ona ek olarak grubun tutarsızlıklarının yeniden üretim süreçlerini garantilemek için kullanmış oldukları stratejileri açığa çıkarmak olduğunu ifade etmektedir. O halde altkültürler failliklerini kullandıkları, farklılıklarının bilinçli olarak anlamlı bir eylemler bütünü olduğunu ve bu durumunda toplum genelinin dışında konumlandırıldıklarını göstermektedir.

Alt kültür çalışmalarına ilişkin bir başka yaklaşım ise gençlik üzerinden yapılan değerlendirmelerdir. Mike Brake kavramın gençlik ve popüler kültür üzerinden kullanımlarını sınıflandırarak tarihsel olarak geçirdiği dönüşümleri dört yaklaşıma ayırır. İlk yaklaşım 1960'lı yılların başlarında genellikle işçi sınıfı mahallerinde ortak inanç ve değer etrafında toplanan grupların, toplumun geneli ile bütün olamadıkları zaman verdikleri tepkiler alt kültür olarak değerlendirilir. İkinci yaklaşım suçlu alt kültürler ile eğitim arasında olan ilişkiden yola çıkılarak bu yaklaşımda boş zaman ve gençlik kültürü arasında bir bağ kurulur ve okul başarısını etkileyen bir dizi sorunlar ortaya çıkar. Üçüncü yaklaşım, Birmingham Üniversitesi'ndeki Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi'nin kültüre yaptığı vurgu ile gençlerin tarz, sınıf ve hakim ideolojiye olan ilişkilerine Marksist bir çerçeveden bakar. Son yaklaşımda ise Brake, mahalli gençlik gruplarına aykırılık ve toplumsal tepkilerin etkisi eşliğinde değerlendiren mahalle çalışmaları üzerinden alt kültürler çalışmalarının varlığından söz eder (Brake, 1980:50). Giddens ise gençlik alt kültürü ile toplumun yetişkin kesiminden farklı olarak gençlerin; sosyalleşmelerini onların özel değerler, standartlar, beklentiler

ve davranış örüntüleriyle katılımlarının gerçekleştiğine, aynı zamanda bu durumun gençlik-yetişkinlik olarak ikili bir yaş sınıflandırmasına zorunlu olarak karşılık geldiğini, arasındaki uçuruma ve nesiller arası anlaşmazlıklara neden olduğunu düşünmektedir (Giddens, 1995: 135).

Toplumda farklı sosyal grupları tanımlamak için alt kültür kavramının her zaman kullanıldığı görülmektedir. Farklılık kimi zaman kıyafetle kimi zaman dinlenilen müzik kimi zaman ise kullanılan sembolik araçlarla olmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde Chicago Okulu ve Birmingham Kültürel İncelemeler Merkezi'nin geliştirdiği yöntem ve kavramsal çerçevenin özgünlüğü anlamında alt kültür kavramının tarihsel süreçteki gelişimi içerisinde ne anlam ifade ettiği ortaya konmaya çalışılacaktır. Aynı zamanda bu ekollerin ortaya çıkmasına neden olan dinamikler, o dönemin toplumsal şartları, okulun temel aldığı bilimsel ve teorik arka plan incelenip gençlik alt kültürleri olarak çalışmalara konu edilmesindeki önemi ortaya konulmaktadır.

2.4.1. Chicago Okulu: Sapkınlıktan Direnişe Alt Kültürler

Tarih boyunca kültüre yönelik çalışmalar oldukça ilgi görmüş ve günümüzde de bu ilgi giderek artmaktadır. Toplumsal tarihi olan kültür aynı zamanda politik gündemle de ilgisi bulunmaktadır. Özellikle sosyal bilimler alanında altkültür tartışmaları savaş sonrası dönemde ön plana çıktığı çeşitli araştırmalarda görülmektedir. Örneğin Hebdige, savaş sonrası İngiliz gençliğinin yarattığı tarzdaki anlamları anlamaya çalıştığı Altkültür: Tarzın Anlamı adlı kitabında, farklılıklarını çeşitli tarzlarla ifade yoluna giderek gençlerin egemen kültüre direnişlerini etnografik vaka incelemeleri yaparak okuyucuya sunar. Jenks (2007:21), her ne kadar alt kültür çalışmalarını Hebdige'nin de üyesi olduğu 1970'li ve 1980'li yıllarda Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi önderliğinde popülerlik kazanmış gibi görünse de aslında kavramın tarihinin, Amerika Birleşik Devletleri'nde ki Chicago Okulu'nun 1800'lü yılların sonlarına doğru kurulan üniversitedeki kent incelemeleri çalışmalarına kadar dayandığını söyler.

Günümüzde Chicago Okulu 20. yüzyılın başlarında sosyal bilim alanındaki araştırmalara yön vermiş, 1892'de Chicago Üniversitesi'nde ilk olarak Sosyal Bilimler ve Antropoloji ismiyle kurulmuş olsa da genellikle sosyoloji alanında incelemeler yapmış bir bölümdür. Chicago Okulu'na dair belki de öncelikli söylenmesi gereken nokta, bu adlandırmanın epistomolojik bir topluluk ya da toplum üzerine aynı anlayış ve

yaklaşımları paylaşan bir gruptan ziyade Chicago Üniversitesi'nde Sosyal Bilimler adıyla anılan bölümde, kuruluşundan 1930'lara kadar olan dönemde sosyoloji çalışan bir grup araştırmacıya tekabül ettiğidir (Parker, 2004:39).

Chicago Okulu'na adının verilmesinde de ilham kaynağı olan kent Orta Amerika'ya açılan ekonomi, ticaret, ulaşım gibi jeopolitik konumu nedeniyle görülmemiş bir hızla büyümeye başlamış ve 1900'lü yıllarda önemli sanayi kentlerinin başında yer almıştır (Thorns, 2004:26). Endüstri Devrimi'nin ilk olarak Avrupa'da şekillenmesi bulunduğu coğrafya nedeniyle Amerika'yı da kısa sürede etkisi altına almış ve gerek ekonomik gerek ulaşım koşulları bakımından ilerlemesine, önemli sanayi kentlerin başında gelmesine katkıda bulunmuştur. Belirli endüstri kollarının merkezi haline gelen Chicago artık ekonomi ve kültür merkezi konumuna gelmiştir (Kara, 2011:367).

ABD'nin ikinci büyük kenti konumuna ulaşan Chicago yaşanan gelişmeler sonunda uygun yaşam koşulları sağlaması nedeniyle her coğrafyadan insanların göç ettiği bir kent haline gelir. En fazla göç çeken yaşam merkezi haline dönüşen kent aynı zamanda büyük kitle göçlerine de sahne olur. Nüfusun kısa sürede ölçüsüzce ve hızlı bir şekilde büyümesi, farklı etnisitelerden gelenlerin artmasıyla birlikte toplumsal huzursuzlukların da ilk kıvılcımları belirmeye başlar. Toplumsal sorunların en başında evsizlik, işsizlik, güvencesizlik ve barınma koşullarındaki kötü şartlar sıralanabilir. Gittikçe kötüye giden toplumsal koşullar altında kentte kirlilik, gürültü, salgın, hırsızlık, şiddet, çatışma, yoksulluk, suç ve güvenlik sorunları sıradan bir hal alır. Chicago Okulu, kentin çelişkilerle dolu karmaşık bir hal alan toplumsal yapısını anlamak için göçün dinamiklerini araştırmaya başlar. Kent artık Chicago Okulu için araştırma yapabileceği bir saha haline dönüşmüştür.

Chicago Üniversitesi'nin 1892 yılında kurulmasıyla birlikte Amerika Birleşik Devletleri'nde sosyoloji çalışmalarında toplumbilimsel bakış, toplumsal yapıda meydana gelen değişim ve dönüşümleri anlamak bakımından her zaman ön planda tutulmuştur. Chicago Okulu'na mensup bilim insanları tarafından marjinal toplumsal gruplar ve normalin dışında yer alan sapkın davranışa yönelen bireylerin sergiledikleri farklı toplumsal davranış biçimleri üzerine yapılan çalışmalar genellikle alt kültür olarak ele alınmaktadır. Bu çalışmalar Amerikan sosyoloji geleneği içerisinde önemli bir yer tutmakta ve araştırmacılar kuramsal alandan çok ampirik alanda araştırmalarını

yürütmektedirler. Antropolojik bir yaklaşım olan kültür ve gündelik hayatın anlamına odaklanan etnografik araştırmalar yapılarak alan araştırmalarına yönelirler. Chicago kenti de araştırmacılara farklı milletlerden daha iyi bir yaşam için gelen göçmenlerin neden olduğu karmaşık toplumsal yapıda oluşan sorunları analiz etmek için deney alanı olmuştur (Gelder, 2007:27).

Alt kültür kavramı, günümüzde nasıl tanımlandığı tartışmalarını anlamak için ilk olarak çeşitli kültürel formların içerisinde oluşum süreçlerini ve gösterdikleri kültürel yapıları analiz etmemiz gerekmektedir. Dünyadaki ileri kapitalist ülkeler sahip oldukları güçlerin en başında gelen ekonomik ve teknolojik güce dayanarak diğer ülkeleri etkisi altına almaktadır. Dolayısıyla dünyada giderek Batı ülkelerinin yönlendirmeleri ile tek tip bir kültürel yapılanmanın hakim olduğu çerçevesinde tartışılmaya başlanmıştır. Küreselleşme ile birlikte yaygınlaşan egemen kültür, dünyanın tek bir tipleşmeye doğru gitmesine de ortam hazırlamaktadır. Bu egemen ya da yaygın kültür içerisinde farklı şekillerde ortaya çıkan alt kültürler ise kültürel tek tipleşmeye engel teşkil edici bir tehlike olarak görülmektedir.

Bütün tartışmaların odağında en genel tanımıyla alt kültürler, toplumun büyük kesimi tarafından ortak kabul gören toplumsal, siyasal, kültürel normların ve ilişkilerin dışında, kendi grup çıkarlarına özgü ahlaki tavır ve davranış sergileyerek, farklı giyim, tarz, iletişim, sanatsal faaliyetler gibi farklı şekillerde toplumsal alanda kendilerini görünür kılarlar. Kısacası genel kültür içerisinde kendine özgü farklı bir bütünlüğü yeniden inşa eden bir toplumsal grup ve bir toplumsal ilişkiler sistemi olarak yapılanırlar (Bora, 1988:6). Bir başka ifadeyle alt kültürleri, genel kültür içerisinde oluşan kültür adacıkları olarak da ele almak mümkündür (Güngör, 2016: 314).

Doğal toplumsal düzene karşı gösterilen bir tepki olarak alt kültürleri oluşturan gruplar ortak düşünce, davranış ve alışkanlıklar çerçevesinde bir arada bulunan gruplardır. Alt kültür kavramında bulunan “alt” önekinden de grupta bulunanların kimliklerinin aslında hakim olan kültüre karşı bir şekillenme olduğu açık bir şekilde anlaşılabilir. Tarihsel süreç içerisinde alt kültür çalışmalarında egemen kültüre karşı çıkış farklı bağlamlarda ele alınsa da genel kabul gören bağlam daha çok bireylerin farklı şekillerde kimliklerini yansıttıkları tarzı üzerinden olmuştur.

Sanayileşmenin küreselleşme olgusu ile zorunlu etkileşime girmesinin sonucunda oluştuğu kent kültürü içerisinde alt kültürler görünür olmaya başlamıştır. Çünkü sanayileşme sürecinin ortaya koyduğu iyi yaşam şartlarına ulaşmak isteyen, farklı coğrafyalardan gelen insanların kaçınılmaz olarak bir arada bulunmaları, kent yaşamı içerisinde zamanla kargaşa haline dönüşen birtakım toplumsal huzursuzluklara da yol açmıştır. Bu huzursuzlukların en başında toplumsal, ekonomik, politik ve kültürel farklılıkların neden olduğu sorunlar gelmektedir. Kent yaşamının farklı kimliklerdeki bireyleri yaşamak zorunda bıraktığı tek tip yaşam biçimine zamanla direnç gösterilmiş ve alternatif yaşam şekilleri arayışı içine girenler, direniş ve mücadele temelli altkültürel hareketlerin çıkmasına da zemin hazırlamıştır. Bu nedenle karmaşık bir toplum yapısına bürünen Chicago kenti, dönemin araştırmacıları için alt kültür çalışmalarının ilk örneklerinin 20. yüzyılın başlarında ortaya konulması dönemin koşulları gereği kaçınılmaz bir hal almıştır. Amerika'da alt kültürlere ilişkin yapılan bu çalışmaların öne çıkan özellikleri çeşitli nedenlerle kente kitleler halinde gelenlerin sosyolojik olarak analizini yapmak, daha da önemlisi yeni kentli genç ve dinamik grupların toplumsal alanda bazı sapkın davranışlara yönelmesindeki sebepler araştırma konuları arasında yer almıştır. Genç ve dinamik grupların sosyal denetimlerini kontrol altına almak için entegrasyon süreçlerini daha kolay hale getirecek önerilerin geliştirilmesinde Chicago Okulu kayda değer katkılarda bulunmuşlardır. Ampirik araştırmalara söz konusu olan genç ve dinamik grupların yeniden üretimin içerisine eklemlenerek daha yeni oldukları toplumun kültürüne uyum süreçlerinin kolaylaşması için çalışmalarını sürdürmüşlerdir (Akcan, 2011:16). Ampirik çalışmalar esnasında, toplumsal düzenin sembolik olarak ihlali olarak beliren toplumsal kesimlerin ortaya çıkması, kendilerini farklı şekillerde ifade etme yoluna girmeleri de alt kültür yapılanmalarının çeşitlendiğinin sinyallerini vermiştir. McRobbie (1999) genellikle genç nüfusun aktif olduğu altkültür yapılanmalarında genel kültüre karşı marjinal kültürel oluşumların kontrol altında tutulması için bu tür ampirik çalışmaların yapıldığını belirtmektedir.

Alt kültür olgusunun bilimsel bir alan olarak tanımlanması ve tarafsız bir bakış açısıyla akademik çalışmalara konu edilmesinin Birmingham Çağdaş Kültürel Çalışmalar Merkezi bünyesindeki araştırmacılar tarafından başlatıldığını bilinmektedir. Bu bağlamda araştırmanın bundan sonraki bölümünde işçi alt kültüründen gençlik alt kültürüne geçişte alt olarak görülen toplumsal sınıfın algılanmasındaki alt kültür

kuramlarında geçirdiği değişimler irdelenecektir. Araştırmaya konu olan kuş serisi otomobil kullanan gençlerin, alt kültür grubu özellikleri taşımasından dolayı alt kültür olarak kabul edilmiş ve bir sapkınlık ya da bir ideolojiye karşı direniş kültürü oluşturmaktan ziyade kendilerine motive kaynağı ve benliklerin bir yansıması olarak benimsedikleri nesneler üzerinden toplumsal yapıda nasıl görüldüklerini anlamak hedeflenmiştir. Türkiye'nin hemen her yerinde otomobilleri ile aralarında kurdukları aşırı duygusal bağlarla görünürlükleri artan bu gençlik grubunun alt kültür örneği olarak belirmesi ilginç bir örnektir. İlk başlarda sadece kullanıcının konforlu bir sürüş gerçekleştirmek için yaptığı değişikliklerin zamanla bir tutkuya dönüşmesi ve aynı zamanda sınırlarını genişleterek kendine özgü bir yaşam tarzını oluşturması kültürel bir hüviyete bürünmesine neden olmuştur.

2.4.2. Birmingham Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi: İşçi Sınıfı Alt Kültüründen Gençlik Alt Kültürüne

Toplum bilimlerinde alt kültür çalışmaları oldukça uzun ve parçalı bir geçmişe sahip olmakla birlikte 1970'lerde Birmingham Okulu bünyesinde başka bir boyut kazanmıştır. Başta İngiltere olmak üzere alt kültür kavramı Kültürel İncelemeler adı altında birçok akademik çalışmalara konu oldu. Stuart Hall'ın Tony Jefferson'un birlikte derlediği "Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain" ve Dick Hebdige tarafından yazılan "Altkültür: Tarzın Anlamı" altkültür çalışmalarının popülerlik kazandığı önemli eserlerdendir. Birmingham Okulunda kültürel incelemeler adı altında yapılan çalışmalarda diğer öncü isimlerden Williams, Thomson ve Richard Hoggart tarafından, 1964 yılında Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi olarak yeniden adlandırılır ve resmi olarak "İngiliz Kültürel Çalışmaları" ekolü olarak kabul edilir. Ekolün önde gelen isimleri işçi sınıfı kültürü üzerinde yaptıkları çalışmalar ile Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi'nin gelişmesine katkıda bulunurlar. Hall'ın önderliğinde okulda altkültürler başlığı altında etnografya araştırma metotlarının belirlendiği Gramsci ideolojisinin etrafında toplandı (Jenks, 2007:149). 1970'lerde ise gençlik altkültürü olarak çalışmalara yeni bir yön verilir ve Gramsci'nin hegomanya kuramı ile işçi sınıfı direniş altkültürleri olarak çalışmalar yer alır. Artık altkültüre ait çalışmalar Chicago Okulu'daki gibi toplumsal patoloji göstergeleri değil, egemen kültüre sembolik meydan okumalar olarak politik bir şekilde okunmaya başlanır. Tabi burada Antony Gramsci'nin fikirlerinin temel olarak alınmasında politik inançlarından dolayı zaten kısa

süren yaşamının neredeyse çeyreğini elinden alan hapishane yaşamının da rolü unutulmamalıdır.

Marksist gelenek içinde görüşlerini ifade eden Gramsci'nin toplumsal ve kültürel oluşumların analizine katkısı hegemonya kavramının, ideolojinin doğası ve işleyişine ait özgün tartışmaları ile anlam bulmaktadır. Hegel'in politik ve sivil toplum olarak ikiye ayırdığı otoriteyi Gramsci, tahakküm ve rıza olarak yeniden işler ve ideoloji kuramını geç dönem modernite bağlamına uyarlar. Hegemonya kavramının kültürel oluşumları üzerindeki etkisi ise din, eğitim, kitle iletişim araçları, hukuk, spor, boş zaman ve eğlenceye kadar üst yapının bütün unsurları kültürün içinde ideolojik hegomanya kurmayı başarırlar (Jenks, 2007:152-153). İktidar ve belirli sınıf sisteminden bağımsız bir yaşama sahip ve bireylere aitmiş gibi duran kültürel değerler, normlar, inançlar ve gelenekler aracılığıyla mevcut düzeni sürekliliğini sağlamaya hizmet ederler. Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi görüşleri etrafında çalışmalarını yürüten Sutuart Hall, T. Jefferson, B. Roberts kültürün, bir halkın yaşam tarzını meydana getirdiği görüşünü benimserler ve toplumsal ilişkilerin somut yapılandırmaları olan anlam haritalarından oluştuğunu savunurlar. Teorisyenler, kültürün toplumun bütün üyeleri tarafından ortak kabul edilse de toplumsal sınıflarca sınırları çizilen farklılaşmalara uygun bir şekilde tabakalaşır. Toplumun genel kültürel dokusu içerisinde alt kültürler de farklılık, zıtlık, direniş ve çeşitli değişikliklerle egemen kültür içerisinde kendilerine görünür bir alan yaratırlar. Alt kültür hâkim kültür içinde daha yerel hale gelmiş küçük toplumsal yapılardır. Yani işçi sınıfı kültürü içerisinde suçlu ve çete alt kültürü olarak ayırt edilebilirler. Bu haliyle ortak çıkarlar etrafında oluşan küçük gruplar toplumun genel kültürüne tabi kılınmış ikincil alt kültürlerdir (Clarke, 1981, akt. Jenks, 2007:157).

Alt kültürü oluşturan grubu hakim kültürden ayırt edici pratikleri muhalefet ya da direniş ihtimalini ortaya çıkarır. Çünkü bu gruplar toplumun genel kültürüne tabi kılınmıştır ve politiktirler. İşçi sınıfı alt kültürünü oluşturan gruplar hem iktidara hem de mevcut düzene meydan okuma konusunda potansiyellerinden çoğu zaman habersizdirler. Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi akademisyenleri kesin sınırlarla çizilmiş genel kültürün dışında kalanların hepsini alt kültür şemsiyesi altına almak yerine kavramı biraz daha daraltarak savaş sonrası işçi sınıfı asi gençliğini çalışmalarına konu edinirler. Sınırlar artık dil ve tarz yoluyla çizilir (Jenks, 2007:159). İşçi sınıfı

gençlik alt kültürlerinin tarzı toplumsal hegemonyaya karşı bir direnişe dönüşür (Bourse ve Yücel, 2020:158).

Birmingham Okulunda Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi'nde gençlik hareketleri konusunda birçok sosyolojik çalışmalar yürütülür. 1970'li yıllarda ekolün önde gelen isimleri alt kültür gruplarını tarz yoluyla toplumun geri kalanından ayırt edebileceklerini düşündükleri için mods[2] ya da punks[3] gibi gençlik kültürel hareketlerinin ortaya çıkışını çalışmalarında konu edinirler. Kültürel incelemeler Merkezi'nin anahtar kavramı sınıf olmuş ve gençlik düzen karşıtı akımlar için bir araç olarak görülürken zamanla tüketim, yaşam tarzı, boş zaman ve eski düzenin çöküşüne işaret eden işçi sınıfının bir direniş yolu olarak okunmaya başlanmış. Ama bu direniş politik olarak pasif bir direnişe doğru sürüklenmektedir.

İngiliz işçi sınıfına odaklanarak alt kültür kavramını anlatmaya çalışan Kültürel İncelemeler Merkezi aile bağları ile birbirlerine bağımlı olan mahallelerde çalışmalarını yürütmüşler ve ilk olarak onlar ve biz ikiliğini kuran anlamlar üzerine odaklanmışlardır. Daha sonra kültür üzerinde yoğunlaşarak ritüeller, gelenekler, pratikler ve onların taşıdığı anlamları tartışmışlar. Son olarak ise kitle kültürü içerisinde gençleri bir tehdit unsusu olarak algılanmasında önemli olan eğlence ve tüketim ile ön plana çıkan çağdaş yaşam üzerine araştırmalar çeşitlenmiştir. Bu ayrıntılar Kültürel İncelemeler Merkezi'nin alt kültür olarak tanımlanan grupları gündelik yaşamdaki görünürlüklerine dikkat çekmek için kullandıkları temel konulardır. Londra'nın işçi sınıfı ailelerinin yoğunlukta olduğu mahallelerde yaptığı antropolojik çalışmalar ilk örneklerden sayılabilir. Gençler üzerinde yaptığı modernleşme ve tüketim kültürü etkilerinin gençlerin işçi aileleri ile olan ilişkilerinde problemlere ve kuşak çatışmalarına neden olduğunu vurgulayarak yaşanan kopuşu alt kültürlere bağlayarak çözüme ulaşmak istemektedir.

Alt kültür analizini Cohen, üç ana yaklaşım üzerine kurar: Birincisi işçi sınıfı ve işçi sınıfına özgü sorunların öne çıktığı tarihsel analizdir. İkincisi yapısal ve sonuncusu da

[2] **Mods**: Londra'da 1950'li yıllarda ortaya çıkan, kısa sürede diğer ülkelerdeki moda ve trendleri etkileyerek yayılan, genellikle İngiliz işçi sınıfı gençlerinden oluşan bir altkültür grubudur. Bu altkültür grubu moda, müzik, farklı saç sitilleri ve kullandıkları scooterlar ile ön plana çıkarlar.

[3] **Punks**: 1970'li yıllarla beraber bir müzik türü olan rock müzik ile ilişkili bir altkültür grubudur. Siyasi ideolojileri genellikle bireysel özgürlük ve düzen karşıtı görüşlerini rock müzik şarkı sözleri ile aktarırlar. Renkli ve yarı kazınmış biçimde saçları, deri ceket, yırtık ve çengelli iğneler ile dekore ettikleri kıyafetleri ile toplumsal alanda dikkatleri çekerler.

görüngüsel analizdir. Alt kültürleri analiz etmek için bu üç temel düzey gereklidir. Cohen'e (2000) göre üç temel düzey olmadan yapılan bir altkültür analizi tamamen gerçek dışı olacaktır. Ayrıca Cohen alt kültürler ve suç arasında bir ayrımın yapılması gerekliliğinden bahseder. Sınıf kültürüne ait olmayan her azınlık grubun altkültürel özellikler sergilemediğini, çünkü alt kültür tahakküm altındaki bir kültürden değil hakim olan bir kültür tarafından üretildiğini savunur (Jenks, 2007:167).

Cohen, alt kültür kimliği bir toplumsal gruptan bir diğer gruba uyum sağlayan sembolik yapılar olarak değerlendirir ve burada altkültürlerin tarz ile açıklanabileceğinin altını çizer. Alt kültürler, kaybolmaya başlayan işçi sınıfı kültüründen sınıfın ön planda olmadığı ve modernleşmenin etkisi ile tüketim kültürüne geçiş sırasında ortaya çıkan sorunlara çözüm aramaktadırlar. Bu nedenle Kültürel İncelemeler Merkezi bünyesinde yapılan çalışmalarda alt kültürlerin politik ve muhalif olmaktan uzak, gerçeklik ifade etmeyen yapılar olduklarının önemi vurgulanır. Cohen, alt kültürlerin ortaya çıkışını Londra özelinde yaptığı çalışmalar ile anlatır. İşçi göçü merkezli yapılan göçlerle birlikte yaşanan hızlı nüfus artışı, Londra'nın sanayi kentlerinde yeni yerleşmelerin ortaya çıkmasına sebep olur. Yoksul mahallelerde kendilerine yeni yerleşim alanı bulan göçmenlerin gelmesi ile işçi ailelerin iş kollarında daralma ve işçi ailelerin birbirlerinden kopmasına neden olur. Daralan iş gücü genç işsizliğini tetikleyerek zorunlu nedenlerde ailelerinden ve komşuluk ilişkilerinde zayıflamasında etkin rol oynar. Bunun üzerine gençlerin iş piyasasından dışlanma ile karşı karşıya kalması sonucunda akran dayanışması ve altkültür özellikleri sergileyen gruplaşmalara yönelirler. Neu'nun belirttiği gibi 1940'lı yıllardan itibaren Avrupa'da yaygınlaşan alt kültürlerin amacının aslında; yaşanan bu olumsuz gelişmelerle kaybolmaya yüz tutan toplumsal dayanışmanın yeniden sağlanması, zayıflayan aile ve komşuluk ilişkilerin yeniden tesis edilmesi gençlerin akran dayanışması ile aşılmaya çalışılmaktadır.

Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi görüşleri çerçevesinde çalışmalarını yürüten bir diğer önemli isim de Dick Hebdige'dir. Kültürel İncelemeler adı altında çeşitli alt kültür gruplarını incelemiştir. Alt kültür grupları hakkında önemli çalışmaların en başında punklar üzerine yaptığı incelemeler dikkatleri toplamıştır. Alt kültür alanında önemli temel kaynaklardan biri olarak değerlendirilmektedir. Hebdige araştırmasında, punkları diğer azınlık gruplar içerisinden tarz ve davranışlarını en iyi şekilde yansıtan bir alt kültür grubu olduğunun altını çizer. Punkların altkültür grubu olduklarını açıklamak için

diğer Çağdaş Kültürel İncelemeler Merkezi kuramcıları gibi Althusser ve Gramsci'nin ideoloji ve hegemonya kavramlarına başvurur.

Toplumsal, siyasal ve ekonomik alanda olduğu gibi kültürel alanda da yaşanan değişimlerin öncüleri gençler görülmüş ve yapılan araştırmalar çoğunlukla gençlik üzerinden yürütülmüştür. Bu nedenle kültürün gençler üzerinden toplumsal yaygınlık kazanması gençliğin adeta bir pazar haline dönüşmesine olanak sağlamıştır. Ebeveyn kültüründen farklılaşarak yeni bir gençlik kültürünün ortaya çıkmasına neden olan etkenler arasında yeme içme alışkanlıkları, kılık kıyafetlerde değişimler, farklı tarzlarda müzik ve dans gibi özellikler sayılabilir. Yaşanan değişimler ile birlikte farklı altkültür özellikleri gösteren gençlik grupları belirmeye başlayarak bu grupların en dikkat çekeni punklar olmuş ve diğer gençlik alt kültür gruplarını etkilemiştir (Lemonnier, 2009: 303-311). Savaş sonrası Avrupa'nın toplumsal yapısında gerçekleşen değişimleri, kültürel ve tarihsel dönemin izlerini en iyi yansıtan gençlik gruplarının alt kültür başlığı altında bir arada toplanmasını en iyi anlatan grup punklar olmuştur. Punk gençliği mevcut sisteme karşıtlığını tarz, müzik, dans gibi çeşitli figürler ve kıyafetlerinde kullandıkları farklı aksesuarlarla yeni anlamlar kazandırarak baskın toplumsal kültüre karşıtlıklarını yansıtmışlardır (Pektaş, 2006: 164). İngiltere'de özellikle savaş sonrası dönemde gençlik altkültürlerinin bu kadar geniş bir kitleye sahip olmasını Hebdige (2004:77), İngiltere'nin gelişmiş sanayi bölgelerine yaşanan yüksek katılımlı siyahi göçmenlerin olması ile açıklamıştır.

Görüldüğü gibi tarihsel süreçteki alt kültür kavramı hakkında yapılan çalışmalarda kimi zaman kaybedeni kahramanlaştırmak, mülksüzü radikalleştirmek, bireylerin kendilerini ifade etmek için bir araç olarak kullanıldığı gibi kimi zaman da aykırı olanı, toplumun hâkim görüşüne uygun olmayanı marjinalleştirmek ve kontrol altına almak için kullanılmıştır. Böylece alt kültür kavramı kuramcıların kullanım amaçlarına göre çalışmalara konu olmuştur.

2.4.3. Kimliğin Yansıması ve Yaşam Tarzı Olarak Gençlik Alt Kültürü

Alt kültür gruplarına dair yapılan çalışmalar Kültürel İncelemeler Merkezi öncülüğünde bir bilim olarak ele alınmasına karşı özellikle İngiltere'de son yıllarda ekolün alt kültür yaklaşımlarından ayırma çabası içerisinde bulunan bir sosyoloji geleneği belirmiştir. Post-alt kültürel teori ya da altkültür sonrası olarak kavramlaşan bu yeni yaklaşım,

Chicago Okulu ve Kültürel İncelemeler Merkezi'nin alt kültür gruplarına dair göz ardı edilen özellikleri irdeleyerek kuramsal yaklaşımlarını oluşturmakla işe başlamışlardır. Post-altkültür terimi tarihte ilk kez Steve Redhead tarafından, 1980'li yıllarda ortaya çıkan dans müziği kültürünün önceki gençlik alt kültürlerinden ayrıldığı noktaları tanımlarken başvurduğu bir kavram olarak ortaya konulmuştur. Post-altkültür kavramı, David Muggleton tarafından "Inside Subculture: Postmodern Meaning of Style" adlı çalışmasında daha fazla üzerinde durularak gerçek anlamda kavramsal bir yaklaşım haline getirilmiştir. Muggleton da Redhead gibi 1980'li ve 1990'lı yıllar boyunca geçirmiş olduğu bu dönüşüme odaklanmış ve post-altkültürü, alt kültürlerin parçalanarak çoğalmasıyla ilişkilendirmiştir (Bennett, 2011, akt. Kabaş, 2012:51).

Post-altkültürel teorinin gelişiminin arka planını daha iyi anlamak için Max Weber, Jean Baudrillard ve Michel Maffesoli gibi toplum kuramcıların çalışmalarını eleştirel bir biçimde ele almak gerekmektedir. Postmodernistler, Kültürel İncelemeler Merkezi'nin alt kültüre dair yaklaşımlarının karşına bu düşünürlerin teorilerini temel alarak kendi kuramlarını oluştururlar. Buradan yola çıkarak *yeni kabile* ve *yaşam tarzı* gibi yeni terimler üretirler ve toplumsal yapıya odaklanan toplumsala dair bireysel bir kavrayışa neden olurlar (Blackman, 2005:1).

Post-altkültürel yaklaşımların gençlik üzerine çalışmaları genellikle eleştirel persfektiften olmakla birlikte kültür endüstrisinin gençlerin kimlikleri ve yaşam tarzlarının nasıl şekillendiğini anlamada anahtar bir rol üstlenmektedir (Bennet, 2011, akt. Kabaş, 2012:47). Post-altkültür kuramcıları Kültürel İncelemeler Merkezi'ni alt kültürlerin sadece farklılıklarına odaklandığını bu nedenle de gündelik yaşamın sıradan görünümlerini göz ardı ettikleri için eleştiriler. Post-altkültür yaklaşımına göre, önceki yaklaşımlar alt kültür gruplarının sembol, tarz, işaretler gibi diğer insanlardan farklılıklarını vurgulamanın aslında günlük hayatın olağan akışını görmezden gelinmesine neden olmaktadır. Alt kültürün kitle kültürüne yönelik direniş olarak ortaya çıktığı görüşünü savunan diğer yaklaşımlara karşı çıkan post-altkültür teorisyenleri kitle kültürü ile alt kültürün iç içe geçtiklerini ve birbirlerini etkilediklerini savunur (Gelder, 2007:101).

Post-alkültür teorileri, Kültürel İncelemeler Merkezi'nin vurguladığı gibi alt kültür kimliklerin işçi sınıfında değil orta sınıf içerisinde belirgin olarak ortaya çıktıkları

üzerinde yoğunlaşır. Örneğin modlar ve rockers[4] gibi alt kültür grupları arasında sınıfsal olarak herhangi bir fark bulunmamaktadır (Laughey, 2010:124). Ayrıca Kültürel İncelemeler Merkezi tüketim toplumunun kişide yalnız sınıf bilinci değil daha da ileriye giderek bilinç yitimine neden olacağını düşünerek olumsuz yaklaşır. Post-altkültür yaklaşımı ise kişinin tüketim toplumuna dahil oluşunu önemli bir olgu olarak ele almaktadır. Post-altkültür yaklaşımının diğer alt kültür yaklaşımlarına eleştiri getirdiği bir başka nokta ise gençlerin alt kültürlerle olan etkileşiminde eğlence boyutu ve tüketim çerçevesinde oluşan yeni kimlikleri hesaba katmadığı yönündeki fikirleridir. Bennett ve Kahn (2004:8) savaş sonrası gençliğine geleneklerine ve alışkanlıklarına bağlı bir yaşam dayatmaktansa tüketim kültürü etrafında toplanan kimliklerin sunulduğuna işaret eder. Tüketim kültürünü yaymak amacıyla alt kültür gruplarına bu noktada daha çok iş düşmektedir. Artık hakim kültüre direniş olarak alt kültürlerden bahsetmek yerine tüketim kültürü temelli alt kültürler ortaya çıkmıştır. Post-alkültürel teoriler alt kültür gruplarını ne kitle kültürünün karşısına ne de ondan ayrı tutulabileceği konusunda yaklaşımlarını geliştirmişlerdir.

Bu çalışmada ele alınan kuş serisi otomobil tutkunu gençlerin ne bir sapkınlık göstergesi olarak ne de bir hakim kültüre bir direniş olarak nesnelere olan bağlılıkları söz konusudur. Post-altkültürel yaklaşımların üzerinde durduğu gibi gençlerin nesneler aracılığıyla birbirleri ile etkileşiminde eğlence ve tüketim kültürü çerçevesinde oluşturdukları yeni kimliklikleri toplumsal yapının neresinde konumlanacağını keşfetmek bu araştırmanın temel hedefleri arasındadır. Bir nesneden daha fazlasına dönüşen ve sahip olunan bir şeyden çok otomobiller sahibinin genişletilmiş bir bedensel parçası haline geliyor. Genç erkeklerin araba merakının çocukluktan başladığı düşünüldüğünde oyuncak arabalar bu merakın en önemli, göstergelerindendir. Otomobil gibi bir nesneyi kendilerini ifade etme aracı olarak gören yetişkin gençlerin kimlikleri üzerinde bu otomobillerin, nasıl bir etkiye sahip olduğu bundan sonraki bölümde değinilecektir.

[4] 1950'li yıllarda İngiliz toplumunda zenginlik göstergelerinden biri olan motorsiklet bir statü göstergesi iken otomobillerin artmasıyla artık motorsikletler yoksulların tercih ettiği bir ulaşım aracına dönüşmüştür. 1960'lardan sonra motorsikletler, işçi sınıfı rock müziği dinleyen gençlerin sıklıkla tercih ettikleri bir nesne olmuştur. Gençlerin motorları ile katıldıkları hız yarışları, gruplar halinde dolaşmaları, bir arada bulunmak için tercih ettikleri kenar mahalleler gibi özellikleri ile İngiliz motorcu altkültürü olarak tanındılar.

2.5.Kimliğin İnşaasında Nesnelerin Rolü

Herhangi bir toplumsal kesimden bahsediliyorsa kimliklerden de bahsediliyor demektir. Çünkü bireyler ait oldukları kimliksel özellikleri ile toplumsal alanda konumlandırılırlar. Deleuze ve Guattari'nin de (2004:363) dediği gibi bireyler arzularının yönlendirmesi ile bulundukları konumları sürekli değiştirebilme yetkisine sahip birey göçebe özneye dönüşmektedir.

Günümüzde nesnelerin bir iletişim aracı haline dönüşmesi toplumsal kimliklerin oluşumu ve temsiliyetinin de önemini arttırmıştır. Modern kapitalist toplumda artık nesneler kimliğin inşaasında önemli bir konuma sahiptir. Foster'in (2009:30) belirttiği gibi artık "nesnelere küçük özneler rolü" verilmektedir. Kimliğin çok boyutlu bir kavram olması nedeniyle her bir boyutu farklı sosyal bilim dalları tarafından tanımlanır. Örneğin psikoloji kimliği benliğin sunumu için bir araç olduğunu belirtirken felsefe, kimliği öznenin varoluşunda ontolojik, epistemolojik, etik ve estetik gibi belirlenimler sonucunda oluşmuş gerçeklikler olarak kabul eder. Sosyolojide ise kimlik, cinsiyet ve toplumsal sınıf ayrımlarında bir kavram olarak kullanır ve bireyin sosyal durumlarını ifade etme aracı olarak görür.

Kimlik kavramı uzun bir geçmişe sahip olmasına rağmen 20. yüzyılda modernitenin bir sonucu olarak fazlaca kullanılmaya ve tartışılmaya başlanmıştır. Modern toplumlarda sosyal yaşamın önemli bir sorunu haline gelen kimlik kavramı özellikle batı kültüründe bireyleri biricikleştirmek ve farklılaştırmak zorunda bırakmaktadır. Simmel modern kent yaşamı içerisinde bireyin etrafını sararak aynılaştırmaya çalışan uygulamalara karşı, bireylerin farklı şekillerde davranarak bireylerin toplumun geri kalanının ilgisini çekmeye çalıştıkları vurgular (Simmel, 2003:99-101). Kimlik bireylerin içsel ve dışsal süreçleri ile beraber biçim almaktadır. Dışsal süreçler sosyal bağlam içerisinde bireylerin içinde bulundukları ortam, ait olduğu grup ve bu toplulukların din, dil, cinsiyet, yaş gibi özellikler ile şekillenmektedir.

Küreselleşme ile beraber üretim biçimlerinin dönüşmesi, sosyal farklılıklar arasındaki keskin sınırların belirsizleşmesinin etkisiyle, önceden belirlenmiş rollerin içerisinde tanımlanan kimlik, artık bireyler tarafından inşa edilen bir olgu haline gelmiştir (Chaney, 1996: Giddens, 1992: Harris, 1996). Kimlik toplum tarafınca belirlenen durağan bir olgunun aksine küresel dünyada sürekli hızla değişen ve ilerleyen bir

konuma sahiptir (Giddens, 1992:54). Kimliğin oluşum sürecinde artık bağımsız bir yapının içinde bulunan birey dünyaya geldiği sosyal grup ve ait olduğu sınıfların özelliklerine göre kimliğini şekillendirerek kendi belirlediği sosyal grupların özelliklerinin benimseyebilmektedir.

Günlük hayatta benliğin sunumu sırasında bireyin kendisi hakkındaki bilgileri diğer bireylere çeşitli işaret ve sembollerle iletmektedir (Goffman, 2009:15). Bireyler bu işaretleri kontrol altında tutma gücünü elinde bulundurup kimliklerini çeşitli meta ve imgelerin etkisi ile başka bir sınırlama içerisine girmektedir (Chaney, 1996; Gottdeiner, 2000:23). Kimliklerini yansıttıkları meta ve çeşitli semboller sosyal hayatın önemli bir unsuru haline gelir.

Aydınlanma felsefesi ile zemini atılan modernleşme projeleri akılcılık, evrensellik, bütünsellik, çeşitlilik yerine homojenlik, merkezcilik kavramları ön plana çıkmıştır. Evrensel değerleri dışarıda bırakan farklılıkların ortadan kaldırılması toplulukların birbirlerine benzeyen bireylerden oluşmasına neden olmuştur. Küreselleşen dünya ile birlikte aynılaşmayı hedefleyen modernleşme projelerinin yaratmak istediği homojen kimlikler çözülmeye başlamıştır. Yeni, farklı bir kimlik oluşturma eylemi içerisine giren bireyler de alt kültür ve hayat tarzları gibi mikro yapılanmalar çerçevesinde yepyeni bir kimlik oluşturma sürecine girmiştir. Mikro yapılanmalar içerisinde hayat tarzlarının maddi nesneler ile olan bağı günümüzde oldukça önemli bir konuma gelmiş ve kimlikler nesneler ile şekillenmeye başlamıştır (Miller, 1987:24). Kimliğin yeniden inşaasında bireylerin seçtikleri hayat tarzı içerisinde farklılıklarını yansıtacak nesneler seçerler ve bu nesneler üzerinden kimliklerini oluştururmaktadır.

Chaney (1996:4) bireyin seçtiği yaşam tarzını, modern dönemde benliğin sunumunda diğerlerinden farklılıklarını yaratma olarak ele alır. Nesneler üzerinden yaşam tarzlarını yansıtmaları ortak bir grup olarak hareket etmelerine olanak sağlar. Bireyin tarzını yansıtmak için seçtiği nesne, toplumun ortak kabul gören ortamından farkını ortaya koyarken başka bir ortamda birleşme özelliği sağlar. Kendilerini ifade etme yolunu bu nesneler üzerinden yansıtan bireyler artık kimliklerini de bu nesnelere yükledikleri semboller ile anlamlandırırlar. Bourdieu (2015:156) ise kimliğin inşasında tüketim aracılığıyla bireylerin ulaştıkları nesneler sistemi içinde kendi hayat tarzlarına uygun meta seçiminin önemli olduğunu söyler. Ona göre bireyler statülerine uygun tüketim

kalıplarını takip ederek kimliklerini oluşturduklarını vurgular. Campbell (1987:69) tüketim nesnelerinin kimliğin inşasında Bourdieu'ya benzer görüşleri benimserken temel ihtiyaç ve tatmine dayanan daha basit hedonizme dayandığını ama artık günümüzde daha karmaşık bir hal aldığının altını çizer. Nesnelere olan tatmin temel fiziksel ihtiyaçlardan duygusal ihtiyaçlara kaymıştır. Günümüz modern yaşamında nesne odaklı hayatta tasarım daha ön planda tutulmuş ve duygusal dünyaların ihtiyaçlarına cevap veren araçlar konumuna evrilmiştir. Duygusal dünyanın yönetilmesinde meta vazgeçilmez bir öneme ulaşmış ve nesneye sahip olmanın dışında yansıttıkları estetik değerler daha çok arzu edilebilir olmuştur.

Bireyler sosyal hayatta kimliklerini çeşitli işaretler ve nesneler ile temsil edebilir. Endüstrileşmenin modern topluluklar üzerindeki etkisi ile televizyon, bilgisayar, telefon gibi iletişim araçlarının yanı sıra otomobillerde insanların yaşamında önemli bir nesne konumuna gelmiştir. Çağımızın etkin ideolojisi olan küreselleşme ile modernite Simmel'in (2004) belirttiği gibi zamanın algılanışını da farklı bir hale getirmiştir. Zaman mekan uzamında otomobillerde ortaya çıkan farlılıkları daha da güçlendirmiştir. Gerçeklik algısında yeni bir anlam yaratan otomobiller ile bireyler başka bir gerçek dünyanın kapılarını da aralamıştır. Urry'e (1999:7) göre kısa süre içerisinde bir yerden bir yere gitmeyi kolay hale getiren otomobiller ile birey, kontrolünü elinde tuttuğu bir dünyayı yönetmesine olanak sağlarken diğer yandan aynı anda zaman ve mekan üzerinde egemenlik kurmak bireyleri farklı bir hazza da sürüklemiştir. Bireylerin davranışlarına yön veren iki ilkeyi haz ve acı olarak belirten Bentham (1988) kuramında, bütün değerleri fayda üzerinden kurarak faydanın bulunmadığı yerlerde değerlerden de bahsedilmeyeceğini vurgular. Otomobil kullanma alışkanlığı edinmeyen bireylerin bile herhangi bir araca sahip olma düşüncesi haz yaratırken, bazı insanlar için herhangi bir araca sahip olmak değil kısa süreli hız sürüşleri yaşam tarzlarında anlam yaratmaktadır. Örneğin joyriding yani zevk sürüşü anlamına gelen kavram kısa süreli hız sürüşleri ile farklı hazlar yaşayan bireyler için önemli olduğunu göstermektedir. Joyriding daha çok genç erkekler tarafından tercih edilir ve tek amaçları otomobil kullanma hazzını yaşamaktır. Bu türden otomobil kullanma hazzını yaşamak isteyen bireyler daha da ileri gider ve çaldıkları araçlar ile sürüş keyfini hissettikten sonra herhangi bir yere terkedip giderler (Ülkebaş, 2012:17). Hareket etmenin kimileri için

mutluluk, heyecan gibi duyguların en yüksek seviyede yaşanması, gündelik kültürel pratiklerin teknoloji ile birleşmesinden ortaya çıkabilmektedir.

Otomobili insan yaşamını kolaylaştıran bir araç olarak görmekten ziyade kullanmanın verdiği haz ile bireyler ve otomobiller arasında duygusal bir bağ oluşmaktadır. Otomobiller ile aralarında kurdukları etkileşim ile bireyler dünyayı algılayış biçimlerinde de bir takım değişiklikler yaratmasına neden olmuştur (Sheller, 2004:228). Aynı anda hem fiziksel hem de duygusal dünyalarında yaşadıkları değişmelere ilaveten otomobiller bireylerde psikolojik ve sosyal dünyalarında özgürlük, güç, özerklik gibi isteklerini karşılayacak farklı hazlar sunmuştur. Abraham Maslow'un geliştirmiş olduğu İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramına göre Bireylerin fizyolojik, psikolojik, ve sosyal gereksinimlerinin karşılanması belirli bir hiyerarşi içerinde gerçekleşmektedir. Bu hiyerarşinin en başında bireyin hayatta kalmasını sağlayacak fizyolojik ihtiyaçlar bulunur. Daha sonra güvenlik, bir yere ait olma, sevgi ve saygı ihtiyaçları, en üstte ise bireyin kendini gerçekleştirme gereksinimi yer almaktadır. Maslow'a göre bireyin ihtiyaçlar hiyerarşisi içerisinde yer alan gereksinimlerden herhangi birinin karşılanmaması durumunda bir üstte bulunan gereksinimlerinde karşılanması mümkün olmamaktadır.

Bireylerin bir otomobile sahip olma ya da kullanıcısı olarak deneyimlediği duygusal hazda, Maslow'un bahsettiği İhtiyaçlar Hiyerarşi Kuramında yer alan psikolojik ihtiyaçların izinde hareket ederler. Bu nedenle nesneler, bireylerin fizyolojik ihtiyaçlarının karşılanmasına olanak sağlarken, aynı zamanda sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını da karşılanması beklenmektedir. Medya da otomobillerle özdeşleşen güç ve hız imgelerine çok fazla yer verilerek insanlara mesajların ulaşılmasının sağlanması, özellikle gençlerin psikolojik ve sosyal ihtiyaçlarının nesneler ile sıklıkla bağ kurulmasında önemli rol oynamaktadır. Bireylerin otomobil gibi bir nesne ile edilgen bir yolculuğun yerine bireysel ve daha etkin bir yolculuk yapma imkanı vermektedir (Ruppert, 1996:171;Sachs, 1992:92-101). Böylece otomobil kullanıcılarının daha etkin bir yolculuk fırsatına erişmesi farklı türden güce de sahip olmasına neden olmaktadır (Shove, 1998:1). Trafikte hız yapmak, motordan farklı sesler çıkmasını sağlamak, yolculuk esnasında bir başka aracın önüne geçmeye çalışmak ile birey duygusal anlamda doyma ihtiyacını karşılamaya çalışmaktadır. Diğer insanların dikkatlerini çeşitli yollarla çekmeye çalışmaları, gençlerin gücü elinde bulundurmaları, nesne ile

aralarında kurdukları bağları daha çekici hale getirmiştir. Böylece bireylerin hayatlarında önemli bir konuma gelen otomobil konfor, güvenlik, hatta mahremiyet gibi psikolojik gereksinimlerin karşılanmasında önemli olurken, otomobili ile arasında kurduğu bağ sonucu tıpkı özel alanı olan evinin bir uzantısı olma konumuna yerleştirmiştir.

Otomobiller ile kendilerine ait özel alanlarını dışarıya taşıyan genç bireyler aynı zamanda yeni deneyimlere alan açmış ve sosyal yaşamlarında önemli bir konuma gelmesine izin vermişlerdir. Pinkrey (1991:55) ve McMurdo (2000:185) özel alanda aşina olunan konforlu ortamı teknolojik gelişmelerin sunduğu yeni eğlenceli imkanlar vasıtasıyla bireyler otomobile uygulayarak taşınır hale getirmiştir. Çoğu zaman otomobillere isim ve kimlik verilerek ailenin bir üyesi olarak görülmüştür (Shove, 1998:3). Hatta otomobiller bireylerin tek başına kalabildikleri, kendilerini özgür hissettikleri bir alan olarak görülmüş ve kendi özel alanlarını yaratarak dışarıda kendilerine ait bir odaya dönüştürmüşlerdir.

Toplumları ve insanları etkileyen endüstriyel ürünler arasından en önemlisi belki de otomobillerdir. Otomobiller birey ve toplum arasındaki ilişkilerin yeniden tanımlanmasına olanak sağlayarak mekânları da kendi gereksinimlerine göre dönüştürmüştür. Otomobiller ile bireylerin arasındaki ilişkide mekanlar, sosyal bir ilişkiler ağına sahne olmuş ve kullanıcıların aynı anda birden fazla kişinin iletişime geçtiği bir alan yaratmıştır (Tekeli, 2000:104; Ertem, 2000:170). Böylece otomobiller özel hayatın bir parçası konumunda iken bireylere kamusal alana çıkma fırsatı sunmuştur (Freund ve Martin, 1996:147).

Bu araştırmaya konu olan Tofaş marka kuş serisi otomobil kullanıcı genç bireylerin, kendilerine yukarıda bahsettiğim şekilde farklı bir özel alan yaratmaları Türkiye'de fazlaca görülmektedir. Kimliklerini tamamladıklarını düşündükleri otomobiller ile diğer bireylerden farklarını yansıtmakta ve hatta ait olduğu grubun simgesel özelliklerini ifade etmektedirler. Bireyler otomobil üzerinden kimliklerini oluşturup idealize ettiği kimliğe ulaşmaya çalışmaktadır. Dant (2004:61) otomobilin endüstriyel kapitalizmde üretimin gelişmesine katkı sağladığını, geç kapitalizmde ise tüketicilere motive kaynağı olan arzu nesnesi haline dönüştüğünü söylemektedir. Böylece hem kimliklerin inşaasında hem de diğer bireylerden farkını yaratmak için nesneler bir araç rolü üstlenmektedir. Sosyal

hayatta bünyesinde pek çok anlamı bir arada bulunduran ve bunu yansıtmak için bir araç haline dönüşen otomobiller, simgesel olarak gençlerin bir uzantısı konumuna yerleşmiştir. Ayrıca diğer bireylerden farklarını ortaya koymada etkili olan otomobil tutkuları kültürel açıdan da önem kazanmıştır.

Bu araştırmada alt kültür grubu olarak kabul ettiğimiz kuş serisi araç sahibi gençler, geliştirdikleri kültürel tarzlar ve tüketim pratikleri ile sahibi oldukları araçlar üzerinden sembolik bir tüketim çarkına dahil olmuşlardır. Dolayısıyla da çalışmanın bir sonraki bölümünde tüketim olgusuna değinilmiştir.

2.6. Tüketim Toplumunun Tarihsel Serüveni

Çalışmanın bu bölümünde tüketimin tarihsel arka planına değinilmiş ve ilk dönem sosyologlarının geliştirdikleri teorilerden yola çıkarak nasıl bir kültüre dönüştüğü kavranmaya çalışılmıştır. Bunun için ilk olarak üretim süreçlerinin tarihsel gelişimine değinen Marx ve Weber'in düşüncelerinden yola çıkılarak tüketimin gizli kalan sembolik ve kültürel görüngüleri analiz edilmeye çalışılmıştır. Daha sonra ise nesnelerin insan-nesne arasında kurulan ilişkilerde yeni anlamlar yaratmaya başlamasını Simmel, Bourdieu ve Veblen gibi sosyologların nasıl analiz ettiğine dair bilgilere bu bölümde yer verilmiştir.

Tüketimin ne olduğunu, nasıl ortaya çıktığını, sosyolojik bir perspektiften anlamak için tarihsel serüvenine bakmamız gerekir. Bunun için ilk olarak erken dönem yaklaşımların biri olan Marxizimle başlamak en doğrusu olacaktır. Tüketim toplumunu en temel, en erken düşüncesi belki de Marx'ın düşünceleri ile fark edilebilir hale gelmiştir. Marx daha çok üretim üzerinden düşüncelerini tarihsel olarak anlatırken tüketim olgusu üretim süreçlerinin geniş çaplı analizinin içerisinde saklı kalmıştır (Zorlu, 2016:63). Marx çalışmalarında tüketimin, üretimden her ne kadar ayrılamayacağını ifade etse de tüketimin sadece üretim ile olan ilişkisine değinmiş, üretimin yarattığı sınıfsal çatışmaya odaklanarak toplumsal ve kültürel boyutunu görmezden gelmiştir. Marx'ın meta kavramı tüketim kuramcıları için temel kavram olmuş ve üretim süreçlerinin nasıl uygulandığı, insan gereksinimlerinin nasıl ortaya çıktığı ve nasıl doyurulduğunu anlamak Marx'ın üretim süreçlerine dair yaptığı tarihsel analizler ile mümkün olmuştur.

Marx'ın üretim süreçleri ile ilişkili olan meta anlayışı kişisel tüketime yönelik üretilmeyen malların yalnızca pazarda satışa sunulmak amacıyla kurgulandığı

görülmektedir. Böylece mal kullanım değerinin dışında değişim değeri üzerinden bir anlam taşır. Marx kapitalist süreç içerisinde işçilerin üretim araçları ile ilgili olan ilişkilerini, bireylerin yaşamlarındaki en belirgin unsurlardan biri olduğunu aslında yaptığı analizlerde bizlere açıkça göstermektedir.

Zamanla toplumsal yaşam içerisinde üretim ve tüketim süreçleri her yönden etkin unsurlar olarak karşımıza çıkar. Bunun yanı sıra bireyleri gitgide daha da yabancılaştıran kapitalist dünyada mal ve hizmetlerin yanında bireyleri ve ilişkileri birer maddi değere indirger. 21. yüzyılda zirveye ulaşan tüketim toplumun temelleri Marx'ın analizleri ile aslında ortaya çıkar. Belirli bir tarihsellik içerisinde olsa da Marx bize kapitalizmin gelişimi aşamasında tüketimin rolünün fark edilmesine büyük katkıda bulunmuştur. Ayrıca Marx tüketim kavramına üretim kavramı kadar vurgu yapmasa da tüketim toplumunun tarihsel sürecini anlama adına önemli adımlardan biri olmaktadır.

Weber'de Marx gibi yaşadıkları çağda tüketimin ya da üretimin toplumlar üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik kuramlar geliştirmişler. Tam olarak bir tüketim toplumu tanımlamak adına herhangi bir sözlük tanımı yapmamış olmamalarına rağmen sonraki yüzyıllar için geçerli olacak tüketim kavramının temellerini oluşturacak, nasıl ve ne şekilde gerçekleştiğini, birey ve toplum arasındaki ilişkilerin tüketim ile arasındaki bağı anlamada ürettikleri kavramlar önemli bir kılavuz olmuştur.

Kapitalizmin de başlangıcını oluşturduğu düşünülen Kalvinizm inancına göre çalışmanın erdem sayıldığı, boşa zaman harcamanın günah olduğu, lüks ve zevke dayalı tüketimin yasaklanarak çok çalışıp az tüketmenin daha makul olduğu bu dini akımın doğuracağı toplumsal sonuçları bizlere Weber göstermeye çalışsa da tüketim ile ilintili sonuçlarını tam olarak irdelememiştir (Zorlu, 2016:70). Hem Marx hem de Weber tüketimde yaşanan büyük devrimin ve bununla ilişkili olarak üretimdeki artışın uzun vadede oluşacak olan değişimini ön görememiştir. Weber, tüketimi bir sorunsal olarak ele almamış ama bireylerin daha çok para kazanmak için hayattan keyif alma arzusunun bastırılışına dair kuramsal yaklaşımını geliştirmiştir. Aslında bu durum tüketime dair bireylerin yaşamdan keyif alma ve haz duyma biçimlerine duyulan arzuların habercisi olmuştur. Bireyler katı ve kurallarda dolu bir hayat sürmektense keyif ve zevk aldıkları bir yaşama biçimine doğru eğilim göstermişlerdir. Tüketim olgusu insanların yıllarca

hayalini kurduğu bir yaşam şekline dönüşmüş ve giderek tüketim sembolik bir role bürünmeye başlamıştır.

Campbell tüketimin toplumsal önemini vurgulamak için Weber'in kavramları çerçevesinde değerlendirdiği The Romantic Ethic and The Spirit of Modern Consumerism adlı kitabında tüketimin sembolik rolünün 20. yüzyılın insanları üzerindeki tüketim biçimleri üzerinde oynadığı rolün altını çizer. Ona göre modern tüketim kültürü denen ruhun asla materyalist olmadığı, çağdaş tüketicilerin durmaksızın sürekli nesneler edinmesine yönelik sonsuz isteklerinin aslında bireylerin imgelerinde yarattıkları haz verici oyunları gerçek yaşamda deneyimlenme arzusundan kaynaklanmaktadır. Her yeni ürün bu çağdaş tüketiciye bu tutkuyu gerçekleştirme imkanı sunacaktır (Campbell, 2005:89-90). Campbell burada tüketimin sembolik rolüne doğru evrildiği değişim sürecini tanımlamaktadır.

Alman kültür sosyolojisi geleneğinin önemli temsilcilerinden biri olan Simmel, çalışmalarında her ne kadar kent ile mekan arasındaki ilişkiler üzerinde durmuş olsa da kent yaşamının insan psikolojisi üzerindeki etkilerine de değinmeden geçmemiştir. Simmel çatışma teorisine büyük katkısı olduğu bilinse de küçük gruplar üzerine yaptığı araştırmalar sembolik etkileşimcilik gibi önemli teorilerin gelişmesinde önemli rol oynayan mikro sosyolog olarak da tanınmaktadır.

Endüstriyel kapitalizmin hızla artması insan yaşamını gitgide nesneleştirmiş ve metalaştırmıştır. Bunun sonucunda ise öznel ve nesnel dünya arasındaki ilişkilerde bozularak sorunlu bir hal almıştır. Bu durumu Simmel toplumsal ve psikolojik bir mücadele alanı olarak irdeler. Tüketim olgusu da bu mücadelenin ortaya çıkardığı temel alanlardan birisidir. Simmel, genel olarak tüketim üzerine yaptığı çalışmaları üç boyut üzerinden ele alır. Bunlar kent yaşamının incelenmesi, para felsefesi ve moda olarak açıklanabilir (Swıngewood, 1998:158-163). Özne nesne arasındaki ilişkiyi analiz ederken Simmel bu üç boyutu kullanır. Simmel aslında ortaya koyduğu bu kavramlar ile 20. yüzyılın modern tüketim kültürünün gündelik hayat üzerindeki şekillendirici rolüne değinmiş olur. Simmel, tüketim üzerine düşünceleri belirten ilk dönem teorisyenlerinden biri olsa da bu yönüyle modernitenin ilk sosyologlarından biri olarak da kabul edilmektedir.

Metropol yaşamının hızla yükselişe geçmesi bireyleri psikolojik olarak etkileyecek, karmaşa yaratacak ve bireysel farklılaşma arayışlarına yönlendirecektir. Yaşamları süresince sürekli haz peşinde koşmak bireylere bir süre sonra bıkkınlık getirecek ve kent yaşamından zevk almamaya başlayacaktır. Bireyler artık psikolojik bir mücadele içerisinde kendilerini bulacaktır (Frisby ve Featherstone, 1997:174-175). Kent yaşamı bireylere risklerle dolu bir alan sunarken diğer yandan özneyi pasif konuma getirerek kişiliği yok eden ve anlam kayıplarına sebep olan yerlerden olmaktadır. Birey bu durumla başa çıkabilmek için kişiliğini kamusal alanda sunmaya, yeniden yaratmaya koyulacak ve böylece kalabalığın ezici baskından kurtulacak. Aslında birey kalabalığın içinde kendi egemenliğini kuracak bir kültür geliştirecektir. Bunu yaparken birey belirli pratiklere başvuracaktır. Bu pratiklerin başında ise tüketim gelmektedir. Bu araştırmada kent kalabalığının bireyler üzerinde bıraktığı o ağır ezici yükten kurtulmak için tüketim içerisinde önemli bir nesne olan otomobiller ele alınmaktadır. İşte bu bağlamda gençler otomobilleri, kişiliklerini kamusal alanda yeniden yaratarak kendisini anlamsız hissettiği o dünyadan çıkış yolu olarak görecektir.

Simmel parayı modern hayatın merkezi konumunda yer alan bir nesne olarak ele alır. Para hem finansal açıdan hem de kişisellikten uzak etkileşimler içerisine giren insanları tasvir için kullanır. Para bir meta olarak özne ile nesneyi birbirinden ayıran ve tam da bu noktada özgürleştiren bir unsur olarak eserlerinde yer verir (Frisby ve Featherstone, 1997:244). Modern yaşamın vazgeçilmez bir unsuru olan paranın tüketim boyutuyla ilişkilendirdiğimizde nesnelerin göz kamaştırıcı bir çeşitliliğinin temelini oluşturduğu görülmektedir.

Simmel modadaki çelişkileri farklı yollarla tasvir etme yoluna gider. Toplumsal bir ilişki biçimi olarak moda hem bireysellik duygusu hem de moda dediğimiz ortak payda altında toplanan grup üyelerinin birbirleriyle ilgili olan etkileşimlerinin incelerken Simmel sınıfsal bir gösterge olarak ele alır. Moda aslında modern yaşam içerisinde bulunan gerilimlere gösterilen karşıt bir tepki olarak ele alınır. Simmel'e (1904:130-155) göre moda, hayatın akışının yoğunlaşması ve hızla ticarileşen toplumsal alanda birey için modern yaşamın karmaşıklığı içerisinde kendisini iyileştirme çabalarından biridir. Aynı zamanda moda bireyin yaşamla baş etme stratejilerinden de biridir. Simmel'in bu ayrışma stratejilerinin temelinde taklit ve ayrışma süreçleri yer alır.

Bourdieu'nun bireylerin toplumsal düzen içerisindeki konumlarını tasvir etmek için kullandığı ayrım kavramı daha ayrıntılı olarak aşağıdaki paragraflarda değinilenecektir.

Yeni özgün bir şeyin ortaya atılması bireyler tarafından onun modaya uygun olduğu düşüncesini yaratır. Çok sayıda fazla kişi tarafından rağbet görmesi durumunda özel olmaktan çıkar ve cazibesini yitirir. Moda ilk olarak üst sınıflara mensup bireyler tarafından benimsenir alt sınıftaki bireyler tarafından ise taklit etmeye çalışılır. Bu noktada moda toplumsal uyumu sağlama adına hem uygunluk hem de bireysel olarak ayrışma ve farklılaşma biçimi olarak işlev görür (Simmel, 1904:130-155). Bu açıdan baktığımızda toplumların tarihi de toplumsal bir gruba ait olma duygusuyla bireyselleşme ve gruptan farklılaşma gereksinimleri arasındaki gerilimler üzerine kurulmuştur. Tüketim ise tüketici ve modernizmin belirleyici özelliklerinin görüldüğü gündelik gerilimler arasında bir tampon işlevi görür. Simmel, bireyler ve onların yarattıkları genel toplumsal ve kültürel yapılar arasındaki çatışma ve çelişkilerle ilgilenir.

Simmel moda üzerine olan düşüncelerini açıklarken üst sınıftan alt sınıfa doğru bir hareketin olduğundan bahseder. Bu konuda Simmel'e yapılan eleştirilerden biri de alt sınıftaki gruplarında üst sınıfta bulunanları etkileyebileceği ve hareketliliğin sadece üstten alta değil alttan üstte doğru bir hareketliliğin pekala mümkün olabileceğidir.

Alt sınıf grupları egemen motifleri sorgulamaksızın izlemekten ziyade geliştirdikleri alt kültürel tarzlar ve tüketim pratikleri aracılığıyla sembolik olarak karşı çıkma eğilimi içerisine girebilmektedir. Bu bağlamda Simmel'in çalışmaları kendisinden sonra gelen alt kültürler ve egemen kültürler arasındaki etkileşim biçimlerini inceleyen araştırmalar üzerinde etkili olmuştur. Alt kültürlerin incelenmesi konusunda yaptığı çalışmalar ile öne çıkan Dick Hebdige'de gençlik kültürü ve tüketime ilişkin araştırmalarında Simmel'in etkisi görülmektedir. Simmel bu yönüyle tüketim toplumu üzerine yürütülmüş çalışmaların üzerinde etkisi olan ilk düşünürlerinden biri olmaktadır.

Simmel sosyolojik çalışmalarında genelde ilişkiler özelde ise etkileşimler üzerinde durur. Alt kültür gruplarının tanımlanmasında önemli bir yere sahip olan moda kavramını Simmel'in etkileşim biçimlerinden biri olarak tanımladığı şekliyle bu çalışmada da değinilmiştir. Simmel'in moda üzerine yaptığı tartışmalar, toplumsal

biçimler ve toplumsal tipler gibi olguları nasıl ele aldığı konusunda bize kılavuz olacaktır.

Tüketim olgusunu, toplumsal tabakalaşmanın kültürel bir yansıması olarak öne çıkaran kuramcılardan biri de Bourdieu'dur. 20. yüzyılın çağdaş dünya çerçevesinde tüketim sorunsalları üzerine geliştirdiği çeşitli fikirleri ile öne çıkan Bourdieu, tüketim olgusunun toplumsal ve kültürel önemini vurgular. Bourdieu tüketim denen olgunun sadece toplumsal gruplar arasındaki farklılaşan yönlerini ifade etmekle kalmaz aynı zamanda bunları yeniden inşa ederek sabitlendiğini ileri sürer. Bu bağlamda Bourdieu, Fransız toplumunun alışkanlık ve yaşam tarzlarının yer aldığı Ayrım adlı eserinde kıyafet, saç stilleri, sokakta yemek yeme biçimleri gibi faktörleri çeşitli gözleme dayalı bir çalışmayla ele alır. Bourdieu'ya (2015:468) göre tüketim maddi şeylerin tüketilmesi anlamı taşımasının yanında kişilerin sınıf, statü ve gösterge işlevlerini de içerisinde barındıran bir yapıya dönüşerek tüketim bireylerin kendilerini tanımlama ve ifade etme aracı haline geldiğini belirtir.

Bourdieu (2015:15) bireylerin toplumsal düzen içerisindeki konumlarını tasvir etmek için ayrım kavramını kullanır. Bu kavram bir taraftan nesneleri birbirinden ayırmak için kullanılan sınıflandırmaya işaret ederken diğer taraftan toplumsal ilişkilere hiyerarşik düzlemde farklılık kazandırmak için nesnelerin ve simgelediği anlamlarının kullanımına işaret eder. Bu noktada kültürel sermaye olarak adlandırdığı kavram çerçevesinde farklı sınıflar aldıkları eğitim oranında sembolik sermayeden farklı biçimlerde faydalanma olanağına sahip olacaktır (Bourdieu, 2015). Böylece yüksek kültür içerisinde yer alan bireyler yüksek tüketim tercihleri ile seçkinliklerini ispatlayabilecek gündelik yaşamın temellerini oluşturan tüketimin, statü gruplarının yaşam tarzlarını birbirlerinden farklılaştırmaya ve ayırt etmeye yarayan göstergeler, semboller ile ilişkili olduğunu Bourdieu Fransız toplumundaki üst sınıfta yer alan tüketim ilişkilerini inceleyerek anlatır. Bourdieu aynı zamanda tüketicilerin tüketimsel davranışlarını sadece toplumsal yapının birer göstergesi olarak incelemez. Bu süreci daha çok birey ve toplum arasındaki etkileşim biçimlerinden biri olarak değerlendirmektedir.

İşte bu çerçevede Bourdieu toplumsal sınıflar arasında kültürel pratiklerin bireyler tarafından içselleştirilip davranışlarında yansıttığı gündelik bilgi ya da kültürel sermaye olarak tanımladığı habitus kavramını kullanır. Habitus kavramı, yalnızca kültürel

farklılıkların ekonomik koşullar temelinde yansıması değil aynı ekonomik koşullar etrafında toplanan toplumsal gruplar arasındaki farklılıkların açıklanması için de kullanılan bir kuramsal çerçeveyi de sağlamaktadır. Bu durumda habitus baskın kültür ve alt kültürler arasında yaşam tarzı farklılıklarının inşasında önemli bir role sahiptir. Habitus giyim, davranış biçimi, konuşma tarzı gibi kültürel pratiklerin dışa vuruş şekli olarak yaşam tarzlarının şekillenmesinde önemli bir paya sahiptir. İçinde kendisini ait hissettiği grubun yaşam tarzını benimseyen birey aksesuar, mobilya, otomobil, giyim eşyaları gibi tüketim nesneleri ile toplumsal hiyerarşinin önemli bir boyutu olan kültürel özellikleri yansıtır. Alt kültürler hakim olan kültürden farklılığını belirli nesneler üzerindeki zevk ve beğeni tercihleri öyle basit bir zevk meselesi değildir. Aslında tüketim vasıtasıyla toplumsal farklılıklara işaret eden bu ayrım, bireyin ait hissettiği sosyal grubun beğenileri çerçevesinde şekillenmektedir.

Sonuç olarak Bourdieu'nun yaklaşımı tüketimin ekonomik koşullar bağlamındaki farklılıkları ifade etme aracı değil daha ziyade sosyal gruplar arasındaki farklılıkları ortaya çıkaran kültürel pratiklerin yansıtıldığı uygulamalar dizisidir. Tüketim, toplumsal sınıfların kendi kültürel sermayelerini ve farklılıklarını hiyerarşik olarak gösterdiği sembolik bir rol üstlenir.

İnsanlar, mal ve hizmetleri tüketerek temel fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarını karşılarlar. Diğer taraftan, toplum içindeki bazı bireyler bu ihtiyaçlar dışında sadece başkalarını etkileme ve gösteriş amacıyla da tüketimde bulunabilirler. Bazı bireyler için gösterişe yönelik mal ve hizmetlere olan talep, fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçlarından daha önde olabilir. Bu türde psikolojik tatmin sağlayan mal ve hizmetlere yapılan harcamaları Veblen *gösterişçi tüketim* olarak adlandırmaktadır (Ritzer:2012:56). Veblen, tüketimin amacının hiçbir zaman sadece biyolojik ihtiyaçların tatmininden ibaret olmadığını ileri sürmüştür. Her toplumda tüketim, tüketicinin toplumsal statüsünü göstermek gibi önemli bir fonksiyona sahiptir.

2.6.1. Motive Edilmiş Tüketim

Modernleşme sürecinde toplumların geçirdiği değişim ve dönüşümleri aktarmada en çok kullanılan kavramlardan biri de tüketimdir. Bu açıdan bakıldığında tüketim kavramının tarihsel bir süreci içerisine almasından dolayı her dönemi kapsayacak biçimde bir tanımı yapılabileceği gibi her çağın kendi değer ve normlarına uygun

tanımlamalar da söz konusudur. Tüketim bir yaşam biçimi olarak toplumları sosyal, ekonomik ve kültürel açıdan çok hızlı bir şekilde değiştirip dönüştürmektedir. Özellikle 1980'li yıllardan sonra bireylerin hayatına büyüleyici bir kavram olarak girmiş ve toplumsal bir olgu olarak toplumların başat özelliği haline gelmiştir.

Tüketim olgusu insanlık tarihinin toplumsal, kültürel ve ekonomik yapısının belli başlı kavramlarından biri olmasına rağmen tam olarak hangi bilim dalı altında incelenmesi gerektiği hep tartışma konusu olmuştur. Geçmiş yıllarda tüketim olgusu genellikle ekonomi disiplini altında incelenir iken günümüzde bu alan biraz daha genişlemiş ve sosyoloji başta olmak üzere psikoloji, felsefe, siyaset bilimi, iletişim, pazarlama gibi birçok farklı disiplinlerce ele alınmıştır. Disiplinler arası bir köprü kuran bir kavram olma mahiyetine bürünen tüketim olgusu bu nedenle karmaşık bir olgu olarak karşımıza çıkmakta ve genel geçer bir tanım yapmanın yetersiz olacağı ortadadır. Bu bağlamda tipik tüketim kavramını tam olarak karşılayacak tanımlama yapmak yerine bu araştırma için önemli olan; diğer bir ifade ile özne-nesne arsındaki bağı sosyolojik olarak kurabilen bir kavram seti olarak düşünmek konunun anlaşılmasını daha da önemli kılmaktadır.

Tüketim, tüketici, tüketim toplumu ya da tüketim kültürü gibi kavramlar sıklıkla tartışılan konular arasındadır. Bu kavramları tek bir çatı altında toplayarak tek bir tanımın yapılması zaten çok zordur. Bu noktada bu çalışmada tüketim kavramı Tofaş kuş serisi tutkunu her bir genç için sosyolojik olarak analiz etmede farklı kişiler için farklı anlamlara geldiği görülmektedir. Günlük yaşam içerisinde kullanılan araçların hemen hemen hepsi tüketim sürecinin bir parçası konumundadır. Giyim, kullanılan dil, müzik zevki, tarz, boş zamanı değerlendirme biçimi tüketim malzemesine dönüşebilmektedir. Tüketim için üretim mantığını kullanan kapitalist sistem sürekli yeni ihtiyaçlar yaratmak suretiyle her defasında kendisini yeniden üretmektedir (Bocock, 2009:81). Bu nedenle tüketime konu olmayacak hiçbir nesne, çocuk, genç, yaşlı, kadın, erkek, çalışan ya da işsiz hemen her kesime hitap eden geniş bir kapsam alanı oluşturmaktadır. Bu doğrultuda bu araştırmaya konu olan gençler tüketim kültürünün içerisinde kendilerini ifade ediş biçimi olarak Tofaş otomobilleri ile toplumsal alanda görünür olmakta, onların araç sahipliğini zaruri görmelerinden ziyade, kuş serisi araç sahibi olmanın kendilerine sağlayacağı tatmin ve motive olma durumlarını tüketim

nesnelerine dönüştürmektedirler. Diğer bir ifade ile aslında temel motivasyonlarını tüketme için bu araçlara sahip oldukları varsayılmaktadır.

Tüketim gündelik dilimize yerleşerek sosyal hayatımızda nasıl baskın bir güce sahip hale geldiği çağımızın tüketim toplumu olarak adlandırılmasından da görülebilir. 20. yüzyılın başlarından itibaren toplumsal yaşantımızın ön sıralarında yer alan tüketim kavramı genellikle ekonomik kuramsal yaklaşımlar ile ilişkilendirilip tanımlanır ve herhangi bir ürün veya hizmetin seçilmesi, satın alınması, kullanılması, onarılması ve atılması olarak kavramsallaştırılır (Ritzer, 2000:56). Tüketim olgusunu ekonomi temelli yaklaşımlar mal ve hizmetlere karşı arzuların harekete geçirildiği veya arzular ile yönlendirildiği bir satın alma olayı olarak ele alınmakta iken; geleneksel ekonomi temelli yaklaşımlar satışa sunulan mal ve hizmetin tüketiciye ulaştıktan sonra nasıl ve hangi amaçla kullandığı üzerinde durmamaktadır. Tüketim nesnelerinin sıradan olmadığını tam aksine bireyler için maddi ve simgesel anlam taşıyan karmaşık bir ürün ve kültürel bir olgu olarak ele alınmaktadır (Douglas ve Isherwood, 1999:73-74). Diğer bir ifade ile tüketim, tüketim nesnesi ile bireyin benliklerini, kimliksel özelliklerini ve toplumsal konumunu etkileyip şekillendirebilme potansiyeline sahiptir. Tüketim, teknik bir satın alma etkinliğinden ziyade bireylerin satın aldığı nesne üzerinde yoğunlaşarak onunla yeniden ürettiği anlamı toplumsal ve kültürel içeriklere sahip olabilecek formlara dönüştürebilme yetisine sahip karmaşık bir olgudur.

Tüketim ürünlerinin sadece basit maddi bir nesne olmadığını artık nesneler aracılığıyla simgeler ve sembollerin tüketilmesi üzerinden gündelik yaşamın şekillendiğini belirten Bauldillard da Levi Straus'tan hareketle tüketimin ilk olarak maddi alandan değil kültür alanı üzerinden türetildiğine dikkatleri çeker. Bu noktada tüketimi Baudrillard tıpkı geleneksel toplumlardaki gibi basit bir mal ve hizmet satın alımı değil; birtakım kural ve kodlarla düzenlenen göstergeler dizesi olarak ele alır. Bocock ise tüketim olgusunun bu göstergeler dizesi bünyesindeki kimlik yapılandırıcı rolüne değinir ve tüketim denen olgunun bireylerin kim veya kim olmak istedikleri ile ilgili koşulları etkilediğini; aynı zamanda kimlik olgusunun gelişimini çevreleyen olgularla iç içe geçtiğini belirtilmektedir. Dolayısıyla tüketim, ekonomik olduğu kadar toplumsal ve kültürel bir olgu olarak varlığını her zaman sürdürmektedir (Bocock, 2009:10).

Batı tarzı kapitalist sistemini benimseyen toplumlarda göstergelerin egemen olduğu arzulara dayalı bir tüketimin yükselişe geçtiği günümüzde tüketim yalnızca ekonomik bir olgu olmaktan çıkarak sosyo-kültürel bir olgu haline dönüşür. Tüketime ekonomik bir bakış açısından bakıldığında yalnızca ihtiyaçları karşılamada belli başlı mal ve hizmet alımı gibi düşünülür. Sembolik ve kültürel anlam taşıyan bir olgu olarak bakıldığında ise nesneler sonsuz anlam barındıran ve taşıyan kanallar olarak değerlendirilebilir. Geleneksel toplumlarda gereksinimler için nesneler, işlevsellik ve özelliklerine göre tüketim dolaşımına girerken modern toplumlarla birlikte nesnelerin taşıdıkları ve yansıttıkları anlamlar daha önemli bir hale gelmektedir. Tüketim artık akılcı bir davranış olmaktan çıkıp soyut ve çok anlamlı bir olgu haline evrilmiştir.

Modern tüketim kültürünün ortaya çıkmasında gerek kapitalizm gerek serbest piyasa ve kitle iletişim araçlarının çok fazla etkisi olmuş ve bireyler artık hayatın anlamını tükettiği nesnelerde aramıştır. Arzuya dayalı bir tüketim şekliyle beliren bu kültür, dünyanın neresinde olursa olsun bireylerin kaçamayacağı bir gerçekliğe dönüşmüştür. Modern tüketim artık bireylerin sınıfsal göstergelerinin bir aracı olurken diğer yandan yaşamda karşılaşılan sorunlarla baş etmenin bir yolu olmaya başlamıştır. Bu araştırma kapsamında görüşülen gençlerin de günlük hayatta karşılaştıkları sorunlardan kaçmak, birazda olsa yaşanılan sıkıntıları düşünmemek adına otomobilleri ile uğraşarak kafa dağıttıklarını belirtmişlerdir.

Tüketim sadece zorunluluktan kaynaklanan ihtiyaçların karşılanması değil aynı zamanda bireye kimlik, statü, sınıf, saygınlık, ötekilik ya da aykırılık gibi toplumun diğer geri kalanından farklılıklarını dile getirmede bir araç işlevine dönüşür. Bireyler artık tüketim nesneleri ile olan ilişkileri sayesinde toplumsal alanda diğerleriyle iletişim kurmakta ve kişisel özelliklerinin sergilemektedir. Bu sayede temel ihtiyaçlar ile birlikte arzu ve imgelerin tatminine yönelik bir tüketim anlayışı da ortaya çıkar. Tüketim benliğin ve kimliğin bir simgesi haline dönüşür. Bu araştırmada da gençler tüketim kültürü içerisinde otomobilleri ile kendi benliklerinin ve kimliksel özelliklerinin birer yansıması olarak yer aldıkları görülmüştür.

2.6.2. Zorunlu Tüketimden Hedonist Bir Tüketime Doğru

Tarih boyunca insanlar ihtiyaçlarını karşılamak için her zaman üretmek ve tüketmek zorunda kalmışlar. İnsanların bir taraftan üretip diğer taraftan tüketmek zorunda kalması

geleneksel toplumlarda gündelik ihtiyaçların sınırlı bir şekilde karşılanması ile gerçekleşirken; modern dönemde tüketmek için üretmek mantığının hakim olduğu görülmüş. Artık tüketmek temel ihtiyaçların rasyonel olarak karşılanmasının çok daha ötesinde sembolik bir tüketme anlamı kazanmıştır.

Modern dönemlerin önemli bir özelliğine dönüşen tüketim amaçlı yaşam anlayışının kaynağı Antik Yunan kültüründe yer alan hedonizm düşüncesine kadar götürülebilir. İnsan doğasının ne olduğu üzerine tartışmaların olduğu Antik Yunan'da yaşamın amacı ve önemi gibi sorulara cevap aranmaya çalışılmış; Sokrates ve Platon gibi dönemin filozofları yaşamın Tanrı'nın bir armağanı olduğunu dolayısıyla da Tanrı'nın istediği şekilde yaşamı harcamak ve kullanmak gerektiğini savunmuşlardır. Yaşamın kaynağını idealar dünyasında gören Platon dünya yaşamının anlamsızlığını savunur. İnsanlar dünyanın geçici zevklerine kendilerini kaptırmamalı ve iyi bir insan olmak için erdemli ve ahlaklı yaşamalıdır (Duman, 2018:1-2).

Sokrates'in öğrencisi olan Aristippus ise dünya yaşamının anlamsızlığını savunan düşünürlerin aksine yaşamın geçiciliğine vurgu yaparak ölümden sonraki yaşam bilinemeyeceği için yaşamın andan ibaret olduğunu savunmuştur. Bu nedenle de hayattan zevk alarak yaşamak önemli olduğundan bedensel ve zihinsel tatmin yaşamın vazgeçilmez unsurudur. Sıkıntı ve dertlerden kaçınılmalıdır (Fromm, 2003:22-23). Bireyleri arzularıyla sınırlı bir varlık olarak görme eğiliminde olan bu hedonist bakış açısında arzular tatmin edildiği zaman bir anlam kazanacaktır. Bentham, bireylerin davranışlarına yön veren başlıca iki temel unsurun olduğunu belirterek bu unsurları haz ve acı olarak tanımlar (Sandel, 2019:59). Dolayısıyla mutlu olmak yaşamın biricik anlamıdır ve bunun için acıdan ve sıkıntı verecek her eylemden kaçmak gerekir.

Yaşamın andan ibaret olduğu düşüncesi hakim olan hedonizm, çağımızın tüketim kültürünün hakim olduğu toplumlarda baskın bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu yaklaşım beraberinde sürekli sahip olma ve tüketme alışkanlığını bireylere empoze etmiştir. Bireyler bitmez tükenmez bir hırs tutkusuyla tüketim bolluğunda kendisini bulmuş ve yaşamın biricik anlamı olan arzuların her koşulda tatmin edilmesiyle mutlu olunacağı inancını taşıyan hedonist bir anlayışı benimsemiştir.

Modernite mutlu olmayı haz almaya, sahip olmaya ve tüketime indirgeyerek bireyleri sürekli haz arayışına sevk etmiştir. Hazcılığı kutsayan, yaşamı elde edilecek hazla

sınırlayan ve geçmişin bir önemi olmayıp anı ölümsüzleştiren dünyevi bir anlayışa sahip olan hedonist yaklaşım, tüketim toplumunu anlama ve açıklamada önemli bir paradigmadır. Duman'a (2018:8) göre tüketimin kitlesel bir şekilde gerçekleştiği çağımızı, hedonist ve konformist yaşam şeklinin gözler önüne serildiği bir dönemin ürünü olarak görmek mümkündür. Çünkü tüketim yeni bir toplumsallığın ve kültürel gerçekliğin ürünü olduğu kadar bu süreçlerinde özgün bir biçimidir. Tüketim hem kapitalist bir ekonomik sistemin sonucu hem de onu besleyen kaynak, iletişim biçimi, anlam üretmenin ve kimlik oluşturmanın da en etkili yollarından birisidir. Tüketimin temelinde arzular, beğeniler, sahip olma, hayaller ve mutlu olma isteğinin olduğu bir dünya vardır ve aslında başlı başına içerisinde semboller ve pratiklerin bulunduğu bir etkinliktir. Bu yönüyle tüketim temel ihtiyaçların karşılanmasının çok daha ötesinde işlevleri olan bir faaliyettir. Araştırmaya konu olan gençler sadece bir otomobile sahip olma bağlamında tüketim kültürünün içerisinde yer almazlar. Aynı zamanda otomobiller gençlerin kimliklerini oluşturdukları, mensubu olduğu gruba aidiyetini sürdürdüğü ve karşı tarafla iletişimi nesne aracılığıyla sağladığı yeni bir toplumsallaşma biçimini de yansıtmaktadır.

Yukarıda açıkladığımız hedonist yaklaşımda olduğu gibi materyalist dünya görüşünde de hayat yaşanılan an ile sınırlandığından çağımızın tüketim toplumlarının davranışlarını da yönlendirmektedir. Tüketici için önemli olan nesnenin bireye sağlayacağı yarardır. Satın alınan nesne ile kurulan ilişki maddeseldir ve bireyin mutluluğu maddi çıkar ihtiyaç ve zevklerin doyurulmasına bağlıdır (Duman, 2018:11). Mutluluğun sahip olunan nesnelerin fazlalığıyla doğru orantılı olduğu materyalist düşüncede iyi bir birikimle iyi bir yaşam sürdürüleceği anlayışı bireyleri daha çok maddiyata sevk etmiştir. Maddi faydaya dayalı bir yaşam pratiği kendi çıkarlarını diğer her şeyin üzerinde gören bireycilik anlayışının yaygınlaşmasına neden olmuş.

Günümüz toplumlarının özelliklerinden biri olan daha çok nesneye sahip olmanın aynı zamanda bireyin mutluluğunu da arttıracağını düşüncesi beraberinde Odabaşı (1999:128) tüketimin, bireylerin kimliği ve yaşamı açısından vazgeçilmez bir öneme sahip olduğunu belirtir. Hayat denilen şey eğer şu andan ibaret ise o halde yaşanılan anı doya doya yaşamak gerekir. Bu anlayışın felsefi temellerinde de madde önemli bir yer işgal eder. Bu nedenle de sahip olunan nesne ve eşyalar bireyler için sembolik anlamlar içerir.

Günümüzde tüketim olgusu gösterişe dayalı hedonist bir yaşam tarzı içerisinde gerçekleşmektedir. Yalnız tüketim olgusuna sadece sağladığı yarar veya ekonomik bir süreç olarak bakılmaması gerekir. Sonuçta tüketim gösterge, imaj ve sembollerin çerisinde bulunduğu sosyo-kültürel bir süreci ifade ettiği gibi temel gereksinimlerin karşılanmasına ek olarak arzulara dayanan bir olgudur (Bocock, 2009:13; Baudrillard, 2018).

Bu araştırmada üzerinde durulması gereken iki tüketim şekli vardır. Birincisi Veblen'in üzerinde durduğu *gösterişçi tüketim* esasen bireylerin toplumun geri kalanından farklılığını vurgulamak için tanımladığı tüketim şeklidir. Bu tüketim biçiminde bireyler gerek tarzları gerekse kullandıkları nesneler ile kendilerini yansıtmaya çalıştıkları farklı sınıf ve kimlik vurgusunu dile getirirler. İkincisi ise postmodern tüketim biçimi olarak da adlandırılan ihtiyaçların tamamen farklılaştığı *sembolik tüketim*dir. Burada önemli olan nesnelere farklı anlamlar yüklenerek sembolik değerlerinin tüketilmesidir. Bireyler farklı anlamlar yükledikleri nesneler ile iletişim kurarlar ve bu simgesel düzeyde gerçekleşen iletişim belirli bir grubun kimliklerini yansıtır.

Çağımızın tüketim kültüründe tüketilen nesnenin fiziksel yapısı değil sosyal alanda çağrıştırdığı göstergesidir. Artık tüketilen nesnenin değeri simgesel bir niteliğe bürünmektedir. Bireyler için tükettiği nesnenin bireye kazandırdığı yeni kimliği ile dâhil olacağı sınıfsal konum öne çıkar. Toplumsal sınıfları aynı oranda etkilemeyip tüketim aynı sınıf içinde yer alan bireyleri birbirine daha da yakınlaştırarak ortak aidiyetler geliştirmesini sağlar. Tüketim pratiklerinin benzer olduğu grubun üyeleri ortak yaşam biçimine vurgu yaparak gruba aidiyetlik duygusunu geliştirmek için benzer tercihlerde bulunurlar. Bu yönüyle Yanıklar'a (2006:204) göre tüketim, diğer insanlarla ilişki kurmaya ve bu ilişkinin devam edebilmesi için benzer sosyal davranış ve etkileşim biçimlerinin yaratıldığı bireylere belirli yaşam biçimlerini sürdürmeleri ya da sergilemeleri için simgesel araçları sağlayan bir olgudur.

Evrimsel bir bakış açısıyla tüketimi ele alan Miller (2012) nesneler ile kurulan ilişkinin yapay, sığ ve gösterişe dayalı olduğunu, bireyleri tüketime yönlendiren duygunun bir nesneye sahip olmanın verdiği hislerin ötesinde diğerlerinin onun hakkındaki izlenimleri nasıl olduğunu düşünür. Bireyler için önemli olan, herhangi bir nesneye

sahip olmak değil diğerlerine verdiği mesaj ve onlarda kendi hakkındaki yarattığı imajlardır. Böylece birey elindeki nesne ile toplumda kimlik ve statü kazanmaya çalışır.

2.7. Alt Kültür Gruplarının Otomobil Dönüştürme Eylemleri

Literatür taraması esnasında otomobillerin insan-nesne arasında bağ kurulmasında ayrıcalıklı bir konumda bulunmasına ilişkin sayıca az kaynağın bulunmasına ek olarak, aynı zamanda bu grupları alt kültür olarak ele alan çalışmalara pek rastlanılmamıştır. Son yıllarda özellikle modifiye kültürünün internet ortamında sosyal paylaşım sitelerinde daha çok görünür oldukları görülmüştür.

Alt kültür, yer aldıkları genel kültür içerisinde farklı olduklarını sergileyerek aynı görüşe sahip bireylerin aynı ortamda bulunması ve kendilerine ait ortak bir kimlik yaratmalarıdır. Ait oldukları sosyal grup toplumun genel kesiminden farklı görünüş biçimleriyle kendilerini ifade etme yoluna giderler. Alt kültür içerisinde tanımlanan gruplar giyinme, saç stili, ortak kullanılan jargon, dinledikleri müzik, tercih ettikleri taşıtlar ile genel kültürden ayrılırlar. Toplumun genelinden farklarını ortaya koyan bu simgeler aynı zamanda ait oldukları sosyal grubun uzlaştıkları ve yarattıkları ortak kimliğinde bir parçasıdır.

Alt kültürlerin kendilerini ifade ediş şekilleri giderek tüketim kültürüne dayalı bir eyleme doğru evrilen bir içeriğe dönüşmektedir. Araştırmada otomobil tutkunu genç bireylerin tüketime dayanan bir eylem biçimi olarak değil daha çok özne-nesne ilişkisindeki bağ kurmada kimliksel özelliklerini nasıl oluşturdukları daha önem arz etmektedir. Alt kültür olarak kabul ettiğimiz otomobil tutkunu gençlerin kendilerini ifade ediş biçimleri popülerlik kazandıkça toplumun geneli tarafından böyle bir grubun varlığı benimsenmekte ve çoğu zaman ön yargılı şekilde yaklaşılmaktadır.

Alt kültürü belirli taşıtlar üzerinden tanımlanan grupların en başında Mod'lar ve Rocker'ler gelmektedir. İngiltere'de 1960'lı yıllarda alt kültürlerin taşıtlarla özdeşleşen gruplarından biri olan Mod'lar scooterlarla görünür olurken, Rocker'ler ise kullandıkları motorlarla özdeşleşmişlerdir. Scooter ve motorlardan sonra alt kültür çalışmalarında motorlu taşıtlar ön plana çıkmaktadır. Taşıma aracı olarak kullanılmanın ötesinde otomobiller, hayat tarzını yansıtma aracı olarak görülmeye başlanmıştır. Ayrıca otomobillerin hayat tarzının bir parçası haline gelmesi kültürel bir ifade aracı olarak

kabul edilmesini sağlamıştır. Aşağıda kullandıkları taşıtlar ile özdeşleşen ve alt kültür olarak kabul edilen grupların dünyadaki örneklerinden bahsedilecektir.

2.7.1. Chav Alt Kültür Grubu

İngiltere'de genellikle ekonomik gelir düzeyi bakımından düşük, işçi aileleri çocukları olan ve kendilerinin de düzensiz işlerde çalıştığı Chav'lar her zaman toplumsal düzeni bozmakla suçlanmışlar. Bu gruba mensup bireyler çalışmaktan pek hoşnut olmayan ama yine de lüks yaşam tarzına ulaşma hedefi ile yaşamaktadırlar. Bunun için hiçbir çaba göstermezken genellikle alkollü olarak günlük hayatlarına devam ederek küçük çaplı suç eylemlerine karışırlar (Jardine, 2006).

Hebdige (2004) altkültür konusunda yaptığı çalışmasında Levi Straususs tarafından sosyal bilimlere tanıtılan bikoloj kavramını, mevcut malzemelerden amaca uygun yeni bir şey yaratmak için farklı sembolleri ve kültürel unsurları yeniden birleştirilmesinin bir ifadesi olarak kullanır. Örnek olarak Hebdige (2004) altkültür gruplarından mod'ların iş yaşamında kullanılan kravat, takım elbise gibi kıyafetlerin asilik simgesine dönüştürmesini ve punk'ların kıyafetlerine çengelli iğneler tutturarak Nazi rütbelerini kullanmasını brikolaj kavramına örnek olarak göstermektedir. Chav'lar da İngilizlerin ünlü bir giyim markası olan Burberry'e ait deseni kıyafetler, elektronik aletler, otomobiller gibi nesnelere uygulayarak brikolaj eylemini gerçekleştirmektedirler. Toplumsal düzeni bozmakla suçlanan Chav üyelerinin ünlü bir markaya ait deseni bu şekilde kullanması giderek onlarla özdeşleşmesine neden olmuş ve markanın satış gelirlerinin düşmesine zemin hazırlamıştır (Bothwell, 2005; akt. Ülkebaş, 2012:59). Ünlü markanın desenini cep telefonları, ayakkabı, kıyafet gibi birçok sahip oldukları metalara uygulamaları kendilerine ait bir tarz yaratmaları olarak görülmektedir. Böylece Chav'lar oluşturdukları sosyal marjinallik ile tüketim kültürü ile özdeşleşen bir altkültür özelliğini de bünyesinde barındırmaktadır.

Chav'ların İngiliz ünlü markası olan Burberry desenini uyguladıkları belki de en önemli nesne otomobilleridir. Chavalier olarak isimlendirdikleri Vauxhall Cavalier otomobillerini kendileri ile özdeşleşen deseni uygulayarak statü ve zenginlik imgesi yaratmaları önemli bir göstergedir. Chav grup üyeleri pahada hafif ürünlerle gerçekleştirdikleri dönüşümleri ebat olarak büyük otomobillere uygularlar ve daha gürültü çıkaran egzoz, sticer ve farklı boyama stili ile boyadıkları metal gövde, araç içi

ses sitemi, büyük, abartılı tekerlekler ile ucuz ve gösterişli tarzlarını kullandıkları taşıtlarına da yansıtmaktadırlar (Ülkebaş, 2012:59).

2.7.2. Rice Burner Alt Kültür Grubu

Japonya başta olmak üzere genellikle Doğu Asya ülkelerinden ithal edilen motorlarla başlanan daha sonra zamanla otomobilleri de kapsayan bir dönüştürme eylemi olarak Rice Burner kavramı kullanılır ve belirli bir altkültür özelliği yansıttığının yanı sıra aşağılama amacıyla da kullanılmaktadır. Genellikle yasalarla sorun yaşayan genç erkeklerden oluşan grup yüksek performans sergileyen Asya ülkeleri yapımı otomobilleri dönüştürdükleri için bu ülkelerin temel besin kaynağı olan pirinçten gelen Rice Burner ile adlandırılmaktadır (Herbst, 1997, akt. Ülkebaş, 2012:60).

Yüksek performanslı Japon araçları dönüştüren Rice Burner'lar düşük maliyet ve yedek parçalarını kolay ulaşım sağlayıp ucuza mal edebildikleri için toplumun diğer kesimlerine göre düşük seviyede olanlar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir. 1990'lı yılarda başlayıp 2000'li yıllarda görünürlüklerini arttıran Rice Burner'ler kolay ve ucuza mal edebildikleri parçalar ile otomobillerini kendi tarzlarını yansıttıkları bir nesneye dönüştürmüşlerdir. Otomobillerin gövdesinde ve içerisinde kullanılan parlak renkler, genel kültür tarafından bir anlam ifade etmeyen logo ve sticer kullanımı, aracın alt kısmındaki bir takım aksesuarlarında yapılan kesimler ile yere yakın olarak konumlandırılışı, yüksek ses çıkaran egzoz, turbo motor sesini taklit eden dijital motorlar, aydınlatma kullanılan renkler Rice Burner araçlarının karakteristik özelliklerinden sayılabilir. Araç performansını yükseltmek için yaptıkları abartılı değişiklikler aksine olumsuz yönde olmakta ve bu durum diğerleri tarafından gülünç bulunarak alay edilmelerine sebep olmaktadır.

2.7.3. Ah Beng Alt Kültür Grubu

Genellikle Singapur ve Malezya gibi güneydoğu Asya ülkelerindeki Çinli gençlerden oluşan bir altkültür grubu olan Ah Beng'ler, çok parlak sahte marka renkli kıyafetleri, açık renk saç rengi, techno ve pop müzik dinlemeleri, kaldırım kenarlarında amaçsızca etrafı seyretmekle dikkatleri çekmektedir. Ah Beng'lerin tercih ettikleri kıyafetler popülerleştikçe yaygınlaşıp bir moda haline dönüşmüştür. İngilizce konuşanlar ve konuşmayanlar olarak ayrılan Çinli nüfusun genellikle düşük eğitimli İngilizce konuşamayan, ekonomik gelir bakımından düşük seviyede olan ailelerden gelen erkek

ve kadınlardan oluşan bu altkültür grubunun adı genel olarak Ah Beng olarak adlandırılsa da genç erkek üyeler için bu kavram kullanılır. Kadın üyeler ise Ah Lian olarak tanımlanmaktadır (Chua, 2003:87-88). Gündelik yaşam içerisinde Ah Beng'ler tüketime dayalı bir altkültür grubu özelliği taşıdıkları için kullandıkları aşırı gösterişli nesneler ile dikkateleri çekerler (Chua, 2003: 21). Tüketim nesnelerine aşırı düşkün olmaları ile toplumun geri kalan kesimlerinden kendilerini farklı kılmak için sergiledikleri tarzlar aşağı davranış olarak görülmektedir.

Ah Beng alt kültür grubunun tıpkı kılık kıyafet, saç ve sahip olduğu birçok abartılı tüketim nesnelerinde olduğu gibi kullandıkları otomobillerde de tarzlarını yansıtarak kimliklerinin bir uzantısını oluştururlar. Ah Bengleri alt kültür grubu yapan bütün özellikler gibi otomobilleri parlak, renkli ve abartılı şekillere dönüştürürler. Yukarda örnekleri verilen kullandıkları taşıtlar ile özdeşleşen alt kültür gruplarında olduğu gibi araç içine takılan çeşitli aksesuarlar, parlak ve çok canlı renklerden oluşan ana gövde, çeşitli yerlere takılana ucuz led ışıklar, koyu renk cam filmleri gibi dikkat çeken karekteristlik özellikler sıralanabilmektedir.

2.7.4. Bosozoku Alt Kültür Grubu

Japonya'da motosiklet ve otomobil tutkunu gençlerden oluşan ve alt kültür grubu olarak nitelendirilen Bosozoku'lar, Chav alt kültür grubunda olduğu gibi farklı metaların bir araya gelmesini sağladığı brikolaj ile tarihi ve kültürel simgelerin anlamlarını değiştirerek yeni bir nesne yaratmaktadır. Bu yarattıkları yeni nesneleri kimliklerinin bir uzantısı gibi yansıtan Bosozokular, Dünya savaşlarında Japon askerlerin kullandığı üniformalar, flamalar gibi tarihi simgeleri yaşadıkları çağ ile harmanlayıp yeniden anlam yaratmaları ile kültürel bir farklılıkta yaratmaktadır. Bosozokular hakim ideolojik akımlara karşı tarihsel önem taşıyan unsurları alıp grup olarak yansıtmaya çalıştıkları kimliksel göstergeleri bir direniş oluşturmak için kullanmaktadırlar (Standish, 1998: 60-62).

Bosozokular yeniden inşa ettikleri fiziksel özelliklerine ek olarak kullandıkları taşıtları da dikkat çekici karşılanmaktadır. Genellikle motorsiklet çetesi olarak kabul gören grup, farklı ve abartılı biçimlere dönüştürdükleri otomobilleri ile de toplumda farklı algılar yaratmaktadırlar (Kersten, 1993: akt. Ülkebaş, 2012:63). Dönüştürdükleri otomobillerin görsel örnekleri incelenen Bosozokuların, farklı stillerdeki Japon arabalarının

özelliklerini bir araya getirip yeni bir tarz yaratmaya çalıştıkları görülmektedir. Oldukça yere yakın biçimde konumlandırılıp, aşırı büyük kanat ve gövde yapılan yeni araçlara gürültü seviyesini arttırmak için egzoz borularının dışa doğru aşırı uzatıldığı gözlemlenmiştir. Motorsikletli çete olma özelliklerinin dışında oluşturdukları bu yeni nesne ile Bosozokular alt kültür olarak toplumda görünür olmaktadırlar.

2.7.5. Apaçi ve Façacı Alt Kültür Grubu

Türkiye'de Tofaş markasına ait kuş serisi olarak bilinen Doğan, Şahin olarak isimlendirilen modeller otomobil alt kültür grubu kabul ettiğimiz Faça ve Apaçi gençleri tarafından genellikle tercih edilirken, son yıllarda her kesimden insanların bu araçlara hayranlığı giderek artmaktadır. Toplumda özellikle genç insanlar başta olmak üzere kendilerine özgü bir tarz halile dönüştürdükleri otomobilleri ile günlük hayatta dikkatleri üzerlerine çekmektedirler. Ayak takımı olarak görülen alt sınıfa mensup bireyler tarafından daha önce kullanılıyor olması Tofaş araba kullanıcılarına hala ön yargıyla yaklaşılmasını sağlamaktadır.

Apaçi kavramı literatürde ilk olarak 1900'lü yıllarda Paris'in arka sokaklarında işsiz, başıboş ve suç eylemlerine sıklıkla katılan gençler için kullanılmaktadır. Alt sınıfa mensup insanlar için kullanılan apaçi kavramı toplum tarafından ayak takımı olarak görülmüştür. 1840'lı yıllardaki Amerikan yerlilerinden biri olarak bilinen apaçiler tarihte Fransız egemenliğindeki topraklarda Fransızların yayılmacı hareketlerine ters düştükleri için bir tehdit unsuru olarak algılanmışlardır. Apaçiler vahşi, acımazsız ve kan dökücüler olarak tarihte yer almıştır (Yaman, 2012:72). Ömer Miraç Yaman apaçileri konu alan gençlik çalışmasında bu alt kültür grubunu daha ayrıntılı olarak incelemiştir.

Türkiye'de apaçi kavramı özellikle kırdan kente göçlerin arttığı 1950'li yıllara dayanan bir tarihi olduğu düşünülmektedir. Türkiye'nin farklı bölgelerinden büyük şehirlere doğru yapılan göçle birlikte yeni bir süreç içerisine girilir. Farklı kültürlerden gelen insanların bir arada zorunlu olarak bulunmaları toplumsal yapıda birçok farklılıkları da beraberinde getirir. Yaşanan kitlesel göçlerle birlikte kent merkezinde yerleşim imkanı bulamayan göçmenler kentin arka mahallelerine yerleşerek yeni bir kültürel yapının ortaya çıkmasında katkıda bulunurlar. Kırdan büyük kente gelen göçmenler kültürel, sosyal ve ekonomik alan gibi birçok bakımdan uyum sorunu yaşarlar. Genellikle düşük

eğitim seviyesi, yoksul ailelerden gelen bu insanlar alışık oldukları yaşam şartlarını yeni geldikleri kentte de uygulamaya çalışırlar. Kültürel bir karşıtlık içerisine giren bu insanlar yeni bir müzik veya giyim tarzı gibi farklılıklarını yansıtacak biçimde görünürlüklerini sağlamaktadır. Türkiye'nin toplumsal yapısında derin bir yere sahip olan iç göçler ile beraber 1960'lı yıllarda arabesk müzik kültürünün ortaya çıkışı böyle bir kültürel değişim ürünüdür. Kente yeni gelen gençlerin eğitimsiz, yoksul ve gecekondu mahallerinde yaşamalarına ek olarak gurbette olmalarından kaynaklı arabesk müzik tercihleri özellikle gençlerle bütünleşmesine neden olmuştur.

Kentlerde ortaya çıkan melez kültür sonrası yoksul gençlerin sorunlarına, isyanlarına ses olan arabesk müzik eşliğinde kendinden geçenlerin vücutlarına zarar vermeleri faça atmak olarak adlandırılmaktadır. Bu nedenle gençler Façacı olarak nitelendirilmektedir. Zaman içerisinde Tofaş marka yerli otomobillerin üretiminin durması, yedek parçalarının ucuz ulaşılabilirliği nedeniyle bu yoksul kesim içerisinde yer alan gençlerinde tercihleri arsında yer almıştır. Kendi tarzlarını yansıtmanın kolay ve değişiklik yapmanın ucuz yolu olarak görünen Tofaş otomobillerin genellikle Doğan, Şahin modelleri seçilmektedir. Façacılar olarak tanımlanan gençlik grubu otomobillerinde sadece süsleme ağırlıklı değişimler yaratırken zamanla otomobil aksesuar sanayisinin yaygınlaşmasıyla birlikte gövde ve motorlarında da değişimler başlamıştır. Façacıların otomobillerini dönüştürme olarak diğerlerinden farkı araçların birçok farklı yerlerine Amerikan gösterişli otomobillerinden olan Cadillac ve Chevrolet'in aksesuar ve amblemlerinin yerleştirilmesi gösterilebilir (Ülkebaş, 2012:67).

1980 ve 1990'lı yıllardan itibaren faça gençliği olarak adlandırılan kesim kendilerini ifade etme aracı olarak arabesk müzik dinleyip vücutlarına faça ya da jilet atarak var olurken 2000'li yıllardan itibaren saç, kıyafet ve çeşitli büyük aksesuarlarla kendilerini tanımlamak için apaçi kavramını kullanmaya başlamışlar. Apaçilerde tıpkı Façacılar gibi toplumun büyük kesimi tarafından dışlanıp hor görülmüşler. Yine kullandıkları taşıt Tofaş marka Doğan, Şahin otomobiller olmuş ve kimliklerini yansıtabildikleri bir araç haline gelmiştir. Arebesk müzik dinlemeye devam eden apaçiler olduğu gibi çoğunluğu apaçi marşına dönen farklı tarzda müzik dinlerler ve modifiye ettikleri araçlarda yüksek seste insanları rahatsız edecek düzeyde trafikte yer almaktadır. Bu durum tekinsiz, serseri, varoş gençlerin karakteristlik bir özelliği olarak görülmektedir.

Son yıllarda Tofaş marka kuş serisi otomobillere yukarıda açıklanan altkültür gruplarından ziyade toplumun her kesiminden ilgi artmaktadır. Kolay ulaşılabilir yedek parça ya da diğer Avrupa arabalarından daha ucuz olduğundan değil toplumun alt ve üst sınıftan, hemen her kesiminden bireyler tarafından tercih edildiği görülmektedir. Bazıları için milli araç olarak ilgi çekici bulunurken bazıları tarafından modifiyenin başka herhangi bir araca Tofaş kadar yakışmayacağı için bu otomobiller tercih edilmektedir. Abartılı renk ve biçimlerde modifiye edildiği gibi orjinalliğini korumak amacıyla Tofaş meraklıları olduğu gözlemlenmiştir.

Bir sonraki başlıkta otomobillerin, Türkiye'de nasıl bir tarihi geçmişi olduğu ve otomobil kültürü içinde Tofaş marka kuş serisi modellerin zaman içerisinde, kullanım pratikleri doğrultusunda geçirdiği dönüşümler ele alınmıştır.

2.8.Türkiye'de Otomobil Kültürü ve Tofaş'ın 50 Yıllık Tarihi

Türk toplumunun otomobiller ile tanışması Osmanlı Devleti dönemine kadar götürülebilir. 1900'lü yılların başında eski İstanbul'u dönemin önemli gazetesi olan Akşam Gazetesi'de yayınladığı makaleleriyle anlatan Sermet Muhtar Alus, İstanbul'da otomobiller ile değişen günlük hayatı abartılı bir şekilde kaleme alır. Otomobillerin İstanbul'u nasıl etkisi altına aldığına şahitlik eden Alus, 1940 yılında İstanbul'da otomobil hikâyelerini işlemiş ilk kaynaklardan biri gösterilmektedir. Türkiye'de ilk otomobilin görüldüğüne dair diğer bir kaynak ise gümrük belgeleri gösterilmektedir. Reji İdaresi tarafınca ilk otomobilin istendiği gümrük kayıtlarında yer almaktadır (Engin, 2002:26). Zatü'l hareke (kendi kendine hareket eden) adı verilen araç İstanbul'un sokaklarında kullanılması uygun olmadığı gerekçesi ile geri iade edilmiştir. Alus'a (2000:216) göre Sultan II. Abdülhamit İngiltere'den özel izinlerle kendisi için otomobil getirtse de güvenlik endişesi gibi nedenlerle kendisi dışında otomobil kullanımını yasaklamış ve II. Meşruiyet'e kadar otomobil kullanımı olmamıştır. II. Meşruiyet dönemi bakanlarına tahsis edilen makam otomobilleri ile birlikte böylece İstanbul'da yaygınlaşmaya başlamıştır. İstanbul'da o dönemde en yaygın kullanılan otomobiller Fransa markası olan Panhard, De Lahey, Renault, DelonayBelleville, Delage, Hollanda'ya ait olan Minevera ve İtalya'nın Fiat'ı markasıdır (Alus, 2000:220). Yine Alus, Amerikan Ford otomobillerini ise genellikle toplumda ayaktakımı, serseri gibi alt sınıfa mensup kişilerin kullandığını belirtmektedir (Alus, 2001:123).

İki Dünya Savaşı arasındaki dönemde özellikle Almanya ile yapılan ittifak sonrası İstanbul'da arabalar sayısı her geçen gün artmaya başlamış (Engin, 2002:27). Otomobil sektöründe artan gelişmeler ile Ford Motor Company 1929 yılında İstanbul'da bir montaj fabrikası kurmuş, Büyük Buhran'dan etkilenen fabrika 1934 yılında kapatılmıştır. Ford'un Türkiye'ye ikinci defa sahneye çıkışı ise Koç Ticaret Şirketi girişimleri neticesinde gerçekleşmiş, 1955 yılında Türk Otomotiv Endüstrisi A.Ş.'nin kamyon fabrikasını kurması ve sonrasında Otosan ve Çiftçiler A.Ş.'nin ikinci ve üçüncü kamyon fabrikaları kurması gerçekleşmiştir (Güneş, 2012:220). Dünyada yaşanan teknolojik gelişmelerden Türkiye'de etkilenmiş ve otomobil sanayisinde hızlı bir dönüşüm geçirmeye başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası Türkiye'nin Amerika'dan yardım talebinde bulunmasına düşük seviyede de olsa Truman Doktrini ve Marshall Planı kapsamında cevap vermiştir. Yardımların içeriğinde karayolları ulaşım sistemine geçilmesini öngören bazı yaklaşımların bulunması Amerikan yapımı ithal araçların sayısında da artış yaşanmasına neden oldu (Ertem, 2009:395). İlerleyen zamanda bu ithal arabaların yedek parçalarına olan ihtiyacın artması, ülke ekonomisinde daha fazla yıkım yaşanmasına neden olmuş ve ortaya çıkan bu sorunlar yerli bir otomobil düşüncesini açığa çıkarmış.

İlk yerli otomobil olan Devrim'in üretimi döneminde cumhurbaşkanı Cemal Gürsel'in emriyle imalatı dört buçuk ay gibi kısa bir sürede tamamlanmış. Ancak yakıtının çabuk bitmesi sonucu Devrim'in yolda kalması çeşitli ağır eleştirelere maruz kalmasına neden olmuştur. %100 yerli otomobil üretimi o dönemde politik çekişmelerin gölgesinde kalmış ve bir sonraki yerli otomobil üretme rüyası 1966 yılında Anadol otomobil üretimi ile tekrar gün yüzüne çıkmıştır. Anadol, Otosan Otomobil Sanayi A.Ş.'nin isteği üzerine İngiliz Reliant Firması tarafından geliştirilmiş, Ford motor kullanmış, farklı modifikasyon ve model fikirleri ile 1982 yılına kadar üretimde kalmıştır (Güneş, 2012:220). Fabrika nerede kurulacağına dair yapılan incelemeler sonucu Bursa iline karar verilmiştir. Bu otomobiller ilk olarak önemli ulaşım yollarının kesiştiği ve önemli yerleşim merkezlerinden biri olan Bursa'da üretilmeye başlanmıştır. Ayrıca sanayi okulunu Bursa'da kurulması ile yetişmiş eleman ihtiyacının karşılanması sağlanmış ve otomobil sektöründe Bursa şehrini önemli bir konuma getirmiştir (Tiryakioğlu, 2004:224). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı kapsamında Vehbi Koç önderliğinde 1969 yılında İtalyan ve Türk ortaklığı ile Bursa Organize Sanayi Bölgesinde temelleri atılarak

22 ay gibi kısa bir sürede fabrika kurulmuştur. 1971 yılının ilk aylarında piyasaya çıkan Tofaş, Türkiye'nin yerli otomobil ihtiyacının karşılanmasında önemli bir adım olmuştur.

1971 yılında Tofaş tarafından ilk üretilen otomobil İtalyan Fiat 124 modelinin benzeri Murat 124 modelidir. Otomobilin özelliklerini ve gündelik yaşam üzerinde nasıl bir kolaylık sağlayacağına dair uzunca metinler hazırlanarak gazetelerde reklamları yapılmış (Pekin). Böylece tüketiciye otomobil sahibi olmanın bireyi toplumsal konum ve saygınlığının özellikle teşhir edilebilecek otomobil gibi ürünler üzerinden tesis edilmesinin de temelleri atılıyordu. İlk yerli otomobil üretimi konusunda başarıya ulaşan Tofaş 1975 yılından itibaren yurt dışına açılarak ilk ihracatını Mısıra gerçekleştirmiştir. 1976 yılında ise Fiat 131 modelinin benzeri Murat 131 modelini üretmeye başlayan Tofaş, yeşilçam gibi çeşitli platformlarda sahne almaya başlamıştır. Otomobil sektöründe hızla ilerlemeye başlayan Tofaş zamanla yerli motorlarını imalatına başlamış ve yedek parça konusunda da dışa bağımlılığı azaltma hedefini emin adımlarla almaya başlamış.

1980'li yıllar Tofaş'ın modellerini çeşitlendirmeye başladığı yıllar olarak karşımıza çıkmaktadır. 2000'li yıllarda bile üretimi sürecek olan yeni modeller Murat 131 modeline farklı ayrıntılar ve kaporta değişiklikleri yapılarak detaylandırılmıştır. Murat ailesinden olan bu otomobillere kuş serisi denildi ve Doğan, Şahin, Kartal ve Serçe olarak adlandırıldı. Anadolu yollarının bugünkü görünümünden uzak olan, tozlu taşlı yollarda kolayca ilerleyebilecek, herhangi bir sorun olduğunda sahibinin başına bela olmayacak biçimde üretilen modeller yıllarca gündemde kalmıştır. İlk olarak Şahin modeli üretilmiş daha sonra Şahin modeline metalik boya gövde ve araç içine lüks özellikler kazandırılarak Doğan modeli üretime başlanmıştır. Günümüzde Doğan görünümlü Şahin kavramı ekonomik nedenlerle Doğan model alamayan kullanıcıların donanımlı bir hale getirerek dönüştürdükleri Şahin model araçlarını ifade etmek için kullanılsa da zamanla farklı anlamlar yüklenmiş ve Kuş Serisi otomobil kullanıcıların kullandığı vazgeçilmez bir deyim haline gelmiştir. Tofaş'ın çeşitlendirdiği Doğan model, kuş serisi modelleri içerisinde her zaman üst konumda olmuştur.

Anadolu insanının yük taşıma, kırsal kesimde kullanma gibi ihtiyaçları karşılamak üzere Kartal modeli üretilmeye başlanmış ve satışlar bir anda fırlamıştır. Bagaj kısmında

yapılan değişiklikler ile kalabalık aileler için vazgeçilmez model olmuştur. Son olarak Tofaş kuş serisi ailesinin son üyesi olan Serçe üretilmeye başlanmış ve bu araçlara olan ilgi biraz daha artmaya devam etmiş hatta bir kişiden bahseder gibi otomobillerini isimlendirerek kişiselleştirmeye başlanmıştır. Tahsin Yücel'inde belirttiği gibi nesneleri insan biçimselleştirmek yani onlardan canlı kişilermiş gibi söz etmek, insan için kullanılan çeşitli deyimlerle anlatmak insanların eski alışkanlığı olduğunu söylemektedir (Yücel, 2000:151). Tofaş kuş serisi otomobiller farklı yıllarda ihracat için üretilmeye devam etse de 2001 yılında üretimi durdurulmuştur. Üretimi durmuş olmasına rağmen bu otomobillerin hem fazla olması hem de yedek parçalarının kolay bulunması nedeniyle günümüzde hala çok tercih edilmektedir. Özellikle gençler tarafından rağbet gösterilen bu araçlar, kolay ve ucuz maliyetlerle kendi zevklerine uygun şekilde modifiye edilebilmektedirler. Böylece kullanıcılar diğer benzerlerinden farklılığını sağlayarak kişiliklerini yansıttıkları otomobilleri ile görünür olmaktadırlar. Yarattıkları yeni otomobilleri ile sosyal mecralarda haberleşerek farklı organizasyonlarla bir araya gelen gençler fikir alışverişinde bulunmaktadırlar. İletişim çağının özellikleri kullanarak örgütlü bir hale gelen modifiyeli araç kullanan gençler sosyal platformlara taşıdıkları araçları ile dikkat çekmektedir. Bu çalışmada da Tofaş gençlerinin haberleşme kanallarından biri olan sosyal medyadaki görünürlükleri üzerinde de durulacaktır.

Bir sonraki başlıkta belirli bir insan grubunun yapısal ve tipolojik olarak tanımlanmasına imkan veren toplumsal tip kavramı, benzer davranışlar sergileyen ve toplum tarafından farklılıkları kolaylıkla fark edilebilen Tofaş kuş serisi araç kullanan gençlerin nasıl bir Tofaşçı tipi yarattıklarına değinilmiştir.

2.9.Toplumsal Tip Olarak Tofaşcı Gençler

Toplumsal yaşamda bireylerin kendileri olarak işgal ettikleri ancak zamanla aynı davranış ve eylemleri sergileyen diğer bireyler ile de ortak karakteristik özellikler gösteriyor oluşu bilimsel anlamda toplumsal tip kavramını karşımıza çıkarmaktadır. Toplumsal tip, toplumsal yapı içinde bulunan aktörleriyle birlikte bir anlam kazanarak toplumsal yapıda kendine vücut bulur. Örneğin doktor, hasta, suçlu, hakim, avukat, öğretmen, öğrenci, aydın yazar, şair vb. toplumu oluşturan toplumsal aktörlerdir.

Aydemir'in (2016) belirttiği gibi toplumsal tipleri analiz etmek, toplumu ve onu oluşturan yapıyı da analiz etmek demektir.

Toplumsal yapı içindeki aktörler birer eyleyen olarak aslında toplumsal yapıya hayat verenler kişilerdir. Toplumsal yaşamda insanı ilgilendiren her şeyi farklı açılardan kavramlaştırarak sunan bilimsel bir uğraşı olan sosyoloji de toplumsal tipleri keşfetmek ve analiz etmek üzere kendine özgü bir alan oluşturmaktadır. Baker (2018), toplumsal tiplerin gündelik hayattaki tezahürlerinin nasıl tarif edildiği ve sosyolojinin ortaya çıkışının eş zamanlı olduğunu bu nedenle de birbirinden ayrı düşünülemeyeceğini belirtir.

Toplumsal tiplerin nasıl tarif edildiğini anlamak için öncelikle Herbert Spencer'in evrimci yaklaşımında ilk kez nasıl ve ne şekilde kullandığına bakmamız gerekir. Her ne kadar Spencer'in evrimci yaklaşımında şu anki kullanılan toplumsal tip tanımını açıkça ifade etmese de militan ve endüstriyel toplumlar arasında yaptığı ayrım sonraki dönem düşünürlerinin toplumsal tipi somut olarak tanımlanmasına yardımcı olmuştur (Baker, 2018.86).

Toplumsal tipler, tarihsel süreçte teorisyenler tarafından toplumu analiz etmede bir çözümleme unsuru olarak kullanıla gelmiştir. Simmel'in Yoksul, Maceracı ve Cimri tipleri, Marx'ın Proleterya ve Burjuvazisi, Weber'in Çalışkan ve Çileci tipi, Veblen'in Aylak, Bourdieu'nun Varis, Bauldrillard'ın Tüketici, Mills'in İktidar Seçkinleri, Goffman'ın Damga olarak sınıflandırdığı tipler teoerisyenlerin toplumu analiz etmek için kullandıkları tiplerden bir kaç tanesine örnek gösterilebilir. Böylece toplumsal ilişkileri belirleyen sınıfların tasvir edilmesi daha somut ve anlaşılır hale dönüşmüştür.

Toplumsal tip, belirgin davranış sergileyen insanların bir araya gelerek diğerlerinden ayrılmalarını sağlar (Doğan, 2003:1311). Gündelik yaşam içerisinde etrafımıza daha dikkatli baktığımızda toplumsal tiplerin yansımalarını görürüz. Sosyal yaşamlarını anlamlandırılması noktasında tipleştirmeler önemlidir (Öztürk Aykaç, 2016:360). Toplumsal tip aslında toplumsal alanda var olan bir gerçekliktir. Araştırmacı var olan bir gerçekliği keşfetmek, anlamak için çerçeve belirler ve tanımlamasını yapar. Yoksa yeniden bir toplumsal tip üretmez. Toplumsal bir tipin ortaya çıkabilmesi için öncelikle hayal gücü, toplumsal tip şeklinde tanımlanması için de sistematik bir bilimsel bilginin var olması gerekir. Öyle ki Simmel ve Marx kendi toplumsal tiplerini ortaya koyarken

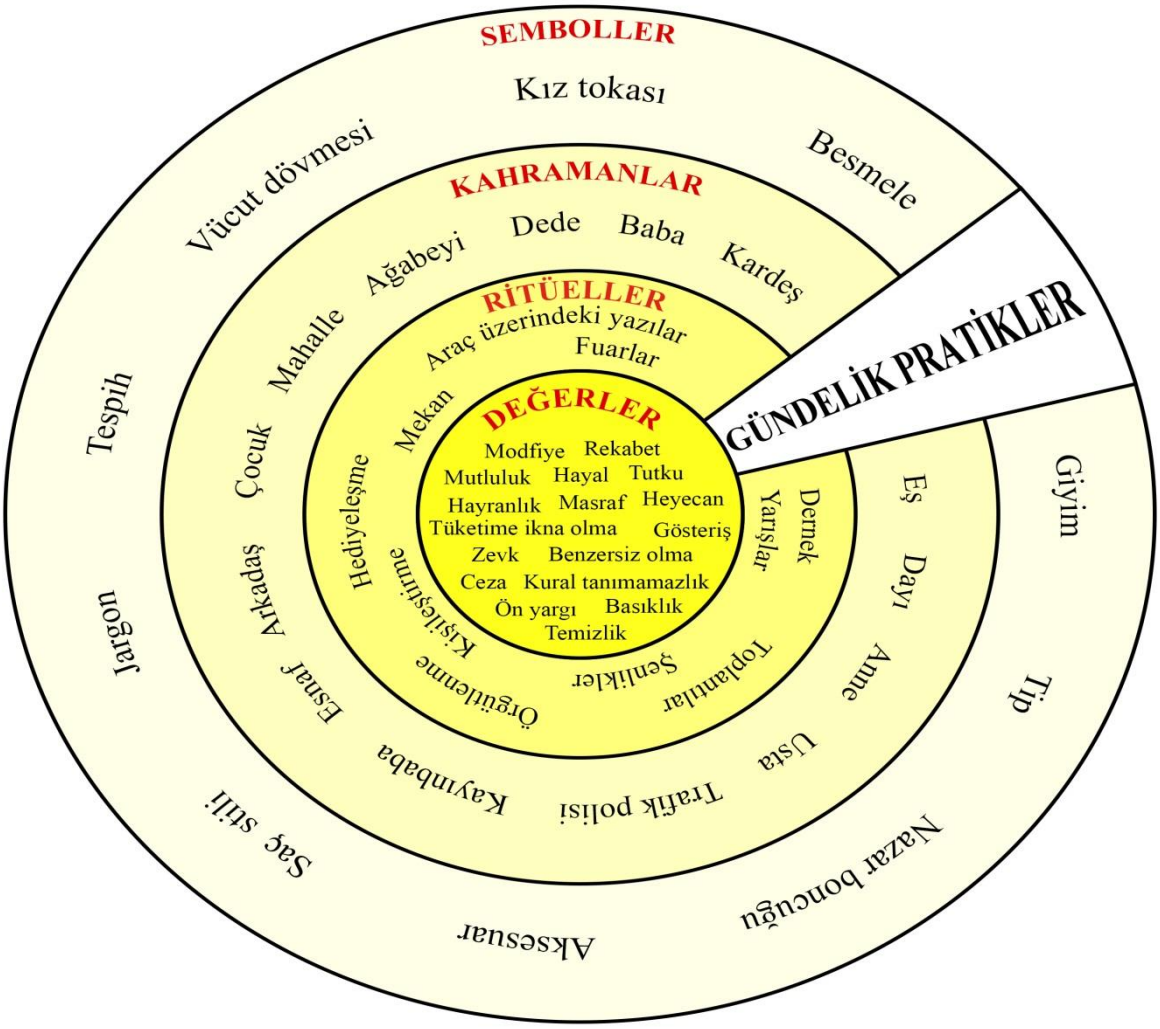
analizlerini sistematik bir tarzla formüle etmişelerdir ki birçok alanda toplumsal tiplerin bilimsel olarak tanımlanmasına katkıda bulunmuşlar (Baker, 2018:90). Tarih, felsefe, sanat, edebiyat, sinema ve sosyoloji gibi disiplinler toplumsal tipleri toplumu analiz etmek için sıklıkla kullanmaktadır.

Bu araştırmada ele alınan odak grup için toplumsal tip oluşturma özellikleri oldukça yoğundur. Diğer bir ifade ile kuş serisi araç sahipleri için sosyolojik anlamda tipik bir tanımlama çerçevesi bulunmaktadır. Karakteristik özelliklerin toplamı olarak tip, belirli bir insan grubunun yapısal ve tipolojik olarak tanımlanmasına da imkân yaratır. Kuş serisi araç kullanan gençlerin temel karakteristik özelliklerinden biri kendi dünyalarında kullandıkları dilin sadece araç tutukunu bireyler tarafından anlaşılabilir olmalasıdır. Bireysel olarak temsil edildiği gibi benzer davranış sergileyen grubu tasnif etmek için de toplumsal tip kavramı kullanılmaktadır. Örneğin, araçlarının bakımlarını aksatmayan, bu araca sahip bireylerin araç için temizlik davranışlarından aracı nitelemek üzere kullandıkları isimlendirmeye kadar birçok benzer özelliği barındıran bir gruptur. Bu çalışmada sembolik bir araç etrafında bir araya gelen bireylerin toplumsal alanda herkes tarafından nasıl göründüğünü keşfetmek için toplumsal tip kavramı kullanılmıştır. Çünkü toplumsal tipten bahsediyor isek gündelik yaşamda ‘işte bu’ olarak görünür düzeyde toplumun diğer bireylerinden ayırt edilen yönlerini de tarif etmemiz gerekir (Baker, 2018). Toplumsal tip olarak kabul ettiğimiz grubun belirli konulara vereceği özel tepkileri, konuşmaları, eylem ve davranışaları kimi zaman ise görünüşü resmedebilir olmalıdır (Öztürk Aykaç, 2016:359). Bu bağlamda toplumsal tip teması altında araştırmaya konu olan gençlerin giyim tarzları, kullandıkları aksesuarlar, saç şekilleri, konuşma tarzları ele alınmıştır.

Araştırmanın üçüncü bölümü olan bulgular başlığı altında Hofstede ve arkadaşlarının kültürel farklılıkları derinliklerine göre açıkladıkları Soğan Modeli şeması model alınarak saha çalışmasında toplanan veriler ilgili kavramsal çerçeve ışığında sunuşu yapılmıştır.

3. BÖLÜM: ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bir alt kültür grubu olarak kabul edilen kuş serisi araç sahibi gençlerin gündelik yaşamlarında araçları ile aralarında kurdukları bağı, nasıl davrandıklarını ve dışardan nasıl göründüklerini anlatmaya çalıştığımız bu araştırmada, saha çalışması sonucunda elde edilen veriler Geert Hofstede'nin Soğan Modeli şeması kullanılarak analiz edilmiştir. Kültürlerarası çalışmalar alanında kuramsal çalışmaları ile öne çıkan Hofstede ve arkadaşları kültürel unsurları "Değerler", "Ritüeller", "Kahramanlar" ve "Semboller" olarak dört kategoriye ayırmaktadır.



Şekil 1: Hofstede ve Arkadaşlarının Oluşturduğu 'Soğan Modeli' Şemasından Hareketle Oluşturulan Kodların Gösterimi

Hofstede ve arkadaşlarının ortaya koyduğu Soğan Modeli şemasında, kültürel farklılıkları derinliklerine göre açıklarlar. Değerler, şemanın merkezinde yer aldığı diğer kültürlerden ya da insan gruplarından ayırdığı aşamasıdır. Uygulamalar olarak adlandırdığı Ritüeller, Kahramanlar ve Semboller katmaları ise dışardaki kişiler tarafından rahatlıkla gözlemlenebildiği ve ait olduğu kültürün zamanına ve mekânına göre değişiklikler gösterebileceği aşamalar olduğu belirtilmektedir. Kültürel unsurların merkezinde Değerler bulunur ve nasıl ki bir soğanın kabuklarını soymadan diğer katmanlara ulaşmanın imkânsız olması gibi bir kültüre mensup bireylerin hayattan beklentilerini, davranışlarını ve davranışlarına yön veren değerleri anlamadan keşfetmek imkânsız olduğu düşünülebilir. Kültürü oluşturan unsurların sembolik bir araç sahipliği üzerinden nasıl temsil edildiğini incelemek amacıyla bu çalışmada, Hofstede ve arkadaşlarının Semboller, Kahramanlar, Ritüeller ve Değerler olarak kategorileştirdiği kültürel göstergeler tema olarak kullanılmıştır. Bu durumda ilk olarak kültürel alt göstergeler alt teması altında ise kuş serisi araçlar sınıflandırılmış ve kodlamalar katılımcıların görüşmeler sırasında kullandıkları söylemlerden oluşturulmuştur. Aşağıdaki tabloda ilk olarak kuş serisi araçlar Şahin, Doğan, Kartal ve Serçe olmak üzere dört gruba ayrılmış ve kültürel göstergeler olarak Hofstede ve arkadaşlarının Soğan Modeli şemasından hareketle kod sistemi oluşturulmuş ve bu şema geliştirilerek kod sistemi geliştirilmiştir. Oluşturulan bu kod sistemi bağlamında saha verilerinin sistematik bir şekilde kodlanması, kategorileştirilmesi ve temaların yorumlanması kolaylaşmıştır.

Aşağıdaki tabloda kuş serisi araç sahipliği ile ortaya çıkan kültürel unsurlar analiz edilmiştir. Tablo 1'de kültürel göstergelerden biri olan Değerlere baktığımızda tepkiler, boş zaman, tüketime ikna olma, sosyal medya, ritüel kirlenme, sözsüz iletişim, benzersiz olma, heyecan, gösteriş, hayal, kendini kanıtlama, sosyal çevre, mahremiyet, Tofaş kardeşliği, temizlik, kirlilik gibi alt göstergelerin tüm araç modellerinde ortak olduğu görülmektedir. Kültürel göstergelerin kullanımında sembolik bir araç üzerinden gençler benzer bir dil kullanımı geliştirmişlerdir. Özellikle temizlik kodunun sık kullanılıyor oluşu gençlerin kuş serisi araçlar ile özdeşleşmesindeki birincil neden olmaktadır. Sahibi oldukları araçların temiz ve parlak olması aslında bu gençlerin toplumsal kabulü sağladığı düşünülmektedir.

Kültürel göstergelerden Ritüellere baktığımızda ise kişileştirme, dernek üyeliği, konfor algısı, hediyeleşme, örgütlenme, şenlikler, mekân, toplantılar, yarışlar, fuarlar bütün araç modellerinde sıklıkla kullanılan kodlamalar olmuştur. Herhangi bir nedenle tüketimi tercih edilen araçlar zamanla katılımcıların benliklerinin birer parçası haline dönüşmüş ve kişileştirme yoluna gitmişlerdir. Kişileştirmek kimi zaman sahibi oldukları araçları ailenin bir ferdi gibi kabul edilmesiyle kimi zaman ise araçların ruhu olduğuna inanılarak gösterilen herhangi bir tepkinin aslında kendilerine gösterildiği savunmuşlardır. Araçları ile adeta bir podyumdaymış edasıyla katıldıkları yarışlar ve fuarlarda alınan ödüller kendilerini kanıtlamanın bir göstergesi olarak kabul edilmiştir. Katılımcıların sosyalleşmek için seçtikleri mekânlar genellikle akaryakıt istasyonları ve sanayi olmuştur. Daha çok grup içerisinde gerçekleşen hediyeleşme ritüeli sembolik bir tüketim halini almış ve hediye olarak herhangi nesne yerine araçları üzerinde kullanabilecekleri bir aksesuar tercih edilmiştir.

Kültürel göstergelerden kahramanlar kategorisinde sıklıkla dile getirilen figürler ise arkadaş, esnaf, usta, trafik polisi, mahalle ağabeyi, baba, dede olarak belirlenmiştir. Katılımcıların tüketime ikna olma biçimlerine baktığımızda daha çok dikkati çekenler arasında mahalle ağabeyi olmuştur. Katılımcılar mahallelerinde olan ağabeyler tarafından küçük yaşlarda kuş serisi araçları tüketimi özendirilmiş ve katılımcılar ilerde bu araçlara sahip olma hevesiyle yıllarca hayal kurmuşlardır. Bu durumda çoğu katılımcının ‘bu araçlara olan hastalık taa küçüklükten bu yana var’ söylemi manidar görünmektedir. Bir diğer önemli figür ise trafik polisi olarak sıklıkla kodlanmıştır. Denetim mekanizmaları olarak trafik polisleri, çoğu zaman katılımcıların bu araçlara olan tüketimlerine karşı caydırıcı olmaktadır. Benzersiz olma uğruna araçlarında yaptıkları değişim ve dönüşümler trafikte ceza engeline takılmakta ve bu nedenle de yıllarca kuş serisi araca sahip olma hayaliyle yaşayan gençleri vazgeçirmektedir. Trafikte sembolik bir araç ile görünür olan bu gençler her trafiğe çıktığında çeşitli bahanelerle maddi cezalara çarptırıldıklarını belirtmektedirler.

Kültürel göstergelerden semboller kategorisinde ise vücut dövmesi, tesbih, nazar boncuğu, jargon, saç stili, giyim, tip, kolye, bileklik sıklıkla kullanılan söylemlerden olmuştur. Sembolik bir araç ile toplumsal alanda görünür olan gençler, kendilerine özgü bir jargon oluşturmuşlardır. Gerek kılık kıyafetleri, saç stilleri, kullandıkları aksesuarlar gerek ise konuşma tarzları, araç içerisinde oturma şekilleri bakımından herkes

tarafından onaylanan bu gençler kendilerine özgü bir davranış kalıpları geliştirmişleridir.

Aşağıdaki Tablo 1, sahadan elde edilen bulgular tablo haline getirilerek sunulmuştur. kuş serisi araç modeli Şahin, Doğan, Kartal, Serçe olarak sınıflandırılmıştır. Araç sahipliğinin oluşturduğu yerel kültürel göstergeler, Hofstede ve arkadaşlarının Soğan Modeli şemasında kültürel farklılıkları derinliklerine göre açıkladığı Değerler, Ritüeller, Kahramanlar ve Semboller teması altında çözümlenmeye çalışılmıştır.

Araba Modeli	Kültürel Göstergeler	Kültürel Alt-Göstergeler
Şahin	**Değerler**	heyecan, sevgi, saygı, mutluluk, zevk, onaylanma, hayranlık, keyif, önyargı, müzik, temizlik, mahremiyet, ses sistemi, basıklık, abartı egzoz, ceza, kural tanımazlık, stres atma, kendini kanıtlama, boş zaman
	Ritüeller	kişiselleştirme, dernek üyeliği, konfor algısı, araç üzerindeki yazılar, hediyeleşme, örgütlenme, şenlikler, mekan, toplantılar, yarışlar, fuarlar
	Kahramanlar	arkadaş, dayı, anne, çocuk, eş, iş arkadaşı, esnaf, usta, trafik polisi, mahalle ağabeyi, kardeş, baba, dede
	Semboller	vücut dövmesi, kız tokası, teşbih, besmele, nazar boncuğu, jargon, saç stili, giyim, tip, kolye, bileklik, amblemler
Doğan	**Değerler**	tepkiler, çelik jant, basıklık, boş zaman, tüketime ikna olma, sosyal medya, ritüel kirlenme, sözsüz iletişim, benzersiz olma, heyecan, gösteriş, hayal, kendini kanıtlama, sosyal çevre, mahremiyet, Tofaş kardeşliği, temizlik, kirlilik
	Ritüeller	kişiselleştirme, dernek üyeliği, konfor algısı, araç üzerindeki yazılar, hediyeleşme, örgütlenme, şenlikler, mekan, toplantılar, yarışlar, fuarlar
	Kahramanlar	arkadaş, anne, çocuk, eş, iş arkadaşı, esnaf, usta, trafik polisi, mahalle ağabeyi, kardeş, baba, dede
	Semboller	vücut dövmesi, kız tokası, tesbih, nazar boncuğu, jargon, kolye, kız tokası, bileklik
Kartal	**Değerler**	sosyal çevre, tepkiler, sis lambaları, çelik jant, gösteriş, tüketime ikna olma
	Ritüeller	kişiselleştirme, mekan
	Kahramanlar	baba, anne, eş, çocuk, dayı, trafik polisi
	Semboller	nazar boncuğu, jargon, bileklik, araç içi aksesuar
Serçe	**Değerler**	tepkiler, boş zaman, tüketime ikna olma, sosyal medya, ritüel kirlenme, benzersiz olma, heyecan, gösteriş, hayal, kendini kanıtlama, sosyal çevre, Tofaş kardeşliği, güven, etiketçilik, nam salmak, stres atmak, nostalji
	Ritüeller	kişiselleştirme, dernek üyeliği, konfor algısı, araç üzerindeki yazılar,

		hediyeleşme, örgütlenme, şenlikler, mekan, toplantılar, fuarlar, örgütlenme,
	Kahramanlar	arkadaş, dayı, çocuk, kayın baba, eş, iş arkadaşı, esnaf, usta, trafik polisi, mahalle ağabeyi, kardeş, baba, dede
	Semboller	kız tokası, tesbih, besmele, nazar boncuğu, jargon, giyim, tip, oyuncak, etiket

Tablo 1: Kültürel Unsurlara Göre Kuş Serisi Araçların Analizi (Tüketici Yazıları (V) adlı kitaptaki Taş ve Çakır'ın Kültürel Unsurlara Göre Reklamların Analizi tablosundan üretilmiştir.)

Saha araştırması boyunca gençlerle yaptığımız görüşmelerden elde edilen veriler sonunda oluşturulan temalar yukarıdaki Tablo 1'de gösterilmiştir. Bulgulardan elde edilen verilere göre kültürel göstergeler açısından araç sahipliği kategorize edildiğinde karşımıza birçok kültürel alt göstergeler çıkmaktadır. Kültürel alt göstergelere her bir araç modeli özelinde baktığımızda benzerlik ve farklılıklarının olduğu görülmektedir. Kültürel göstergelerden Değerler sınıflandırması bölümünde boş zaman, kendini kanıtlama, benzersiz olma, tepkiler, keyif gibi kültürel alt göstergelerin neredeyse bütün araç modellerinde ortak olduğu görülmektedir. Toplumun diğer kalanından farklılıklarını sahibi oldukları araç ile öne çıkaran katılımcılar kendilerine özgü bir değerler sistemi geliştirmişlerdir.

Kültürel göstergelerden Ritüeller kategorisindeki kültürel alt göstergelere baktığımızda kişiselleştirme, mekan, hediyeleşme, örgütlenme gibi temaların neredeyse hepsinde ortak olduğu görülmüştür. Kültürel göstergelerin Ritüeller kategorisinde dikkatleri çeken kişiselleştirme teması olmuştur. Araç üzerinde görünüm ya da performansına dair yapılan kısmi değişiklikler zamanla sahibinin kimliksel özelliklerini yansıtan birer nesneye dönüşmüş. Bireyle artık sahibi olduğu araçlar ile anılmaya ve onlardan sanki canlı varlıklarmış gibi söz edilmeye başlanmış. İnsan-nesne arasında oluşan duygusal bağ sahipleri tarafından sıklıkla dile getirildiği gibi toplumsal bir kabulünün sağlanmış olduğu çevrelerinde kurduğu ilişkilerden de anlaşılmıştır.

Araç sahipliğiyle oluşan yerel kültürel göstergeleri Kahramanlar açısından değerlendirdiğimizde ise en çok karşımıza çıkan kültürel alt gösterge mahalle ağabeyi, baba, dede ve trafik polisi bütün araç modellerinde sıklıkla kullanıldığı görülmüştür.

Baba, dede gibi figürlerin sıklıkla kullanılması geleneksel aile değerlerinin araç sahipleri için önemli olduğu anlaşılmıştır. Aynı zamanda mahalle ağabeyi figürünün neredeyse bütün katılımcılar tarafından önemsenmesi mahalle kültürünün kültürel gösterge olarak ön plana çıktığını göstermektedir.

Kültürel göstergeleri Semboller açısından kuş serisi araç sahipliği özelinde incelendiğinde özellikle Tofaşçı tipinin ön plana çıktığı görülmektedir. Genç bireylerin kendileri olarak işgal ettikleri ancak zamanla aynı davranış ve eylemleri sergileyen diğer genç bireyler ile de ortak karakteristik özellikler gösteriyor olması toplumun diğerleri tarafından da kolaylıkla fark edilebilir olmalarını sağlamıştır. Bu gençler kullandıkları aksesuarlar, tercih ettikleri kılık kıyafetler ve saç stilleri gibi özellikleri ile bir tip olarak karşımıza çıkmaktadır.

Katılımcılara İlişkin Genel Bilgiler

Araştırmaya katılan katılımcıların sahip oldukları araç modeli, rengi, meslekleri ve cinsiyet gibi değişkenlerin yer aldığı genel bilgiler aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

No	Ad	Cinsiyet	Meslek	Model/Renk
1	Kartal 1	Erkek	Elektrikçi	1993 Model Kartal Bordo
2	Kartal 2	Kadın	Temizlikçi	1991 Model Kartal Bordo
3	Serçe 1	Erkek	Güvenlik Görevlisi	1993 Model Serçe Beyaz
4	Serçe 2	Erkek	Memur	1992 Model Serçe Kırmızı
5	Serçe 3	Erkek	Memur	1992 Model Serçe Kırmızı
6	Serçe 4	Erkek	İnşaat işçisi	1991 Model Serçe-Bordo
7	Serçe 5	Erkek	Şef	1984 Model Serçe Yeşil
8	Serçe 6	Erkek	Petrolde işçi	1990 Model Serçe Siyah
9	Serçe 7	Erkek	Tesisatçı	1986 Model Serçe Yeşil
10	Serçe 8	Erkek	Meyhane İşletmecisi	1992 Model Serçe Sarı
11	Serçe 9	Erkek	Oto-Tamirci	1991 Model Serçe Kırmızı,
12	Serçe 10	Erkek	Oto-Tamirci	1991 Model Serçe Kırmızı
13	Serçe 11	Erkek	Satış Danışmanı	1984 Model Serçe
14	Şahin 1	Erkek	Kargo Çalışanı	1992 Model Şahin Siyah
15	Şahin 2	Erkek	Öğrenci	1996 Model Şahin Beyaz
16	Şahin 3	Erkek	Fabrika işçisi	1993 Model Şahin S Beyaz
17	Şahin 4	Erkek	Belediye işçisi	1990 Model Şahin Beyaz
18	Şahin 5	Erkek	İnşaat Mühendisi	1997 Model Şahin Beyaz

19	Şahin 6	Kadın	AsansörBakım-Onarım	1997 Model Şahin Beyaz
20	Şahin 7	Erkek	Banka Personeli	2000 Model Şahin Beyaz
21	Şahin 8	Erkek	Fabrika işçisi	1998 Model Şahin Beyaz
22	Doğan 1	Erkek	Fabrika İşçisi	Al-Sat (Turkuaz Doğan)
23	Doğan 2	Erkek	Mobilya işçisi	1997 Model Doğan SLX Turkuaz
24	Doğan 3	Erkek	Mobilya İşçisi	1995 Model Doğan SLX Turkuaz
25	Doğan 4	Erkek	Çiftçi	1993 Model Bordo Doğan Slx
26	Doğan 5	Erkek	Beden İşçisi	1994 Model Doğan SLX Gri
27	Doğan 6	Erkek	Beden işçisi	Doğan SLX Turkuaz
28	Doğan 7	Erkek	Mobilyacı	Doğan SlX Bal Rengi
29	Doğan 8	Erkek	Operatör	1998 Model Doğan Slx Gri
30	Doğan 9	Erkek	AsansörBakım-Onarım	1994 Model Doğan S Beyaz
31	Doğan 10	Erkek	Bim-Satış Danışman	1994 Model Doğan Slx Beyaz
32	Doğan 11	Erkek	Oto-tamirci	Doğan Slx Siyah
33	Doğan 12	Erkek	Fabrika işçisi	1997 Model Doğan SLX

Tablo 2. Katılımcıların Genel Bilgilerinin Yer Aldığı Tablo

Tablo 2'de Araştırmaya katılan katılımcıların isimleri etik kaygılar nedeniyle verilmemiş ve onun yerine sahip oldukları kuş serisi araç modellerine göre sınıflandırılmışlardır. Araştırmada iki adet Kartal, sekiz adet Şahin, 11 adet Serçe, 12 adet Doğan olmak üzere 33 adet kuş serisi araç sahibi genç birey ile görüşülmüştür. Ayrıca araştırmaya katılan katılımcılardan ikisi kadın, 31'i erkek katılımcıdır. Tabloda gençlerin sahip oldukları araç modelleri ve renkleri ile birlikte gösterilmiştir. Kadın katılımcılardan birinin araç modeli Kartal, diğer kadın katılımcının aracının modeli ise Şahin'dir. Erkek katılımcıların araç modelleri Doğan, Şahin, Kartal olarak değişiklik göstermektedir.

Yaş Aralığı	**Kişi Sayısı**
30-35	9
24-29	15
18-23	9
TOPLAM	33

Tablo 3. Katılımcıların Yaş Aralıklarını Gösterir Tablo

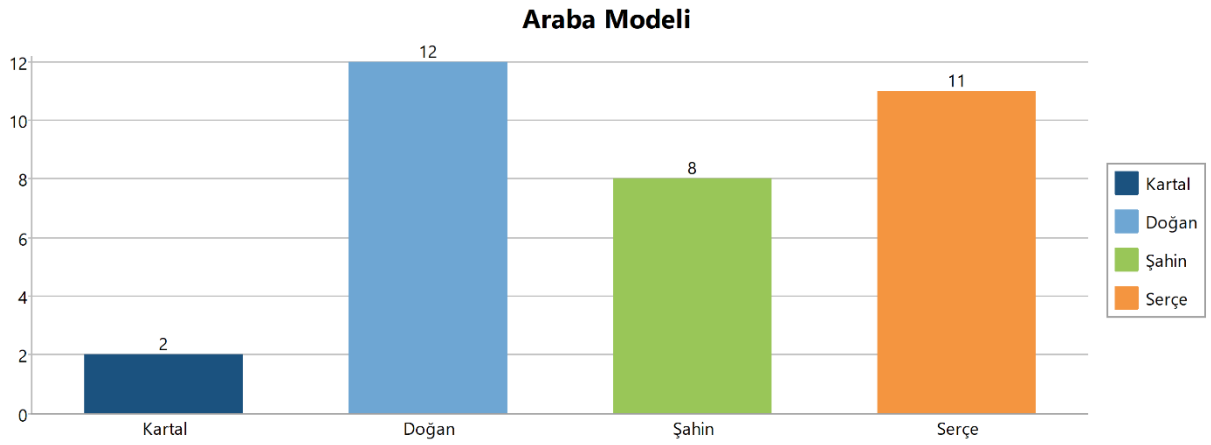
Araştırmaya katılan katılımcıların yaşları beş yıllık periyotlara ayrılmış ve en küçük yaş olan 18 ehliyet alma yaş sınırı olarak belirlenmiştir. Katılımcıların yaşları 18-35 yaş arası değişmektedir. Her ne kadar uluslararası kuruluşlar gençlik yaş aralığını 20'li yaşların sonlarını kapsayacak şekilde belirlese de sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalarda gençlerin eğitim süreci içerisinde uzun yıllar boyunca kalmasından dolayı gençlik yaş aralığını genişletilebileceği düşünülmektedir. 18-24 yaş aralığında dokuz kişi, 25-29 yaş aralığında 15 kişi, 30-35 yaş aralığında kişi sayısı ise dokuz kişidir.

Eğitim Durumu	Kişi Sayısı
Lisans	3
Ön lisans	7
Lise	14
Ortaokul	6
İlkokul	3
TOPLAM	33

Tablo 4. Katılımcıların Eğitim Durumu Dağılımını Gösterir Tablo

Araştırmada belirlenen önemli değişkenlerden biri de katılımcıların eğitim durumudur. Katılımcıların eğitim durumunun dağılımını gösteren tabloya baktığımızda 14 sayı ile en fazla lise mezunu genç bireyler olduğu görülmektedir.

Katılımcıların kullandığı kuş serisi araç modeli araştırmada önemli değişkenlerden birisidir. Tercih ettiği araç modeli katılımcıların hayatlarının neresinde bulunduğu, kültürel anlamda bir anlam ifade edip etmediği ve dolayısıyla da anlam dünyalarını keşfetmek ve anlamak açısından önemli meselelerdendir.



Grafik 1: Katılımcıların Tercih Ettiği Kuş Serisi Araba Modelini Gösterir Grafik

Grafik 1'de görüldüğü gibi katılımcıların araçlarla ilgili tercihleri değişkenlik göstermektedir. Sekiz kişi Şahin, iki kişi Kartal, 11 kişi Serçe, 12 kişi ise Doğan model araç tercih etmişlerdir. Kartal model araçların üzerinde değişiklik yapmak için çok uygun olmadığı ve özellikle bagaj kısmının diğer modellere göre büyük olduğundan yapılacak olan değişikliklerin sınırlı ve çok fazla yansıtmayacağı için tercih edilmediği katılımcılar tarafından belirtilmiştir. Şahin model araç tercih eden katılımcılar ise maddi olarak diğer modellere oranla ulaşım kolaylığı sağladığı için tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Doğan model araç kullananlar ise kuş serisi araçlar içerisinde en lüks donanımlara sahip olmasından dolayı tercih ettiklerini söylemişlerdir. Dolayısıyla tüm modeller içerinde en fazla sayının Doğan model olduğu ortaya çıkmıştır. Son yıllarda ise nostaljiye gençlerin fazla ilgi duyması nedeniyle araştırmada ikinci olarak en fazla tercih edilen modelin Serçe olduğu görülmüştür.

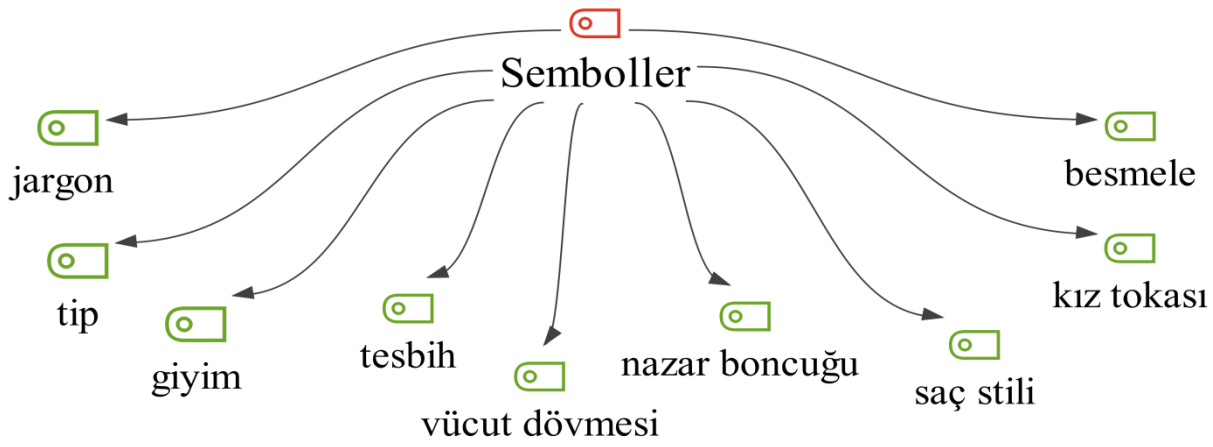
Araştırmada kullanılan değişkenlerden birisi de katılımcıların medeni durumlarıdır. Araştırmaya katılan katılımcılardan dokuzu evli, 24'ü bekar genç bireylerden oluşmaktadır. Saha çalışmasında evli bireylerin araçları ile kurdukları bağa ilk önceleri eşleri karşı çıksa da bu ilgilerin azalmadığını anladıklarında eşlerinin yanlarında durup destek oldukları belirtilmiştir. Bekar katılımcılar ise araçlarına olan ilgilerinin yapacakları evliliğin önüne geçtiği için evlenemediklerini söylemişlerdir.

Araştırmanın bulgular bölümünde araçlarıyla aralarında kurdukları bağın gündelik yaşamlarını nasıl etkilediği hatta nasıl değiştirip dönüştürdüğü katılımcıların ifadeleri kanıt gösterilerek daha detaylı olarak sunulmuştur.

3.1. KUŞ SERİSİ ARAÇ SAHİPLİĞİNİN ALT KÜLTÜREL YORUMU: SEMBOLLER

Sadece aynı kültür etrafında toplanan kişilerce anlaşılabilen birtakım anlamlar yüklenmiş kelimeler, resimler, mimikler ya da nesneler sembolleri oluşturmaktadır. Aynı kültürü paylaşan belirli bir topluluğun kullanmış olduğu jargon, saç stilleri, amblemler, figürler ya da grup içerisinde özel bir anlamı olan herhangi bir nesne semboller olarak değerlendirilmektedir. Semboller aynı kültürü paylaşan bireylere özel anlamlar ifade etmesinin yanı sıra kolaylıkla değiştirilebilir, yenisi geliştirilebilir ve hatta o kültüre ait semboller diğer kültür tarafından kopyalanabilmektedir (Hofstede vd., 2010:8). Sembollerin değiştirilmesi, geliştirilmesi ve diğer kültür tarafından kolaylıkla kopyalanabiliyor oluşu Hofstede ve arkadaşlarının sembolleri Soğan Modeli şemasının en dış kabuğuna yerleştirmesindeki anlamı bizlere göstermektedir.

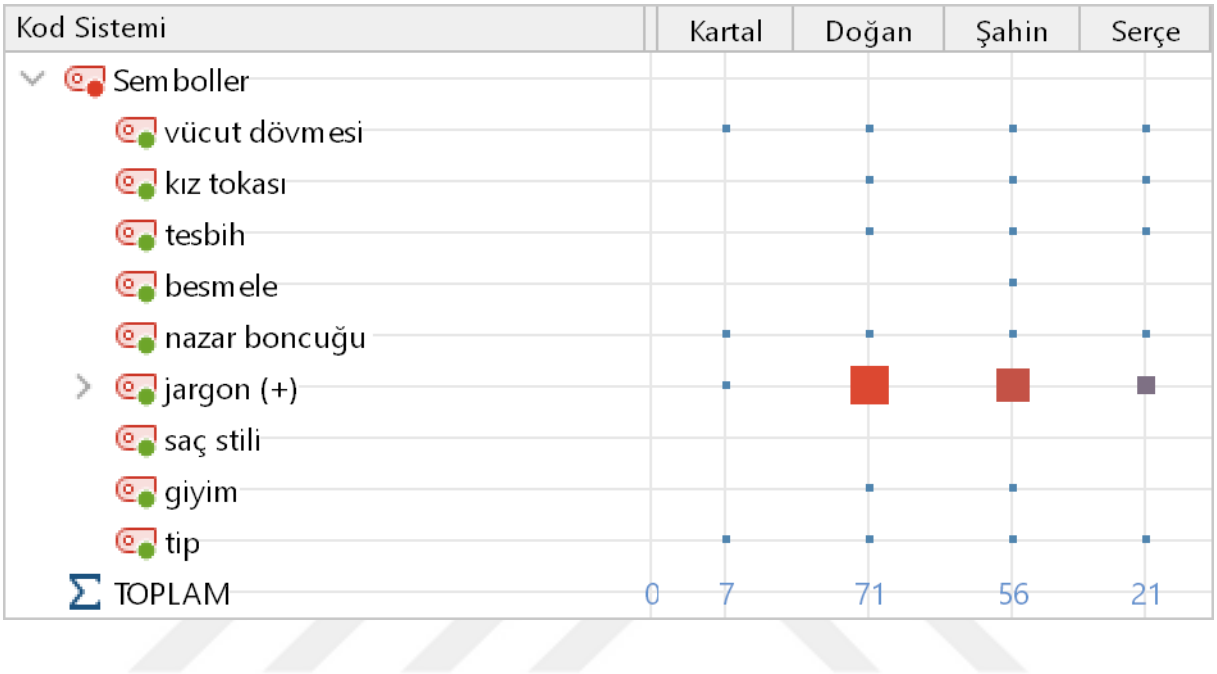
Semboller, yalnızca birer nesne ya da obje değil göründüğünden çok daha fazla anlam ihtiva eden bir şeydir. Semboller bu çalışmanın önemli bir üst temasını oluşturmaktadır. Çünkü kuş serisi araç sahibi gençlerin mensubu oldukları kültürün içerisinde otomobilleri ile görünür olmalarındaki sembolik yorum önem arz etmektedir.



Şekil 2: Katılımcıların Semboller Konusundaki Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modelini Gösterir Şekil

Yukarıdaki Şekil 2'de katılımcıların Semboller teması altındaki kodların dağılımı gösterilmiştir. Hofstede ve arkadaşlarının kültürel farklılıkları derinliklerine göre açıklamak için kullandıkları Soğan Modeli şeması temel alınarak oluşturulan semboller konusu hakkında katılımcıların düşünceleri analiz edilmiştir. Genç bireyler için

otomobilleri sadece herhangi bir nesne değil göründüğünden daha fazla anlam ifade eden bir şeye dönüşmüştür. Bu bölümde saha görüşmelerinden ve gözlemlerinden elde edilen veriler sonucunda, katılımcıların ifadeleri temel alınarak başlıklar oluşturulmuş ve semboller ana teması altında alt temalar bu başlıklar içerisinde analiz edilmiştir.



Tablo 5: Katılımcıların Kuş Serisi Araçlara Göre Semboller Konusuna İlişkin Yoğunluk Dağılımı Tablosu

Kuş serisi araç sahibi gençlerin Semboller konusuna ilişkin tabloya baktığımızda gençler sıklıkla jargon ile ilgili bilgiler verdiği görülmektedir. Kendilerine ait bir anlam dünyaları olan gençler için araçları etrafında oluşturdukları sosyal çevrelerinde kendi aralarında kullandıkları bir dil alışkanlıkları vardır. Araçlar özelinde oluşturdukları bu yeni dil ile gündelik hayatı yorumlama biçimleri de diğer bireylerden farklılık göstermektedir. Tabloya baktığımızda en fazla jargon Doğan ve Şahin modellerinde kullanılmaktadır. Kullanılan jargona ait kavramlar aşağıda detaylı olarak verilecektir.

3.1.Modern Dünyanın Kral Nesnesi Otomobiller: Fakirin s2000 Tofaş

Henri Lefebvre (2007) otomobilleri, modern çağın kral nesnesi olarak nitelendirirken aynı zamanda otomobillerin, çağımızın modern öznesi konumuna da geldiğini görmekteyiz. Modern kültürde sıklıkla karşımıza çıkan otomobiller, özne olarak

kültürün ayrılmaz bir parçasına dönüşmüş ve modern insan da bu harika nesne ile özdeşleşmeye başlamıştır. Modern yaşamın birer kahramanına dönüşen otomobiller, insana has eksiklikleri tamamlarcasına insana özgü olan yetenek ve becerileri ile bir varoluş sergiler. Böylece modern yaşamın merkezinde yer alan modern özne itiraz etmeden merkezdeki rolünü, otomobil kültürü içerisinde özne olarak var olan otomobile yerini bırakır. Modern bir öznenin kimliğini oluşturan bütün özellikler ortaya çıkan rol değişimi ile birlikte otomobillerde karşımıza çıkıyor.

Teknolojik gelişmelerin sunduğu özellikler ile otomobiller bireylere gerek zaman mekân kullanımı konusunda vazgeçilmez imkânlar sunuyor. Yanılsama olsa da bir özgürlük alanı yaratıyor. Modern kültürün simge nesnesi olan otomobiller ile bireyler aralarında ayrılmaz bir bağ kurarak gündelik yaşam içerisinde isim verilerek kişilik kazandırılmaktadır. Böylece otomobiller modern kültür içerisinde insanbiçimselleştirilmektedir (Cengiz, 2009:14). Bireylere ait kişisel özellikler otomobillere atfedilmekte ve otomobiller üzerinden sahibinin kimliği idealize edilmektedir. Tofaş kuş serisi otomobil sahibi gençler üzerinde yapılan bu çalışmada bu durum karşımıza sıklıkla çıkmaktadır.

İnsanoğlu doğada bulunan ve sonradan yarattığı her şeye simgesel anlamlar yüklemeye her zaman meyilli olmuştur. Dolayısıyla nesnelere simgesel olarak anlamlar yüklenmesi kültürel örüntü içerisinde her zaman önemli bir yere sahip olmuştur. İnsanlık tarihi boyunca nesneler bireylerin gündelik yaşamalarında her daim yer alsa da modern bireyin eşyalar ile olan ilişkisindeki köklü değişikliklere 19. yüzyıldan bu yana farklı bir hal almıştır. Nesne önceleri gereksinimler doğrultusunda edinilir ve uzun süre kullanmak doğal bir durum iken günümüzde insanların nesnelerle olan ilişkisi de değişmiştir. Artık gündelik eşyaların modası geçme durumuna maruz bırakılmaktadır. Hızlı endüstrileşme sonucunda ise eşyaların artan üretimi niceliksel olarak artış göstermesine neden olarak nesneler görece daha da ucuzlamıştır. Böylece eşyalara her sınıftan insanların kolaylıkla ulaşması sağlanmıştır. Artık herhangi bir nesneye sahip olmak ya da sahip olmamanın yarattığı anlamlar üzerinden değil nesneler üzerinde kullanılan malzemelerin, tasarımlarının farklılığı üzerinden simgesel anlamlar üretilmeye başlanmıştır (Ruppert, 1996:8-9). Nesnelere yüklenen simgesel anlamlar bu çalışmada otomobiller özelinde ele alınmıştır.

Teknolojinin sunduğu özellikleri sayesinde otomobiller bireylere özgürlük alanı sunar. Roland Barthes (1993) otomobilin, gündelik yaşamdaki işlevsel niteliği göz önünde bulundurarak otomobilleri çağın büyülü bir nesnesi olarak nitelendirir. Kısa süre içerisinde bir yerden bir yere hızlı bir şekilde ulaşım kolaylığı sunması modern birey tarafından otomobillerin gündelik hayatta kolayca benimsenmesini sağlamıştır. Barthes'in deyimiyle çağın yaratımı olan otomobillere kullanım değeri üzerinden büyük bir önem atfedilmesine neden olurken diğer yandan insanoğlunun uzam ve zaman üzerindeki egemenliğini de arttırmıştır. Büyülü nesne betimlenmesine bağlantılı olarak insan vücudunun doğal eylem yetisini, teknolojinin teknik özellikleri ile donatılmış hali olarak bireylere arzu edilebilir bir nesne konumuna da yerleştirmiştir.

3.2.Kentin Yeni Flaneurleri: Tofaşçı Gençler

Sosyal ilişkilerin çoğunlukla yürütüldüğü yerler kent mekânlarıdır. Kent mekânlarında bireyler diğerleriyle sosyalleşir ve zaman içerisinde farklı amaçlar için bir araya gelen kalabalıklar oluşturur. Mekânlar, bu kalabalıkları ağırlarken diğer yandan benzer şeylere ilgi duyan bireyleri de bir araya getirir. Sosyal ilişkilerin yoğun olarak yaşandığı cadde ve sokaklar flaneurların (avare gezgin) en sık görünür oldukları yerdir. Fransız kökenli flaneur kelimesi, 1800'lü yıllarda aylak kent gezginini tanımlamak için kullanılmıştır. Flaneur herhangi bir yere varma hedefi taşımayan, aylak gezen kimselerdir. Herhangi bir amaç taşımayan flaneurlar, kalabalık içinde yalnız dolaşarak etrafındaki olup bitenleri gözlemlerler.

Günümüzde ise kent gezgini mobilize olmuş ve bu çalışmada otomobilleri ile kent sokaklarında görünür olmaktan haz duyan bireyleri tanımlamak için kullanılmıştır. Kişisel zevklerine göre dönüştürdükleri otomobilleri ile caddelerde amaçsız bir şekilde dolaşan 21. yüzyılın yeni flaneurleri güç, gösteriş ve estetik algılarını yansıtırlar.

> *"Ben şehir içinde yavaş yavaş, tadını çıkara çıkara, sakin sakin, etrafıma baka baka giderim. Bana derler 'Mercedes havasında Tofaşa binen' derler. Öyle binerim ben keyfini çıkara çıkara."(Doğan 5)*

Bir yerden başka bir yere yolculuk yapma arzusunu kaybeden gençler, yolu başka amaçlar doğrultusunda kullanan bir sürücüye dönüşürler. Hız yapmak gibi bir kaygısı

olmayan bu gençler, kaldırımdan yürüyen insanları ve yanından geçen diğer araçların özelliklerini seyretmek onları daha yakından ilgilendirir. Doğan 5 adlı katılımcı Mercedes havasında Tofaşa binerek herhangi bir amacı olmadan yollarda dolaşıp etrafını seyretmek ve diğerlerine karşı gösteriş yapmaktadır.

> *"...hız yapmıyorsunuz biz bu araçlarla yani ara sokakta bile tin tin geçerim ki birileri görsün dönüp baksın diye." (Serçe 3)*

> *"Modelli bir araç bunun kadar dikkat çekemezsin ki. Zevk vermez konfor olsa ne olur ki dikkat çekmedikten sonra. Göz önünde olmak çok farklı dikkat çekmek çok önemli. Normalde böyle şehir içinde gezmem. Farları falan yakamıyorsun. Özellikle akşam binersin buna. Akşam olunca daha dikkat çekiyor bir de bu mavi farlar. Herkesin gözü senin aracının üzerinde çok güzel bir şey yaa"(Doğan 10)*

Kendilerinden ziyade kişiselleştirdikleri otomobillerinin görünür olmasına daha çok dikkat çekmek isteyen bireyler, adeta bir podyumdaymış gibi sokaklarda hareket ederler. Bireylerin farklılaşma arayışları otomobilleri aracılığıyla görünür olma arzusuna yönelmiştir. Gerek performans arttırıcı özellikler gerek ise çeşitli aksesuarlar ile yaptıkları değişiklikler, adeta bireylerin benliğini yansıtan bir özete dönüşmüştür.

Tip

Bir toplumsal tip olarak Tofaşçı gençler kavramı bu araştırmada, sahip oldukları araçlarıyla gündeme gelen ve daha çok diğer araç kullanıcılarının karşısında konumlanan, kendilerinden olan yani ortak payda kuş serisi araçlara olan tutkularıyla ön plana çıkan kişilerle bir araya gelen bireyleri betimlemek için kullanılmıştır. Tofaşçı gençlerin bir toplumsal tipe tahvil edilebilmesi için ilk olarak bu tipin gündelik hayatta görünürlüğü ve bu görünürlüğü ile alakalı farkındalık oluşturulması gerekir. Aynı zamanda da bu tipten bahsedildiğinde zihinde canlanması gereken fotoğraflara ve mekânlara ihtiyaç duyulur.

Toplumsal bir tip olarak Tofaşçı gençleri toplumsal alanda görünür kılan diğerleri tarafından da kolaylıkla ayırt edilebilen bir takım davranış örüntüleri bulunmaktadır.

İnsan sosyal bir varlıktır ve toplum içerisinde diğerleri ile girdiği ilişkiler çerçevesinde sosyalleşir. Gündelik yaşam içerisinde kurulan ilişkiler ile akraba, eş, dost, arkadaş gibi birçok insanı gözlemleme fırsatı buluruz ve biz istemesek de karakterleri, davranışları, tepkileri, duyguları, düşünceleri ve birçok sosyal görünümleri bağlamında zihnimiz diğer bireyleri kategorileştirmeye, konumlandırmaya meyilli hale gelir. Bireyleri öne çıkan davranışları ve nitelikleri bağlamında tasnif etme çabası aynı zamanda onları tanıma çabasıdır. Bu tanımlama çabasını, Hannah Arent kişinin özgül benzersizliğini göz ardı etme riski taşımış olmasına rağmen doğal bir süreç olduğunu vurgular. Davranışlarıyla öne çıkan insanların kim olduğunu ayartan sözcüklerle anlatmak, diğerleriyle olan benzer davranışlarını betimlemeye ve bir tip tanımı yapmaya iter (Arent, 1994:248). Belli başlı bazı niteliklerin ön plan çıkması veya çıkarılmasıyla görünür kılınan toplumsal tip, sosyal alanların ayrıştırılması ile birlikte ortak özelliklerin devreye girdiği karakteristik belirlenimleri ifade eder (Aydemir, 2014:11). Tofaşçı gençler de toplumun nezdinde bir karşılığı olan, tanımlamaya ve tipleştirmeye uygun ve tahayyül edildiğinde kalıplaşmış karakteristikleri bünyesinde taşıyan bir nitelendirmedir.

Katılımcılardan bir tanesi Tofaş araçların bir aurası olduğunu içine biner binmez ise karakterinin değiştiğini şu sözlerle belirtmiştir.

> *"...gerçekten karakterin değişiyor yani. Ben çok sabırlı bir insanım normal hayatımda. Hani biraz anlatmak gerekirse de kavgacı bir insan değilim Oktaviaya da sakin durabiliyorum aslında....Tofaşçı, hani serseri gözüyle bakılıyoruz ama yani bu Arabaya bindiğin zaman o arabanın havasından mı diyeyim oturma pozisyonundan mı diyeyim neyden bilmiyorum ister istemez biraz da agresifleşiyorsun yani bu benim elimde değil.....diğer araba olsa bunu yapmazdım ben artık arabanın verdiği bir haz mıdır diyeyim ya da farklı bir hava mı diyeyim ya da belki malımıza zarar verecek Korkusu da olabilir bilmiyorum yani.....kısaca anlatmak gerekirse bir aurası var bu Tofaşların." (Şahin 7)*

Giyim

Hiç tanışmamış olsak bile gündelik hayatta karşılaştığımız insanlar hakkında bazı varsayımlara sahip oluruz. İçerisinde bulunduğumuz kültürün yaşam tarzına, yaşanılan

tecrübelere göre bu varsayımlar şekillenmektedir. Almog (1998) belirli sembol kümelerini belirli kişilere addetmeyi beyin sezgisel olarak kodladığını belirtir. Örneğin kıyafet, imaj gibi semboller, Almog'un ifadesine göre belirli kişisel özellikleri tanımlamak için beyin tarafından kodlanmaktadır. Öyle ki kuş serisi araç tutkunu genç bireyler kılık kıyafetleri ile de toplumun diğer kesimlerinden gözle görünür bir şekilde kolaylıkla fark edilmektedir. Saha araştırması sürecinde yapılan gözlemler sırasında katılımcıların genelinin aynı tarzda giyindikleri gözlemlenmiştir. Beyaz spor ayakkabı, dar paça jean pantolon, şişme yelek, dar gömlek ya da vücudu saracak şekilde tişört ve bazı katılımcılarda da şapka taktıkları görülmüştür.

Saha çalışmasında katılımcılar Tofaş araç kullanıcılarını etrafa karşı kötü gösterenler olduğu konusunda çok fazla şikayet edenler oluyordu. "Dışardan birisi gerçek bir Tofaşçı ile kendilerini Tofaşçı zanneden (katılımcıların ifadeleri ile) kişileri nasıl ayırt edilebilecek?" şeklinde sorular yönelttiğimizde katılımcının bir tanesi şu cevabı verdi:

> *"Araca baktığınızda ve içindekinin tipine baktığınızda direk anlarsınız, kafada kesin şapka vardır ve önüne bükmüştür, camlardan çıkar yarısı. Çarşı ortasında müzik sesi son ses, egzozu da bağırtır o da serseridir işte….yayaya yol verirsin onlar ise direk yaya yoluna girer, yayalara da yol vermez. Üstelik camdan sarkar, bir de yayaya küfrederler. Onlar Tofaşçı değil, maganda onlar Tofaşı kötüleyen kesim onlar…." (Şahin 4)*

Katılımcı gerçek Tofaşçı olmayan bir başka kişiyi, önüne bükük giydiği şapka, uygun olmayan araç sürüş şekli ve yayalara karşı davranışları ile değerlendirmiştir. Saha çalışması sırasında bu türden araç kullanıcısı gençlerin hep aynı tarzda kıyafetler seçtikleri görülmüştür. Genellikle dar paça pantolon ve eşofman, yaka kısmı aşağıdan iliklenmiş dar gömlek, beyaz ya da siyah renkte tişört ve genellikle de beyaz spor ayakkabı giydikleri gözlemlenmiştir. Aksesuar olarak kalın boyun zincirleri, gümüş renkte kalın bileklik ve kalın taşlı yüzük tercih etmişlerdir. Bir başka katılımcı ise Tofaşçı tipini belirleyen en önemli özelliğin sakal ve gelir düzeyi olduğunu belirtmiş ve şu ifadeleri kullanmıştır:

"Bir de tipine bakıyorlar sakal falan Allahtan yok bende. Yoksa direk ceza kesecek. Polis bir ara beni durdurdu 'in aşağı' dedi 'ne oldu abi' dedim 'sen niye bu araca biniyorsun' dedi 'gücüm buna yetiyor' dedim 'yok sen daha zengin birine benziyorsun tipinden belli' dedi, 'haydi yazmıyorum bir şey' dedi." (Doğan 10)

Toplumsal tip sosyalleşme sürecinin bir üretimidir. Bir grubun özellikleri uzun ve görünmez bir sosyalleşme süreci ile özümsenir bir hale gelir. Almog, toplumsal tipin bireyin kişisel zevkine uygun bir şekilde seçtiği, fakat ait olduğu kültürün, sosyalleştiği çevrenin veya akranlarının zevklerinden etkilendiğini söyler. Dolayısıyla da, belirli bir toplumsal tipin özelliklerini yansıtan kişiler, dikte edilen kurumsallaşmış normlar nedeniyle değil, tarz ve beğenileri doğrultusunda aynı tercihleri geliştirdikleri için görünüşleri birbirine benzerdir (Almog, 1998).

Saç Stili

Bu araştırmaya konu olan gençler, saha araştırması boyunca çeşitli mekânlarda gözlemlendi. Sahibi oldukları kuş serisi araçlar, gündelik yaşamlarını nasıl şekillendirdikleri, diğerleri ile araç üzerinden nasıl bir iletişim kurdukları ve bu türden araca sahip olmanın nasıl bir tarz yansıtması gerektiği üzerine sohbetler yapıldı. Sohbetlerin içeriği kimi zaman kılık kıyafet üzerine, kimi zaman Tofaşçı bir bireyin nasıl bir karaktere sahip olması gerektiği konusunda idi. Yapılan gözlemlerde gençlerin saçları genellikle kısa ve yarı traşlı olduğu görüldü. Yapılan fuarlarda ya da bireysel olarak görüşülen gençlerin saçları hep aynı şekilde kesilmişti. Bir katılımcı ise kuş serisi araçların kendine has bir duruş sergilediği için uzun saçlı bireylerin o araca yakışmadığını şu sözlerle belirtmiştir:

"...kardeşimin saçı uzundu bir ara mesela yakışmıyor o aracın içinde diye kısa kestirdi." (Şahin 4)

Tanımadığımız insanların giyim ve saç stilleri ait oldukları toplumsal sınıf ve kültürleri hakkında bizlere bazı ipuçları sunabilir. Genellikle alt kültür kategorisinde değerlendirilen emo, yuppi, dazlaklar gibi gençlik alt kültür gruplarında belirgin olan

saç şekilleri, Tofaşçı gençler için geçerli olmadığı gözlemler sonucunda ortaya çıkmıştır. Katılımcılar günün koşullarına ve çalıştıkları ortama uygun şekilde saç kullanmaktadır. Katılımcılar arasında kamu sektöründe çalışan gençler kısa saç kullanımını tercih ederken özel sektörde çalışan gençlerin saç kesimleri değişiklik göstermektedir. Sanayi sektöründe çalışan gençlerin ise enseye dökülen tarzda saç kullandıkları gözlemlenmiştir.

Vücut Dövmesi

İnsanlar duygu ve düşüncelerini dışarıya aktarmak için kimi zaman kendi bedenlerini kullanırlar. İnanışlar, değerler ve hatta sözcüklerle ifade edilemeyecek olan birçok düşünce insan bedeninde dövme olarak somutlaşır. Böylece dövme, iletişimde bulunulmak istenen insanlara verilmek istenen bir mesaja dönüşür. Dövmenin yapılış amacı ve anlamı pek çok kültürde farklılık gösterir. İnsanlar sanat, özgürlük, farklılık, kimlik arayışı ya da özenti gibi çok yönlü bir işleve sahip olan dövmeyi vücutlarının herhangi bir yerine yaptırmaktadırlar.

Binlerce yıllık bir tarihi olan dövme güç, statü, inanış gibi aidiyet ve kişisel özelliklerini betimlemek için yerli kabileler ve uygarlıklar tarafından sıklıkla kullanılmıştır (DeMello, 2000). İlkel toplulukların özelliği olan dövme zamanla kâşifler tarafından denizleri aşarak Avrupa'da yaygınlaşmış ve böylece moda endüstrisinin ve sınıfsal farklılıkların bir göstergesi olarak tarihsel sahnede yerini almıştır. Aristokratlar arasında hızla yayılan ve statü göstergesi olarak kabul edilen dövme, savaş sonrası dönemde çeteler, suçlular ve işçi sınıfı ile ilişkilendirilmiştir. 1900'lü yılların ortalarından itibaren ise dövme, egemene karşı isyan eden genç bireylerin ve hippi, dazlaklar vb. gibi alt kültür veya marjinal grupların bir simgesi haline dönüşmüştür (Bradley, 2000; Fisher, 2002).

Teknolojide yaşanan gelişmeler, geleneksel yöntemlerle yapılan dövme biçimini de değiştirmiş daha sterilize modern aletler kullanılmaya başlanmış. Dövmeye olan algıların değişmesi ilgiyi arttırmış ve insanların kendilerine ifade etme aracı haline dönüşmüştür. Bir dönem ötekileştirmenin, aykırı olmanın bir sembolü olan dövme, son yıllarda farklı sınıf, statü ve her yaştan bireylerin çeşitli nedenlerle yaptırdığı bir şeye dönüşmüştür.

Modern dönemin tüketim kültürü içerisinde dövme yaptırmanın bireysel ve toplumsal pek çok nedeni olabilir. Araştırmaya katılan gençlerden sekizi diğerlerinden farklı görünme isteği, kendisi için bir anlam ifade eden bir nesne ya da simgeyi bedeninde taşıma isteği ya da sözle ifade edemeyeceği şeyleri bedenine resmettiği bir sembol ile dışarıya aktardıklarını belirtmişlerdir.

Kadın katılımcılardan birinin bedeninin farklı yerlerinde birçok dövme olduğunu hatta sayısını bile kendisinin hatırlamadığını belirtmiştir. Yaşadığı anıları bedeninde taşımanın hoşuna gittiğini belirten katılımcı kendisi için en anlamlı olan dövmenin dedesiyle olan bir resmi olduğunu söylemiştir. Bir diğer kadın katılımcı ise müzikle ilgilenmekte ve bu nedenle de müzik ile ilgili olan dövmeleri vücuduna resmetmektedir. Katıldığımız otomobil fuarlarında da kuş serisi araç kullanıcısı birçok gencin özellikle kollarının büyük bir bölümünü kaplayan, çeşitli desenlerde dövme olduğu görülmüştür. İnsanların duygu ve düşüncelerini ifade etmelerine aracılık eden dövme, arkasında yatan anlamın ve duygunun ne olduğunun somutlaştığı hali, dışa vurumun fiziksel göstergesi haline gelmiştir.

Nazar Boncuğu, Maşallah, Besmele

Modern dünyada teknolojik ve bilimsel ilerlemelere rağmen inanç ve dini pratikler halk arasında eskisi kadar yoğun olmasa da dindarlığın önemli bir tezahür biçimi olarak toplumların gündelik yaşamında önemli bir yeri bulunmaktadır. Nazar olgusu ile alakalı yapılan birçok bilimsel çalışmalar bizlere gösteriyor ki canlı ya da cansız bütün varlıklar nazarla ilişkilendirilmiş ve tarih boyunca halk tarafından çeşitli uygulamalar ile nazardan korunma yöntemlerine başvurulmuştur. Bu korunma yöntemlerinden en yaygın olanı ise nazar değeceği düşünülen bireye ya da nesneye takılan, genellikle mavi renkte olan cam nazar boncuklarıdır.

Sahada katılımcılarla yapılan görüşmeler ve gözlemler sonucu katılımcıların nazarla ilgili inanış ve pratiklerinde referans kaynakları olarak genellikle aile ve çevre ilk sırada gelmektedir. Aracına nazarı değdireceğine inanılan kişinin, kıskanç ve kötü niyetli olacağından ve bu nedenle de nazar boncuğu takarak bu negatif düşüncelerden kurtulacağına dair bireylerin psikolojik olarak rahatladıkları görülmüştür.

Katılımcılardan birinin babası nazar boncuğu takma konusundaki görüşlerini şu cümlelerle belitmiştir:

> *"....aslında babam nazar boncuğu takmak daha çok nazar çektiğini söyler ama güzel görünüyor bir de yolda giderken ilk önce o göze çarpıyor arkadan sallanıyor ya böyle hoş oluyor. Görünüş işte." (Serçe 6)*

Bir başka katılımcı ise aracına nazar boncuğu takmanın kendileri için ne anlam ifade ettiğini şu şekilde belirtmiştir:

> *"Tofaşların arka çekeceğinde nazar boncuğu mutlaka olur sallanır böyle alttan. sağ tarafta egzoz sol tarafta nazar boncuğu olur tamponun altında çeki demirine tek yakışan nazarlıktır." (Doğan 1)*

> *"arabasına özen gösteren mutlaka arka tarafına çekici demirine nazar boncuğu takar." (Şahin 3)*

Nazardan korunmak için kullanılan uygulamalardan bir diğeri ise maşallah kelimesinin sözlü olarak yinelenmesi ya da aracın herhangi bir yerine yazılmasıdır. Kötü enerjiden korunmak için kullanılan maşallah kelimesi ile olumsuz etkiye neden olacak sonuçlar için öncesinden önlem alındığına inanılmaktadır. Bir başka nazardan korunma yöntemi de besmele çekilmesidir.

Araştırmaya katılan gençler için kuş serisi araçları üzerinde yaptıkları her modifiye kendilerini ifade eden bir dile de dönüşmüştür. Tofaş kullanıcısı genç bireyler, sembolik bir araç etrafında oluşan yeni bir kültürel dil geliştirmiş ve bu dilide gündelik pratiklerine entegre etmişlerdir. Saha araştırmaları boyunca gençlerin mülakatlarda sık sık kullandıkları bu kavramlar ve anlamları aşağıdaki gibidir:

Kafa Ayarı Otomobilin ön süspansiyonunu yere yakınlaştırmak arka süspansiyonun orijinal kalması ya da daha yükseltilmesi.
Ayna Kapatmak Otomobilin dış dikiz aynalarının kapatılması. Fotoğraf video çekerken görünüşte güzel gözükmesi için.
Piyasa Modu Aracı ikinci viteste sürmek. Otomobili caddeye çıkartırken yapılan işlemler.
Amerikan Park Ön ve yan sinyallerin sürekli yanık kalması.

Park Sis Gezmek Amerikan park ve sis farları açık olarak gezmek.

Egzoz Patlatmak Otomobil çalışır haldeyken gaza yüksek devirlere kadar basıp, kontağı kapatıp açma sonucu egzoz patlaması gerçekleşir. Teknik olarak gaza yüklendiğinizde yakıt ve ateşleme gelmeye devam eder kontağı kapattığınızda ateşleme durur o anlık hali hazırda gelmiş yakıt tam kaliteli patlatma olmadığı için çiğ şekilde egzoz manifolduna geçer o ara tekrar kontak açıldığında ateşleme gerçekleşir o çig yakıt patlar ve egzoz patlaması gerçekleşir. Egzozdan gürültülü tabiri caizse silah sesine benzer ses gelir.

Vites Tokatlamak Yüksek viteslerde giderken aracın hızlanmasını istenmesi üzere bir düşük vitese geçirmek.

Dörtlü Yakmak (roll (yarış) yapmak) Yarışmak için yapılabilir, uyarı için yapılabilir, düz devam edeceğim anlamına gelir, park yapacağım anlamına gelir.

Selektör Çakmak Bazen küfür bazen de selamlaşmak için yapılan eylem. Öndeki aracı uyarmak anlamına da gelmektedir.

Makas Atmak Trafikte öndeki aracın solundan değil sağından geçerek önüne geçilmesine denir. Diğer zikzak hareketi gibi.

Askıda Kalmak **S**üspansiyonu yere yakın aracın tümsek kasis gibi yerleden geçerken aracın alt orta kısmı kasise sürtüp aracın orada kalması hareket edememesi.

Sündürmek Aracın ani hızlanması viteslerin son devrine kadar kullanılması

Helal Basık Yayları kesmek, air süspansiyon yada coilover sistemleri kullanmadan orjinal yayları ile yere aracı yere yakınlaştırmak.

Teker Döndermek Aracın harekette kaldığı saati hesaplamak için kullanılır.

Ara Gaz Otomobilin vites geçişlerinde ekstra olarak ritimli şekilde gaz verilmesi işlemi.

Kordon Güzeli Köşeli çizgili hatları olan araçların sağ ve sol kaporta aksamlarının düz temiz hatasız olması çizgilerin düz olması.

Semt Oturuşu Yere yakın olan aracın caddede park halinde duruşu.

Arayı Ayırmak Rollerde (yarış) arayı açmak , yarışan iki aracın ara mesafesi.

Sekelemek Yere yakın olan aracın karayolunda giderken yoldaki herşeyi hissetirmesi zıplaması gibi. Süspansiyonun konfor anlamında sıfır olması.

Üç Pedal Yapmak-Lastik Yakmak Debriyaj fren gaza aynı anda basmak.

Tofaşa Çıkmak Karaman/Mersin karayolunda yarış yapmak.

Gaza Çök Gaza yüklenmek

Kapaklamak Patlamak anlamına gelir kazanın yaşanması

Kaç Direk Var yarış yapan araçların karayolundaki ışıklandırma direkleri ile mesafe ölçmesi.

Eksantirik Araçların motor parçasıdır, subapların zaman ayarlarını kontrol eder.

Atmosferik Turbo kompresör veya süperchager olmayan yanma için gereken havayı motorun vakumlamasıyla alan standart otomobillerdir.

Gırtlak Dolusu Basmak Aracın özellik veya motor olarak en yüksek seviyelerde olması durumunda söylenmesi.

Sıfır Çizmek Araçla kendi etrafında dönmek.

Drift Atmak Araçla drift yapmak kendi etrafında dönmek.

Denemek Araçların performans olarak güncelleme yapılası ardından otomobilin uzun yolda yapılan işlemleri test etmek.

Lastik Yakmak Araca ilk kalkışta frene basıp ani gaz vererek lastiklerin aşınmasını sağlamak

Yanlamak-Yan Vermek Viraj yada viraja benzer dönüşlerde araca ani gaz verip debriyaj tokatlarak aracın arkasını kaydırmaya denir.

Patiye Düşmek Aracı ani kalkışta aşırı gaz vererek lastiğin yola tutunamamasıdır.

Etiketçilik Eski klasik araçların yeniden restore edilerek ışıklarla süslenmesi bir çok yerine araçla ilgili etiket amblem logo takılması.

Kafa Kafaya Dönmek Karşılıklı iki aracın aynı anda sıfır çizmesi.

Sıfırdan Toplamak Orijinal boş bir arabayı çeşitli modifikasyonlarla yeniden biçimlendirmek.

Pıstırmak Aracın yerden yükseklini azaltmak, bastırmak.

Piyasa Yapmak Podyumda yürüyen manken edası ile cadde ve sokalarda dolaşmak. Kimi zaman karşı cinsi etkilemek için yapılan bir eylem olurken kimi zaman ise aracını diğerlerine sergilemek anlamı taşır.



Şekil 3 : Katılımcıların Kuş Serisi Araçlar İle İlgili Kullandıkları Kavramların Kelime Bulutu Görseli

Şekil 3'te kuş serisi araç sahibi gençler ile yapılan saha mülakatları sırasında sıklıkla kullandıkları kavramların kelime bulutu görseli yer almaktadır. Bu kavramlar diğer bireyler için bir anlam ifade etmese de aynı ortak beğeni etrafında biraraya gelen gençler için birçok anlam içeren ifadelere dönüşmektedir. Tofaş kullanan genç bireylerin kendi aralarında oluşturdukları ve gündelik hayatlarında sıklıkla kullandıkları bu kavramlar aşağıdaki ilgili alt temalar altında sahadan alıntılar şeklinde verilmiştir.

3.3.Tofaşta Kanka Olursun Modelli Bir Araçta Aşkım

Saha çalışması sırasında mülakatları gerçekleştirdiğimiz genç katılımcılardan bir tanesi, karşı cins ile kurduğu ilişkilerde Tofaş kuş serisi aracı hep sorun yaratmış. Genç katılımcı için hayatının vazgeçilmez bir parçası haline gelen aracına karşı hep önyargı ile yaklaşlaşan kız arkadaşlarıyla hep yollarını ayırmak zorunda kalmış. Genç katılımcının, kuş serisi aracına ek bir de modelli bir aracı vardır. Sosyal hayatında genellikle kuş serisi aracı ile görünmek isteyen genç katılımcı, kız arkadaşı ile olan buluşmalarına modelli aracı ile gitmesi istenmektedir. Kız arkadaşlarının kuş serisi araçlarda tavırları kanka rolünü yansıttığını ama modelli araçlarda olan davranışlarının ise sevgililik rolü yönünde olduğunu söylemektedir. Kendisinin bu türden olan araçlarla ilgili merakına saygı duyacak bir kız arkadaşı bulamaması üzerine yaptığımız sohbetlerde kızgınlığını Tofaşta Kanka Olursun Passatta Aşkım deyimiyle göstermiştir.

Kızların, kuş serisi araçlara kimse görmesin mantığıyla etrafa bakmadan utanarak bindiğini, modeli bir araca binerken de katılımcının deyimiyle kasılarak bindiğini söylemiştir. Kuş Serisi Araç Sahipliğinin Altkültürel Yorumu ana başlığı altında, semboller teması altında Tofaşta Kanka Olursun Modelli Bir Araçta Aşkım alt başlığı kullanılması uygun görülmüştür.

Jargon

Jargon, belirli bir meslek ya da topluluğu paylaşan, aynı ilgi alanları ve aynı geçmişe sahip kişilerin ortak dil kullanımını ifade eder. Bazen jargon sözcüğü aşağılayıcı, küçük düşürücü bir anlamı da taşımaktadır. Araştırmaya katılan gençlerde kuş serisi araçlara olan ortak ilgi ve beğenileri doğrultusunda bir dil kullanımına sahiplerdir.

> *"S.... et boşver ya elalemi umursama boşver." (Şahin 6)*

Kuş serisi araç kullanıcı gençlerin daha çok argoya meyilli gündelik dil kullanımları olduğu saha araştırmaları sırasında sıklıkla karşılaşılmıştır. Toplumun genel kanısı erkeklerin daha çok argo dil kullandıkları yönündedir. Şahin 6 adlı genç kadın katılımcının toplumun genel kanısının aksine kadınlarında günlük hayatında argo kullanımlarına yatkın oldukları görülmüştür. Kuş serisi araç kullanıcısı olarakta argo kullanmı bu araştırma açısından önem arz etmektedir.

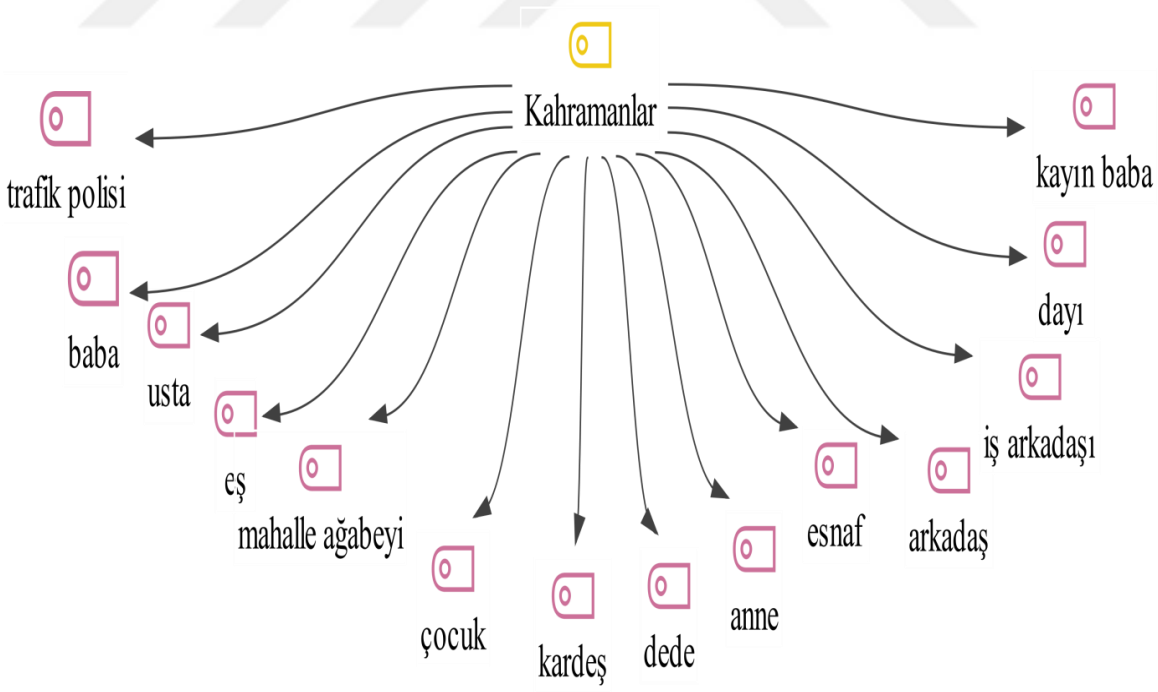
> *"Şehir içinde falan drift atamayız. Sanayide yaptığımız halde bile sanayiciler şikayet ediyor. Sıkıntı yaşıyoruz bu yüzden." (Serçe 9)*

Bir jargonu oluşturan sözcükler o gruba ait olmayan bir kişi için anlaşılmaz gelebilir veya yaygın sözcükler olmalarına rağmen tamamen farklı bir anlamda da kullanılabilir. Bu bağlamda jargon kullanımı, iletişim açısından kimi zaman bir engel yaratmaktadır. Örneğin drift atmak kuş serisi araç kullanan gençler için anlamlı olurken aynı ilgi ve meraka sahip olmayan bireyler için anlamlı olmamaktadır. Jargon genel olarak belli bir yaş grubu, meslek, hobi veya ilgi alanı ya da amacı paylaşarak bir araya gelmiş kişilerin kullandığı dile karşılık gelmektedir.

3.2.KUŞ SERİSİ ARAÇ SAHİPLİĞİNİN ALT KÜLTÜREL YORUMU: KAHRAMANLAR

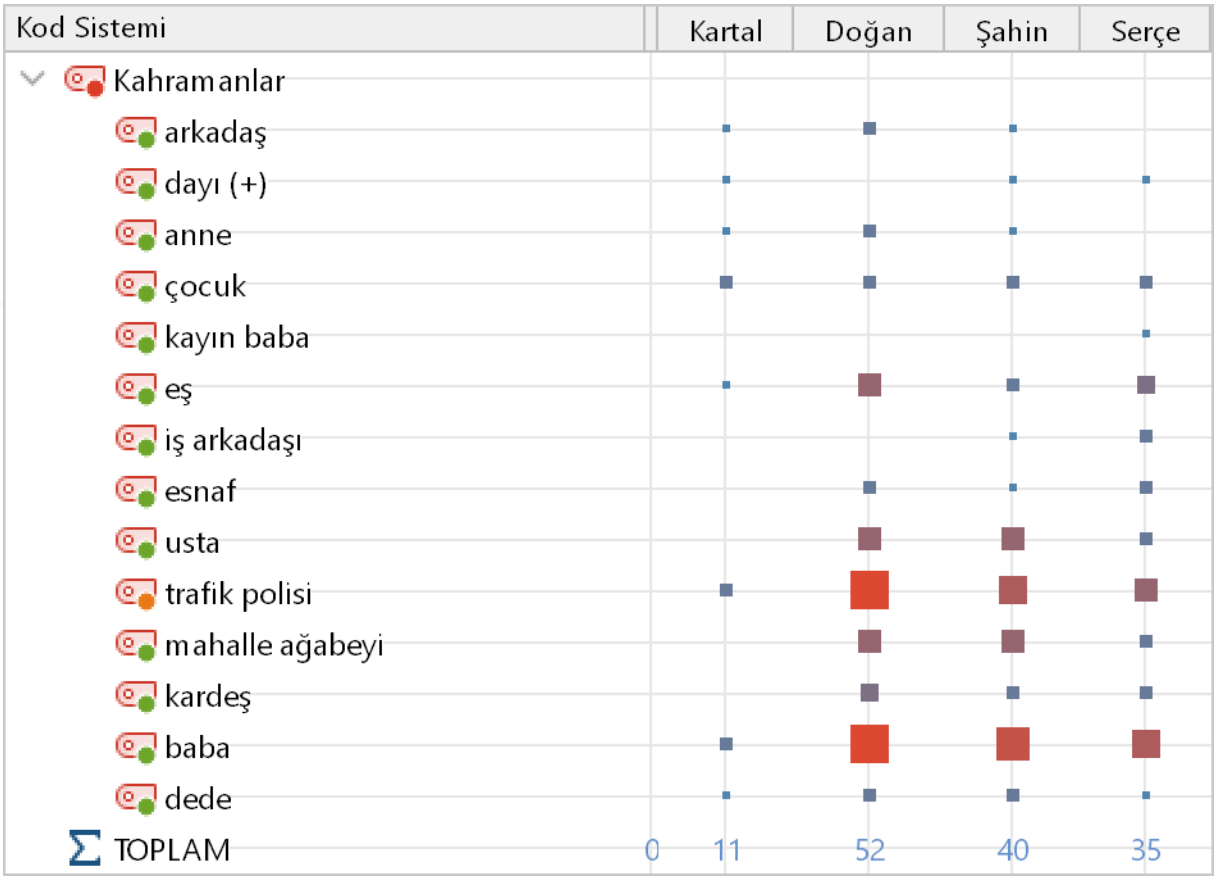
Hofstede ve arkadaşlarının kültürel unsurları anlatırken kullandığı Soğan Modeli şemasında ki kabuğun ikinci dış katmanında bulunan Kahramanlar, o kültürün önemli bir parçası olan ve davranışları ile model oluşturan geçmişte yaşamış, hayatta olan ya da tamamen hayali bir karaktere sahip kişileri tasvir etmek için kullanılmıştır (Hofstede vd., 2010:8). İçerisinden çıktıkları kültürün idealize edilmiş özelliklere sahip olan kahramanlar, diğer grup üyeleri için rol model oluşturmaktadırlar. Bu araştırmada kahramanlar olarak katılımcıların örnek aldığı kişilerin sembolik bir araca sahip olmaya karar vermelerindeki önem, kendilerinin de bu davranışı gelenek olarak görüp devam ettirmek istemelerindeki nedenler katılımcıları ifadelerine başvurarak sunulmuştur.

Ayrıca kahramanlar bu çalışmada sadece katılımcıların rol model olarak aldıkları kişiler değil gündelik yaşamlarında sıklıkla iletişim kurduğu, hayatlarında önemli bir yeri bulunan kişiler olduğu görülmüştür. Bu kahramanlar kimi zaman dede, baba, mahalle ağabeyi kimi zaman ise kayın baba, eş, çocuk olmaktadır.



Şekil 4: Katılımcıların Kahramanlar Konusundaki Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modelini Gösterir Şekil

Şekil 4'te katılımcıların kahramanlar teması altındaki kodların dağılımı gösterilmiştir. Hofstede ve arkadaşlarının kültürel farklılıkları derinliklerine göre açıklamak için kullandıkları Soğan Modeli şemasındaki kodlar temel alınarak katılımcıların kahramanlar konusu hakkındaki düşüncüleri analiz edilmiştir.



Tablo 6: Katılımcıların Kuş Serisi Araçlara Göre Kahramanlar Konusuna İlişkin Yoğunluk Dağılımı Tablosu

Yoğunluk dağılımını gösteren Tablo 6'ya göre, kuş serisi araç sahibi gençlerin Hofstede ve arkadaşlarının kültürel farklılıkları derinliklerine göre açıkladıkları Soğan Modeli'ndeki Kahramanlar bu araştırmadaki gençlerin hayatlarında önemli bir işlevi olan kişileri temsil etmek için oluşturulmuştur. Tablo 6'ya bakıldığı zaman bir denetim mekanizması olarak trafik polisi bütün katılımcılar tarafından saha çalışması sırasında sıklıkla dile getirilmiştir. Gençler kurallara aykırı bir şekilde değiştirip dönüştürdükleri kuş serisi araçları ile trafikte yer alırken trafik polislerince caydırıcı olması bakımında cezai işlemler uygulanmaktadır. Bu cezai işlemler kimi zaman trafikten men edilip

araçların bağlanması olurken kimi zaman ise yüksek meblağlarda para cezası uygulanmaktadır. Yukarıdaki Tablo 6'dan da anlaşılacağı üzere trafik polisi ile en çok karşı karşıya gelen modeller Doğan ve Şahin araçlar olmaktadır. Hatta katılımcıların birçoğu yazılan trafik cezaları nedeni ile araçlarını satıp zevklerini yansıtabilecekleri bir başka Tofaş kuş serisi Serçeyi tercih etmektedirler.

Yukarıdaki yoğunluk tablosuna göre katılımcılar için önemli olan bir diğer kahraman ise baba figürü olmuştur. Baba kimi zaman katılımcılar için bu türden araç uğraşısına gönül vermesini cesaretlendiren kişi olurken kimi zaman da olumsuz tepki gösteren kişi de olmaktadır. Babası tarafından kuş serisi araçlara olan ilgisinin gereksiz ve masraflı bir boş zaman uğraşısı olduğu konusunda olumsuz tepki ile karşılaşan gençler, ileride kendi çocuklarına bu türden araçlar ile uğraşısını destekleyeceklerini dile getirmişlerdir. Yani babasından görmediği desteği ve ilgiyi gençler, kendi çocuklarına göstereceklerini söylemişlerdir.

Yukarıdaki kahramanlar ile ilgili yoğunluk tablosuna göre bir diğer önemli figür ise mahalle ağabeyi olmuştur. Gençler ilk olarak mahalledeki Tofaş kuş serisi kullanan abileri hayranlıkla izlediklerini, onların araçlara olan ilgilerine özenip büyüyünce kuş serisi bir araca sahip olmak hayali kurduklarını ifade etmişlerdir. Mahalle ağabeyleri tarafından yine en çok özendirilen model Doğan ve Şahin grubu otomobillerdir.

Kahramanlar konusuna ilişkin yoğunluğu gösteren tabloda eş figürü de araştırmamız için anlamlıdır. Çünkü bazı katılımcıların eşleri kuş serisi araçlara olan ilgilerini kendilerine ayırmaları gereken zamandan çaldıkları için olumsuz tepki gösterir iken bazı katılımcıların eşleri aksine desteklemektedirler. Hatta bu ilgileri karşısında şehir içi ya da şehir dışında yapılan fuarlara beraber katılmaktadırlar.

3.2.1. Harcanan Bir Gençlik Tofaş

Hayalleri süsleyen Tofaş marka araçlara sahip olmak için birçok sorunla karşılaşan gençler vazgeçmeyip amaçlarına bir şekilde ulaşmaktadırlar. Bu sorunların en başında maddi imkânsızlıklar gelmektedir. Genç bireyler için araç sahibi olmak sadece statü göstergesi olarak algılanırken zamanla bireyler, farklılaşma arayışı olarak kuş serisi araç sahibi olmayı arzular hale gelmiştir. Kendilerini en iyi yansıtacak olan araca kavuşmak için gençler emek, para ve zaman harcamaktadırlar. Çektikleri sıkıntıyı dile getirmek için gençliği harcayan bir nesne olarak kuş serisi araçlarını gören bireylerin, sembolik

bir araç sahipliğinin oluşturduğu yeni bir alt kültürde aralarında kullandıkları 'Harcanan Bir Gençlik Tofaş' deyimi bu bölümünde alt başlığı olarak kullanılmıştır.

Mahalle Ağabeyi

Araştırmaya katılan gençler çocukluktan itibaren bir gün kuş serisi araç sahibi olmayı hayal ederek büyüdüklerini dile getirmişlerdir. Erkek çocuklarının ilk oyuncakları genellikle oyuncak arabalar olduğu düşünüldüğünde arabalara olan ilginin ve merakın çocukluktan başladığının en önemli göstergelerindendir. Çocukluğunda kendilerine rol model olarak gördükleri kişiler bu türden araçlara olan ilgiyi katlayarak devam ettirmesine neden olmuştur. Çocuklukta rol model olan görülen kişilerden biri de mahalledeki kuş serisi aracı ile ön plana çıkan kişilerdir. Araştırmanın önemli bir alt teması olan mahalle ağabeyi konusunda katılımcıların söylemleri aşağıdaki alıntılarda gösterilmiştir.

> *"Köydeki herkes garip. Yani garip derken herkesin çok fazla bir imkanı yok. Herkesin durumu belli. Kimse yükseğe çıkamıyor ne alçalıyor ne yükseliyor tam ortada koruyor durumunu. Tabi orada da bizim abilerimiz vardı. Tabi o adamlar biraz sanayici manayici olunca hani o işi yapıyorlardı. Yani onunla koşturuyorlardı. Biz onlardan görüyorduk 'ya araba çok güzel, temiz falan' İşte bir tane abi vardı o zaman da işte Doğan SLX'i vardı. Arabasına çok hastaydım o adamın. Ara sıra bizi bindirip gezdiriyor. Tabi biz içini, dışını görünce yerli hoşumuza gidiyor. Ondan sonra işte 'Abi bizi de gezdir. Abi şunu da yap, abi bunu da yap.' Örnek vereyim hafta sonu olsun onun işi olmadığı zaman bizi arardı. Mesela 'hadi gelin sizi yıkamaya götüreyim' derdi biz yardım ederdik. O merak taa oradan başlıyor." (Serçe 2)*

Serçe 2 adlı genç katılımcı çocukluğunun geçtiği küçük bir ilçede mahalledeki bir ağabeyin kuş serisi aracı ile olan davranışları rol model olarak aldığı önemli kişilerden biri olmuştur. Bu araçlara olan ilgisinin nasıl başladığını sorduğumuzda mahalle ağabeyinin çok büyük bir etkisi olduğunu belirtmiştir.

"Hiç unutmuyorum daha çocuğum. Beşinci sınıf ya da altıncı sınıfa gidiyorum. Bir abimiz vardı, Necati abimiz. Yolda beklerdik; Necati abi yoldan geçsin de görelim diye. Sürüşüne, vites atışına, nasıl sürüyor diye hayranlıkla bakardık. Otostop çekerdik 'bizi çarşıya götür' derdik. Kullanışını hayranlıkla izlerdik. Arkadaş çevresi ile başladık bizde bu işe." (Şahin 2)

"Mahalledeki abilerin Tofaşına heves ederdim, gaz verişlerine falan bir bakardım. (Serçe 8)

Kuş serisi araçlara olan hayranlık zamanda farklılık gösterse de gençler tarafından hep ilgi duyulan araçların başında gelmiştir. Mahalle ağabeyin saha araştırmaları sırasında gençler ile yaptığımız mülakatlarda sıklıkla kullanılması mahalle kültürünün kültürel bir gösterge olarak ön plana çıktığını göstermektedir.

Dede

Kuş serisi araç tutkunu genç bireyler için rol model aldıkları kişilerden biri de dede figürüdür. Geleneksel aile yapısında hep önemli bir yeri olan dede, bu araştırma kapsamında görüştüğümüz gençlerin sembolik bir araç ile ilişkisinde de önemli olmuştur. Zamanın en iyi arabalarından olan Tofaş marka araçlar kitle üretimi sonucunda hemen her hanede yer almaya başlamıştır.

"Dededen geliyor aslında bu merak. Dedemin arabası murat 124'müş köyde. Ondan sonra babama kalmış. Babam onu satmış Şahin almış öle bana geçti." (Doğan 6)

"Benimde taa dededen geliyor bu merak. Sonra babamda da varmış daha önceden. 'Alırsam Kartal alırım' diyor babam şimdi." (Doğan 7)

Doğan 6 ve Doğan 7 adlı genç katılımcıların, kuş serisi araçlar ile ilgili merakı dede ile başalayıp baba ile devam etmiştir. Dede dönemin gözde arabalarından Murat 124 sahibi iken baba Şahin modeli kullanmıştır. Daha lüks özelliklere sahip olduğu için genç katılımcılar Doğan modeli kullanmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Kültürel göstergeleri kahramanlar açısından değerlendirdiğimiz araştırmanın bu bölümünde dede

figürünün kaynak gösterilmesi, geleneksel aile yapısının gençler için önemli olduğunu göstermektedir.

Baba

Kuş serisi araç sahibi gençler için baba figürü sembolik bir araç ile kurulan ilişkide kimi zaman verdikleri olumlu tepkiler ile örnek teşkil ederken kimi zaman olumsuz verdiği tepkiler ile karşılık vermektedirler.

> *"Çocukluktan beri hayranlık var bu araçlara karşı bende. Babamdan örnek aldım. Babam eski Tofaşçılardan. Sanayici olmamın sebebi de bu merak işte. Tamam babamdan gelen Tofaş hayranlığı da vardı ama babam sanayici değildi. Yarış yoktu onda ama tofaşı severdi o da."(Serçe 10)*

Serçe 2 adlı katılımcı Tofaşa olan merakında babasının da önemi olduğunu söyleyerek sırf arabalarla daha fazla ilgilenebilmek için sanayi sektöründe çalışmaya başlamıştır. Babasının da Tofaş araçlara karşı olan merakı dolayısıyla genç katılımcı bu türden bir uğraşı karşısında babasından olumsuz tepkiler almadığını belirtmiştir.

> *"Babamla ortak aldık arabayı. Hafta sonu benim hafta içi senin dedim babama." (Doğan 5)*

> *"İlk başta babam çok kızdı 'napacan serseri arabasını' falan diye ama sevda bu yani heves. Arkadaşlarımızda falan olunca da istiyorduk yani sonra baktı hevesim kırılmayacak o da kabul etti."(Şahin 8)*

Doğan 5 adlı katılımcı babasından habersiz 17 yaşında aldığı ilk Tofaş marka arabasını babasının olumsuz tepkiler vermesi sonrasında ikna ederek hafta içi ve hafta sonları olmak üzere aracı kullanım sırasına koymuşlar. Babası hevesini kırması için aracın taksitini ödeme konusunda yardımcı olmayarak aracın tekrar satılmasını sağlamış. Genç katılımcı bu yönüyle babasına içten kızsa da yine de hevesini kırmasını sağlayamadığını belirtmiştir. Yine Şahin 8 adlı katılımcı da babasının, Tofaş marka araçları serseri arabası olarak gördüğü için satın almasına pek sıcak bakmamış. Özellikle de gencin

banka personeli olduğu düşünüldüğünde babası, daha modelli bir araç satın alması konusunda bir takım ikna çabalarına çalışmış. İkna çabaları sonuç vermeyince gencin bu araçlara olan merakına kabul etmek zorunda kalmıştır.

Anne

Kültürel göstergelerin kahramanlar açısından değerlendirildiği araştırmanın bu bölümünde anne alt teması, kuş serisi araç sahibi gençler için belki de en geride kalan bir figür olarak karşımıza çıkamaktadır. Genç katılımcıların anneleri rol model olmaktan ziyade bu tür araçların sağlamlığı yönündeki endişelerinden dolayı olumsuz tepkiler vermektedir.

> *"Daha biraz önce annem mesaj attı. Aracım normalde basıktı bir tık daha basmak istedim iyice, yere oturttuk arabayı tamamen. Kardeşim de görmüş storymi 'anne arabayı abim iyice basık yapmış' demiş. Annem de mesaj attı 'yapma oğlum, yapma diye." (Şahin 2)*

Şahin 2 adlı katılımcının annesi güvenli olmadığı gerekçesi ile bu türden araçlara karşı olumsuz tepkiler vermektedir. Her ne kadar kuş serisi bir araca sahip olması ve bu türden bir araç kullanmanın belli başlı kuralları olmaktadır. Bu kurallardan biri de aracın yere basık olmasıdır. Şahin 2 adlı genç katılımcının aynı zamanda Doğan modelde bir başka aracı daha vardır. Ailesinin de kullandığı Doğan model aracıda bir süre basık kullansa da ailesinin de kullanması ile basıklığını kaldırmıştır. Annesi basık bir aracın içerisinde yolculuk etmekten utandığını söylediği için kaldırdığını, ama kendi zevkini yaşamaktan vazgeçmemek için de Şahin aracına istediği modifiyeyi yaparak kullanmaya devam ettiğini belirtmiştir.

> *"Geçen annemi bindirdim içine yanlayarak gidiyorduk 'napıyon sen ben utanıyorum bu arabada' diyor." (Doğan 9)*

Annesinin araca binmekten utandığını söylese de Doğan 9 adlı genç katılımcı aracına istediği modifiyeyi yaptığını belirtmektedir. Şahin 2 adlı genç katılımcı için ailevi değerler önemli olurken Doğan 9 adlı katılımcı için ailevi değerler çokta önemli olmadığı görülmektedir. Yaptığımız sohbetler sırasında Doğan 9 adlı katılımcı ailesi ile

arasının çok iyi olmadığı bu nedenle de kuş serisi araçlar ile ilgili ailesinin düşüncelerini önemsemediğini belirtmiştir.

Dayı

Kuş serisi araç tutkunu genç bireyler için rol model aldıkları kişilerden biri de dayı figürüdür. Geleneksel aile yapısında dayı figüründe önemli olduğunu düşündüğümüzde bu araştırma kapsamında görüştüğümüz gençlerin sembolik bir araç ile ilişkisinde de dayının önemli bir rolü olmuştur.

> *"Sanayici dayım var benim. Onun yanına giderdim. Dayım en büyük örnek aldığım kişi aslında." (Şahin 3)*

Şahin 3 adlı katılımcı modelli bir aracının olmasının yanı sıra genellikle Tofaş aracı ile dolaşmayı tercih etmektedir. Aynı zamanda babası ile ortak kullandıkları Tofaş marka aracı ile ilişkisinin çok başka olmasında dayısının sanayide bu türden araçlarla ilgilenmesinden kaynakladığını, küçükken hep oun yanına gittiğini, bu nedenle de merakının başlamasında dayısının büyük etkisi olduğunu söylemiştir.

Eş

Kültürel göstergeleri kahramanlar açısından değerlendirdiğimiz araştırmanın bu bölümünde, eş alt temasında eşlerden bazıları gençlerin kuş serisi araçlara olan tutkularını olumlu karşılar iken bazıları ise tıpkı anne alt temasında olduğu gibi bu tür araçların tehlike arz ettiği için olumsuz tepkilerde bulunmaktadır.

> *"Hele eşim daha çok karşı çıkıyor. İlk arabayı aldığımda eşim 'başka Doğan almayacaksın' dedi ben üstüne 4 tane aldım ve hala diyor 'bunu satınca bir daha alma' diye ama aklımda kum grisi duruyor yani." (Doğan 3)*

> *"Kötü olmamı istemiyorlar onlarda ama bazı konularda tabi anlaşamadığımız yerler oluyor bu arabalar konusunda. Özellikle hız konusunda karşı çıkıyorlar kaza da yaptık ama vazgeçemiyoruz işte." (Serçe 10)*

Doğan 3 ve Serçe 10 adlı genç katılımcıların eşleri kuş serisi araçları tehlikeli buldukları için eşlerinin bu tür araçlara olan tutkusuna karşı çıksalar da gençler yine de zevklerini yaşamaktan vazgeçemediklerini belirtmişlerdir.

"Yeni evliyim ben kızıyor o da aslında. Banyoda yıkıyorum tekerleri, jantları. 'Git balkonda yıka' diyor. Annemin evinde de yapardım. Bir oda sadece benim araba malzemeleri ile doluydu. Dinlemem ki kimseyi." (Doğan 5)

"Gece canın sıkılıyor mesela yapacak hiçbir şey yok petrole gidip araba yıkıyom. Evliyim mesela o yüzden eşimle çok kavga ederiz bu yüzden, çok tartırız arabayla uğraşınca." (Doğan 3)

Doğan 5 ve Doğan 3 adlı genç aktılımcılar genellikle kuş serisi araçları ile ilgili temizlik takıntısı yüzünden eşleri ile anlaşamdıklarını belirtmişlerdir. Her ne kadar eşleri bu temizlik takıntılarına tepki gösterseler de gençler için araçları ile ilgili meseleler daha ön planda olmaktadır.

"Eşim var arabada, egzoz var işte arabada. Polis bağlayacak dedi ki 'eşine dua et arabayı bağlayacaktım' dedi." (Serçe 5)

Bazı kuş serisi araç sahibi gençler için eş figürü, kimi zaman rezil olmaktan kurtaran kimi zaman ise ceza yazılmasını engelleyen bir kahraman olarak ortaya çıkmaktadır. Araçlarında hemen yan koltukta yer alan eşler kimi zaman ise dışarıdan kolayca 'bu tür bir araca binen kadın kesin kötüdür' şeklinde etiketlenecek bir figür olarak yer almaktadır. Bu nedenle trafikte eşlerinin de yanlarında olduğu çok nadir zamanlar olmaktadır. O nadir zamanlardan birinde yine eş, Serçe 5 adlı katılımcının aracını bağlamaktan kurtarmıştır. Dolayısıyla geleneksel aile bağlarının kültürel göstergelerinde kimi zaman eşler önemli olurken kimi zamanda önemli olmamaktadır.

Kayın Baba

Toplumdaki diğer bireylerden farklı olarak **k**uş serisi araçlara olan ilgileri nedeniyle araştırmamıza konu olan gençlerle yaptığımız görüşmeler sonrasında sadece bir katılımcının, bu türden sembolik bir araç ile görünür olma konusunda kahraman olarak kayınpederinin hayatında önemli bir yeri vardır. Böyle bir araca sahip olmayı aklından çıkarmayan ama ikinci bir aracı satın almak için de maddi imkânı olmayan genç katılımcı, satın alması için kayıpederinden yardım istemiş ve ikna etmekte biraz zorlansa da tüm çabalar sonucunda hurda şeklinde satın almıştır. Hurda şeklinde aldığı kuş serisi aracını, emek emek işleyerek elinde para geçtikçe şuan ki kimliğini

kazandırdığını belirtmektedir. Kuş serisi aracı kayınpederi ile ortak kullanmak istemese de yaptığı maddi katkıdan dolayı ödünç verdiğini söylemektedir. Hatta modelli aracını kayınpederine verip kendisi tamamen bu araca sahip olmak istediğini söylemiştir.

> *"Kayın pederin arabası bu aslında. Ondan para aldım da öle satın aldım bunu. Biniyor o da ama mecbur kaldığı için hem kayın peder, hem hanım ortak kullanıyoruz olmuyor yaa." (Serçe 5)*

Çocuk

Kültürel göstergeleri kahramanlar açısından değerlendirdiğimiz araştırmanın bu bölümünde çocuk alt temasında gençler için çocuk figürü, kimi zaman aracına çocuğuymuş gibi değer verdiği ya da kimi zaman çocuklarına verceği değerden bile daha çok değer verdiği için önemli bir alt tema olarak yer almıştır.

> *"Gerçek Tofaşçı kendine göre kişiselleştirdiği arabayı satmaz benimserse. Evdeki çocuk nasılsa oda öyledir." (Doğan 1)*

> *"İki tane çocuk var bende. Onların bile önüne geçiyor bu sevda. Çocuklara kalacak bu Serçe satmam kesinlikle. Kötü bir iş değil bu. Başka bir şeyle uğraşacağına oğlum bununla uğraşsın." (Serçe 10)*

Doğan 1 adlı katılımcının yukarıda belirttiği gibi kuş serisi araçlara olan tutkusu, hayatının önemli bir parçası olan çocuğu gibi görmekte iken Serçe 10 adlı genç katılımcının bu türden olan aaraçlara ilgisi ve tutkusu yeri geldiği zaman çocuklarının bile önüne geçmekte olduğunu belirtmiştir.

Kardeş

Araştırmaya katılan genç katılımcıların, kuş serisi araçlara karşı olan ilgi ve alakanın başlamasında bir diğer önemli figür ailenin üyesi olan kardeşler olmuştur. Ailede kuş serisi araçlarla ilgilenen başka bir kardeşin de olması, araştırmaya katılan gençler için ayrı bir önemde olmuştur. Çünkü karşılacakları olumsuz tepkilerin nasıl olacağına dair fikirler ilk önce ailenin diğer kardeşinde ortaya çıkmış. Bu durumu fırsat bilen

katılımcılar daha temkinli bir şekilde bu türden bir uğraşıya zaman harcamaya karar vermişlerdir.

> *"Altıncı sınıftan beri bu işin içindeyim abimden alıştım bende." (Doğan 9)*

> *"En büyük abim de sürekli al-sat ile uğraşıyordu. Uğraşırken hep sürekli Doğan alıp satıyordu. Çünkü o işten para kazanıyordu. Çok hızlı satılan model Kuş Serisi araçlar zaten. Ticaret hızlı dönüyor. Hep kaçırırdım ben abimden arabaları oradan bir başladı bende bu heves." (Serçe 3)*

Doğan 9 ve Serçe 3 adlı genç katılımcılar ailedeki bir başka üye sayesinde bu meraka başladıklarını söylerken, Serçe 2 adlı genç katılımcı kuş serisi gibi sembolik bir araç ile uğraşısında etrafındaki tüm insanların tepki gösterdiği gibi çok para harcadığı için kardeşinin de tepki gösterdiğini belirtmektedir.

> *"Ablamın ve bütün insanların dediği tek kelime şu 'en salak mısın niye bu araba ile uğraşıyorsun, artık şu işi bırak, buna uğraşma, buna harcadığın paraya git kendine bak' bilmem ne." (Serçe 2)*

Gündelik hayat pratiklerini şekillendirmede önemli bir meta olan otomobiller ile bireyler, tüketme arzusu ile gelmedikleri dünyada sonradan öğrendikleri, simgesel anlamalarla dolu yeni bir tür tüketici kimliği oluşturmaktadırlar.

3.2.2.Gençlerin Kredi Çekme Sebebi

Modern yaşamda tüketime olan bağlılığın artması, ürünlerin çeşitliliğini de arttırmış ve endüstrinin gelişmesi ile birlikte yaşanan rekabet farklı ürünlerin statü göstergesi aracı olmasını sağlamıştır. Temel amacın tüketmek olduğu günümüzde artık fiziksel olarak tüketmenin yerini kimlik oluşturmak için zihinsel tüketmenin aldığı görülmüştür (Bocock, 2009:24-58). Sanayi devrimi kitlesel üretimin yaygınlaşmasına neden olarak nesneler ve insanlar arasındaki ilişkilerin de değişmesine zemin hazırlamıştır. Kitle üretiminin beraberinde getirdiği kapitalizm düşünce sistemi ile bireylerin gündelik hayatında nesneler, ekonomik bir anlam da kazanmıştır. Seri üretimle birlikte aynı anda çok sayıda ürün üretilirken tüketim kavramı da insan yaşamında ön plana yerleşmiştir.

Artık tüketmek sosyal dünyada var olmanın ön koşulu olurken gerek kitle iletişim araçları gerek ise sosyal aktörler bireyleri tüketmeyi arzulayacak etkileşimlerde bulunmaya başlamışlardır.

İnsan yaşamında nesnelerin önem kazanmaya başlaması ile birlikte ileri teknolojik gelişmeler nesnelere görsellik kazandırmış ve bireyleri daha çok tüketmeye yöneltmiştir. Özellikle otomobil gibi endüstiyel bir nesnenin görsel olarak çeşitlilik kazanması, değişim ve kullanım değerinin ötesine geçerek bireyleri işaret değeri üzerinden bir tüketim şekline yöneltmiştir. Bu noktada maddi imkânları elverişli olmayan gençler bankalara yönelmiş ve kendilerini ifade edecek bir araca sahip olmak için kredi çekmekten çekinmemişlerdir. Mülakatları gerçekleştirdiğimiz gençler, Tofaş marka araçlar için özellikle gençlerin kredi çekme sebebi olarak tanımladıklarına şahit olunmuş bu nedenle de araştırmanın kahramanlar teması altında alt başlık olarak kullanılması uygun görülmüştür.

Arkadaş

Araştırmaya katılan gençler için kuş serisi bir araca sahip olmayı istemelerinin en önemli aktörlerinden biri de akranları olduğu görülmüştür. Birlikte hayalini kurdukları, kendileri için özel bir anlamı olan Tofaş araca sahip olmak isteyen gençler maddi kısıtlılıklardan dolayı istedikleri, kendilerini yansıtacakları bir araca sahip olmak için kredi çektiklerini belirtmişlerdir.

> *"Çok yakın bir arkadaşım vardı şimdi yurt dışında. Onunla hep böyle muhabbetler yapardık. Tofaş bir araba alalım diye. Milletin ilk hayali ya Audi ya da BMW olurken biz Tofaş almak için can atardık. İlk aracımı 17 yaşında evdekilerden habersiz aldım. Sonra ödeyemedim geri vermek zorunda kaldım. Sonra düzenli bir işe girince ilk iş kredi çekip o Tofaş aracı aldım sonunda." (Doğan 5)*

> *"Erkek arkadaşım da zaten modifiye etmeme yardım ediyor, bir başladın mı bu işe hep daha fazlasını istiyorsun işte'şurası şöyle olsun, burası da böyle olsun' gibisinden. Para bitince tekrar bankaya koşuyorsun." (Şahin 6)*

Günümüzde birçok kişi hem mal alımında hem de ihtiyaç duyduğu herhangi bir konuda banka kredilerini ek bir gelir olarak düşünmektedirler. Ancak bankadan geri ödemek koşulu ile alınan paranın hangi ihtiyaç için alındığı kadar nasıl harcandığı da önemlidir. Gençler sahibi olmayı arzuladığı kuş serisi araçları satın almak ve standart görüntüsünün dışında bir görselliğe kavuşturmak için banka kredilerini kullanmaktadır.

Usta

Kültürel göstergelerin kahramanlar açısından değerlendirildiği araştırmanın bu bölümünde usta alt teması kuş serisi araç sahibi gençler için önemli bir figürdür. Çünkü araçlarında yapmak istedikleri modifiye tarzlarına beraber karar vermektedirler. İşin ustası oldukları için genelde ilk olarak gençler, zihinlerinde nasıl bir araç canlandırdıkları onlara tarif etmekte ve ona göre karar vermektedirler. Bazı katılımcılar ise araçlarına yapmak istedikleri değişiklikler konusunda ustaların yardımcı olmayıp aksine vazgeçirrmek gibi söylemlerde bulundukları için gençler ellerinden geldiğince kendileri uğraşmaktadır.

> *"Genelde tamircilerin hepsi yardımcı olmaya çalışıyor ama bu aksesuar takma, çıkarma işlerinde özellikle eski Tofaşçı iki tane tamirci tanıdığım var. Genelde ona gidiliyor. Bunu herkes de bilir. Genellikle o eski tofaşçılara giderler. Zamanında çete başı onlarmış Tofaşçıların. Bütün Tofaşçılar onlara gider. Genelde ustama sorarım 'şunu yapsak olur mu? 'yok olmaz şunu yapalım' der fikir alışverişi yaparız. Kendimi en iyi yansıtacak, bana zevk verecek koltuğa oturduğum zaman. Ona göre dizayn yapıyoruz." (Şahin 1)*

> *"Tamam bir girdik işin içine yapımı bir sene sürdü. O ustaya gidiyom 'hadi, hadi' falan anca oldu işte. Çoğu yeride olmadı. Karaman sanayisinde anca bu kadar oluyor. 'Hadi usta şunu yap' diyoruz 'yaa napacan onu' diyor mesela. Usta teknik bozukluklar ile ilgili tamirlere bakıyor. Ekstra mesela 'şuraya şu lambayı tak' diyoruz 'yaa napacan orjinalini bozma' diyor." (Serçe 5)*

Şahin 1 adlı genç katılımcı Karaman sanayisinde eski Tofaşçılardan iki kişi oılduğunu Tofaş araçlardan daha iyi anlayacakları için teknik destek konusunda ilk onlara müracat ettiklerini belirtir. Serçe 5 adlı katılımcı ise Karaman sanayisindeki ustaların istedikleri

modifiyeyi yapma konusunda isteksiz davrandıkları için daha çok modifiye konusunda Konya'ya gittiklerini belirtmiştir.

Esnaf

Kültürel göstergelerin kahramanlar açısından değerlendirildiği araştırmanın bu bölümünde esnaf alt teması altında, genç katılımcılar için esnaflar sembolik bir araç ile uğraşılarında son derece önemlidir. Çünkü kişisel özelliklerini yansıtmak için seçtikleri kuş serisi araçlar ile tanınan bu gençler dışardan bakıldığında esnaflara güven duygusu yarattıklarını söylemişlerdir.

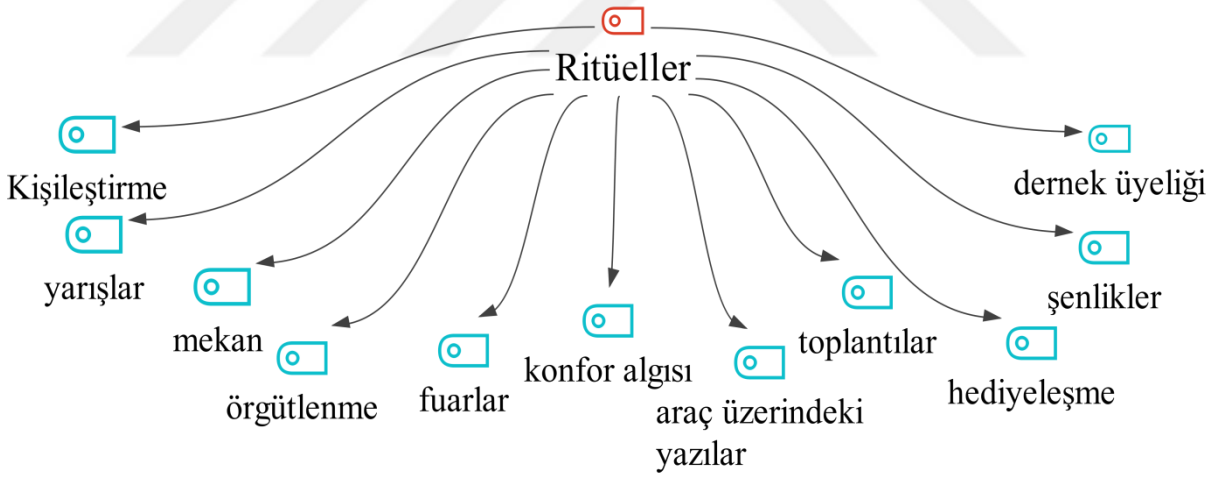
> *"Çok gurur duyuyordum. Esnafla aram falan iyiydi. Bir şey alıyordum bir ay sonra veriyordum. Hani o şekilde güven artmıştı bana." (Serçe 2)*

Serçe 2 adlı katılımcı Karaman esnafınca güvenli, düzgün kişiliğe sahip, beyfendi olarak görünebilmek için kuş serisi aracına özellikle takım elbise ile binmek istediğini belirtmiştir. Serçe kullanıcısı olmadan önce Şahin model araç ile kamusal alanda görünür olduğunda tekinsiz bir tip olarak algılandığını üzerindeki bu algıları kırmak için ise kuş serisi türünden Serçe ile görünmek ve tanınmak istediğini belirtmiştir. Sosyal konumunu yansıtmak için Serçe aracı ile tanınan ve amacına ulaştığını söyleyen Serçe 2 adlı genç katılımcı, aracını prestij kaynağı olarak görmektedir.

3.3.KUŞ SERİSİ ARAÇ SAHİPLİĞİNİN ALT KÜLTÜREL YORUMU: RİTÜELLER

Kültürel alanda önemli bir yeri olduğu düşünülen ritüeller genellikle toplu etkinliklerdir. Diğer adı gelenekler (adetler) olan ritüeller arzu duyulan sonuçlara ulaşmak için o kültür içerisinde toplumsal olarak gerekli olan kollektif eylemlerdir. Selamlaşma, karşılama törenleri, başkalarına karşı saygı gösteriş şekli, toplumsal ve dini törenler gibi ritüeller bireyler tarafından kendileri adına yerine getirilen davranış biçimleridir (Taş ve Çakır, 2016:182). Kültürel anlamda önemli bir yeri bulunan ritüeller, gündelik hayatta konuşmada kullanılan dilde ve iletişimde kurulan yazım diliyle ilişkili hitapları da kapsamaktadır. Ritüeller kapsamındaki uygulamalar o kültürün içerisindeki bireylerce yorumlanacak şekildedir (Denençli, 2013:5).

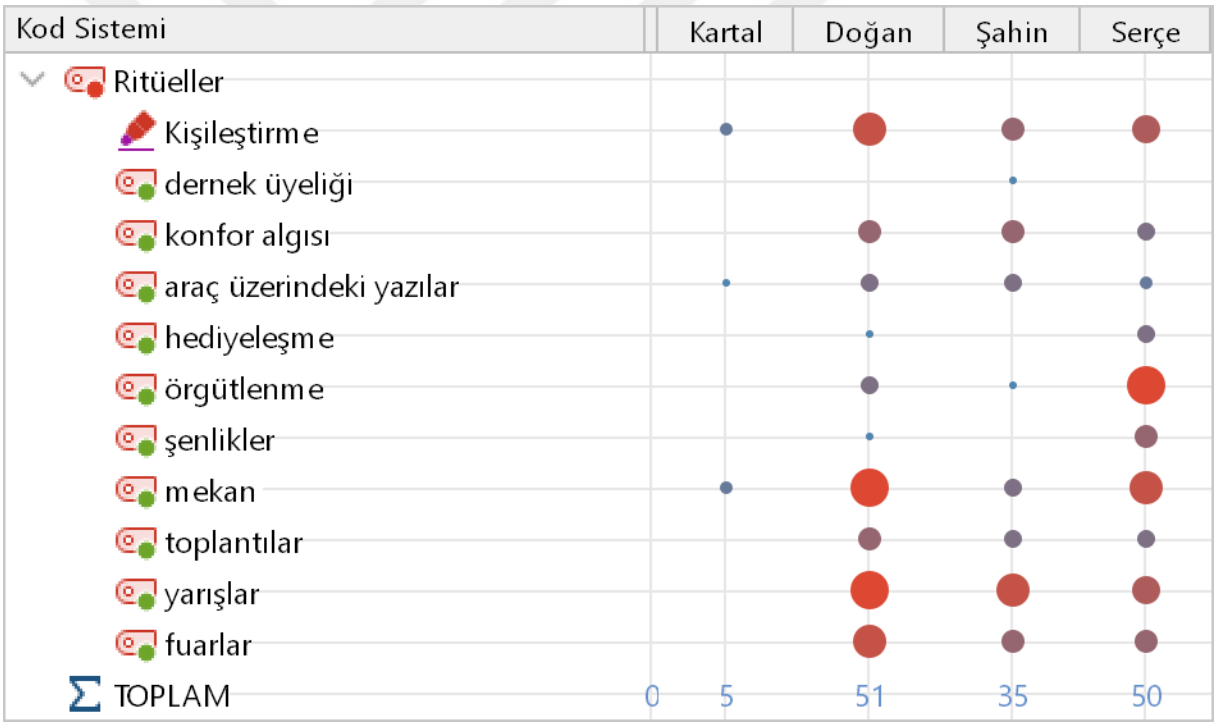
Kuş serisi gibi sembolik bir araç sahipliğini konu alan bu araştırmada Hofstede ve arkadaşlarının Soğan Modeli diagramında kabuğun dıştan üçüncü katmanını oluşturan Ritüeller önemli üst temalardan biridir. Bu araştırmada şenlikler, yarışlar, fuarlar, mekân bir ritüeli temsil etmektedir.



Şekil 5: Katılımcıların Ritüeller Konusundaki Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modelini Gösterir Şekil

Şekil 5'te katılımcıların ritüeller teması altındaki kodların dağılımı gösterilmiştir. Hofstede ve arkadaşlarının kültürel farklılıkları derinliklerine göre açıklamak için kullandıkları Soğan Modeli şemasındaki kodlar temel alınarak katılımcıların ritüeller konusu hakkındaki düşüncüleri analiz edilmiştir. Hofstede için ritüeller, ait olduğu kültür içerisinde olmazsa olmaz kolektif faaliyet alanlarından birisidir. Ritüellerin

gündelik hayattaki uygulama alanı o kültür içerisinde yer alan bireyler tarafından yorumlanabilir biçimdedir (Denençli, 2013:5). Bu araştırmada ritüeller teması altında değerlendirilecek alt temalar kişileştirme, yarışlar, fuarlar, şenlikler, toplantılar, mekân, örgütlenme, konfor algısı, hediyeleşme, araç üzerindeki yazılar, dernek üyeliği olarak belirlenmiştir. Kuş serisi araç tutkunu genç bireyleri konu alan bu araştırmada, araçları ile sosyalleştikleri, toplumsal hayatta görünür olma sebepleri olarak araçlarının varlığını kullanmaları, yaptıkları çeşitli değişiklikler ile fabrikasyon görüntüsünün dışında bir görünüm sergilemeleri ve kişiliklerinin yansıtıcısı olarak bu araçları görmeleri yukarıda sayılan alt temalar altında analiz edilmiştir. Temalar oluşturulurken katılımcıların görüşmelerde kullandıkları deyimlerden başlıklar oluşturulmuş ve alt temalar bu başlılar altında analiz edilmiştir.



Tablo 7: Katılımcıların Kuş Serisi Araçlara Göre Ritüeller Konusuna İlişkin Yoğunluk Dağılımı Tablosu

Kuş serisi araç sahibi gençlerin ritüeller konusuna ilişkin saha mülakatlarında sıklıkla kullandıkları ifadeler yukarıdaki tabloda verilmiştir. Kişiselleştirilen ve gençlerin kendilerini yansıtacak en iyi aracın ne olduğuna baktığımızda ilk olarak Doğan daha sonra ise Serçe modelin daha yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. Dernek üyeliğine

baktığımızda mülakatların gerçekleştirildiği tarihlerde bir kişinin resmi olarak üyeliği varken görüşülen diğer katılımcılar resmi olarak dernekleşme faaliyetleri içerisindeydiler. Konfor algısına baktığımızda üzerinde çeşitli değişiklikler yapılan araçların aslında konfor algısı gözetilerek yapılmadığı tamamen dış görünüşü bakımından (basıklık) göze hitap edecek şekilde değişikliklere karar verildiği katılımcılar tarafından dile getirilmiştir. Özellikle Doğan ve Şahin modellerinin kendine has bir sürüş şekli (koltuk sona kadar yatırılır, yayılarak oturulur, bir el pencereden dışarıya doğru sarkar, diğer elin işaret ve başparmağı ile direksiyon tutulur, gerektiğinde vites parmak uçları ile değiştirilir) olduğu ifade edimiştir. Serçe modelinde ise kendine has bir ağırlığı olması sebebi ile diğer araçtaki gibi sürüş şekli saygısızlık olarak kabul edilir. Sembolik bir araç etrafında kurulan sosyal aktiviteler Serçe modelde daha belirgin ve sistamatik olurken diğer modellerde belirgin olmamaktadır. Serçe modelde grup içerisine dâhil olmak için belirli şartları yerine getirmek gerekirken diğer Şahin ve Doğan modelinde gruba dahil olmak için belirlenen keskin kurallar bulunmamaktadır. Aynı ilgi ve zevkleri paylaşanların bir arada bulunduğu ve rekabet, heyecan, benzersiz olma gibi duyguların tatmin edildiği fuarlar, şenlikler ve yarışlar gençlerin sosyalleşmek için kullandıkları en önemli mekânlar olmaktadır.

3.3.1.Heves Olsaydı Çoktan Bitmişti

İnsanların tarih sahnesine çıkışıyla birlikte nesneler insanlar tarafından gereksinimler doğrultusunda yaratılmaya başlanmış. Zamanla nesneler, kültürel anlam taşıyan birer araca dönüşerek birçok toplumun kültürel tarihi hakkında bizlere çeşitli ipuçları sunan hayatın vazgeçilmez bir parçasına dönüşmüşlerdir. Bu yönüyle toplumların kültürel tarihi hakkında bilgilerin günümüzde anlaşılmasında da bir veri niteliği taşıyan nesneler, sosyal yaşamın birer parçası olarak insan yaşamında önemli bir yere sahiptir. Nesneler cansız varlıklarmış gibi görülmesine rağmen göre insanlar tarafından değer vermek ya da değersizleştirmenin nesnelerin sosyal yaşamın bir parçası olduğunun kanıtıdır (Appadurai, 1986).

Endüstriyel alanda yaşan devrimler bir taraftan seri üretimin artmasına katkı sunarak kapitalizm düşüncesini yaygınlaştırırken diğer yandan nesneler ve insanlar arasındaki ilişkilerin de değişmesine neden olmuştur. Böylece nesneler insan hayatında ekonomik bir anlam taşıyan olgulara dönüşmüştür. Kitle üretimi ile beraber birden çok nesnelerin

aynı anda üretimde olması ve çeşitli formlarda sunulması, insanlar için tüketimin de ön plana yerleşmesine neden olmuştur.

Teknolojik gelişmeler ile birlikte nesnelere görsel açıdan yeni boyutlar kazandırılmış ve toplumsal hayatta çok fazla görünür hale gelmiştir. İnsanlar nesneler ile gündelik yaşam içerisinde görünür hale gelmeleri kullanım değerlerini geride bırakarak işaret değerinin artmasına ve böylece de insan nesne arasındaki fiziksel, algısal ve hiyerarşik ilişkiler bulanıklaşmıştır (Foster, 2009:25). Nesnelerin simgesel bir değer kazanması ve bu değere insanlar tarafından gereksinim duyulması nesneleri hayatlarında önemli bir konuma yerleştirmelerine neden olmuştur.

Bireyler nesneler üzerinden kendilerini ifade etme yolunu bulmuş ve bu kimi zaman kılık kıyafet, teknolojik ürünler, kullanılan değerli aksesuarlar olurken kimi zamanda otomobil gibi çağın yaratımı olan nesneler üzerinden güç ve statü göstergesi haline dönüşmüştür. Bu araştırmanın konusu gereği kullanıcıları için simgesel bir değer taşıyan otomobiller ilk olarak fabrikasyon görüntüsünün dışına çıkarılarak görünür olmuş.

Kişiselleştirme

Nesneler hem bireyler hem de bireylerin ait olduğu kültürel yapıyla ilişkili olarak gündelik hayatta kendilerine bir yer bulurlar. Bir nesnenin bireyin gündelik hayatına dahil olabilmesi ancak öngörülen eylem bağlamı içerisinde belirli bir faydasının olması gerekmektedir. Nesneler kullanım değeri üzerinden gündelik pratikler içerisinde yer aldığı gibi ve simgesel değerler taşıyarak da insan yaşamına dahil olur. Çağın nesnesi olan otomobiller yüzlerce yıllık tarihine rağmen insan yaşamının önemli bir parçası olmaktan hiçbir zaman vazgeçmemiştir.

Gündelik hayatta çeşitli amaçlar doğrultusunda insanların kullanımına hizmet eden otomobiller teknik yapısal özelliklerini terk ederek ikinci bir anlamlandırma düzeni içinde yer almaya, yani teknolojik sistemden kültürel sisteme geçiş yapmışlardır (Baudrillard, 2010:14). Bu bağlamda otomobiller hem bireysel gereksinimleri karşılarken hem de kültürel farklılıkları da yansıtan birer araç haline dönüşmektedir.

Kullandıkları araçların bir ruhu olduğuna ve onun karakterine uygun davranışlar sergilemeye çalışan katılımcılara, görüşmeler sırasında araçları hakkında ne düşündükleri kuş serisi araç kullanıcısı olmanın kendileri için ne ifade ettiği sorulduğunda Kartal 1 adlı katılımcının aracı için düşünceleri şu şekilde olmuştur:

> *"Çok canım sıkkın olduğunda inip binerken çok dikkat etmem önemsemem böyle langur lungur inip binerim kesin yani hisseder, bir yerinden kesin bir ses verir. Ben zaten sesten rahatsız olduğum için kabul etmem, ben onu sanayiye götürdüğümde barışırız ve ondan sonra daha dikkatli binerim o şekilde barışırız. Ben bir ruhu olduğuna gerçekten inanıyorum. Benimki çok başka bir şey ya……" (Kartal 1)*

Tıpkı canlı varlıklarmış gibi aracından övgüyle söz eden katılımcı, aracının bir ruhu ve karakteri olduğuna inanıyor ve ona göre aracına özen gösteriyor. Yücel (2000:151), nesnelerden canlı kişilermiş gibi kabul ederek insanlar için kullanılan deyimler ve sözlerin nesneler için kullanılmasının, insanların eski alışkanlığı olduğunu belirtir. İnsana has özellikler ile tanımlayarak insan niteliği kazanması sağlanan otomobiller, katılımcıların hayatının önemli bir bölümüne yerleşmektedir. Bir diğer katılımcı ise aracına duyduğu saygıyı tıpkı bir büyüğüne duyduğu saygı ile kıyaslayıp aracının kendisi için ne anlam ifade ettiği aşağıdaki alıntıda gösterilmektedir:

> *"……ben onu bir karakter olarak görüyorum. Mesela kalbi suyu, ne bileyim yürüyen yerleri ayakları işte tekerlekleri oldu, işte vücudu motor, motor yanında su var yağla suyu var, beslenmesi yemek yemesi gerek. Yani bir insan nasıl yaşaması gerekiyorsa onu da o şekilde Yaşatmaya çalışıyorum elimden geldiğince. Yani alt tarafı bir Serçe değil, bir karakteri olduğunu düşünüyorum öylesine bir araç değil, binerken falan böyle oturuşun kalkışım şey olur ya bir büyüğün yanına gelince saygıyla oturur kalkarsın yanında ya hani ben ona öyle saygı duyuyorum karakter olarak görüyorum." (Serçe 1)*

".....oğlum gibi, yağmurda bile yıkarım çamur olmasına hayatta katlanamam, bazen arabama Şahin diyorlar arabamın zoruna gidiyor sonra beni yolda koyuyor." (Doğan 10)

".....plaka TK ya Türkan dedik yakıştı da. hatta ilk öle dedik eşim de çok kıskandı. bunu satacaktım o da alıştı satma dedi.....Artık ailenin bir üyesi gibi sıradan bir araç değil, herkes *mesela Türkan nasıl Türkan napıyor falan diyorlar."(Serçe 7)*

Nasıl ki John Steinbeck Gazap Üzümleri adlı eserinde *'Yaşlı ve astımlı arabayı tüm duyularınla dinle!'* diyerek cansız bir varlığı insani özellikler ile anlatıyor ise düşüncelerde beliren otomobilin kimliği de insan kimliğiyle özdeşleşen bir imge haline dönüşüyor. Şöyle ki katılımcılar belirli bir otomobil ile kendilerini özdeşleştirmişler ve insan tasarımı olan nesnenin kimliğini de üstlenmişlerdir. Örneğin Şahin 6, Doğan 4, Doğan 1 adlı genç katılımcılar insan yaratımı olan büyülü nesnenin özelliklerini kendi kişilikleri ile özdeşleştirdiği ifadeler şu şekilde olmuştur:

"....biz arabamızı bebeğimiz gibi severiz. Benim de hırçın oluşum araba sürmeme yansımış,onun hırçınlığı da bana....hepsi beni yansıyor oyuncaklarım çocuk ruhumu, parlaklığı hayatımı, kullandığım renkler renkli kişiliğimi yansıtıyor." (Şahin 6)

"....arabam yolda bildiğin konuşuyor yani öyle düşün. Herkeste onu dinliyor. *Temiz görünmesi ise çok ayrı bir insanın kişiliği arabasından belli olur çünkü." (Doğan 4)*

"....tabiki yansıtıyor, ruh halime göre müzik dinlerim, dışına ve içine yaptığım şeyler kişiliğimi yansıtır, yakışmayan bir jant taktığım zaten zevksiz biri *olduğumu gösterir. güzel parlak bir jant zevkimi yansıtır.....sade modifiye, temizliği ile ön plana çıkacak her zaman öndedir. kirli çamurlu değil orjinal ve parlaklık önemli çamurlu olsa bile kendini belli eder Tofaş." (Doğan 1)*

Katılımcılar sahip olmak istedikleri özellikleri sahibi oldukları kuş serisi araçlara yükledikleri anlamlar ile kendilerini gerçekleştirmek ve gündelik hayatta görünür olmak

istemektedirler. Katılımcılar derinlikten yoksun tekdüze bir yaşam sürmek yerine otomobillerine sahip olmak istedikleri özellikleri düşünsel anlamda yükleyerek kendilerini gerçekleştirmek istiyorlar.

Örgütlenme

Toplumların farklılıklarından biri de bireyin rolüne karşı grubun rolüdür. Grup çıkarları kimi zaman birey çıkarlarından daha önde gelir. Grup çıkarlarının bireyin çıkarlarının önüne geçtiği durumları Hofstede (2010:90) kolektivist toplumlarının özelliği olduğunu belirtir. Bireyler kendilerini aidiyet hissettikleri toplulukların birer parçası olarak tanımlarken grubun diğer üyelerinin kendilerinden beklentilerine cevap vermek için çabalarlar.

Toplumsal sınıflar arasındaki kültürel pratiklerin insanlar tarafından içselleştirilip davranışları ile dışa vurduğu gündelik bilgi veya kültürel sermaye olarak tanımlanan habitus kavramı, yalnızca ekonomik koşullar çerçevesinde kültürel farklılıkların yansıdığı bir olgu değil aynı ekonomik koşullar etrafında bulunan toplumsal gruplar arasındaki farklılıkların açıklanması için de kullanılmaktadır. Bourdieu'nun habitus kavaramı, hâkim kültür ve alt kültürlerin yaşam tarzları arasındaki farklılıkları tasvir etme bakımından da önemli bir role sahip olmaktadır. Bu araştırmada da sahibi olduğu kuş serisi araç gibi belirli bir nesne etrafında bir araya gelen genç bireylerin zevk ve beğenileri doğrultusunda bir arada bulunmalarının basit bir zevk meselesi olmadığı gözlemlenmiştir. Aidiyet hissettiği grubun yaşam tarzını benimseyen genç bireylerin tercihleri de grubun beğenilerine göre şekillenmektedir. Ortak zevk ve beğenilere sahip olan bu gençler ilk olarak nasıl bir araya geldikleri, nasıl tanıştıkları, kültürel bir grup olarak araçları ile görünür olmaya nasıl karar verdikleri aşağıdaki alıntılarda gösterilmiştir:

> *"Karaman'da ilk bir arkadaş etiket yapmış kırmızı Serçeyi, bende SLX'i yapmıştım. Sonra o arkadaşı gördüm tiktokta. 'nerelisin', 'Konya'dan geldim. Memurum' falan dedi, tanıştık, buluştuk, grup kuralım dedik. Bir arkadaşımız daha var o, ben, bir de memur arkadaş kurduk grubu. Sonra bir başka arkadaş geldi, tanıştık öle öle büyüdü grup." (Serçe 7)*

"...petrolde çalışıyorum arkadaşlar sürekli geliyordu, grupça toplanıyorlardı. Petrole bir gün yine sıraladılar araçlarını bende çektim yanlarına siyah serçeyi öle katıldım aralarına." (Serçe 6)

Birbirlerine sıkı bağlarla bağlı olan grup üyeleri birbirlerini sorgusuz koruyup kollarlar. Kuş serisi araçlara olan sevgisi ile bir araya gelen katılımcılardan Doğan 5 bu konuda şunları söyledi:

"Geçen bir arkadaş Serçe'siyle kaza yapmış. Yolda bazı kendini bilmezlerle çekişme olmuş, trafikte makas atmışlar buna. Araya alıp kıstırmışlar, oda vurmuş arabayı. Kıskançlıktan yapıyorlar. Onu gördüm yolda yanına durdum. Benimde Doğan'ım var gri. Tofaşçılar olarak yan yana geldik hemen bir geri durdular." (Doğan 5)

"Murat 131 ile Serçe' lerin olduğu bir grubumuz var. Böyle kurumsallaşmış falan değil de Karaman ilinde kendi aramızda toplanıyoruz falan işte. Ama ilerde dernekleşmeyi düşünüyoruz resmi olarak. 131'i olan, Serçe sahibi olan arkadaşlarımızın bir araya geldiği, parça ihtiyacı olduğu zaman birbirimize destek olduğumuz, etkinlikler düzenlediğimiz, güzel bir dernek kurmak istiyoruz. Bunun içinde çalışmalrımız var." (Serçe 11)

Belirli amaçlar doğrultusunda bir araya gelen kuş serisi araç kullanan genç bireyler, karşılıklı işbirliği ve koordinasyon içinde ortak hedeflere yönelik çabalarıyla grup oluşturmuşlardır. Grup üyelerini oluşturan her bir bireyin kendi fikirleri, bilgi ve becerileri, ilgi ve beklentileri vardır. Bazı gençler bir aidiyet hissetmek için gruba dâhil olurken bazı gençler parça ihtiyacını kolaylıkla karşılayabileceği için gruba dâhil olmaktadır. Genç bireyler, grup içerisinde belirli kurallar ve davranış kalıpları geliştirerek bireysel güçlerini aşan amaçlar doğrultusunda sembolik bir araç etrafında bir araya gelerek görünürlüklerini arttırmışlardır.

Dernek Üyeliği

Araştırma kapsamında görüşülen gençlerin sadece bir tanesi modifiyeli araçlar ile ilgili bir derneğe üye olduğunu söylemiştir. Yüz yüze yaptığımız mülakatlar sırasında

katılımcılar Karaman ilinde herhangi bir dernek olmadığını ama dernek kurma çalışmalarının olduklarını belirtmişlerdir. Araştırmanın saha çalışması yoğun olarak 2023 yılının Mart ve Nisan aylarında gerçekleşmiş ve bu tarihlerde herhangi bir dernek olmadığı için katılımcılar resmi olarak faaliyetler gerçekleştiremediklerinden bahsetmişlerdir. Bu nedenle aktivitelerini resmi olarak gerçekleştirmek adına gerekli yerlere başvurduklarını ve haber beklediklerini sıklıkla dile getirmişlerdir. Haziran ayında Karaman ilinde düzenlenen klasik araçları kapsayan bir fuar düzenlenmiş ve araştırmacı orada mülakat yapılan genç katılımcılarla tekrar görüşme fırsatı bulmuştur. Resmi olarak valilik onaylı dernek kurulmuş ve gerekli izinler alınarak Karaman ilinde Klasik Otomobil Fuarının ilki gerçekleşmiştir. Böylece gençler dernek kurma hayallerini gerçekleştirmiş ve resmi olarak tanınır aynı zamanda görünür olmaktan bir kez daha onur duyduklarını tekrarlanan görüşmelerde dile getirmişlerdir.

Konfor Algısı

Kuş serisi araç sahibi gençleri konu alan bu araştırmada kofor algısı alt teması altında katılımcıların araçlarını sürerken belirli bir oturuş şekli olduğu görülmüş ve bu nedenle de bu konu hakkında katılımcıların ifadeleri aşağıda belirtilmiştir.

> *"Ben Şahinciyim. Camlar böyle manuel sonuna kadar indirecen, koltuğu yatıracan. Araba düşük (basık) zaten, sürerken şekil alırsın. Böyle bir el vites topuzunda dolmuşçular gibi beşten dörde çekecen, dörtten üçe çekecen, böyle ara egzoz… anlatılmaz yani yaşanır. Sağ el sürekli vites kolunda olacak yayılacaksın iyice. (Doğan 1)*

> *"Bunda koltuğu yatırıyon, güllüyü açıyon ohh mis…. Koltuk yatık ya benim babam diyor işte 'Sen bu arabayı yatarak mı sürüyon?' diyor. ' Evet' diyorum. Yaslanıyom arkama, din iman basarak kullanırım ben arabayı. Camı açarım, sigara elimde son ses müzik…İsmet Paşa'dan geçerim. Buna da serseri diyorlar işte napacan. Alkol kullanıyordum arabayı aldım bıraktım. Kaza yapsan bir ton sıkıntı." (Doğan 9)*

"Ben zaten bugüne kadar hiç kalçasının üstüne oturan etiketçi de görmedim. Şöyle birazcık kaykılırsın koltuğa, eski kasa kullanan 89 Şahin kullanan arkadaşlar bilirler dört ileri Tofaşların iki kişiyle üç vitesi inanılmaz derecede atmasan bile iki ile üçte gidebilirsin zaten öyle bir hali var. Hem camlarımda açık hafiften egzozun sesini de duyarsın birazcık, ara gaz şişirdin şişirdin şişirdin Güllü Abla tam böyle 'Unut Demek Çok Kolay' diye girdiği ilk nakarat var ya o arabayı ikiden şöyle yakışıklı son bir ara gazlı üçe çekersin kolunu şöyle bir indirip bir bakarsın." (Serçe 11)

"Hikayenin kendi bir oturuşu var zaten. Mesela diğer modelli aracımı kullandığım zaman normal bir şekilde oturuyorum koltuğunda. Bunu (Şahin) kullandığın zaman ister istemez zaten koltuk yatık oluyor. Anladın mı? İster istemez şu model oturuyorsun (koltuğa geçip gösterdi), bilinçli yapmıyorsun tabi ki. Bu istemsiz mod yani araba resmen bir moda sokuyor yani. Anladın mı? Kolum burada oluyor, direksiyonu buradan tutuyorsun. Anladın mı? Bir de arabamda hidrolik var. Benim arabamda rahat da dönüyor, geri geliyor. Ben tek parmakla çeviriyorum bu model oturduğum zaman. Zaten sağ el kumanda da ya da viteste oluyor. Bütün şeyin değişiyor gerçekten karakterin değişiyor yani." (Şahin 7)

"Koltuğu arkaya kadar yaslarsın kesinlikle yanına oturacak arka kapıyla ön kapının ortasındaki direğe değer koltuk. Şekli de yan otururak geliyor. Ben aracı sürerken burnunu görmem, görünmez yani. Sadece yol ve direksiyon görünür kaputun ucu görünmez." (Şahin 2)

"Sürüş konforu yok aslında bunlarda yapılan değişikliklerden sonra. Ama racon böyle. Mesela koltuk yatık olacak. Keko koltuk oluyor işte o." (Doğan 6)

Katılımcılar kuş serisi araçları kullanırken bir sürüş şekli olduğunu belirterek koltuğa oturur oturmaz istemsiz olarak o şekle büründüklerini belirtmişlerdir. Gündelik hayatta trafikte bu türden araçları süren genç bireylere baktığımızda gerçekten de araçlarını yukarıda tarif ettikleri gibi kullandıkları görülmektedir. Son ses müzik açık, camlar sonuna kadar inik ve kollar o camdan sarkık bir şekilde bir elleri de direksiyonda

olmakta. Başka bir modeldeki araçta bu sürüş şeklinin uyuşmayacağını söyleyen katılımcılar aracın kendine has bir konfor algısı olduğunu düşünmektedirler.

Araç Üzerindeki Yazılar

İnsanların toplumsal hayatında önemli bir yeri bulunan otomobiller, hareket etme özgürlüğü sunmasının yanında üzerine takılan bir sembol ya da herhangi bir yerine yazılan yazı ile bireylerin anlam dünyalarına dair ipuçları da sunmaktadır. Bu bağlamda otomobiller, sadece sahip olunan herhangi bir nesne değil kullanıcısının bedensel bir parçası ve benliğini yansıtan bir öge haline dönüşmüştür. Adeta mobil bir tuval haline dönen otomobiller sahibinin kimliğini de yansıtan bir nesne konumunda olmuştur. Araştırma kapsamında görüşülen gençler, kendilerini ifade etme biçimi olarak otomobilleri görsel olarak değiştirmelerinin yanında üzerine yazdıkları yazılar ile de dikkatleri çekmektedir.

> *"Önünde 'Katil S' yazar önüne gelene vuruyor işte. Arkasında da 'Harcanan Bir Gençlik Var Ortada' yazıyor." (Doğan 9)*

Aracın herhangi bir yerine yazılan yazılar içerisinde yaşanılan kültürün dokusuna ve bireyin dünyasına ait anlamlar taşımaktadır. Sahibi oldukları araçlar gençlerin benliğinin dışa vuruş şekli olarak sahibinin gittiği yere gider ve dış görüntüsü kişiselleştirilerek sahibinden izler taşıyan birer simge haline gelir. Böylece araçlar Raban'a (2000:14) göre sahibinin zevkini ve beğenisini yansıtarak vermek istenilen mesajı bir anda verme özelliği taşır. Doğan 9 adlı katılımcı keyif almak için kuş serisi araç kullanıcısı olmanın yanı sıra aynı zamanda hız yarışlarına da aktif olarak katılmaktadır. Katılımcı hırçın ve asi bir kişiliğinin olduğunu belirtmesi aynı zamanda araç üzerinde yazdığı yazılara da yansımaktadır.

Serçe 11 adlı katılımcı ise zamana karşı direniş olarak nostalji araçlara merak ve ilgi duyduğunu belirterek üzerinde yazdığı yazıların ne anlam ifade ettiğini şu sözlerle belirtmiştir:

> *"Arabanın arkasında 'Deli Gömleği Ütü İstemez' yazıyor. Ya aslında sadece arabanın arkasında değil her yerde yazıyor. 2023 yılında 1984 model bir*

arabaya sahip olduğunuz zaman kendinize 92'liyseniz genelde size 'Deli' diyorlar. Onun için orada yazan güzel bir sözdür. Bir de benim huyumdur severim dediğim gibi. İlk arabam olan onun Arkasına da Müslüm Gürses'in şarkısının sözleri olan 'İsmi Maziden Biri' yazmıştım ortaya da 1980 arabanın modelini yazmıştım. Yani bütün arabalarımın arkasında mutlaka böyle minik bir imza niteliğinde bir söz yazmayı bir şey yazmayı severim bu arabalarda." (Serçe 11)

Kişiselleştirilerek birçok farklı anlamlar taşıyan bir nesne olan otomobillerin kimliği gençlerin kimliğine, gençlerin kimliği ise otomobilin kimliğine dönüşerek Yücel'in (2000:151) vurgulamış olduğu insan-nesne arasında oluşan ilişki ile ortaya çıkan kimlikler birbiriyle örtüşmektedir. Bu minvalde gençlerin otomobiller ile ilişkisi farklılaşmakta ve sahibi oldukları kuş serisi araçları insansı özellikler kazanarak anlamlarla yüklü bir nesneye dönüşmektedir.

Diğerlerine vermek istenen mesaj için en uygun nesnenin aracı olduğunu düşünen bir diğer katılımcı ise Şahin 2 adlı katılımcı, aracına yazdırmak istediği yazılar için şunları söylemiştir:

"....aklıma çok sözler geliyor ama ben sadelikten yanayım. Aklımda mesela üç kelimelik kısa bir söz var. 'İnan Hiç Fark Etmez' çok hoşuma giden bir söz onu yazdıracağım. Bir de 'Kapkara Olan Bahtımın Beyaz Olan Kısmısın' bunu da yazdıracağım. Araçta beyaz ya böyle cuk diye oturuyor yani. Bunun özel bir hikayesi var ama anlatamayacağım." (Şahin 2)

Araç üzerine yazdırmak istediği ve özel anlamı olduğunu, bu nedenle de hikayesini anlatmak istemeyen katılımcı için sayfalar dolusu kelimelerle anlatmak yerine birkaç özlü sözle verilmek istenen mesajı anlatmak etkili bir yol olarak görülmüştür.

"'Zaman Seni de Siler' yazıyor bu araçta. Yazıyı benden önceki sahibi yazdırmış bende silmedim. Bunun anlamı herhalde şöyle tahmin ediyorum 92 model bir araç ya zaman silmemiş yani bunu yıllara meydan okuyarak bu zamana kadar gelmiş, sanırım onu ima ediyor."(Serçe 3)

"Ön camında 'Sadece Ölüler Görür', arka camında da 'İçinde Sadece Prensesler Var' yazıyor." (Kartal 2)

Ait olduğu toplumun içerisinde kendilerini ifade edebilmek için yeterli iletişim araçlarının olmadığını düşünen gençler, kendilerini ifade ediş şekli olarak farklı arayışlara yönelmektedir. Bu anlamda otomobiller, kendilerini farklı şekillerde ifade etmek için kullanılan bir iletişim aracına dönüşmüştür.

Araç üzerindeki yazılar genellikle ön ya da arka cam gibi kolaylıkla görülebilen ve dikkatleri hemen çekebilecek yerlere yazılması tercih edilmiştir. Ayrıca katılımcıların büyük bir çoğunluğu isimlerini de araçlarının cam, gövde ya da plakasına yazdırdıkları görülmüştür. Nedeni sorulduğunda ise sahibi oldukları bütün araçlarında isimlerini marka niteliği taşıması için yazdırdıklarını belirtmişlerdir. Örneğin Şahin 5 adlı katılımcı bütün araçlarının plakasını AS yani adının ve soyadının baş harfleri olmasına özellikle dikkat ettiğini bu nedenle de aracın arka tampon kısmında AS SERİES şeklinde bir ibare kullandığını belirtmiştir:

"Yalnız O Son Kırdığın En Sevdiğim Hevesimdi sözü çok hoşuma gittiği için arka camına yazdırdım." (Şahin 5)

Aidiyet duygularını dışa vurmak için gençler, sıklıkla araç üzerine yazı yazma yoluna sıklıkla başvurmuştur. Uzun cümleler yerine kısa ve dikkat çekecek cümleler tercih edilmiş ve bunu yaparken de yazım yanlışlarının olması çok önem arz etmemektedir. Çünkü önemli olan verilmek istenen mesajın alınıp alınmadığıdır. Dolayısıyla da noktalama işaretleri de verilmek istenen mesajda önemli olmamaktadır. Örneğin Şahin 4 adlı katılımcı seyir halinde iken rahatlıkla görülebilecek olan aracın gövde kısmında aşağıdaki sözü yazdırmıştır.

"TC Keyfi Hizmete Mahsustur" (Şahin 4)

Araştırma kapsamında görüşülen katılımcılardan kendilerini ifade ediş şekli olarak araç üzerine yazıları tercih ederken katılımcılardan bazıları ise araç üzerindeki yazıları çok çocuksu olarak gördükleri için tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Örneğin Şahin 3 adlı katılımcı bu konu ile alakalı şu sözleri söylemiştir:

"Bana göre etiket yapmak istiyorsan yazı önemli oluyor çokta güzel duruyor. Şimdi kullandığım aracımda yok böyle daha güzel, ergen işi onlar ben daha efendiyim. Yaş ilerledikçe çıkarıyorsun yazıları ergen işi gibi geliyor bu tür davranışlar. Sade daha güzel, ben sadelikten yanayım."(Şahin 3)

Otomobillerinin üzerinde kendilerini ifade etiklerini düşündükleri özlü sözler hem trafikte seyir halinde hem de park halinde iken kullanıcısının sözcülüğünü yapmaktadır. Araçları üzerindeki yazılar, bu gençlerin toplumsal alanın neresinde konumlandığı, yaşamı algılayış ve yorumlayış şekilleri hakkında bizlere ipuçları vermektedir. Araçları üzerindeki yazılar sahipleri ile özdeşleşirken diğer yandan yazılan yazıların anlamaları sadece sahibi tarafından bilinmekte ve kendince çeşitli anlamlar yüklendiği de unutulmamalıdır. Yazıyı yazdıran araç sahibi kişinin düşüncesi ve yorumu ile dışardan okuyan kişinin düşüncesi ve yorumu aynı olmayabilir.

3.3.2.Karşılıklı Yükümlülükler Ağı: Hediyeleşme

Hediyeleşme

Armağan, bireyler arası toplumsal ilişkileri birbirine bağlayan sistemin somut hale gelmesi olarak tanımlanabilir (Godbout, 2003:38). Hediyeleşme her şeyden önce sosyal ilişkilerin kurulmasına ve devam ettirilmesine katkıda bulunur. Hediyeleşme ritüelinin ilk kuramcısı olarak Aristotales gösterilebilir. Arkadaşlık, vermeye karşılığını verme becerisine yani karşılıklı alıp vermeye dayanır. Arkadaşlığın olmadığı yerde cemaatin olmayacağını, cemaatin olmadığı yerde ise düzenin mümkün olmadığını Aristotales Nikomakhosa Etik'te vurgular (Godbout,2003: 153). Düzen önemlidir çünkü insanların karşılıklı birlikte yaşamasının zevkini yurttaşlarına sağlamak sistemin zorunluluğudur.

Hediyeleşme basit bir değiş tokuş hikayesi değil arkasında kişinin kendini karşılığında bir şey verme zorunluluğu hissetmesine neden olan bir sistem oluşturur. Verme, alma ve karşılığında bir şey verme ile kurulan bireylerarasındaki sosyal ağların kurulmasına katkıda bulunduğu gibi canlı tutarak güçlenmesini de sağlar. Sosyal hayatın hemen her alanını etkileyen hediyeleşme ritüeli, bu araştırmaya konu olan kuş serisi araç sahibi gençlerin ilişkilerini de etkileyen bir sistem olarak karşımıza çıkar. Örneğin Serçe 5 adlı

katılımcı yeni ev almış ve tadilat yapılması gereken yerler olmuş. Nostalji grubu içerisinde yer alan diğer katılımcılar, Serçe 5 adlı kullanıcının evinin tadilatına herhangi bir maddi karşılık beklemeden yardım etmişler. Bunun karşılığında ise Serçe 5 elinde bulunan nostalji araçları için malzemelerden ev tadilatı için yardıma gelen diğer katılımcılara hediye olarak vermiş. Örneğin Serçe 7 adlı kullanıcı doğalgaz tesisatı konusunda yardımda bulunmuş karşılığında ise orijinal marka İtalyan deri koltuk kaplama Serçe 5 adlı kullanıcı tarafından verilmiş. Serçe 7 adlı katılımcı aldığı hediye karşısındaki mutluluğunu şu sözlerle ifade etmektedir:

> *".....deri koltuk hediye mesela işi gücü boşladım o gün bunu takmaya gittim. Hediye almak isteyen araca alıyor ben daha mutlu oluyorum." (Serçe 7)*

Serçe 5 adlı katılımcı yeni aldığı evinin bir başka bölümündeki tadilatı için Serçe 4 adlı katılımcı yardımda bulunuyor ve karşılığında Serçe 5 tarafından aracı için orijinal teyp hediye ediliyor. Aldığı bir armağan karşısında karşılığını vermek için kendini borçlu hisseden Serçe 5 adlı katılımcı, ilk fırsatta bu eylemi gerçekleştirir. Katılımcılar arasında bir verme-alma eylemi gerçekleşse de aralarında kurdukları arkadaşlık ilişkisi, ilişkiye neden olan şeyden daha değerli olmaktadır. Doğan 6 adlı katılımcı ise bu konuda herhangi bir maddi karşılık beklemediklerini şu sözlerle belirtir:

> *"....hemen maddi beklentimiz yok lazım mı lazım al kaç para yok bizde." (Doğan 6)*

Arkadaşlar arasında dolaşıma sokulan herhangi bir nesne aralarında kurduğu arkadaşlık, kardeşlik bağını daha da güçlendirir. Her ne kadar dolaşımda olan nesneler kişiler arasında ticari bir karşılık beklemediklerini söyleseler de karşılığını vermek için ilk fırsatı kollarlar. Arkadaşlar arasındaki verilen hediyeler de farklılık gösteriyor. Örneğin Serçe 3 adlı katılımcı hediye olarak temizlik malzemeleri verildiğinden bahsediyor:

> *" hediye alan çok oluyor mesela temizlik malzemesi, aksesuar daha çok tercih ediliyor. Aslında bizi tanıyan arkadaşlar ne hediye etsek falan diye fazla düşünmüyorlar. Biliyorlar aracın bizim için daha değerli olduğunu bizi mutlu etmek için de ona göre hediye seçiyorlar. Ben temizliğine daha çok dikkat ettiğim için arkadaşların genelde pahalı temizlik malzemeleri alıyorlar bana internetten. (Serçe 3)*

Bir başka katılımcı ise aracı ile görünür olmaktan mutlu olduğunu, saygınlık ve onur kazanımını sahibi olduğu araç ile gerçekleştirdiğini şu sözlerle belitmektedir:

> *"Serçe ile herhangi bir yere gittiğimde adamlar ilgi gösteriyorlar, meraklı gözlerle bakıyorlar bende mutlu oluyorum bu ilgi alakadan. Alışveriş yapıyorum mesela şunu da 'hediye veriyorum araban güzel takarsın' diye saygı duyuyorlar. Emek harcamışım sonuçta karşılığını da bu şekilde etraftan görünce daha çok hoşuma gidiyor (Serçe 2)*

Karşılıklı yükümlülükler ağı olan armağan (Godbout, 2003), basit bir alıp verme ya da cömertlik meselesi değil aynı zamanda güç, yarışma, diğerinden üstün çıkma amacı da taşır. Katılımcıların onur ve saygınlık arayışı toplumsal beraberliği var eden bir davranış olarak kuş serisi araçlar özelinde karşımıza çıkmaktadır.

Hediyeleşme ritüelinin en yoğun yaşandığı yerlerden biri de aile arasında gerçekleşmektedir. Aslında aile, hediyeleşme anlayışının başladığı yerdir ve genellikle karşılık beklemeden yapılan hediyeleşme daha çok aile içerisinde gerçekleşmektedir. Katılımcı Doğan 6 aile içerisindeki hediyeleşme türlerinin değiştiğini aşağıdaki ifadelerle belirtir:

> *"....doğum günlerimde mesela bana far alıyor ya da başka aksesuarlar alıyor hediyeleşme şekli bile değişti. Çoğu kimse 'kıskanmıyor mu aracınla uğraşmanı?' 'hayır' diyorum. Çünkü uğraşmasam 'niye bakmıyon, niye temiz değil?' der. Mesela 'yaptırsana' der orijinal alıyor bir de en son stopları aldı etiketler, kumanda paspas falan alıyor." (Doğan 6)*

Katılımcının aile içerisindeki hediyeleşme ritüeli ticari olmayan ilişkilerin ortasında yer alır. Aile içerisindeki bağlılıkları basit bir hediye alış verişi değil duygu bağlarının yarattığı hareketle birbirine daha sıkı bağlanmalarına neden olmuş. Bunu da kuş serisi araçlara özgü aksesuar, yedek para, amblem, etiket gibi parçalar hediye seçilerek sağlanmıştır.

3.3.3.Mekânın Ritüelleşmesi

Mekân

Lefebvre'ye göre doğa ve insan arasındaki birliğin türevi olarak mekân, toplumsal bir faaliyetin ürünüdür ve dolayısıyla toplumsal bir üretimdir. Mekanın ve toplumun karşılıklı olarak üretimini sağlayan ise toplumsal üretim ilişkileridir (Lefebvre, 1991:26). Böylece üretim biçimleri kendi üretim ilişkileri temelinde kendi mekânlarını üreterek kapitalizm devreye girer ve mekânları kendi ihtiyaçlarına göre yeniden şekillendirir. Bu durumu katılımcıların petroller, sanayi siteleri, oto yıkamacıları ile kurdukları ilişkiler çerçevesinde çok daha net olarak görürüz.

Mekân üretim ilişkileri çerçevesinde farklılaşmış zamanla katılımcıların zaruri olarak kullandıkları mekânlar sosyalleşmek için kullanılan mekânlara dönüşmüştür. Bu konudaki katılımcıların sözleri aşağıda verilmiştir:

> *"Araba merakının içerisindeyiz mesleğimiz gereği içerisindeyiz bu işin. Sanayide göre göre işte işledi bize. Sanayide büyüyünce birde çocukken yerleşti bize. Hırs var bende araba hırsı, severek yapıyoruz bu işi." (Serçe 9)*

> *"....temizlik, şimdi seninle görüşmesek petrolde araba yıkıyor olurduk kesin. Temizlik çok önemli sadece binmek için değil başka bir şey ya bu tarifi yok." (Doğan 7)*

Otomobiller kamusal alanda görünür olmaya başlaması ile birlikte kentin yapısını da büyük oranda değiştirmiş ve dönüştürmüştür. Caddeler, yollar motorlu taşıtların geçebileceği şekillerde dizayn edilmeye başlanmış. Kent içerisinde kalabalık olan işlek caddeler gençlerin sıklıkla kendilerini gösterebildikleri alanlara dönüşmüş. Kent içerisinde otomobillerinde ihtiyaçlarının karşılanabileceği alanlar oluşturulmuş. Örneğin sanayi siteleri, otoparklar, petroller ihtiyaçların karşılanmasında gerekli yerler olurken gençlerin sıklıkla toplandığı alanlara dönüşmüş. Modifiye edilmiş araçlar ile yeniden üretim sürecinde gençler etrafında olup bitenlere karşı ayak uydurmak için garajlar, tamirhaneler, atölyeler gibi homososyal alanlarda gönüllü olarak zaman harcarlar.

"erkek arkadaşım var o aslında kızıyor sanayide elimde aletle falan böyle arabayla uğraşmama 'fazla kullanma, dışarı çıkma' falan diyor. Ama mecburen gitmek zorundasın araba bozuldu mu ustaya götürecem tabiki." (Şahin 6)

"Pazar günleri eli boş olan direk petrole gider nerdesin diye telefon açılmaz biliriz çünkü orada olduklarını toplaşırız. Hep beraber arabaları yıkarız, sileriz, içini dışını temizleriz. Böylece haftanın yoğunluğunu, stresini orada atarız." (Doğan 6)

Katılımcılar sosyalleşme alanları olarak genelde sanayi, petrol, kentin işlek caddelerini kullanmaktadırlar. Sahibi oldukları kuş serisi araçların kişiselleştirilmesi üzerine kurulu bir ilişki ağı içerisinde bulunan katılımcılar bir kimlik oluşturma stratejileri ile görünür olmaktadır. Kimlik oluşturma stratejilerini araçları üzerinden kurgulayan gençler kendilerine ait bir oda yaratmış ve sosyalleşme şekli olarak ta mekân arayışına başlamışlardır. Tam da bu noktada zaruri olarak kullanılması gereken petrol, sanayi gibi kamusal alanlar gençlerin sosyalleştiği mekanlara dönüşmüştür.

3.3.4.Görsel Heyecanın ve Hazzın Yoğunlaştığı Alanlar

Ritüelleştirilmiş tüketim şekli fuarlar, yarışlar, toplantılar bu araştırmada gençlerin sosyalleştiği, kendilerini gösterdikleri en önemlisi ise araçları ile tanınırlıklarının arttığı alanlar olmuştur. Otomobiller her geçen yıl teknik kusursuzluk ve verimliliğini arttırıcı bir takım yeni özellikler ile donatılıp devinim süreçleri de iyileştiriliyor. Otomobiller üzerinde yapılan bu tür değişiklikler bir yandan insanların gündelik hayatlarını kolaylaştırması için yapılırken diğer taraftan kültürel bir biçim içerisinde görünen gereksinimlerin zevkle doyurulması vizyonu da içermektedir (Ruppert, 1996:164). Böylece yarış pistleri, fuarlar ve şenlikler duygusal, akustik ve görsel heyecanı ve hazzı bireylere yoğun olarak yaşattığı alanlara dönüştürmüştür. Toplumsal konum, bireysel beğeni ve kendilerini diğerlerinden ayırma simgesine dönüştüğü gibi otomobiller sahibine güç ve özgürlük duygusunu da doruklarına kadar yaşatmaktadır. Aşağıda yarışlar, fuarlar, şenlikler başlıkları altında katılımcıların neler düşündüğü ayrı ayrı analiz edilmiştir.

Yarışlar

Başlangıçta modifiye, otomobillerin yarış yapmak için dönüştürülmesi, hız yapmasına uygun olarak tasarlanması olarak başlamış olsa da zamanla bir yaşam tarzına dönüşmüştür. Bu nedenle de otomobil modifiyesinin oluşturduğu kültür içerisinde yarışlar da önemli olmaktadır. Bu yarışlar kimi zaman resmi kimi zaman ise yasal olmayan şekillerde yapılmaktadır. Resmi olarak düzenlenen yarışlar büyük organizasyonlar eşliğinde belirlenen alanlarda yapılır iken resmi olmayan yarışlar dağ yollarında gece saatlerinde trafik sakin olan geniş yollarda yapılmaktadır. Genellikle gençler tarafından yapılan bu yarışlar bazen de trafikte mekân fark etmeksizin gün içinde herhangi bir saat diliminde gerçekleşmektedir. Örneğin Doğan 5 adlı katılımcı şehirler arası seyahatinde diğer modelli araçlarla yaptığı yarışlar hakkında şunları söylemektedir:

> *"Ben Tofaşımla İstanbul'a gittim. İzmir'e gittim. Konforlu gayet modelli Passatlarla bile yarıştım. Audiyle yarıştım. Beni her türlü geçer. Yolda durduk. 'Kaç model bu araç? Helal olsun vala' dedi. 'Kaçla gittin' dedi. '200' dedim. Adam 'şanşa yaşıyorsun.' Dedi. Tofaş güzel araba ama sağlamlık yönünden sıfır. ....Işıklarda gaz vermeye çalışan çok yarışalım diye. Gerek yok, ama bir gün yarış yaptım. Gaz veriyor bana, bir sağa geçiyor bir sola. Yarışmak istiyor. Yanında bayan var, rezil etmek te istemedim ama kendi kaşındı. Bastım bende tabi bilmiyor benim motorun iyi olduğunu geçtim arkadaşı ama arkadan da hız limitini aşmaktan ceza kâğıdı geldi. Olsun pişman değilim, sonuçta geçtim yani hakkını verdim."(Doğan 5)*

Katılımcılardan birçoğu Tofaş marka araçların sağlamlık yönünden hız yapmaya uygun olmadığı, sadece kendilerini yansıtacak en iyi aracın o olduğunu söyleyerek çeşitli değişiklikleri yaptıklarını ifade etmektedirler. Doğan 5 adlı katılımcı motorunda yaptığı değişiklikleri yarış için yapmadığını belirtse de ilk fırsatta da aracını denemek için fırsat kollamaktadır. Emeğinin karşılığı olarak ise kışkırtmalar sonucu trafikte yapılan yarışı kazanmaktan oldukça mutludur. Yukarıdaki örnekte, herhangi bir maddi kazanç sağlamadan yarışlara katılan katılımcılar olduğu gibi ticari amaçla yapılan yarışlara katılan katılımcılarla da görüşülmüştür. Örneğin Doğan 9 adlı katılımcı maddi kazanç

sağlamak için resmi olmayan yarışlara sıklıkla katıldığını, düzenlenen bu yarışlarda bir emsalinin de olmadığını belirtmiştir:

> *"...çok severim yarışı Ereğli yolunda, Tofaşta (yani Mut yolu), ayrıca motorlarda da jokeylik yapıyorum hızı çok severim. Çoğu çocuk bilmez bu işi Karaman'da yarışacak adam bulamıyoruz, bu aracın dengi yok yani. Kısa mesafe işi değil bizimki uzun mesafe de yarışırız. Paralı yarış yapıyoruz genelde. Şimdi şöyle oluyor mantığı; birisi şimdi yarışta iyi ya adı sanı duyulmuş, sonra ben onu geçersem benim adım duyuluyor. Tabi bu bahis usulüyle yapılıyor. Şu an yarışacak kimseyi bulamıyoruz bizim motor yapılı olunca bizimle yarışmak istemiyorlar. Bahisli yarışlarda genelde beni oturturlar şoför koltuğuna ben hızlı sürdüğüm için tehlikeli aslında her an ölebilirsin yani ölümüne yarışıyorsun. Geçemezsen rezil oluyorsun. Oraya kadar gidince vazgeçtim diyemezsin rezil olursun. Evden çıkarken mesela yarışa gidiyorum demiyorum. Kızarlar. Gece sonunda belki eve dönmemekte var oda bir ihtimal. Bulamayınca yarışacak birilerini kışkırtıyoruz mesela; yok mu yarışacak biri korkaklar falan diye sosyal medyadan gaza gelip yarışıyorlar işte bizde o şekilde para kazanıyoruz." (Doğan 9)*

Rezil olmamak için tehlikeli olduğunu bilmesine ve gece sonunda evine dönmeme ihtimali olmasına rağmen yarıştan vazgeçmeyen gençler, bu türden araçları kazanç sağlama yolu olarak görmektedirler. Aralarında akran sözleşmesi olan kuş serisi araç kullanıcıları bu gençlerden çok az bir kısmı ödül için yarışmakta. Örneğin Şahin 2 adlı kullanıcı maddi bir kazanç beklentisi olmadan sadece otomobiller etrafında ortaya çıkan bir sosyal aktivite olarak yapılan yarışları şu şekilde tanımlamıştır:

> *"....genelde baklavasına parasına falan giriyorum, aracı deniyoruz biz tutup bir arkadaşım bana 'Hadi yarışalım.' derse dostluk biter. Dostuz biz 'Hadi yarışalım.' derse olmaz yani. Orada biter her şey, tutup yüzüne bir daha bakmam yensek de yenmesek de biz yarışmayız, deneriz sadece. 'Kapışalım' dediği zaman araya dağlar girer. Çok dostumu kaybettim bu yüzden gerçekten. Tabi kişiden kişiye değişir, çoğu umuruna bile takmaz ama ben kafaya takarım." (Şahin 2)*

Yarışlar heyecanın hat safhada olduğu, rekabet, korku, keyif, başarı ve yenilginin hepsinin bir arada yaşanıldığı sosyal bir aktivite olarak kuş serisi otomobil kullanıcıları için önemli görsel şölenlerden biri olmaktadır. Kimi katılımcı maddi kazanç sağlama olarak kimi katılımcı ise denemek için yarışlara katılsa da kendilerini temsil etme, sosyalleşme ve gençlerin aynı zevkleri paylaştığı akranları ile bir arada bulunup etkileşime girdiği alanlar olmaktadır. Otomobillerin kendileri için bir nesneden daha fazla bir anlam ifade ettiğini otomobilin kişiselleştirilmesi üzerine kurulu bir kimlik oluşturma stratejileri ile görünür olan Serçe 10 adlı katılımcı prestij göstergesi olarak babadan kalma aracı kullanmaktadır ve bu konuda şunları söylemektedir:

> *"Babam zamanında o serçeyi satmış, o sattığı kişiyle de iletişimi hiç koparmamışlar. Gelir gider dükkâna sık sık. Yaşlı bir amca bir gün satacam dedi bizde aldık ondan geri. Kaza yapmamış hiç ama boyası falan bozulmuş. Boyattık ilk önce nostalji yaptık biz bu aracı. Biraz öyle bindik sonra biz buna ne yapsak ne yapsak diye düşündük. Normalde alım satım yaparız biz ama bunu hiç satmayı düşünmedik. Manevi değeri olduğu için biz bu arabayı yaşatalım dedik. Mut yoluna çıktık orada biraz yarıştık stres atmak için sonra motorunu yapalım yarışlara katılalım dedik. Öyle fikir çıktı işte. Çeşitli platformlarda ödüller aldık. Karamanda belirli bir kitlemiz oldu önce sonra Türkiye çapında yavaş yavaş tanınmaya başladık."(Serçe 10)*

Serçe 10 adlı katılımcı yıllar önce babasının sattığı aracı fırsatını bulunca tekrar satın almış ve mesleği gereği teknik bilgi ve beceriye sahip olması ile birlikte aracı üzerinden bir kimlik oluşturmuştur. Ayrıca otomobil sadece sahip olunan bir nesne değil katılımcı için sosyal bir sermayeye dönüşmüştür. Bu sayede hareket ve güç özgürlüğünün yanında otomobiller üzerinde yapılan çeşitli değişiklikler ile statü ve prestij kazanma biçimleriyle sahibinin yaşamını da değiştirmiştir. Modifiye denilince ilk akla gelen kişilerin de başında yer alan katılımcı yaşadığı bölgede tanınırlık düzeyi de oldukça artmıştır. Otomobil yarışları ve hız insan makine arasında kurulan ilişkinin sınanma şeklinin ritüelleştirilmiş bir biçimi oluyor.

Fuarlar

Görsel hazzın yoğun olarak yaşandığı alanlardan biri de fuarlardır. Otomobillerin görüntüsünde yapılan çeşitli değişiklikler ile fuarlarda sergilenerek simgesel anlamlarla yüklü bir kimliğe bürünmesi sağlanır. Bu sayede de tüketim yoluyla sahip olunması özendirilir. Bu kimliği yaratan ve simgesel anlamaları ortaya çıkaran şey Baudrillard'ın belirttiği gösterge değeridir. Dolayısıyla da düzenlenen fuarlarda otomobillerin gösterge değeri tüketilmektedir. Örneğin Şahin 2 adlı katılımcı yapılan fuarlarda sergiledikleri araçları ile ilgili şunları söylemiştir:

> *",,,fuarlara da katıldım bir gün süren fuara. İnsanlar günler öncesinden gelir yer kapmak için ön sıralarda bir yere durmak için gecenin üçünde dördünde yer kapmak için gelirler oraya. Akşama kadar orada bekliyorlar. İki gün olan fuarlar var, o fuarda arkadaşımızın aracı satıldı mesela." (Şahin 2)*

Yaptıkları değişiklikler ile kendilerini temsil etme görevini sahibi oldukları otomobillerine bırakan gençler, katıldıkları fuarlarda başkalarının takdirini almayı somut bir şekilde gösterilmesini de istemektedirler. Görsel hazzın ve zevkin yoğun olarak yaşandığı ve aynı türden araçlar etrafında toplanan bireylerin bir araya gelerek birbirlerini takdir ettiği fuarlarda katılım için belirli şartları karşılayan kullanıcılara verilen ödüller ve madalyalar vardır. Örneğin Serçe 2 adlı katılımcı katıldığı ve ödül aldığı fuaralar hakkında ki konuşması şu şekilde olmuştur:

> *"O Serçe ile İzmir'e fuara gittim, güzellik yarışmasına katıldım. Bir tane madalya ile döndüm Karaman'a. Geçen yıllarda Karaman'da katıldım. İzmir'de başka bir fuara katıldım. Madalya da aldım. 'Arabaya emek vermiş, uğraşmış bak.' Desinler, görsünler, beni de tanısınlar diye katılıyorum genelde fuarlara. Namım duyulsun diye, güzel 'olmuş bak' desinler diye. Olumsuz tepkiler de alıyorum 'boşa uğraşıyorsun' diye ama ben umursamıyorum, ama ben toparladıktan sonra aracı 'bir defa binelim mi?' diyenler oluyor gezdirmiyorum onları. (Serçe 2)*

Onaylanmak ve bir başkasının hayranlığını kazanmak bu türden araç kullanıcıları için gündelik hayatlarında oldukça önemli olmaktadır. Bu araçlar ile görünür, tanınır olmak,

üstüne bir de verdiği emeğin ve zamanın karşılığını simgesel bir ödülle ödüllendirmek kullanıcılar için önemli olmuştur.

Şenlikler

Haz ve zevkin doruklarına kadar yaşandığı, diğerlerinin hayranlığını ve takdirini hatta yeniden üretimin özendirildiği alanlardan bir diğeri de şenliklerdir. Katılımcılar gündelik pratikleri içerisinde diğerleriyle etkileşim kurduğu düğünler, özel günler gibi kalabalık ortamlarda da boy göstermektedirler. Katılımcıların hemen hepsi çocukluk yıllarından bu yana kuş serisi araç sahibi olma hayali kurmuş genç bireylerdir. Kendileri için herhangi bir nesne olmayan araçlarını özel günlerini daha anlamlı hale getirmek için de kullanan katılımcıların ifadeleri şu şekilde olmuştur:

> *"Valla tam tarih hatırlamıyorum ama 10 yıl oldu galiba. Benim düğünümde Karaman'da ne kadar façacı, Şahinci varsa hepsi var konvoyda, hepsi süslü gelin arabası gibi ilk benim düğünde başlattılar, o Şahinleri düğün arabası yapıp konvoya çıkmayı. Hepsi de arabanın arkasında 'rahat mı battı? Diye yazdırmışlardı. Baya sıkıntılıydı konvoy Türkiye gazetesine falan çıktı çekmişler böyle." (Serçe 5)*

Ortak bir zevk etrafında bir araya gelen diğer kuş serisi kullanıcıları ile özel gününü kendisi için daha anlamalı hale getiren Serçe 5 adlı katılımcı bu türden araçlara hayranlığının kolay bitmeyeceğini ve kaç yıl geçse de hala kuş serisi araçlarla ilgisi artarak devam etmiş. Serçe dışındaki diğer Şahin ve Doğan model araçlara halk tarafından olumsuz bakılması, eleştirilmesi ve önyargıyla yaklaşılması katılımcıyı tutkusundan vazgeçirmemiş Serçe modelinde tutkusunu yaşayarak hayatına devam etmektedir. Serçe 5 adlı katılımcı bir başka modelde aracı olmasına rağmen daha çok Serçe modeli kullandığını ifade edip Serçe'den aldığı keyfi diğer aracından alamadığını belirtmiştir. Bir başka Serçe sever katılımcı Serçe 4 ise nostalji grubundaki en ilginç kişilerden biri olarak grupta tanınmaktadır. Baba yadigarı olan aracını hurda olmaktan son anda kurtarıp özenle bir araya topladığını, sevgisinin diğer kullanıcıların o araçlara sevgisinden daha üstün geleceğini, sonradan değil bebeklikten o sevgiyle büyüdüğünü ifade etmiştir:

"....zaten uzun yola gitmem. Başka aracımda yok benim. Hayalim düğün arabası olacak benim düğünümün.....çok istiyorlar da ama benim öyle bir düşüncem yok, çiziyorlar falan, dikkat etmiyorlar." (Serçe 4)

Nostalji grubundaki diğer arkadaşlarında ifade ettiği gibi karşılaştığım en ilginç katılımcılardan biri olan Serçe 4 büyük emek ve zaman harcadığı kuş serisi aracını ailedeki diğer üyelerine bile güvenmediği için vermediğini söylemiştir. O türden araçlara sevgisinin diğer gençler gibi sonradan kazanılmadığını, bir gün babasının aracının onun olacağı hayaliyle büyüdüğünü sohbetimiz esnasında sıklıkla dile getirmiştir. Şehir dışında yapılan fuarlara aracının başına bir şey gelir korkusu ile çok nadir gittiğini, genellikle yakın mesafelerde yapılan fuarlara katıldığını belirtmiştir. Yağmurlu ve çok güneşli havalarda aracının boyasının bozulacağı için dışarıya çok fazla çıkarmadığını, kış aylarında tekerlerini çıkarıp o şekilde evinin altındaki garajda sakladığını söyleyen Serçe 4 adlı katılımcı, kendisinde ki bu tutkuyu başka bir hastalık olarak değerlendirmiştir. Ayrıca Serçe 4 adlı katılımcının bir başka tutkusunu da nostaljik oyuncak arabalar olduğu ve Karaman içindeki katıldığı fuarda oyuncak araçlarını da sergilediği görülmüştür. Dahası Karaman'da katıldığı fuarda aracının üzerine boyası bozulmasın diye örttüğü örtü daha dikkat çekiciydi.

Serçe 2 adlı katılımcı ise nostalji araçların son yıllarda Karaman'da fazlaca görünür olmasında en büyük katkının kendisinde olduğunu ve birden fazla aracı Karaman'a getirip sunduğunu belirtir. Bu konuda tanınmasından oldukça mutlu olan katılımcı sahibi olduğu kuş serisi araca ilginin fazla olmasından dolayı düğün, asker eğlenceleri, sünnet düğünleri ya da Karaman ilinin herhangi bir reklamı için kameralar karşısına geçmesi gibi gelen taleplerin her geçen gün arttığını ifade etmiştir.

".....asker şenliklerine falan katıldım o araçla düğünlere falan götürdüm o arabayı. İlgi her geçen gün daha da artıyor ve bu durumdan gayet memnun oluyorum. Hatta geçen gün Karaman stadyumu için yapılacak olan bir reklam filmi için teklifte bulundular. Böyle şeyleri duyunca emeklerimin boşa gitmediğini görüyorum ve daha da mutlu oluyorum."(Serçe 2)

Sıradan kültürel yaşamın maddi bir ifadesine dönüşem otomobiller son zamanlarda genç bireyler tarafından farklılaşmanın, bir kimlik oluşturmanın nesnesi olarak da kullanımı

tercih edilir oldu. Gerek görüntüsü gerek ise performansı dönüştürülen otomobiller öznelliğin inşasında önemli bir rol oynamaya başladı. Bu nedenle genç bireyler kendilerini temsil etme ihtiyacını karşılaması için araçlarının üzerinde yaptığı değişiklikleri kullanır hale gelmiştir.

Toplantılar

Gençler gün içindeki yoğun çalışma temposunun ardından biraz da olsa soluklanmak ve gün içerisinde yaşanan stresten kurtulmak için araçlarına sığınmaktadır. Modifiye edilmiş araçların etrafında ortaya çıkan sosyal aktivite olarak gençler gerek hafta sonları gerek ise akşam toplantıları yaparak bir araya gelirler. Bu türden araçlara olan ilgilerinin kendilerini kötü alışkanlıklardan alıkoyduğunu dile getiren katılımcılar bu sayede toplanıp birlikte araçları etrafında oluşan bir sosyal aktivite yaratırlar.

> *"....ayda bir ya da iki defa Tofaş grubu komple toplanırız. Bir yere gider, çay nargile yaparız. Arabalarımız severiz sonra herkes evine dağılır gider." (Doğan 3)*

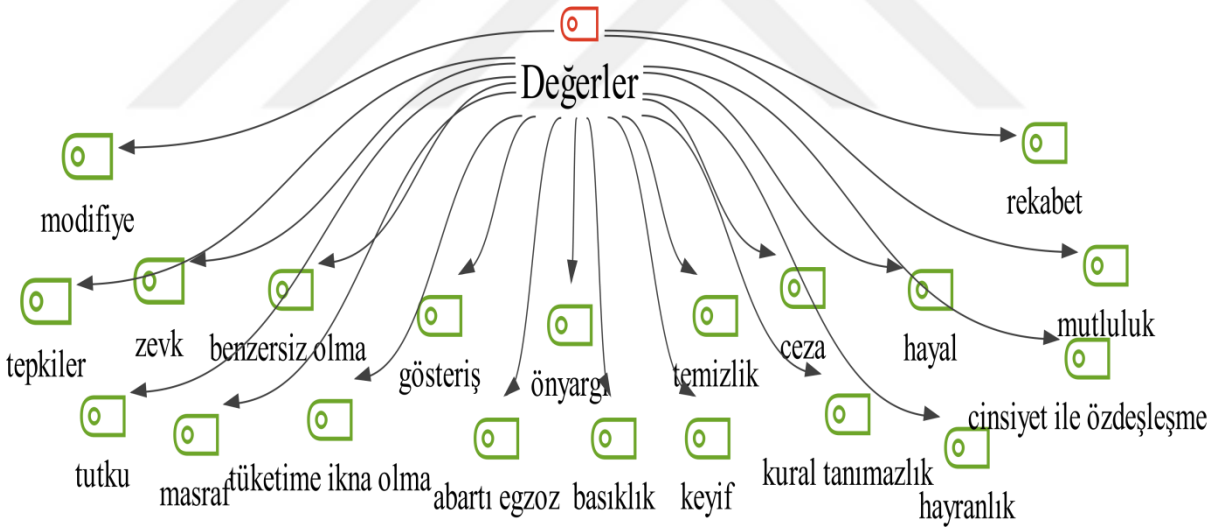
> "*Fırsat buldukça bu tür araçları olan kişilerle bir araya geliyorum. Kendi köyümüzde orada yarış yapıyorum. işte bak benim aracın böyle hızlı, benimkinde şu var seninkinde şu yok gibi kıyaslama yapıyoruz. Beraber vakit geçiriyoruz." (Şahin 1)*

> *"15-16 kişi falan varız o grupta. Mesela o grupta kız arkadaşlarımızda var. Yaz gelince onlarla da gidiyoruz mangala nargileye falan. hiç olmazsa onları da kötü alışkanlıklara düşürmekten kurtarırız yani." (Şahin 4)*

Araştırma kapsamında yapılan mülakatlarda genellikle kötü arkadaşlıklar, kötü alışkanlıklar ve davranışlara karşı önlem olarak kuş serisi araçlar etrafında oluşan ilişkiler katılımcılar tarafından sıklıkla dile getirilmiştir. Katılımcılar iş çıkışı ya da hafta sonları kötü arkadaşlıklar ya da kötü alışkanlıklar edinileceğine bu türden araçlarla uğraşıp, bu türden araçların oluşturduğu sosyal çevrede olmayı yeğlemektedirler.

3.4.KUŞ SERİSİ ARAÇ SAHİPLİĞİNİN ALT KÜLTÜREL YORUMU: DEĞERLER

Hofstede ve diğerlerinin kültürel farklılıkları açıklamak için geliştirdikleri Soğan Modeli diyagramında değerler, kültürün özünü oluşturduğundan merkezde yer alır. Değerler sosyal karşıtlıklar içerisinde belirli durumları diğerlerine tercih etme eğilimidir. Soğan Modeli'ndeki diğer kategorilerin aksine Değerler, bireylerin yaşamının en başında edinilir ve bilinçli olarak değil de dolaylı bir biçimde bireylerin ilk öğrendiği şeyler arasında yer almaktadır. Bireyler yaşamın çok erken dönemlerinde edindikleri için Değerler, ne sorgulanır ne de dışardan rahatlıkla gözlemlenebilir. Ancak bireylerin belirli koşullar altındaki belirli durumlara karşıt davranışlarında ortaya çıkarlar (Hofstede,1991:8). Tıpkı buzdağının suyun altındaki görünmeyen kısmı gibi kültürün önemli bir kısmını oluşturan Değerler de kültürün fark edilmesinin ve tanımlanmasının kolay olamadığı kısmını oluşturmaktadır (Onurlu, Zulfugarova, 2016:502).



Şekil 6: Katılımcıların Değerler Konusundaki Hiyerarşik Kod-Alt Kod Modelini Gösterir Şekil

Şekil 6'te katılımcıların değerler teması altındaki kodların dağılımı gösterilmiştir. Hofstede ve arkadaşlarının kültürel farklılıkları derinliklerine göre açıklamak için kullandıkları Soğan Modeli şemasındaki kodlar temel alınarak katılımcıların değerler konusu hakkındaki düşüncüleri analiz edilmiştir. Hofstede ve arkadaşlarının, bir grup ya da bir topluluğun oluşturduğu kültürü diğerlerinden ayıran temel ögeleri derinliklerine

göre sınıflandırdığı Soğan Modeli şemasında değerleri merkeze koyar. Şemada ritüeller, kahramanlar ve semboller sırası ile değerlerin etrafını sarar ve Hofstede ve arkadaşları bu kısmı uygulamalar olarak adlandırırlar. Ayrıca ritüeller, kahramanlar, semboller zaman ve mekana göre değişiklik gösterebilir ve diğerleri tarafından da kolaylıkla gözlenebilmektedir. Soğan Modeli şemasının merkezini oluşturan değerler ise Hofstede ve arkadaşlarına (2010:9) göre, kültürü diğer kültürlerden ayıran değişmesinin kolay olmadığı aşaması olduğunu belirtirler. Değerler genellikle zıt durumların bir arada bulunduğu yani kötülüğe karşı iyilik, kirliliğe karşı temizlik, güvenli olana karşı tehlikeli olan, güzele karşı çirkin, anormal olan karşı normal duygular olup, diğerlerinin tercih ettiği duruma karşılık üzerinde statü kurmak için ortaya çıkan genel eğilimlerdir (Hofstede ve diğerleri, 1994:9).

Değerler olarak sınıflandırılan eylemler insan yaşamının ilk bölümünde kazanılır. Doğada bulunan diğer canlılara göre insanlar dünyaya geldikleri ilk zamanlarda hayata tutunmak için uzun bir süreye ihtiyaç duyarlar. İnsanlar hayatta kalmak için ihtiyaç duydukları bilgiyi doğdukları andan itibaren çevreden öğrenirler ve öğrendikleri bilgileri bilinçaltına atarlar. Çevreden öğrendikleri bilgilerin büyük ve önemli bir kısmını aile içerisinde edindikleri bilgiler oluşturmaktadır. Bir süre sonra bireyeler bilinçli öğrenme aşamasına geçer ve bireyler uygulamaları öğrenmeye odaklanırlar (Hofstede ve diğerleri, 2010:9). Bu araştırmada Hofstede'nin kültürel farklılıkları derinliklerine göre sınıflandırdığı Soğan Modeli şeması temel alınarak bulgular analiz edilmiştir. Soğan Modeli şemasının merkezinde bulunan değerler teması altında değerlendirilecek olan alt temalar Şekil 6'da gösterilmiştir. Alt temalar oluşturulurken katılımcıların mülakatlar sırasında kullandıkları ifadelerden yararlanılmıştır. Yine mülakatlar esnasında katılımcıların kullandıkları deyimlerden yola çıkarak başlıklar oluşturulmuş ve alt temalar bu başlıklar altında sınıflandırılarak analiz edilmiştir.



Tablo 8: Katılımcıların Kuş Serisi Araçlara Göre Değerler Konusuna İlişkin Yoğunluk Dağılımı Tablosu

Kuş serisi araç sahibi gençlerin değerler konusuna ilişkin saha mülakatlarında sıklıkla kullandıkları ifadeler Tablo 8'de verilmiştir. Gençler kendilerini ifade etme biçimi olarak tüketim nesnesi olan otomobilleri tercih ederken diğer araçlara göre kolay ulaşılabilirlik, orta gelirli bir aile arabası ya da zevk ve beğenilerini en iyi yansıtacak araç olduğu için kuş serisi otomobil tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Gençler ileride bir gün kendi kararlarını kendileri verecekleri zaman kuş serisi bir araç sahibi olma hayali ile büyümüşler ve ilk fırsatta satın alarak farklılıklarını yansıtacak çeşitli şekillerde modifiye etmişlerdir. Herşeyin görünenin üzerinden değerlendirildiği gösteri toplumunda sahibi oldukları kuş serisi araçları gösteriş için diğerlerinin beğenisine sunmuşlardır. Diğerlerinin beğenisine sunarken aslında benzersiz olduklarına dair bir kanıtlama yoluna giden gençler, araçlarını tarzlarını en iyi yansıtacak şekillerde dönüştürmek istemektedirler. Tabloya baktığımızda değerlere ait alt temalar genellikle Doğan model araç özelinde sıklıkla tekrarlanmıştır. Modifiye denilince ilk akla gelen modeller daha çok Doğan ve Şahin olurken Serçe modeller daha çok geçmişi gelecekte yaşatma amacı ile standartlarına uygun şekillerde değişiklikler yapıldığı görülmüştür. Gençler arasında modifiyeyi en iyi gösterecek ve alım-satımı kolaylıkla gerçekleşecek belirli renkler vardır ve bunlar Şahin modelde beyaz iken Doğan modelde turkuaz ve bordo renktir. Serçe modellerde ise genellikle canlı renkler tercih edilmektedir.

3.4.1.Cebimde Son 100 Lira

Burada kullanılan Cebimde Son 100 Lira adlı başlık katılımcıların sosyal medya gruplarında kullandıkları grup adından esinlenerek oluşturulmuştur. Katılımcılar Kuş Serisi araç sahipleri olarak bir araya gelmiş ve ortak zevk etrafında sosyalleştikleri bir aktivite içerisinde bulunanlardan oluşmaktadır. Grup adının ortaya çıkmasının da bir hikayesi elbette vardır. Bu türden araçların çok fazla masrafı olduğu ve ceplerinde çok nadir nakit para bulunduğunu katılımcılar sıklıkla dile getirmektedirler. Otomobillerini kişiselleştirmek için yaptıkları değişim ve dönüşümlere ederinden fazla para harcayan gençler her ne kadar fazla masrafı olsa da zevklerinden de ödün vermeyeceklerini belirtmişlerdir. Grup üyesi bir arkadaşa 'Cebinde ne kadar var?' diye sorulduğunda her defasında 'Cebimde sadece 100 TL var.' diye cevap vermesi grubun adını belirlemiştir. Aralarında geçen diyalog ile ortaya çıkan grup adı bu araştırmaya da ilham olmuş ve alt başlık olarak kullanılmıştır.

Masraf

Kuş serisi araç sahibi gençler sembolik bir araç etrafında geliştirdikleri yaşam tarzlarını belirginleştirmek ve toplumun diğer kalanından kendilerini ayırt etmek için bir takım tüketim alışkanlıkları geliştirmişlerdir. Fark edilebilir olma yolunda diğerlerinden farklılıklarını seçmiş oldukları tüketim nesneleri üzerinden nasıl yansıtmak istedikleri bu gençler için önemli olmaktadır. Bu türden araçlara olan ilgileri gençleri bir araya getirerek belirli bir tüketim kalıbı geliştirmelerine neden olmuş ve grup dışında kalanları belirlemek için bu tüketim kalıpları kullanılmaktadır. Örneğin 1960'larda Modslar ve Rockers tarihte önemli tüketim gruplarının başında gelmektedir. Kendilerine has bir tüketim kalıbı etrafında şekillenen bu gençlik grupları saç stilleri, kıyafet seçimleri ve kullandıkları aksesuarlar gibi belirgin şekillerde toplumun diğer üyelerinden ayrılmaktadır. Kuş serisi araç sahibi gençler de kullandıkları otomobilleri ve bu otomobiller etrafında oluşturduğu tüketim alışkanlıklarıyla yeni bir tüketim şekli oluşturan gençlik grubu olarak karşımıza çıkmaktadır. Tükettikçe kendilerini yeniden var eden bu gençlik grubu, oluşturdukları yeni tüketim kalıpları aynı zamanda bu gençler için sosyo-kültürel kimliklerin gelişmesi açısından da ne kadar önemli olduğu anlaşılmaktadır. Masraf alt teması altında katılımcıların saha görüşmelerinde elde edilen, geliştirdikleri yeni tüketim kalıpları ile ilgili söylemleri yer almaktadır. Örneğin Kartal 1 adlı katılımcı ortaya çıkan bu tüketim alışkanlığına karşı kayıtsız kalamadığını şu sözlerle ifade etmiştir:

> *"Gerek dükkânın masrafları olsun gerek evin masrafları olsun belli bir şey de bıçak kemiğe dayanıyor yani. Gönül istiyor ama imkânım da var yaptırsam yarın yaptırırım ama bu sefer gerek dükkânımın giderlerinden komple keseceğim. O yüzden de yaptırmıyorum ben kendi hakkıma düşen paradan arttırabilirsem o zaman ona ayırır istediğimi sistemi yaptırabilirim kendi imkânların doğrultusunda tutkumu yaşıyorum."(Kartal 1)*

Kendi imkânları doğrultusunda tutkusunu yaşadığını ifade eden katılımcı evin ve ailesinin masraflarından kesmek istemediği için kendisine ayırdığı bütçe ile aracına istediği değişiklikleri yapmaktadır.

"Zaten aylık 25bin lira kazanıyorum ve %80 'i araç için harcıyorum. Şu an altı binlik ses sitemi var içerisinde. İstediğim seviyeye gelmesi için daha masrafım oluyor her ay. Önümüzdeki ay mesela 20 bin harcarım herhalde." (Doğan 4)

Aylık kazancının büyük bir kısmını diğerlerinden farkını ortaya çıkarmak için aracına yapacağı değişiklikler için harcayan Doğan 4 adlı katılımcı oluşan tüketim kalıbı içerisinde kaldıkça varlığını devam ettirmektedir.

"...harbiden yani içine harcadığım para bir tane Tofaş parası diyebilirim yani. Normalde orijinal Tofaş koltuklarını yapıyorlar beş milyara falan böyle aynı şekilde ama biz gittik komple BMW koltuğu aldık ettik. Sadece koltuklara beş bin verdik altı binde döşemeye verdik falan..." (Şahin 8)

Şahin 8 adlı katılımcı ise Tofaş marka araçların fabrikasyon görüntüsünü değiştirmekle kalmayıp başka marka araçların orijinal parçaları ile tüketim alışkanlığına farklı bir boyut kazandırmaktadır. Şartları gereği hemen sahibi olamayacağı başka modeldeki aracın orijinal parçalarını kuş serisi aracına takarak tutkusunu yaşamasına engel olmamaktadır.

"...iki çocuğum var onların rızkından kestim, iki sene önce 50-60 bin lira harcadım. Hatta 'araba bitti bizde bittik' dedim eşime 'Allah razı olsun sizden' dedim 'hakkınızı helal edin' dedim. Yavaş yavaş toparladık şükür. Akşam bir sürü etiket malzemesi aldım internetten 2800 lira tuttu, hanımın haberi yok mesela sırf o yüzden ek işe gidiyorum." (Serçe 7)

Serçe 7 adlı katılımcı etiket işine babadan kalma Doğan aracı ile başlamış maddi sıkıntılardan dolayı satmak zorunda kalmıştır. Etiket malzemeleri ile aracı donatıp trafiğe çıkmanın yaygın olmadığı zamanlarda Doğan model aracını süsleyen ilk kişilerden olduğunu söyleyen katılımcı ilk fırsatta tutkusunu Serçe model araçta tekrar yaşatmaya çalışmaktadır. Etiket işinin çok masraflı olduğunu söyleyen katılımcı ek işlere giderek artan masraflar karşısında önlemler almaktadır.

“Beş bin aylık harcamam var benim aracım için. Bunun sadece iki bini yakıt diğer kalanı zevkimi yansıtacak değişiklikler. Araba 100 milyar ama zevkin bedeli olmaz o yüzden daha geçen 25 bin lira masraf ettim Konya’da.” (Şahin 3)

“ Bu aracı sattım, gittim bir ay sonra 30 milyar zararla geri aldım. Bir ayda 3 araba değiştirdim. Kafamda çok değişiklikler var yani. Şu an 25-30 milyar daha masraf yapacağım. 40 bin lira para harcadım bu araca geçen ay hala da harcayacağım. Giden parayı hesap bile etmedim yani 30-40 bin lira çok rahat para harcarım her ay.” (Şahin 2)

Şahin 2 ve Şahin 3 adlı katılımcıların yukarıda verilen ifadelerinde görüldüğü gibi aylık kazançlar farklı olsa da yapılan değişiklikler kimliksel ve sınıfsal farklılıklarını yansıtacak biçimde olmaktadır. Kuş serisi araç tutkunu gençlerin oluşturduğu gruplar sadece hedef grup oluşturmakla kalmıyor aynı zamanda da kendi kimlik duygularını ve kim olduklarına dair bilgileri de katıldıkları tüketim alışkanlıkları ile ortaya koyarlar. Bu gruplar diğer gruplardan farklı olarak sahibi oldukları otomobil aracılığı ile yaparlar. İlk başlarda tüketim etrafında oluşan bu yeni kimlikler sınıf farklılıklarını devam ettirseler bile zamanla sosyal bir kimlik oluşumunda sınıf etkisinin azaldığı görülmektedir. Örneğin kullandıkları ve tüketimde dolaşan malzemeler kimi zaman orijinal malzemeler olduğu için kullanıcılar arasındaki sınıfsal farklar kısmen de olsa azalmaktadır.

Ceza

Kamusal düzenin sağlanmasına yönelik toplumsal denetim mekanizmaları tarafından düzenlenen cezai işlemler insanlık tarihi kadar eski bir uygulamadır. İnsanların bir arada yaşamaya başlaması ile birlikte devlet kültürünün yerleşmesi hem idari hem kamusal düzeni bozan eylemler karşısında cezai yaptırımları yaygınlaştırmıştır. Uygulanan cezaların niteliği, bireysel ve toplumsal caydırıcılık, rehabilite etme ve toplumsal aktörler arasındaki adaleti sağlama gibi birçok özelliğe sahiptir.

"15-16 yaşında bu meraka yakalandım. Ehliyetim yokken ilk cezamı Tofaşta yedim. Polis durdurdu. Dikkat çekmiş baktı ehliyet yok 'gel buraya' dedi kesti cezayı." (Doğan 1)

"Trafik polisleri yüzünden çarşı içine çok girmem. Zaten bu aracımla 25 bin hali hazırda cezam var benim." (Doğan 5)

"Gerek cezalar gerek ekonomik durumlar Tofaşın bitmesine neden oldu bence. Sürekli çevirme, sürekli araba bağlama. Artık insanlar 'Tofaş kullanacağıma, ceza ödeyeceğime kullanmam daha iyi' diyor. Eski tadı kalmadı artık bu işin arabayı satıyorlar artık." (Şahin 1)

Alışılagelmiş görünümün dışında yapılan değişiklikler ve canlı renklere boyanan kuş serisi araçlar diğer araçlarla karşılaştırılamaz bir görünüm sunmuş. Bu da sahibini diğer araç sahiplerinden ayırt edici bir özellik sunmasının yanında alışılmışın dışındaki görüntüsü sürekli toplumsal denetim mekanizmalarına takılmıştır. Bu durumun sınırlandırıcı yönü kimi zaman genç katılımcıların toplumsal değerleri ve normları benimsemesinin sağlarken kimi zaman ise genç katılımcılar tarafından umursanmamakta ve kurallara aykırı davranışlara devam etmektedir. Örneğin Şahin 1 adlı genç katılımcı uygulanan cezai işlemler sonunda Tofaş kullanıcısı olmayı bırakanlar olduğunu söyleyerek toplumun ortak değer ve normlarına uygun davranışların benimsenmesine yönelik atılan adımların olumlu sonuçlandığı görülmektedir.

3.4.2.Gösteri Toplumunda Yeni Panoptikon: Sosyal Medya

Gerçek ile gerçek olmayanın ayırt edilemediği, her şeyin görüntüler ve imajlar üzerinden değerlendiren toplumları gösteri toplumu olarak tanımlayan Debord'a (2012:125) göre, kapitalizmle doğru orantılı olarak nesneler toplumları egemenliği altına almıştır. Tüketerek var olmanın yanı sıra gösteriyi de özendirerek toplumları kontrol altında tutma yolu arayan kapitalist sistem için nesneler vazgeçilmez unsurlardan biridir. Gündelik hayat içerisinde her şey yerini bir başka temsil edecek şeye bırakmaktadır. Bu noktada kitle iletişim araçları devreye girerek doğal olanın yerini yapaylığın aldığı ve nesnelerinde büyük rol oynadığı yeni bir üretim sürecinde

medyanın etkisiyle gösterinin hakim olduğu yeni bir toplumsal yapı ortaya çıkmıştır. Neredeyse her şeyin görsellik üzerinden yürütüldüğü bu toplumsal yapıda insanlar arasındaki ilişkilerin boyutu da değişmektedir. Geleneksel iletişimin yerini teknolojik ilerlemelerin sağladığı modern iletişim şekli alır ve sosyal medya gücünü arttırarak gösterinin varlığını devam ettirir. Böylece gösteri sosyal medya yoluyla kendisine yeni bir yaşam alanı bulur.

Bu araştırmada katılımcılar gösterinin birer parçası olurken sosyal medya ise gösterinin gözetildiği bir alan olmuştur. Dolayısıyla sosyal medya günümüzde yeni bir panoptikon olarak karşımıza çıkmaktadır. Geçmişi Yunan mitolojisine kadar dayanan panoptikon kavramı, vücudunda birden fazla görme organı olan ve aynı anda birçok şeyi görebilen bir karakterden esinlenerek Jeremy Bentham tarafından bir hapishane modelini tasvir etmek için oluşturulmuştur (Kaygısız, 2017: 2078). Görünmeden gözetleme ilkesi ile hayat bulan panoptikon, 18.yüzyılda mahkûmları kontrol etmek ve gözetim altında tutmak için iktidara yardımcı olacak yapının tasarımında kullanılmıştır.

Hapishanenin ötesinde bir gözetleme sistemi olan panoptikonu Foucoult, kapitalist sistemin ihtiyaç duyduğu disiplini sağlamak adına işlevi yerine getirecek en etkili yol olduğunu belirterek modern gözetim toplumu yerine kullanmıştır (Foucault, 2011: 14). Sürekli gözetlendiğini düşünen bireylerin, yaşadıkları baskı ve tedirginlik ile davranışları şekillenmektedir. Panoptikon, modern dönemde iktidarın işleyişini sağlayan en büyük denetim mekanizmalarından biri olduğunu vurgulayan Foucoult'ta göre aslında dünya dev bir panotikondur ve yaşamın her alanında görülebilir.

Sosyal Medya

Bentham tarafından ortaya konan ve Foucault tarafından derinlik kazandırılarak gündelik hayatın her alanında daha görünür hale gelen panoptikon ile bireylerin sadece kamusal yaşamları değil özel yaşamları da gözetlenebilir hale geldiği görülmektedir. Teknolojik gelişmeler ve bu gelişmeler bağlı iletişimde yaşanan köklü değişimler ile birlikte sosyal medya gibi mecralarda gözetim pratikleri daha kolay hale getirilmektedir. Panoptikonun adeta sanal bir simülasyonu gibi sosyal medya kanalları bireyler tarafından sıklıkla kullanılmaktadır. Bu araştırmada da kuş serisi araçları ile toplumsal

alanda görünür olmayı tercih eden katılımcıların sosyal medya ile ilgili görüşleri aşağıda sunulmuştur.

> *"....internette sosyal medya kanallarında bir kişi çıkıyor, aracını sergiliyor başka insanlar da özeniyor alıyor. Son zamanlarda Serçe daha çok karşımıza çıkıyor sosyal medyada. Bir bakıyorum adamın birisi çıkmış, rengârenk boyanmış, modifiye etmiş. Böyle görünce de herkes Serçeye rağbet göstermeye başladı. Sonra da özeniyorlar benim niye Serçem yok ya da benim niye Tofaş'ım yok diyorlar. Şahin Doğan da böyle olmuş bence zamanında özentilikle başlamış. Mesela Karadeniz'de gerçek Tofaşlık orada. Adamlar iyi bakıyor sosyal medyadan görüyorum. Gerçekten adamlar arabalarına iyi bakıyorlar Karaman'da falan bu yok o kadar." (Şahin 1)*

İzleme ve izlenme üzerine kurulu sosyal medya, kullanıcıları tarafından birbirleriyle sürekli etkileşim halinde oldukları ve gösteri etkisinin kendisini yoğun bir şekilde hissettirdiği bir alandır. Nesneler ise gösterinin etkisini daha da arttırarak toplumsal yaşamın her alanında olduğu gibi gençlerin otomobil gibi çağın nesnesi ile görünür olmasında sosyla medya büyük bir kolaylık sağladığı görülmektedir. Daha önce birbirlerinin varlığından bile haberdar olmayan gençler, sosyal medya kanalları ile izlenmekte ve etkileşim kurmaktadırlar. Kişisel zevkleri de sosyal paylaşım sitelerinde gösterilenler ile şekillenmektedir.

> *"Sosyal medya yoluyla beni ekliyorlar. tiktok'ta belli bir kapasitem var. Plakası tanınan bir plaka oldu orada. Oradan da çoğu insan biliyor, aracım için beni takip ediyorlar. Kendimi çok paylaşmam, hep aracımı paylaştığım için aracım için beni takip ederler. Facebook'ta Tofaş'la ilgili sayfalar var bende orada diğer Tofaşçı arkadaşları takip ederim. Tofaşçılar olarak yaşanan sorunları hep sosyal medyadan dile getiriyoruz. Mesela sürekli 'aracıma dokunma' diye etiketler atıyoruz." (Şahin 2)*

Gösterinin Instagram, Facebook, Twitter, WhatsApp ve YouTube gibi sosyal paylaşım siteleri ile kendine yeni bir yaşam alanı bulması sayesinde gençler kuş serisi araçları ile belirli bir kitle tarafından takip edildiklerini belirtmişlerdir. Kendi kişisel özellikleri ile

değil de zevk ve beğenileri doğrultusunda yeniden inşa ettikleri araçları ile sosyal medyada görünür olmak gençler için daha anlamlı olmaktadır. Ayrıca Şahin 2 adlı katılımcının bu tür araçlarının gündelik hayatta çok fazla dikkat çekmesi üzerine suç olayları ile fazlaca ilişkilendirilmesi konusunda yarattığı rahatsızlığı dile getirmek ve çözüm yolları aramak için yine sosyal paylaşım sitelerini kullanması altı çizilmesi gereken bir başka konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sadece gösterinin yer almadığı sosyal medya kanalları bazı aktivist eylemlerin de yer aldığı bir platforma dönüşmüştür. Bu gençlerin de yaşadıkları sorunları sosyal medya kanallarına taşıyıp, orada yaşadıkları sıkıntılar üzerinden paylaşımlar yaparak ilgi toplamaya çalışmaları da çözüm yolu olarak görülmüştür.

> *"Sosyal medyada grubumuz var her toplandığımızda araçlarımızı falan video çekip atıyoruz. Beğeniler her geçen gün artmaya başladı, bizim sayemizde Karaman'da da klasik otomobiller fazlaca görünür olmaya başladı… Bu araç benimle bir yıldır var. Grubu da geçen sene yaza doğru kurduk. Watsapp sayesinde hemen haberleşiyoruz bir araya geliyoruz toplanınca fotoğraf falan çekiyorlar, bizimde bu durum hoşumuza gidiyor 'vay be ne araba yapmış' diyorlar." (Serçe 7)*

Aynı türden zevk ve beğeniler etrafında şekillenen, birbirlerini izleyerek eğlenen bir grup genç için sosyal medya önemli bir işlevselliğe bürünmüştür. Sosyal medyanın yaygınlaşarak gençler tarafından sıklıkla kullanılması gözetleme pratiğinin kitleleşmesine ve toplumsal bir pratiğe dönüşmesine neden olmuştur (Göker, 2016:975). Serçe 7 adlı katılımcı, sahibi oldukları otomobilleri etrafında şekillenen diğerleri ile olan ilişkilerini sosyal medya aracılığıyla diğerlerinin beğenisine sunduklarını belirtmişlerdir. Tarihte insan zihni üzerinde egemenlik kurma fikrine dayanan ve mimari yapısıyla öne çıkan Bentham'ın panoptikonunu, günümüz teknolojik ilerlemelerdeki gelişmeler ile iletişimin kolaylaşması sosyal medyayı teknolojik bir panoptikona dönüştürmüştür. Bireyler arasında yaşanan hızlı etkileşim böylece gençlerin davranışlarını ve beğenilerini de kontrol altına almıştır. Bunun en somut örneğini de gençlerin otomobil dönüştürme eylemleri özelinde görmekteyiz.

Sosyal Çevre

Hemen her yaştan ve sınıftan bireyleri bir araya getiren kuş serisi otomobiller, bu araştırmada gençler için kalabalığın içerisinde görünür olmalarını sağlayan bir nesne konumundadır. Araştırmada öncelikle otomobilleri etrafında nasıl bir sosyalleşme şekli geliştirdikleri keşfedilmeye çalışıldı. Bu türden bir araca sahip olmanın verdiği his, mutluluk ve zevk ile bir arada bulunan gençler öncelikle kötü alışkanlıklara başvurmayı engelleyici bir unsur olarak görüldüğü mülakatlar sırasında katılımcılar tarafından sıklıkla dile getirildi.

> *"Sokaklar çok kötü insanlarla dolu. Benim çevrem, arkadaş ortamım da çok bozuk, arkadaş çevremde çok iyi bir şey sayılmaz. Hep arabayla uğraşıyoruz ki en azından kötü arkadaşlarla vakit geçirmiyorum. Bu araç sayesinde her gün biriyle tanışıyorum 'abi bu araba senin mi?' deyip yaklaşıyorlar. Onların da Tofaşı var. O şekilde bir arkadaşlık oluşuyor." (Şahin 2)*

Yukarıdaki örnekte olduğu gibi Şahin 2 adlı katılımcı, kötü alışkanlıklardan uzak durmak için bu türden bir araç sahibi olmayı tercih etmiş ve aracı etrafında oluşan diğer araç sahipleri ile sosyal çevre oluşumundan bahsetmiştir.

> *"Biraz ağır duruyorum ben çevremdekilere göre. Belki bu bana sosyalleşme için kapı arayabilir, imkân sağlar bilmiyorum. Etrafımdaki arkadaşlıklarımda buna göre değişiyor artık." (Serçe 3)*

> *"Bu arabalar sayesinde en güzel insanları, en iyi arkadaşları tanıdım. Yolda, sokakta, petrolde karşılaşarak birbirimizi tanıdık ve bu arabaların güzel taraflarından birisi doğdu. Sizin insanların yani etrafınızdaki trafikte size ilgi gören insanların dışında size bir de güzel insanlar kazandırdı. Bu araç aynı kafada olan güzel bir çevre edinmenize yardımcı olur, destek olur." (Serçe 11)*

Serçe 3 ve Serçe 11 adlı katılımcılar kuş serisi araçlarını yeni bir sosyal çevre oluşturmak için kullanıcısı olmayı tercih etmişlerdir. Serçe 3 adlı katılımcı karakteristik özelliklerinden dolayı kalabalık içerisinde yalnız olmaktan kurtulmak için bu türden bir

aracı çözüm yolu olarak görmüş ve sahibi olduğu aracın kendisine yeni bir ortam oluşturacağı beklentisi ile hayatına devam etmektedir. Serçe 11 adlı katılımcı ise yeni bir sosyal ortam oluşturmada aracının etkisinin büyük bir rol oynadığını belirtmiştir. Sahibi olduğu aracı sayesinden sosyal sermayesini yeniden şekillendirmektedir.

> *"Yolda mesela bu araçlardan göreyim hemen durdurur, tanışırım çaya davet ederim, gruptan falan bahsederim isterse gruba alırım. Sosyal çevre sağlıyor. Geçen yolda bir tane sarı Serçe gördüm. O bana bakıyor, ben ona. Sonra dayanamadım, kırdım önüne. 'Sen durdurmazsan ben durdurayım bari tanışalım.' dedim, öle tanıştık. Mesela düğününde güzel bir konvoy yaptık arkadaşa jest olsun diye." (Serçe 7)*

Serçe 7 adlı katılımcı bir başka kuş serisi araç ile arkadaşlığının nasıl başladığını yukarıdaki alıntıda olduğu gibi anlatmaktadır. Herhangi bir mekânda karşılaşan araç sahipleri tepkisiz kalamadıkları kuş serisi araçlarını iletişim kurmanın bir yolu olarak kullanmaktadırlar. Kendileri için bir nesneden daha fazlasını ifade eden araçlarını, yeni tanıştıkları kişilerin en anlamlı gününde görsel olarak kullanarak daha fazla görünür olmaları sağlanırken diğer yandan yeni bir sosyal çevre için de yeni ortamlar oluşturmaktadır. Bu sayede kent içinde görünürlükleri artan kuş serisi otomobiller için yeni bir farkındalık geliştirmelerinin önünü açmaktadır. Katılımcılar yapılan fuarlara dahi yeni ortamlar, yeni arkadaşlıklar ve tanınırlıklarını arttırmak için katıldıklarını dile getirmişlerdir.

Kuş serisi araçlar ne kadar tanınırsa sosyal çevreninde o kadar geniş olacağı düşüncesi ile hareket eden gençler, bu nedenle kent içerisinde araçları ile çok sık görünür olmaktadır. İsimleri yerine aracı ile tarif edilmenin ve tanınmanın önemli olduğu saha boyunca yapılan görüşmelerden anlaşılmıştır. Grubu oluşturan üyelerin bir çoğu otomobillerinden önce motorlara olan ilgi ile bir araya geldikleri, zamanla çalışma hayatına atılıp gelir gücü arttıkça arkadaşlıklarının, sahibi oldukları araçlarına olan ilgileri üzerinden devam ettiği gözlemlenmiştir.

Boş Zaman

Araştırmada gençlerin boş zamanlarını nasıl değerlendirdikleri ya da kullanıcısı oldukları kuş serisi araçları için özellikle bir boş zaman yaratıp yaratmadıkları

konusunda sohbetlerde yapılmıştır. Çalışmamızın en başında ortaya koyduğumuz bu türden araçlara ilgileri bağlamında alt kültür grubu oluşturacak türden özellikler sergilemeleri nedeniyle araştırmaya katılan gençler, bir altkültür grubu olarak kabul edilmiştir. Alt kültür gruplarının en temel özelliklerinden birisi boş zaman ile kurdukları ilişkilerdir. Bu araştırmada da genç bireyler boş zamanlarını genellikle sahibi oldukları araçları ile geçirirler ve araç etrafında oluşan ya da düzenlenen çeşitli aktiviteleri akranları ile sosyalleşmek için kullanırlar. Boş vakitlerini nasıl değerlendirdikleri ile alakalı mülakatlar sırasında sorduğumuz sorulara, gençler aşağıdaki gibi yanıtlar vermişlerdir:

> *"Günün 7-8 saati arabadayım ya temizlerim ya içindeyim. Yani sürekli onunlayım, günün üçte biri aracımda geçer. Eğer ben bu araca vakit ayırmasaydım, bu hayatımda olmasaydı şöyle bakıyorum benim için hiçbir şeyin anlamı olmazdı. Zaten çevremde ona göre çok kötü alışkanlıklarım olurdu öyle diyebilirim. Bu araç beni kötü alışkanlıklara yönelmemi engelleyen tek şey….ama zamanımın çoğu bu arabada oluyor. Girdiğim ortamda bile arabadan başka konu yok, her türlü ortamda ne olursa olsun. Hatta kendi aramızda bazen 'yeter artık' dedikleri bile oluyor. Boş vakitlerimde sürekli arabayla uğraşırım telefonda bir tane oyun bile yok yani. Oyun ile geçireceğim zamanı hep arabayla uğraşırım." (Şahin 2)*

Yakın bir şehirden Karaman'a üniversite eğitimi için gelen Şahin 2 adlı katılımcı, kaldığı öğrenci yurdunun önüne özenle aracını park ettiğini, hatta park ettiği yerden bile dikkatleri üzerine topladığı ve aracına gösterilen bu yoğun ilgiden oldukça mutlu olduğunu belirtmiştir. Arkadaşları ile geçirdiği zamanlarda başrol yine aracının olduğu, ondan başka bir sohbet konusu olmadığı ve bu nedenle bazen arkadaşlarının bu duruma tepki gösterdiğini söylemiştir. Aracı ile geçirdiği vakitleri telefona yüklenen sanal oyunlara tercih ettiğini dile getiren katılımcı aracı ile kurduğu bu ilişkiden gayet memnundur.

> *"Gece canın sıkılıyor mesela yapacak hiçbir şey yok, petrole gidip araba yıkıyon. Evliyim mesela o yüzden eşimle çok kavga ederiz, çok tartışırız. Arabayla uğraşınca elimden telefon düşmez mesela video çekecem, video*

yapacam diye. Aşağıdan yukarı çıkmam onunla uğraşacam illa. Herkes görsün diye. Tek bağımlılığımız bu arabalar yani millet gibi gidip böyle alkol içimeyiz hiç birimizde yok bu alışkanlık. Elimizden bir tornavida düşmüyor o kadar. Rezillik değil bu zevki işte." (Doğan 3)

"...kötü alışkanlıklardan alıkoyuyor. Kahvede kağıt, 101 oynayacağına git bununla uğraş daha iyi. Petrolde falan da değil evin önünde uğraş. Mesela benim eşim 'aklım sende kalmasın diye evin önünde uğraş arabayla' der. 'Balkondan bakınca seni göreyim, gözümün önünde ol.' Der." (Doğan 6)

Katılımcılar için sahip oldukları araçlar, herhangi bir nesneden ziyade boş zamanın temelini oluşturan şey olarak gündelik hayatlarında yer alır. Tezcan'a (1982) göre boş zaman, sanayileşmiş ya da sanayileşme aşamasında olan toplumların ortak sorunudur. Sanayi sektörünün gelişmesi ile birlikte çalışma saatlerinin azalması ve buna bağlı olarak bireylerin boş zamanlarındaki artışa da neden olmuştur. Aynı zamanda bu durum bireylerin boş zamanlarını nasıl değerlendireceği noktasında çeşitli kafa karışıklıklarına da zemin hazırlayacaktır. Araştırmaya katılan gençlerin birçoğu beden gücü gerektiren hizmet sektöründe çalışmaktadır. Çalışma saatleri dışında kalan zamanlarının birçoğunu kendileri için önemli olan araçları ile geçirmektedir. Çoğu zaman bu durum Doğan 3 adlı katılımcıda görüldüğü gibi aile içi sorunlara da neden olmaktadır. Katılımcılar sahibi oldukları kuş serisi araçları ile geçirdikleri zamanı ise kaliteli zaman olarak değerlendirmektedirler.

Sözsüz İletişim

Günlük hayatımızın büyük bir bölümü aslında sözsüz iletişime dayanır. Etrafımızdaki kişilerle gündelik hayat içerisinde kurduğumuz iletişim her zaman sözlü iletişime dayanmaz. Kimi zamanda jest, mimik, beden duruşu gibi sözel olmayan iletişim yolları seçeriz. Sözel olmayan iletişim bu araştırmada, gençlerin sahibi oldukları araçlarını kullanarak karşısındaki diğer araç kullanıcılarına vermek istedikleri mesaj olarak karşımıza çıkmaktadır. Trafikte başka bir kuş serisi araç ile karşılaştığınızda ilk verdiğiniz tepkiler nelerdir? Şeklinde yöneltilen sorulara gençler aşağıdaki şekillerde cevaplar vermişlerdir:

"Işıkta duruyordum yanıma bir tane beyaz Şahin yaklaştı. Anladım artık yarışacağız bu belli. Tam sarı ışık yanıyor, ikimiz de bastık gaza geçtim onu. Bunun sözel ya da yazılı bir kuralı yok. Yanına başka bir Tofaş durduysa kesin yarışırsın. Sezgisel bir şey, konuşmadan iletişim kuruyorsun o anlık bir his. Artistçe sollar mesela, onu yenmek istersin. Polemik yaşamazsın. Sonra yarış bitiyor o yoluna gidiyor sen yoluna gidiyorsun. Bu işin raconu böyle hadi yarışalım mı? denmez. Zaten seni böyle yandan yandan küçümseyerek süzmesinden anlarsın. " (Şahin 1)

"Anlıyorsun ki zaten seni süzüyorlar. Aracın çünkü normal bir araç değil, araba yere yakınlaştırılmış, normal çalışmıyor, sesi gürültülü çalışıyor. 25 ve 30'lu yaş grupları zaten anlıyor aracın normal bir araç olmadığını. 50'li 60'lı yaşlardakiler belki anlamaz onların gençlik zamanlarında böyle şeyler yapılmadığı için. Yani bir bakış zaten insanı gaza getiriyor. Yarışmak için bir hazırlanıyorsun. Yani normalde boşta beklersin ama biz vitese takıp bekliyoruz ışığı yeşil yansa da bir anda kalksak diye. O önden kalkıyor araç güçlü, hafif benim aracım. Birinci viteste yürümez olduğu yerde sarar. Onları önden kalkıyor ama iki saniye sonra ayırmaya başlıyorum zaten arayı. Arkadan gelip bir anda bir de geçince şaşırıp kalıyor adam o küçümsediği araç bir bakmış onu geçiyor. İnanılmaz bir zevk yaa!" (Şahin 2)

"...normalde olması gereken karşılaştığımızda korna çalarak selamlaşmak. Ama bazıları seni geçerim, benim arabam daha hızlı gibisinde davranıyor."(Doğan 6)

Otomobiller sadece bir yerden başka bir yere gitmek için kullanılan bir ulaşım aracı değil aynı zamanda hareketlilik, özgürlük, bireysellik, prestij sağlama gibi anlamlarla yüklü bir nesnedir. Trafikte karşılaşılan bir başka Tofaş marka araç kullanıcıları ile yan yana gelmek ve o an tüm becerilerini sergilemek üstünlük sağlama yarışında gençler için önemlidir. Trafikte bir küçük yandan bakış küçümseme ifadesi olurken, ara gaz vermenin 'hadi kim kimi geçecek görelim bakalım' anlamı taşıdığı Şahin 1, şahin 2 ve Doğan 6 adlı katılımcılar tarafından üzerinde durulmaktadır. Böylece ara gaz vererek

diğer kullanıcı tahrik ediliyor ve gençler böylece kendini sahnelemenin bir başka yolu olarak sahibi olduğu aracın bir başka özelliğini kullanıyor.

> *"Farklı renkli bir araç geldi mesela ben ilk önce selam veririm. O da bana verir belki ilk. Aramızda sözsüz iletişim olur. Uzun yolda bile selam veririm. Konya'da mesela Serçe çok fazla var. Ben kimi görsem selam veririm tanısam da tanımasam da." (Serçe 2)*

> *"Selektör yaparım, hemen selam veririm. Tofaş kardeşliği onu gerektirir. Merhaba da yapılır. Burada da birkaç tane görüyorum mesela onlarda slx. Tabi mutlaka sokakta, yolda karşılaştığımızda ya ben onlara selektör yapıyorum, selam veriyorum ya onlar bana. Birbirimizi tanımayız bile." (Kartal 1)*

Katılımcılar ve aynı türden araç kullanıcıları arasında kurulan sözsüz iletişim kimi zaman üstünlük sağlamak kimi zaman ise kardeşlik adına yapılan bir iletim şekli olmaktadır. Bir grup genç için sahibi oldukları araçlar, hem grup içerisinde hem de grup üyesi olmayan ama aynı türden araca sahip kişiler arasında sembolik bir hiyerarşinin bulunduğunu göstermiştir.

3.4.3.Görünüyorum O Halde Varım

Kendini Kanıtlama

Otomobiller ait olduğu toplum içerisinde bireyin konumunu simgeleme işlevi görürler. Bu bağlamda otomobiller toplumsal bir temsil aracı olarak ta gündelik hayatta kabul görmektedir. Sahip olduğu otomobiller ile genç bireylerin beğeni kalıpları hem bireyselliği ayırmanın bir aracı hem de statüye dayalı bir toplumsal etkileşim kurmanın göstergesi olmuştur.

> *"Eğitim var İstanbul'da. İstanbul nostaljinin tam başkenti bence. Orada bütün parçaları falan var. Dedim bu arabayı oraya götürürsem belki satarım, orada satmasam da gezer gelirim, İstanbul'u görmüş gelmiş olurum falan diye. Sonra müdürün yanına gittim18 kişiyiz 18 kişinin biri benim 17'si güldü bana. 'Sen*

salak mısın bu araba gitmez yani seni yolda bırakır. Bak vallahi gitme' şöyle böyle dediler. 'Ben eğitime bununla gideceğim' dedim. 'Gitme bak bu arabayla orada kalırsın. Seni bırakır orada, otomatik arabayla gitmen lazım.' falan dediler. Ben artık gözümü kararttım yani şunu da gördüm böyle konularda sen biraz bazen gözünü karartacaksın abi gözümü kararttım kimseyi dinlemedim. Anneme, babama bile demedim. İstanbul'da buradan yaklaşık 900 kilometre falan. Buradan Ankara'ya kadar direkt gittim. Zaten heyecan vardı bende arabaya gidecek mi gitmeyecek mi? Ondan sonra girdim İstanbul'a Galata Kulesine kadar Serçe'yle geldim. O derece sevmişim yani arabada yatacağım falan umrumda değil sevinçten. Üç gün önce gittiğim için eğitim yapılacak otele gidemezdim çünkü bende arabada yattım birkaç gün. Sonra geldim burada tebrik ettiler 'biz gitmez dedik gitti helal olsun' falan diye." (Serçe 2)

Serçe 2 adlı katılımcı sahibi olduğu eski model bir araç ile etrafındaki kişilerin karşı çıkmalarına rağmen Karaman'dan İstanbul'a kadar gitmiş ve bu durumda kendini kanıtlaması için bir fırsat olmuştur. Yolda karılaştığı tüm olumsuzluklara ve etrafındaki kişilerin olumsuz düşüncelerine rağmen eğitime gitme bahanesi ile istediği şeyi yani İstanbul sokaklarında Serçe ile dolaşması ve bunu diğerlerine göstermesi katılımcının aracına bir kez daha tutkuyla bağlanmasını sağlamıştır.

"Normalde birazcık ayran gönüllü bir adamım. Serçelerimde de aynısıydı böbürlenmek için söylemiyorum. Kibirli bir cümle de kurmak istemem ama her aldığım sattığım Serçede, bir sonraki bir öncesinden hep biraz daha iyi arabalardı. Bence benim ulaşabileceğim benim yapabileceğim en iyi noktadaki araba bunlar zaten." (Serçe 11)

"Karaman'da olmadığı için yani. Kimse yapmadığı için Şahini, Doğanı herkes yapıyor ama Serçeyi yapan çok yoktu. İyi ya o konuda bi sıkıntı yok, hayranlık artıyor işimizle alakalı şov yapıyoruz. Bir yandan nasıl iş yaptığınızı dışarı göstermek oluyor bir nevi. 'Bak ben bunu yaptım' diyerek yaptığın işin takdir toplaması güzel bir şey." (Serçe 10)

Her aldığı ve sattığı aracı, gerek görsel olarak gerek ise performans açısından iyileştiren ve diğerlerinin beğenisine sunan Serçe 11 adlı katılımcı maddi bir kazanç sağlamak için de bu türden araçlar ile uğraşmaktadır. Bu sayede de kendini kanıtladığını düşünmektedir. Yine Serçe 10 adlı katılımcı Doğan, Şahin gibi kuş serisi araçların modifiye yapılmak için daha çok tercih edildiğini ama kendisini kanıtlamak için Serçe modeli modifiye yapıp gözler önüne serdiğini belirtmiştir.

> *"Bizi küçümseyen insanlar çok oluyor. Zengin insanların gelip yanımıza küçümsediği çok oluyor, gülerek baktıklarını mesela. Çok hatırlarım ışıkta falan denk geldiklerinde onların da ağzı açık kalıyor inanın. Çünkü bizim aracımızda ne var bilmiyor. Rezil olmaktan korkup çoğu sokulmuyor bile. İnsanlar bu araçları küçümsedikleri için biz de malımıza güvendiğimiz için bu araca binmekten çok mutlu oluyorum." (Şahin 2)*

> *"...yalnız içerisinde tüm güç bende, toplamak her zaman daha önemli hissettirir. Mesela bir ortama giriyoruz, konu arabadan açıldı mı konu direk bana geliyor. 'Bu nasıl?, Bunu nasıl yapalım?, Şunu takalım mı? diye." (Doğan 4)*

Doğan 4 adlı katılımcı araç içerisinde tüm gücün kendisinde olduğunu belirterek arkadaşları arasında araçlar hakkındaki bilgisiyle öne çıktığını belirtmiştir. Toplamak yani aracın sadece fabrika çıkışı haliyle kullanmak yerine gençler kendi beğeni ve zevklerine göre gerektiğinde başka model aracın parçalarını takmaları ya da zamanla kullanıma bağlı eskiyen parçalarının değiştirilmesi anlamına gelmektedir. Bu parçalar bazen de orijinal parça olmaktadır. Bir başka alt tema olan modifiye bölümünde bu konuya daha detaylı olarak değinilecektir.

> *"Bütçe kısıtlı, farklı bir araba yapmak istiyorsun, zaten farklısın diğer insanlardan. Antalya'da öyle oradaki sanayide aynı kadın şoför koltuğunda ya sanki kadınların böyle bir hakkı yok. 'Hayırdır oğlum yaa.' Övecem şimdi kendimi bak; kamyon sürerim, kepçe sürerim, ondan sonra araba kullanıyom, bir motor süremem onu da öğrenecem inşallah nasipte varsa." (Şahin 6)*

Şahin 6 adlı genç kadın katılımcı ise farklı dış görüntüsünün yanı sıra kullandığı aracında alışılmışın dışında bir görüntüsü olmasını istemektedir. Aracında yaptığı değişiklikler ile kendini kanıtladığını belirten kadın katılımcı, diğerlerinden farkını gerek dış görüntüsü gerekse yaptığı iş ile gözler önüne sermektedir. Asansör bakım ve onarım alanında çalışan katılımcı aynı zamanda genellikle erkek mekânı olarak bilinen sanayide de görüntüsü ile farklı olan aracı ile fazlaca tanınır olmuştur. Saha görüşmeleri sırasında kuş serisi araç kullanan kadın olup olmadığı konusunda yaptığımız sohbetlerde erkek katılımcılar tarafından ilk akla gelen genç Şahin 6 adlı kadın katılımcı olmuştur. Bu noktada da diğer araç sahipleri tarafından ilk akla gelen kadın olması kendini kanıtladığının göstergesidir.

Saha görüşmeleri sırasında yaptığımız sohbetlerde genç katılımcılardan birçoğu kuş serisi araçların Karaman ilinde son yıllarda daha fazla görünür olmasında kendilerinin katkısı oldukları söylemişlerdir. İlk olarak Şahin, Doğan kullanıcısı olup yaptığı değişikliklerin kurallara uymaması nedeniyle fazla trafik cezalarına maruz kalmaları gençleri aynı zevkleri yaşayabileceği Serçe modele yöneltmiştir. Serçe üzerinde yapılan değişikliklere trafikte ceza kesilmesi çok nadir görüldüğünden gençler son zamanlarda bu modeli tercih etmektedirler. Ayrıca hız tutkusu olan genç katılımcılar bütün cezalara rağmen yine kuş serisinin Şahin, Doğan modelini tercih ederek kendilerini kanıtlarken, nostalji keyfini yaşamak isteyenler Serçe modelini tercih ederek kendilerini kanıtlamaktadır.

Benzersiz Olma

Daha iyi olmanın verdiği tatmin duygusu ve arayışı ile gençler sahibi oldukları araçları üzerinde çeşitli değişiklikler yapmakta ve diğerlerinin beğenisine sunmaktadır. Bu türden bir araç sahibi olmak ve araç üzerinde yapılan değişimler ile gençler, kendilerini temsil etme ihtiyacını karşılarlar. Çağın yaratımı olan otomobil gibi bir nesne, genç katılımcıların biricik ve tek olma isteğini karşılamaktadır. Bu konuda katılımcıların neler söyledikleri aşağıdaki alıntılarda gösterilmiştir.

> *"Benim ilk modifiye yaptığım 124 vardı Karaman'a ilk geldiğim yıllarda. Karapınar'da yaptım. Tekti, dönen üç kere bakardı. Pancar göbeğinin orada otuyordum. Çarşıya gittim. Yanımda mühendis vardı bir tane konuşuyoz,*

torpidoya eğildim sıfır Megan'a çarptım Tofaşla. Bakmaya kıyamazdın. Beyazdı. Kurtarıcı çağırdım. Patronu aradım. Sıfır Megan'da orada, çekicinin onu çekmeye geldiler sandı. 'Seni kim gönderdi.' 'Şu gönderdi işte. Onu değil, Hacı Murat'ı kaldırın' dedik. Herkes şaşırdı. Megan orada iken bizim Hacı Murat kurtarıcıya yüklendi gitti." (Doğan 1)

Doğan 1 adlı katılımcı Karaman'a çevre bir ilden gelmiş ve modifiyeli bir Tofaş araca ilk kullananlardan olduğunu belirtmiştir. Trafikte yaşadığı bir kazadan sonra çekicinin modelli bir aracı değil de sanılanın aksine Tofaş için gelmesi ve bu durumun çevredekiler tarafından şaşkınlıkla karşılanması katılımcıyı mutlu etmiştir.

"Özellikle E plaka seçiyorum kimsede olmasın diye. İzmir'de yaşıyorum. E plaka bir bakıyorlar. 'Bu plaka nerenin?' 'Karaman /Ermenek' diyorlar. 70 E ya tüm araçları alırken öyle olmasına dikkat ediyorum. Fuarda bile görünce adamlar bir bakıyor.'70 neresi?' 'Karaman', 'E neresi?' işte 'Ermenek' direk memleketi tanıtmış oluyoruz mesela…Ben her zaman kendine güvenen bir insanım. Ben bu işe 14 yaşında başladım. 17 yaşında babalardan izinsiz gittim kendi arabamı aldım. O zamanda Kartaldı. Bir de o zamanlar uzun kasa sedan kasayı yaylarını kestirip yere yaklaştıran yoktu. Başkasının emeğine konmazsın. Benimki her şeyini kendim yaptım. A dan Z ye kendim yaptım. Orjinal alıyoruz, modifiye ederek kendi zevkimize göre ayarlıyoruz." (Doğan 4)

Karaman'ın bir ilçesinde yaşayan ve mevsimlik işler için Karaman/Merkez'e geldiği bir sırada araştırmamız için görüşmeyi kabul eden Doğan 4 adlı katılımcı aynı zamanda çalışmak için yılın belirli zamanlarında şehir dışına da gitmektedir. Tofaş kuş serisi araçların hem alım-satımını yaparak maddi gelir elde ederken hem de şehirlerarası düzenlenen fuarlara aracını modifiye ederek boy göstermektedir. Özellikle bütün kullandığı araçların 70 E plakaya sahip olmasına özen gösteren katılımcı gittiği illerde aracın plakası ile de Karaman'ı temsil ettiğini söylemektedir.

"Bizim arabamızda Tofaş ama gerçekten 50 tane Tofaş'ın içine koyduğumuzda bizimki yani ilk göze çarpan. Biz buradayız diye bağırsın dedik. Biz öyle bir araba yaptığımıza inanıyoruz. Araba yaptığımız zamanlarda gerçekten

imkansızlıklarla yaptık. Beni bilirler yani gerçekten yaptığım arabaları da bilirler. Benim elimden neler geldiğini herkes bilir. Benim yaptıklarım ortada. Dekor bir araba ama hakkını veriyorum. Ya şu anki arabacılık Benim için arabacılık değil. Korkunç paralar harcayan, emek veren her şey güzeldir ama hazır alıyorsan ona da bir şeyler yapabilirsin yani ekleme yaparsın ne bileyim beğenmediğin parçaları değiştirirsin bir şeyler olur yani." (Doğan 11)

Doğan 11 adlı katılımcının tabiri ile maddi imkânsızlıklarla sıfırdan toplayarak yaptığı aracının, birçok Tofaş araç arasından ilk göze çarpan olacağını belirtmiştir. Bu konuda kendini kanıtladığını söyleyen katılımcı, ayrıca benzersiz olduğunu da sahip olduğu araç ile diğerlerine ispatladığını düşünmektedir.

"Farklı olsun, herkesin gördüğünün alışılmışın dışında olsun istiyorum. Herkesin dışında bir farklı bakış açım var. Beni yansıtması için daha çok para harcamam gerekiyor. İlk aracımı 2019 da aldım. Ondan daha önce de motorum vardı o da böyle çok değişik bir motordu 2017 de çapır vardı benim. Bizimki maksat değişik olsun herkesden farklı dursun tek isteğim bu. İlk aracım da Doğan slx'ti Doğandan Şahine geçtik. Çünkü babam saolsun arabaya ihtiyacın yok dedi. Tek başına iken millet aracın farklı olduğunu anlamıyor, yanında bir başka araç olunca farkını anlıyorlar." (Şahin 5)

Asıl mesleği mühendislik olan ama mesleği dışında tır şoförlüğü yaptığını söyleyen Şahin 5 adlı katılımcı herkesten farklı bir bakış açısına sahip olduğunu belirterek kullandığı araçlarında alışılmışın dışında olmasına dikkat etmektedir. Sahip olduğu aracın tek başına dikkat fazla dikkat çekmediğini ama aynı türden diğer araçlar ile yan yana geldiğinde farkın açıkça belli olacağını belirtmiştir.

"Arabanın görünüşü yerli farklılaştı işte. Çünkü aldığım jant Karaman'da yok ve Karaman'da hiç kimse de o kapağı kullanmamış ezelden beri. Dedim ki Karaman'a bir değişiklik olsun, Karaman'da bir görünsün dedim. Karaman'da tek Serçe benimdi modifiyeli. Bir baktık çoğalmaya başladı. Aynısından falan getirdiler benim arabanın buraya." (Serçe 2)

"2012'de ilk arabam 93 model Doğan slx'ti, Bordo. İki sene önce sanayiye sokup tüm civatalarını değiştirmiştim. Onuda etiket yaptım, üzerinde eski malzemeleri sergiledim, farklı ben vardım etiket slx yapan başka yoktu. Çok farklı bakıyorlardı, çok güzeldi. Bu aracımındaki bagaj mesela kimsede yok bir ben varım." (Serçe 7)

Serçe 2 ve Serçe 7 adlı katılımcılar Serçe modeli modifiye yaparak Karaman'da bir ilki gerçekleştirdiklerini belirtmiştir. Görüşmelerde her ilin farklı jant kullanımı olduğu, Karaman'da kullanımı tercih edilmeyen bir jantı Serçe modelde kullanarak dikkatleri topladığını söyleyen Serçe 2 adlı katılımcı bu konuda benzersiz olduğunu, görünür olmaya başlaması ile artık yaygınlaştığını dile getirmiştir. Yine Serçe 7 adlı katılımcı Karaman'da Doğan modeli ilk etiket yapan ve diğerlerinin beğenisine sunan olmaktan oldukça gurur duymaktadır. Maddi sıkıntılar yüzünden Doğan aracını satmak zorunda kalan katılımcı zevkini yansıtacak araç olarak yine Serçe modeli tercih etmiştir. Serçenin üzerinde kullandığı etiket parçaları ve bagajının diğerlerinden farklı olması ile grupta bulunan diğer araçlardan daha fazla öne çıktığını vurgulayarak benzersiz olduğunu söylemektedir.

Katılımcılardan bir kısmı Türkiye'de üretilen özel bir araca sahip olmak ile gururlanırken, bir kısmı ise yaptığı değişiklikler ile benzersiz olduğunu söylemişlerdir. Doğan ve Serçe model üzerinde yapılan değişiklikler diğer Kartal ve Şahin üzerinde yapılan değişikliklerin önüne geçmiştir. Özellikle Doğan ve Serçe model üzerinde yapılan değişim ve dönüşümler ile katılımcıların daha çok benzersiz olma yarışına girdiği saha görüşmelerinde gözlemlenmiştir.

Nesne belirli standartlara göre imal edilmiş, önceden hesaplanan belirli nitelikler yüklenerek kitle üretimi sonrası öznellikten kurtularak toplumsala doğru evrilen bir olgu haline gelmiş. Gençler sahibi olduğu araçları imkanları doğrultusunda kişiselleştirerek kendi benliklerinin bir özeti haline gelmesini sağlamışlardır. Zevkleri ve beğenileri doğrultusunda şekillenen araçları diğerlerinden farklı niteliklere ve görüntüye sahip olarak benzersiz olmasına neden olmuş.

Onaylanma

Gençler, sahibi oldukları araçlar üzerinde çeşitli değişiklikler yaparak diğerlerinin beğenisine sunarken diğer taraftan da onaylanmak isterler. Hem dünyaya bakış açıları hem de gündelik hayatlarını anlamlandırmak için kullandıkları nesneler ile daha öne çıkan farklılıklarını göstermek için diğerlerinin onaylamasını isterler. Onaylanmak araştırmaya katılan gençleri için adeta ilham kaynağı olmaktadır. Onaylanmaya duyulan ihtiyaç aynı zamanda habitus bağlamında kültürel bir dil ve işaret özelliği taşıması ve gençlerin toplumsal konumunu, yaşam tarzlarını belirlediğinden önemli olmaktadır. Katılımcıların araçlarına olan ilgilerinin diğerleri tarafından onaylanmaları ya da onaylanmak istemeleri hakkındaki görüşleri verilmiştir.

> *"Diyorum ki emeklerimin karşılığını aldım. Sonuçta bir ilgim var bu araca bir varlık. Arabayla ilgileniyorum, haliyle emek veriyorum. Emeklerimin karşılığını da insanlardan almam lazım. O yüzden insanların dönüp dönüp bakması beni tatmin ediyor. Harcadığım para o zaman helal olsun diyorum işte. Bambaşka bir duygu kelimelere dökemem bile zor yani." (Kartal 1)*

Toplum tarafından aracına olan ilgisini, tutkusunu onaylatmak isteyen katılımcı Kartal 1, gerek zaman gerek ise maddi olarak verdiği emeğin karşılığını aracına bakanın dönüp tekrar tekrar hayranlıkla bakmaları ile aldığını düşünmektedir.

> *".....artık garip bir neşe oluyor ya, tek başıma iken baksalar umurumda olmaz ama beraber böyle arka arkaya giderken meraklı gözlerle bakmaları hoşuma gidiyor." (Serçe 6)*

Nostalji grubu genellikle her yere beraber gitmektedir. Daha önce değindiğim gibi Serçe sahibi birkaç genç trafikte ya da başka bir yerde başka model araç sahipleri tarafından sıklıkla sözlü ya da fiziksel tacize uğramaktadır. Elbette grup olarak topluca görünür olmanın başka anlamaları olsa da trafikte ya da herhangi bir yerde yaşanacak olumsuz davranışların önüne geçmek için de bu tür bir önlem alındığı düşünülmektedir.

> *"Arabamı spor tarzına çevirdim işte çarşıya gittiğim zaman amcalar geldi başına 'zamanının en güzel arabası, en kral arabası' dediler. 'Vallahi değerini bil satma' falan yapıyorlar böyle biraz işte kimisi geliyor takılıyor öyle*

'alalım' diyor. Ben aracı nostaljiye çevirdiğim zaman herkes bana bakmaya başladı ama Şahin, Doğana binerken öyle değildi." (Serçe 2)

Serçe modellere ilginin genellikle ileri yaştaki bireylerden olduğu Serçe sahibi gençler tarafından sıklıkla dile getirilmektedir. İleri yaştaki bireylerin zamanında en gözde araçlardan olduğu için günümüzde de zamanın gençleri tarafından ilgiyle tercih edilmesini hoş karşıladıkları söylenmektedir. Araştırmacı tarafından Serçe modellere ilginin daha çok ileri yaştaki bireylerden geldiği saha mülakatlarının gerçekleştirildiği sırada da gözlemlenmiştir. Gençlerle görüştüğümüz sırada araçların etrafına toplanan insanlar, merakla aracın içini ve dışını inceleyerek sürücü koltuğuna oturup o heyecanı tekrardan yaşamak istediklerini söylediler.

"Gittiğimiz herhangi bir ilin sanayisinde bizi tanıyorlar ona göre hizmet veriyorlar. 'Kırmızı Serçenin sahibi sizsiniz değil mi?' diyorlar. Mesela güzel bir zevk, güzel bir etkileşim yani. Serçe burada iken geliyorlar, gidiyorlar falan bakıyorlar. Fuarlardan falan tanıyorlar bizi belirli bir kitleye ulaştık denebilir." (Serçe 9)

Babadan kalma Serçeyi yarış aracına dönüştürerek çeşitli platformlarda ödüller kazanan Serçe 9 adlı katılımcı, hem yerel basında hem de ulusal basında haberlere konu olduğunu anlatmış ve bu yönüyle bir dönem dikkatleri çektiklerini vurgulamıştır. Bu sayede belirli bir kitleye ulaştıklarını ve Türkiye'nin hangi iline gitseler hemen tanındıklarından övgüyle bahsetmişlerdir.

".....üç oda bir salon gibi Şahin geniş. Hava atmak için geniş olmalı. Heves yani bu mesela herkes aracın arkasını kaydıramaz. Öle yaptığında herkes sana yol verir trafikte. Herkes yapamaz. Adam böyle bir bakıyor sana havaya giriyom o an çok önemli herkes o araca bakıyor." (Şahin 3)

Tofaş marka araçlardan Serçe modeli, modifiye yapmak son yıllarda rağbet görse de Şahin, Doğan modelleri modifiye yapmak uzun yıllardır gündemde olan ve toplum tarafından kabullenilmiş bir eylemdir. Modifiye denilince ilk akla gelen araç elbette Şahin ve Doğan modeller olmaktadır. Şahin 3 adlı katılımcı trafikte yaptığı kural dışı

hareketler yüzünden hakkı olmasa dahi diğer sürücüler tarafından yol hakkının kendisine verilmesini, araca olan ilgi ve hayranlıkla açıklamaktadır. Herkesin yapamadığı aracın arkasını kaydırma eylemini diğerlerinin onayını aldığı hissini vermektedir. Oysa ki bu türden araç sahibi bireylerin uygunsuz ve olumsuz davranışları daha çok sergilemeleri nedeniyle diğer sürücüler tarafından yol verilmektedir. Sembolik bir araç üzerinden gençlerin kendilerini ifade ediş tarzı her birey için farklılık göstermektedir.

Nam Salmak

Araştırmaya katılan gençler araçları ile tanınır olmayı önemli bir ayrıntı olarak görmektedirler. Karakteristik özellikleri ile tanınmaktan ziyade kişiselleştirdikleri, adeta kendi benliklerinin bir özeti haline dönüştürdükleri kuş serisi araçları ile sokaklarda, caddelerde görünmek ve o arabayla özdeşleşerek tanınmak, bu tür araçlar ile gönüllü olarak bir boş zaman geçirmeleri, gençlerin bu araçları tercih etmelerinde dikkat ettikleri bir noktadır. Araştırma kapsamında görüşmeler yaptığımız gençlerin genellikle arabalara olan merakı ilk aileden başlamakta ve ailedeki baba, dede gibi figürler ön plana çıkmaktadır. Örneğin bir katılımcı babasından miras kalan Serçeyi daha görsel hale getirerek babasının namını sürdürdüğünü şu ifadelerle belirtmiştir:

> *"Babamın ilk arabası, ilk göz ağrısı bu araba. Ben çarşıya ineyim mesela herkes bilir babamın ismini onun arabası olduğunu. 'Bu araba, o adamın arabası' der herkes." (Serçe 4)*

Yukarıda 21. yüzyılın yeni flaneurleri olarak tasvir ettiğimiz Tofaşçı gençler, kentte merkezi mekanlarda ya da insan kalabalığının fazla olduğu yerlerde görsel olarak zenginleştirdikleri araçları ile daha çok görünmek isterler. Piyasa yapmak olarak adlandırdıkları bu eylem hakkında gençlerin neler söyledikleri aşağıda gösterilmiştir.

> *"Arabayı tanıtmak her zaman önemlidir. Piyasa yapmak önemli. Araba ne kadar tanınırsa çevrende o derece çok olur. Arkadaş çevresi diye, buradaki herkes araç sayesinde bir araya geldi, o şekilde ortam oluşturdu." (Doğan 3)*

"Eskiden daha çok bu araçla görünürdüm sokaklarda. Şimdi çalıştığım için çok fazla görünmüyorum piyasada. 13-14 saat çalışıyorum." (Şahin 1)

Doğan 3 ve Şahin 1 adlı katılımcı kişisel zevklerini yansıttıkları kuş serisi araçları ile kentin kalabalık olduğu kamusal alanlarda dolaşarak piyasa yaptıklarını söylemişlerdir. Bu sayede güç, gösteriş ve estetik algılarını araçları üzerinden diğerlerine sergileyen bu gençler, diğer yandan farlılıklarını da araç üzerinden yansıtmaktadırlar.

"Aldığım arabaların plakalarına dikkat ediyorum. Genellikle adım ve soyadımın baş harflerini plaka alıyorum. Yani AS diye. Beni genelde plakalarımdan tanırlar. AS Bey diye." (Şahin 5)

Şahin 5 adlı katılımcı kentte plakası ile tanındığını, bu durumdan da oldukça memnun olduğunu belirtmiştir. Her yeni aldığı aracında plakaları adının ve soyadının baş harflerine göre alarak Karaman'da kendi markasını oluşturduğunu söylemiştir.

"Karamanda vizyon dar, fazla değişiklik yaparsan daha çok göze batıyorsun, daha çok mimleniyorsun." (Serçe 8)

Serçe 8 adlı katılımcı Karaman'da modifiye yapmak için belirli standartların olduğunu, bu standartların dışına çıkıldığında ise hemen göze battığını belirtmiştir. Araştırmamıza katılan gençlerden bazıları ise Karaman'da modifiye alanında adını duyurmak için bu abartı değişikliklerden yararlandıkları görülmüştür. Özellikle gençler '*arabamı her yerde kim görse tanır'* demeleri kendi kullandıkları deyim ile sıfırdan toplayarak emek emek işledikleri araçları ile tanınmaktan mutlu olduklarının bir göstergesidir. Gençler yaptığı değişiklikler ile önce Karaman'da belirli bir kitleye ulaşmaktalar daha sonra ise Türkiye'de bu alanda adlarını duyurmak için sosyal medyanın gücünden yararlanmaktadır. Fuarlar ve şenlikler bu gençlerin adlarını duyurmalarında seçtikleri bir başka yol olmaktadır.

Gösteriş

Debord gösteriyi, nesnelerin günlük hayatı tamamıyla kontrol altına almayı başardı an olarak tanımlar. Görülen yalnızca nesne ile kurulan ilişki ile sınırlı kalmaz aynı zamanda görülen nesnenin de dünyasıdır (Debord, 1996:27). Debord, modern insanın

durumunu nesneler ile donatılmış ve baştan sona bireylerin hayatını etkilediği günümüz tüketim toplumunu gösteri toplumu olarak niteler. Marx ve Engels'in metanın üretimi hakkındaki tezinden etkilenerek nesnenin tüketimi ile Marxizime yeni bir soluk getirmiştir. Meta üretimi çağdaş kapitalizm ile değişim ve dönüşüm geçirerek üretilen metaların değişim değeri artık yerine nesnelerin gösteri değerine bırakır. Artık nesnelerin maddi değerine ek olarak gösteri değeri de bireylerin yaşamları şekillendirmelerinde önemlidir. Bu araştırmaya katılan gençler için araçları ile toplum içerisinde yaptıkları gösteri, bir anlamda eğlence alanları oluşturmuştur. Gençlere saha mülakatları sırasında gösteri ile ilgili neler düşündükleri hakkında da sohbetler gerçekleştirilmiştir. Gençlerin bu konudaki düşüncelerine aşağıdaki alıntılarda yer verilmiştir.

> *"Öncelikle ben bu araca zorunluktan binmiyorum. Keyfi olarak biniyorum, yarışlara katılıyorum. Gidip başka bir arabaya da binebilirim ama ben bunu tercih ediyorum. Aynı fiyatlarda ben başka bir araca da binebilirim. Bizim amacımız bir nevi gösteriş aslında. Kendimizi daha iyi hissediyoruz gösterince. Dikkat daha çok çekecem diye bu araca binmeyi tercih ediyorum."(Doğan 4)*

> *".....ama yapınca da ilgi ve dikkat çekiyor. Milletin dikkatini çektikçe senin de hoşuna gidiyor. 'Ne araba yaptım ben' falan diyorsun. Arabaya binince millette bakınca elimde avucumda ne varsa arabaya dökesim geliyor. Ya az daha baksın diye, önceki halinde bakmıyorlardı mesela şimdi herkes bakmaya başladı. Paraya sıkıştım aslında Allah ta fırsatı ayağıma getirdi. Amcanın bir tanesi kafa dağıtmak için aracımı kiralamak istedi ama aç kalsam da vermem çünkü amcayı tanımıyom. Bir yere vurur falan zaten zor yaptırıyoz. Parça zor bulunuyor, bizde böyle ilerliyoz işte. Geziyoz, dolaşıyoz millet görsün istiyoruz. Yalan yok yani ismimizi duyurmak istiyoruz." (Serçe6)*

Doğan 4 ve Serçe 6 adlı genç katılımcılar, sahip oldukları kuş serisi araçlarını daha çok göstermek ve dikkatleri çekmek için üzerinde çeşitli değişikler yaptıklarını ve o şekilde kullandıklarını belirttiler. Kendilerini iyi hissetmek için diğerlerinin dikkatlerini çektiklerini söyleyen gençler, sahibi oldukları aracın görüntüsü ile gururlanmaktadır.

"Eskiden 'hadi güçlendirelim, şunu sökelim, bunu takalım' falan. Araba topluyorlar mesela o şunları temsil ediyor, bu şunları gibisinden. Gece yarışlara çıkıyorlar falan. Eskiden görsellik vardı sadece. Şimdi biz nostaljilerde de öyle sadece görsellik trafiğe çıkalım herkes böyle bir kafayı dönderip baksın derdindeyiz." (Serçe 5)

Özellikle gösteri yapmanın en uygun olduğu araç gençler tarafından nostalji grubu araçların olduğu söylenmiştir. Diğer kuş serisi araçlara göre Serçe serisi gösteri yapmak için en uygun araçtır. Yukarıda alıntı olarak verilen Serçe 5'in söylemleri de bu düşünceyi destelemektedir.

"Silecekleri söktük daha güzel dursun diye. Araba dekor arabası yani aktif olarak binebileceğimiz bir araba değil. E şimdi aktif olarak bindiğimiz sürece bunları bu şekilde yapmamıza gerek de yok zaten. O yüzden silecekleri söktüm. Yağmurlu havada vesaire zamanlarda çıkartmıyorum zaten kapalı otoparkta yatıyor aracım. Ya bu araba tamamen dekor amaçlı dizayn edildi. Dışı ne kadar değerli ise içi de bizim için bir o kadar önemli. Ya görsel olarak bitti. Sadece şey düşünüyorum bagaj dizaynı. Ha bir ses sistemine dair ya ufak çaplı bir ses sistemi var ya. Normalde gürültüyü seven biri de değilim hani dolu gözüksün mantığıyla yaptıracağım onu da. Bir bagaj dizaynı, bagaj iptali düşünüyorum. Onun dışında şuan bir şey düşünmüyorum ama kafa çok farklı çalışıyor bizim bakarsın o an bir şey görürsün heves ederiz, yakıştırırız arabamıza yaparız ilerleyen zamanlarda." (Doğan 12)

"Tabiki yansıtıyor, dışına ve içine yaptığım şeyler kişiliğimi yansıtır. Yakışmayan bir jant taktığım zaman zaten zevksiz biri olduğumu gösterir. Güzel parlak bir jant zevkimi yansıtır. İç dizayn olarak sadelik daha iyi koltuk falan sade olacak. Cama pofuduk oyuncaklar sadeliği bozar. Orjinal değil sade görünüm, sade modifiye, temizliği ile ön plana çıkacak." (Doğan 1)

Var olan anlamlarının dışında farklı anlamlar yüklenerek bireylerin büyülenmesini sağlayan nesneler, gösterinin de etkisiyle farklı nitelikler kazanır. Günümüz kapitalist toplumlarında gündelik hayatta hemen her şey görüntüler üzerinden değerlendirilir. Görünenin ön planda olduğu kapitalist sistemde artık yalnızca nesneler nitelikleri ile değil nicelikleri ile de ön plana çıkar. Bu nedenle tüketim olgusunun, kitlesel bir davranış sergilemesinde belki de en büyük pay gösteriye aittir. Nesnelerin gösterinin ihtişamıyla bireylere sunulması, ihtiyacın karşılanması yerine arzuların doyurulması olarak yeniden kendini inşa etmektedir. Debord'a (1996) göre nesneleri arzu ile tüketime yönelten şey gösterinin gücüdür. Bu araştırmada da kuş serisi araçlar gibi görsel bir nesne, gösterinin sunmuş olduğu imgeler ile gençlerin arzularını hedef almaktadır. Gösterinin ortaya çıktığı eğlence alanında gençler tüketerek arzuları doğrultusunda kapitalizm çarkına hizmet etmekten de vaz geçmemektedir. Doğan 1 ve Doğan 12 adlı katılımcıların yukarıdaki alıntılarında olduğu gibi gösterinin bireyler üzerindeki hakimiyeti, araçlarının daha güzel görünmesi adına yaptıkları tüketim şekillerinde görülmektedir.

> *"Tutupta kimse içinin motorunu merak etmez. Ama dış görünüş çok önemli bence. İç dizayn herkes binemeyeceği için bilinmez o yüzden dış görünüş daha güzel olmalı." (Şahin 3)*

> *"Biri geliyor mesela aracın başına 'keşke şunu da yapsaydın' falan diyorlar. Benim kendi zevkim arkadaş, kimseden yorum beklemedim. Kendi aracıma çok güvenirim ayrı mesele ama kimsenin durumunu bilmeden 'şunu taksaydın, bunu yapsaydın' demek yanlış geliyor bana. Konuşmalar yanlış, orası herkesin aracını göstermeye geldiği bir yer. Severim aracımı, şaheserimi sergilemeyi ama ortamdaki konuşmalar rahatsız edici bence. Sade güzellik benim önemsediğim." (Doğan 2)*

Nesneler, bireylerin boş zamanlarının sorumluluğunu üzerine alır. Gösterinin kendisini sunduğu yer boş zamandır. Marx ve Engels'in tezinin temelini oluşturan üretim zamanının yeri, Debord'ın tezinde tüketim etkinliğinin hakim olduğu boş zamana bırakır. Sanayi öncesi dönemin üretken toplumun yerini artık gösterinin daha ön planda olduğu tüketim toplumuna dönüştürür. Gündelik hayatta çalışma saatleri dışında kendilerine yarattıkları özgür alanlarda gençler gösterinin hakim olduğu bir boş zaman

içerisinde bulunurlar. Araçlarını göstermek için gittikleri fuarlar, şenlikler gösterinin boş zaman üzerindeki etkisinin görülebileceği somut mekanlar olmaktadır. Yukarıda Doğan 2 adlı katılımcının alıntısında da yer verildiği gibi katılımcıların sosyalleşmek için kullandıkları fuarlar, aynı zamanda boş zaman kapsamında aracını sergilediği alanlar olmaktadır.

Hayranlık

Araştırmaya katılan gençler, araçlarına gösterilen hayranlıktan mülakatlar sırasında sıklıkla söz etmişlerdir. Aynı zamanda mülakatların gerçekleştirildiği sırada araçlarında orada bulunması etraftan diğer insanların ilgisini de gözlemlememize fırsat sunmuştur. Sahibi oldukları araçlarını sosyalleşmek için bir araç olarak görmenin yanı sıra hem sosyalleştikleri grup üyeleri hem de etrafındaki kişiler tarafından araçlarına yapılan değişikliklerden hayranlıkla bahsedilmesi, gençlerin daha çok bu araçları tercih etmelerine neden olmaktadır. Aşağıda kuş serisi araçlara karşı diğerleri tarafından gösterilen hayranlık hakkındaki genç katılımcıların neler düşündüklerine yer verilmiştir.

> *"Ben bu işin içine girmeden bu işin böyle bir hastalık olduğunu anlamamıştım. Hep dediğim şey ya 'Siz manyaksınız, şaşırmışsınız. Ulan dünya para harcıyorsunuz, harcadığınız araba Tofaş' diyordum ta ki arabayı alana kadar. Galiba büyük konuşmuşum ki başıma geldi. Pişman mıyım? aldığım için tabi ki değilim. Bir laf vardır erkekler için söylenen 'bir erkeğin hem askerliği hem de üniversite hayatını yaşaması gerekiyor' diye. En azından bir kere de olsa Tofaşa sahip olması gerekiyor. Bence bir aurası var yani bu Tofaşların." (Şahin 7)*

Şahin 7 adlı katılımcı kuş serisi araç kullananları eleştirirken bir anda kendisini de o araç sahibi olarak bulduğunu belirtmiştir. Diğer katılımcılar bu türden araçlara olan hayranlığının çocukluktan geldiğini ve o hayal ile büyüdüklerini belirtmişken Şahin 7 adlı katılımcı bir anda kendisini bu türden bir uğraşı içerisinde bulmuştur. Erkeklerin askerlik hayatının yanında bir de üniversite hayatını mutlaka yaşaması gerektiğini belirtenlere ek olarak bir de Tofaş bir araca sahip olması gerektiğini söyleyen katılımcı,

bir aurası olduğunu düşünerek Tofaş bir araca sahip olmanın gerekliliğinden söz etmiştir.

> *"Çocukluktan beri kendimi bildim bileli bu araçlarla içli dışlıyım. İlk sürdüğüm araçta Tofaştı, ilk kaza yaptığım araçta Tofaştı. Ben o araçların içinde büyüdüğüm için o araçlara tutkum çok fazla. Şu anda iki tane Tofaşım var. Hem görüntü, ses, içine oturduğun zaman ışıkların ambiyansı, direksiyonun verdiği zevk anlatılmaz yani ya gerçekten. Araçla aşk yaşıyorum. O derece yani." (Şahin 2)*

Şahin 7 adlı katılımcının aksine Şahin 2 adlı katılımcı bir gün Tofaş araç sahibi olma hayali ile büyüdüğünü belirtmiştir. Tofaş kuş serisi araçlara olan hayranlığının çocukluktan başlayıp ilk ceza yediği, ilk kaza yaptığını aracın da bu türden araçlar olması hiç şaşırtıcı görünmemektedir.

> *"Arabayı yapmışım, oraya koymuşum, yıkanmışım, oraya park etmişim. Ben gidiyorum. İşimi hallediyom. Tamam mı, bir çıkıyorum, bir bakayım arabanın başında üç dört tane kişi var. Müthiş, harika bir şey veriyor. Mutlu oluyorum. Bambaşka bir duygu gerçekten. Huzur veriyor. İnsanlar bir gün bir binecek öyle anlayacak yani bunu. Nasıl anlatayım ki yaa bi çuval para verseler o kadar mutlu olmam öyle düşün. 'Oğlum altı üstü bir Tofaş' diyorlar ama öyle değil işte oturup direksiyona o duyguyu yaşaman lazım." (Serçe 2)*

Serçe 2 adlı katılımcı sahibi olduğu aracın diğerleri tarafından hayranlıkla ilgi odağı olması, katılımcının aracını satsa bile yine aynı seriden araç tercih etmesine neden olmaktadır. Aracına karşı duyulan hayranlık karşısında mutluluğunu bile tarif edemeyen katılımcı bu duygunun parayla bile bir ölçüsünün olmadığını sıklıkla dile getirmiştir.

> *"Arabayı bir yere park edeyim yaşlı biri gelir yanıma 'yavrum araban bayağı güzelmiş Maşallahı var ya' falan filan diye benle muhabbet edenlerde oluyor. Bu benim daha fazla hoşuma gidiyor. Bu adam benim için değil araba için*

yanıma geliyorlar. Ne soruyorlar? İşte 'Kaç model?', diyorum '93 model'. 'Ooo' diyor. 'Diri duruyor, baya güzel duruyor' diyorlar."(Serçe 1)

"Yanımızdan bir Tofaş gelse hele de içinde dede varsa o arabanın içine kesin girer bakarız. Çünkü onun içerisinde orjinal parçalar vardır. Hele ki teyp mutlaka orjinaldir. Dedeler de uyanık artık satsalar alacaz ama satmazlar." (Şahin 4)

"Resimler çekilmesi falan çok hoşuma gidiyor. Tabi her türlü zaten yani bayağı ilgi çekiyor. Yani herkes şaşkın şaşkın bakıyor aracıma hayranlıkla. Mesela yaşlı amcalar geldiği zaman yani böyle gençliğine götürüyoruz onları daha da hayran oluyorlar." (Şahin 8)

Serçe 1, Şahin 4, ve Şahin 8 adlı katılımcılar araçlarına gösterilen hayranlığın genellikle ileri yaştaki kişilerden olduğunu belirtmişlerdir. İlk üretilen zamanlarda çok satılanlar arasında yer alan Tofaş marka otomobiller, gençlik dönemlerinde kullanan ileri yaştaki kişiler tarafından anılarının canlanmasından olsa gerek ki daha fazla ilgi gösterdikleri görülmektedir. Araştırmamıza katılan gençler ise araçlarının anıları canlandırmada üslendiği rol nedeniyle oldukça mutlu görünmektedir. Hayatta her şeyin kıymetini bilmenin aslında Tofaş marka araçlara binmek ile ölçüt sayıldığı, gençler tarafından sohbetler esnasında sürekli değinilen önemli noktalardan biri olmuştur.

"...ya hoşlarına da gidiyor. Onların hoşuna gittikçe biz de mutlu oluyoruz çok şükür paramız var pulumuz var. Sadece bir Maşallah güzel olmuş desinler. Kimse hor görmesin. Tofaş deyip yolda hor gören kardeşlerimiz abilerimiz de var. Öyle davranmasınlar yeter. Biz emeğimizin karşılığını para olarak istemiyoruz. Maşallah desinler yeter." (Doğan 12)

Sevgi

Araştırmaya katılan gençler için araçlarına duydukları sevgi kimi zaman hayatlarındaki önemli olan başka şeylerin yerini de almaktadır. Örneğin Serçe 10 adlı katılımcı aracına

duyduğu sevginin çoğu zaman ailesinin de önüne geçtiğini söylemiştir. İki çocuk babası olan kuş serisi araç tutkunu gencin, bu konu hakkındaki düşünceleri aşağıdaki alıntıda verilmiştir:

> *"Ailem bu araca olan sevgime kızıyor yeri geldiği zaman. Sonuçta onlara ayırmam gereken zamanı bunlara ayırıyoruz. Kötü olmamı istemiyorlar onlarda ama bazı konularda tabi anlaşamadığımız yerler oluyor bu arabalar konusunda. Özellikle hız konusunda karşı çıkıyorlar. Kaza da yaptık ama vazgeçemiyoruz işte. İki tane çocuk var bende 'baba gitme, etme, yapma' diyorlar ama ben onların bile önüne geçiyor bu sevda. Çocuklara kalacak bu serçe satmam kesinlikle kötü bir iş değil bu. Başka bir şeyle uğraşacağına oğlum bununla uğraşsın. Aldığımızda durumu çok kötüydü. Çürüktü her tarafı topladım babam hayran kaldı iyi karşıladı. Sevindi adam üstelik bu hale gelmesi daha bir heyecan verici üstelik ödüllü bir araç daha ne olsun ki. Tanınıyorda." (Serçe 10)*

Yurt içinde çeşitli illerde düzenlenen hız yarışları için yeniden tamir ettiği babadan kalma Serçe aracını, kendisi de yine çocuklarına bırakacağını belirten katılımcı çocuklarının da aynı sevgi ile araca bağlanmalarını istemektedir. '*Kötü alışkanlıkları olacağına bu araçlarla uğraşsınlar*' diyen katılımcı babasının miras bıraktığı araç ile sevgiyle ilgilenmesinden yaşadığı sevinci kendisi de yaşamak istediğini dile getirmiştir.

> *"Çocukluktan beri hayalim bu araçlarla uğraşmak. Sevgi yani bu karşılık beklemeden bir sevgi diyebilirim. Babamdan da bu şekilde görüyordum oradan gelen bir heves birde orta dereceli bir ailenin alabileceği en iyi araba bu yani." (Doğan 2)*

kuş serisi araçlara olan tutkuyu babasından gördüğünü ve bu türden araçlara olan ilgisinde babasının etkisi olduğunu söyleyen bir başka katılımcı ise Doğan 2 adlı katılımcıydı. Günümüzde orta dereceli bir ailenin alabileceği en iyi araç olduğunu belirten katılımcı aynı zamanda sıfırdan topladığı araçları satarak hem tutkusunu yaşamakta hem de bu işten ek gelir elde etmektedir.

"Derinden etkileyen bir ağırlığı var arabanın. Seviliyor, sayılıyor. Yani o yönlerinden dolayı sevdim, saydım arabayı. Sevgi sadece insanlar arasında değil arabalar arasında da oluyor bence. Hani bana selektör yakarlar mesela korna öttürürler." (Serçe 1)

Eskileri gelecekte yaşatmak amacı ile yaşamına devam ettiğini belirten Serçe 1 adlı genç katılımcı bu araçların derinden etkileyen bir yapısının olduğunu, onu da sürücü koltuğuna oturmadan kimsenin anlayamayacağını belirtir. Modern çağda eskileri yaşatma hevesi ile dolu olan genç katılımcı sadece bu türden bir araç sahibi olmakla değil aynı zamanda gündelik yaşamın birçok alanında örneğin nostaljik radyolar, Yeşilçam filmleri ya da eski Türk toplumunu yansıtan tarihi diziler başta olmak üzere hafızasını canlı tutmak istediğini dile getirmiştir.

Saygı

Nostalji alt teması altında daha çok değinilecek olan geçmişin izlerini geleceğe taşıyarak yaşama arzusu, katılımcıların saygı alt temasında da sıklıkla dile getirilmiştir. Genç yaşta olmalarına rağmen kuş serisi araç sahibi olmayı geçmişin hatıralarını canlı tutmayı kolaylaştırdığı için tercih eden katılımcılar sayıca az olsa da bu konu hakkındaki düşüncelerine aşağıda yer verilmiştir.

"Hani karşındaki insana bir şey söylersin veya söylemeye çalışırsın, diyemezsin ya gerek saygıdan gerek başka bir şeyden diyemezsin ya o da senin içinde dert olur veya kafanda bir yer yapar ya aynı hesap. Hem içimde hem de kafamda ayrı ayrı bir yeri yapar yani şu anda da var mesela. Birkaç gündür sis lambasının bir tanesi yanmıyor. Benim için değerli bir araç. Sevdiğim, saygı duyduğum bir araç. O nedenle ihtiyacını hemen karşılamam lazım. O beni üzerine bindirmekle sevgi ve saygısını zaten gösteriyor. Bende bozulan yerlerini hemen tamir etmekle sevgisine ve saygısına karşılık vermem lazım." (Kartal 1)

Kuş serisi Kartal model aracın bagajının genişliği nedeniyle hem işinde kullanmak hem de zevkini yansıtmak amacıyla tercih ettiğini belirten Kartal 1 adlı katılımcı, araçta

meydana gelen herhangi bir arıza durumunda saygısızlık yapmama adına hemen tamirciye götürdüğünü söylemiştir. Araca etraftan hayranlıkta bakılması yaptığı harcamaların, verdiği emeğin karşılığı olarak geri döndüğünü düşünmektedir. Görüşmeler sırasında acaba dalga mı geçiyor hissiyatı veren Kartal 1 adlı katılımcının sorulara verdiği yanıtlar, ilk başka araştırmacı tarafından biraz tuhaf karşılansa da görüşmenin ilerleyen dakikalarında diğer sorulara verilen yanıtlar katılımcının, aracına olan tutkusunu en üst seviyede yaşadığını gözlemlememizi sağlamıştır. Aracının da bulunduğu ortamda mülakat yapılmış ara sıra aracına dönerek 'nasıl olmuş ama şimdi bu saygıyı hak etmiyor mu? söylemleriyle sonraki sorulara verilecek yanıtlar merakla beklenmiştir.

> *"Bana geçmişi hatırlattığı ve o zamanları hayalde olsa yaşattırdı için sevdim ve saydım arabayı. Saygı duyuyorsun arabaya ister istemez. Hani böyle benden saygıyla geldiği için karşı tarafında saygıyla davranacağını düşünüyorum. Beni en çok etkileyen saygısı yani arabaya duyulan saygı en fazla ağır basan nokta saygısı. Geçmişim ne yaşamak beni daha çok mutlu ediyor Çünkü oradaki saygı sevgi çerçevesi daha görünür bir şekilde varmış." (Serçe 1)*

Hem Kartal 1 hem de Serçe 1 adlı katılımcılar aynı zamanda karakteristik özellikleri ile de diğer genç katılımcılardan farklı özelliklere sahip olduğu görülmüştür. Dışardan gözlemlendiği kadarıyla ağır bir duruş sergileyen bu katılımcılar daha çok geçmişe özlem duyarak yaşadıklarını söylemişlerdir. Diğer kuş serisi sahibi olan genç katılımcılar biraz daha renkli kişiliğe sahip, şakacı, eğlenceli sohbetleri ile bir Tofaşçı tipi yansıtırken, bu iki katılımcı biraz daha sakin bir kişiliğe sahip oldukları gözlemlenmiştir. Aynı zamanda tercih ettikleri Kartal ve Serçe kuş serisi modeli ile de sakin kişiliklerini yansıtacak sade değişiklikler yaptıkları görülmüştür.

3.4.4.Mahremiyet Algısının Tofaş Araçlardaki Tezahürü

Mahremiyet, bireyin diğer bireylerle olan ilişkilerinde başkalarının gözünde ve fiziksel yakınlığında anlam kazanan özel konumunu ifade etmektedir**.** Mahremiyette gizli olma durumu vardır. Dolayısıyla mahremiyet, bireylerin başkalarıyla olan ilişkilerinde şekillenen gizli ve açık olma durumunun sınırlarını belirlemektedir. Birey, kültürel

olarak hazır bulup benimsediği iç içe girmiş farklı düzeydeki gizlilik halkaları üzerinden kendisine yönelik hangi tutum ve davranışları uygun bulup bulmadığını, hangilerinin kimler tarafından gerçekleşmesi durumunda uygun bulacağını veya uygun bulmayacağını belirleyen mahremiyet anlayışı, bireyler arası ilişkilerin temel ölçütlerinden birisini teşkil etmektedir. Mahremiyet anlayış ve uygulamaları toplumlar arasında farklılaşabildiği gibi zaman içinde de değişip, farklılaşabilmektedir. Toplum tarafından mahremiyetin korunması temel bir ilke olarak kabul edilir.

Mahremiyet

Mahremiyet kültür ile doğrudan ilintili bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Mahrem alanın sınırlarının belirlenmesinde içinde bulunulan kültürel kavrayış önem taşımaktadır. Kültürel kavrayış, ahlaki değerler ve normlarla birlikte var olduğu için, mahrem de ahlaki normlarla birlikte var olmaktadır. Bu sebeple ahlakla alakalı olan değerlendirmeler, mahrem olanın da ne olduğu ya da ne olmadığı hususunda bilgi vermektedir (Yılmaz, 2011). Kişiler ya da gruplar mahremiyetin faydasına veya mahremiyet ihlalinin tehlikesi hakkında farklı fikirler ileri sürebilmektedirler. Bunun sonucunda da kendi çıkarları doğrultusunda farklı bağlamlara oturtabilmektedirler. Netice itibari ile mahremiyet, kullanımına ya da anlamına göre işgal edilen veya korunması gereken bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin gençler mahremiyeti, özel alanını yani Tofaş otomobillerinin içini korumak anlamında kullanmaktadır. Gençler araçlarının trafikte çok dikkat çektiğini ve bu nedenle de tehlikeli olarak algıladıkları dışardan bakışlardan kurtulmak için kendilerince bir takım önlemler aldıkları görülmüştür.

> *"Eşim, kız kardeşimle rahat dolaşamam mesela. Çok dikkat çeken araçlara biniyoruz zaten. Olmuyor, bakıyorlar. Tofaşa binipte gezen kızlara piyasacı derler gerçek bu yani. Nasıl olduğunu, kim olduğunu bilmezler ancak öyle derler." (Doğan 5)*

> *"Araba tanınıyor falan geliyorlar mesela eşimin yanında korna çalıyorlar, önüne kırıryorlar, yanında biri olduğunu bilmiyorlar camları filmli olunca. Sonra bu durumdan tiksindim. Bu arabayı satacam dedim. Başka birşey aldım*

modelli hanımda içine rahatça binebilsin hem de kullanabilsin diye. Küçüktü o da hanım arabası uzun olunca bende sığamıyordum." (Serçe 5)

Alışılagelmiş görünümünün dışında yapılan çeşitli modifikasyonlar ile kuş serisi araçlar, trafikte kolayca dikkatleri üzerine toplarken aynı zamanda sahibinin özel alanı hakkında da çeşitli ipuçları sunan bir araç haline dönüşmüş. Bu durum kimi zaman kullanıcılar için gurur duyulan bir mesele olurken ailelerinin aracın içerisinde olduğu zamanlar tehlikeli bir durum olarak gündemlerinde yer almış. Kuş serisi bir araç içerisinde görülen kadının, kullanıcısına yakınlığı bilinmeden hemen piyasacı olarak etiketlendiği bu nedenle de aile arabası olarak kullanıma uygun olmadığını hemen her katılımcı tarafından vurgulamaktadır.

"Ben ilerde evlenirsem bu araçtan vazgeçmem ama tutup da hanımımla bu araçla da sürekli gezmem. Başka bir aracım mutlaka olur ek olarak." (Şahin 2)

"Kızlar bindiği zaman 'neden arabana çok bakıyorlar, niye bu kadar dikkat çekiyor araban' diyorlar ama araban kötü demiyorlar hiç. Arabadaki kızda çekiniyor aslında 'bende bişey varda ondan mı bakıyorlar' diye." (Serçe 2)

"Camı o yüzden filmledim aileme de kötü gözle bakmasınlar diye. Cam film takılıyor aileme mesela 'niye piç arabasına biniyorlar' diye laf ediyorlar. O yüzden çok tepki aldı annem, kardeşim. Aile arabası değil yani Tofaş." (Şahin 3)

Bir taraftan orta gelir düzeyine sahip bir ailenin rahatlıkla alabileceği bir araç olan kuş serisi araçlar, konu mahremiyet olunca aile arabasına uygun kullanım koşulları sağlamadığı düşünülmektedir. Örneğin Şahin 2 adlı katılımcı evlendiği zaman eşiyle bu araç içerisinde görünmek istemediğini ama tutkularında da vazgeçemeyeceği için başka marka ve modelde bir başka araç alacağını söylemiştir. Serçe 2 adlı genç katılımcının dışardan baracına bakılması hoşuna gittiğini ama yanındaki kız arkadaşı için bu durum etiketlenme korkusu gibi endişe yaratıcı bir durum olarak karşılanmaktadır. Gençler için dışardan tehlikeli olarak algılanan bakışları engellemek için çözüm yollarından biri de araç camlarına cam filmi çekmek olmuştur.

Mahremiyet ile ilgili hususlardan birisi ve hatta en temel olanı ise mahremiyetin başkalarının varlığı ile ilgili olmasıdır. Mahremiyet başkalarını gerektirmektedir. Bireyin tek başına olduğu durumda mahremiyetten bahsedilemez. Mahremiyetin olabilmesi için bireyin topluluk içerisine bulunması, başkalarıyla bir arada olması gerekmektedir.

Cam Filmi

Elias mahremiyetin alanlarını, fiziksel duvarlarla çizdiğini dile getirmiştir. Ancak ona göre gizli bir uzlaşmayla kurulmuş hayali ve ruhsal duvarlar da vardır. Denetleyen, gözetleyen bakışların yasak olması, hayali duvarların kurulmasını sağlamaktadır (Duerr, 1999:149). Gençlerin kendileri için gizli kalmasına gerek duyduğu zamanlarda aranan çözümlerin başında cam fillmi gelirken aynı zamanda araç içerisinde ve dışında yaptıklarını modifikasyonları dışarıya sergilemek için cam filmi bir engel olarakta görülmektedir.

> *"Cam filmi falan yok bende. O şekilde eşimin de kullanmasını istemiyorum yani. Arabanın içi temizse cam filmi çekilmez. Öle olunca da vermem eşime." (Doğan3)*

Doğan 3 adlı katılımcı aracının temizliğini dışardan görünmesi için cam filmi kullanmak istemediğini bu sebeple de eşinin tek başına kullanmasına izin vermeyeceğinin belirtmektedir. Aracın içerisinde kadın olduğu zaman gizli kalınması gereken bir özel alan olurken kadın olmadığı zamanlarda ise araç sahibini en iyi yansıtan bir iletişim aracına dönüşmektedir.

> *"İçi çok güzel olduğu için zaten filmi tercih etmedim. Kötü bir alışkanlığımız olmadığı için cam filmi tercih etmiyoruz. Arabada gizlimiz saklımız yok. İçimiz neyse dışımızda bir. Koltuklarımız vesaire torpidomuz hatasız. Dışardan da bu güzellik görünsün istiyoruz. O yüzden takmadım cam filmi. İnsanlar bakıyor ya bazen de utanıyorum biliyor musun? Ya şimdi film taktırsam içinin güzelliği dışardan görülmeyecek. Böyle açıkta utanıyorum bazen fazla ilgiden." (Doğan 12)*

"İçi tertemiz görünecek. Filmle bu görüntüyü bozar. Hoş durmuyor. Filmli olunca millet serseri gibi bakıyor. Böyle daha güzel." (Doğan 10)

"Cam filmini zaten ben Tofaşta tercih etmiyorum. Tofaşı cam filmi boğuyor. Tofaşın içi görünecek yani. Bu araba şimdi dikkat çeken dekorlu bir araba olduğu için cam filmi olduğu zaman içini göremez. Baktığı zaman içindekini merak etmeden arabayı inceleyebilsin yani anladın mı. Biz direkt renkli cam koyuyoruz. Ön cam mesela yeşil." (Şahin8)

Bazı gençler için ise cam filmini saklanacak bir şey olduğu durumlarda kullanıldığını söylemektedirler. Bazı gençler için cam filmi kullanılan Tofaş araçlar, serseri aracı olarak nitelendirilmektedir. Bu tür bir etiketlemeye maruz kalmamak için Doğan 12 ve Doğan 10 adlı katılımcılar araçlarında cam filmi kullanmayı tercih etmedikleri belirtmektedir.

Mahremiyetin işleyişinde bu gençler için iki temel ilke geçerlidir: özgürlük ve gizlilik. Gençler, kendi tercihlerini özgürce yapabilmesinin yanı sıra gizlilik ile de diğer kişilerin ilgi ve merak alanı dışında kalabilmesini, dış müdahalelere karşı mahremiyetini koruyabilmesini de gerektirmektedir. Bu sayede bireyler başkalarının bakışlarından uzakta, kendi tercihleri çerçevesinde özel bir alan oluşturabilme imkânı elde edebilmektedirler. Kültüre ve zamana göre değişikliklere uğramakla birlikte bireyin vücudu, evi, bazı bilgi ve hatıraları en yaygın mahrem alanlar olarak anlam kazanmaktadır. Bu araştırmada da kuş serisi araçlar gençlerin mahrem olarak adlandırdıkları bir alanı temsil etmektedir.

3.4.5.Zevkin Bedeli Olmaz

İnsan doğasını gözlemleyerek eylem ve düşüncelerini şekillendiren temel unsurun, haz ve acı olduğunu gerçeğine ulaşan Bentham'a göre, her birey hazza yani mutluluğa ulaşmak ister (Bentham, 2000:24). Araştırmaya katılan genç katılımcılar için kuş serisi otomobiller, herhangi bir araç olmanın ötesinde aralarında duygusal bir bağ kurdukları ve kullanmaktan haz duydukları bir nesnedir. Araçları ile aralarında kurdukları bu duygusal bağ ile dünyayı algılayış biçimlerinde de değişiklikler görülmektedir. Gençler için kuş serisi otomobiller hem psikolojik hem de sosyal dünyalarında özgürlük, prestij, güç gibi çeşitli beklentilerini karşılayabilecek hazlarda sunmaktadır. Otomobil gibi bir

tüketim nesnesi ile kurulan ilişkilerle gençler, böylece diğerleri ile olan ilişkilerini de belirler ve arzuların tatminine yönelik sembolik bir tüketim içerisinde yer alır.

Zevkin Bedeli Olmaz başlığı, saha mülakatları sırasında gençlerle yapılan sohbetlerde sıklıkla kullanılması sonucu belirlenmiş ve mutluluk, keyif, tutku, zevk, heyecan, stres atmak alt temaları oluşturulmuştur. Bu başlık altında gençlerin mülakatlarda araçlarına olan bağlılıklarını nasıl ifade ettiklerini açıklamaları istendiğinde aşağıda belirlenen alt temalara sıklıkla vurgu yaptıkları görülmüştür. Dolayısıyla da bu bölümde gençlerin sıklıkla vurguladığı belirlenen alt temalar hakkındaki söylemlerine yer verilmiştir.

Mutluluk

Bir kuş serisi araç kullanıcısı olmak gençler tarafından tarif edilemeyen bir duygu olarak tanımlanıyor. Araç içerisinde iken diğerleri tarafından hayranlıkla izlendiklerini söyleyen gençler için en çok merakla takip edilmekten mutluluk duyduklarını belirtmişlerdir.

> *"Tarif edilmeyen bir duygu yaa. Tarif edemem ki ne bilim çok iyi hissediyorum. Mesela adam geçerken bakıyor aracıma park ettiğim yerde mutlu oluyorum kendi kendime. Hayatımın her alanında Tofaş, böyle arkadaşlarımla gezmeye gidince, içerisine binince çok mutlu oluyorum ya. Daha yükseklerde hissediyorum kendimi." (Doğan 4)*

> *"Gece saat ikide canım sıkılırdı, moralim bozulurdu, ailemle tartışırdım, bir arkadaşımla yani veya herhangi problem yaşardım. Saat fark etmez. Kendimi mutlu etmek için araba yıkardım." (Doğan 5)*

Sosyal hayatta stresli bir günün ardından kendilerini terapi edecek en iyi şeyin kullanıcısı oldukları araçları olduğunu söyleyen gençler, günün yorgunluğunu bu sayede attıklarını dile getirmişlerdir. Aile içerisinde yaşanan tartışmalar, iş yerinde yaşadıkları aksaklıklar, arkadaşları ile olan ilişkilerinde yaşanan olumsuz durumlar gibi sorunlarda moral bulmak için ilk başvurulan şey bu gençler için araçları olmaktadır.

"Tofaşı olan insan dünyanın en zengin, en iyi olan insanı bence ama bakımlı olması lazım. Karın altına koymam ben bunu mesela çürümesin diye. Tenha yerlerde, sanayide falan yaparım genelde çok başka bir şey drift atmak. Çocuğa çikolata verirsin de sevinir ya lastik yakarsın, üç pedal yapınca falan mutlu oluyorum böyle dönderince. Karşısına geçip nargile içerim karşılıklı o çok hoşuma gider. Pikniğe gittiğimde falan ses son ses açarım karşısında mangal yaparım o duygu tarifsiz." (Şahin 3)

"İçinde iken anlamıyorsun. Arkadan böyle izlendiğini fark ediyorsun yaa o çok hoşuma gidiyor işte." (Şahin 5)

Tıpkı bir çocuğu sevindirmek gibi tenha yerlerde atılan drift ile mutlu olduklarını belirten gençler, bir Tofaşa sahip olmayı zenginlikle eş değer bulduklarını söylemektedirler. Otomobil gibi bir nesne üzerinden haz sağlama arayışına giren gençler, sahibi olduğu kuş serisi aracını sergileyerek aynı zamanda diğerlerine karşı güç ve statüsünü de göstermektedir. Kişiselleştirdikleri araçları ile rekabet etme fırsatı bulan bu gençler fiziksel olarak tüketmenin yanında zihinsel bir tüketme süreci içerisine de girmişlerdir.

Keyif

Sahada gerçekleştirilen mülakatlar sırasında gençler hep sıfırdan toplamanın bir Tofaşçı genç için daha değerli olduğundan bahsetmiştir. Tıpkı bir ressamın yaptığı tablo misali gençler de mobil bir tuval olarak kullandıkları araçlarına kendi kişiliklerini yansıtacak ölçülerde değişiklik yaptıklarını belirtmişlerdir. Başkasının yaptığı değişiklikleri kendi yapmış gibi sergilemenin saygısızlık ve grubun belirledikleri kurallara uygun olmadığından sıklıkla söz eden gençler, kuş serisi araçları keyfine binenler ve yarış için binenler olarak bir ayrıma gittikleri görülmüştür. Mülakatlar gerçekleştirdiğimiz gençler kendilerini daha çok keyfine binenler olarak tanımlamışlardır.

"Ben kendim topladığım zaman keyif alıyorum daha çok zevk veriyor. Sanatçı mesela kendi yaptığı tabloya gelip geçer sürekli bakar ya 'ben yapmıştım' bunu diye bu da aynı şekilde benim için kapının ağzında durduğu zaman ayrı bir zevki oluyor ya 'işte bunu ben yaptım' diyorum dönüp dönüp arkamı

bakıyorum. Modelli bir araç almaya gücüm de var ama ayrı bir konu ben keyif alıyorum toplayıp binmesinden. Hazır almaktansa kendim topluyorum o ayrı bir keyif veriyor. Bu araçların meraklısıyım daha çok ben yarış sevmem. Ben daha çok keyfine binenlerdenim." (Doğan 2)

"Bir kere boş alacan arabayı keyfine göre toplayacan. Dolu alsan bu seferde seni üzer gerek yok abi, toplamak daha masraflı ama daha keyifli, paha biçemiyorlar. Görüntü bizimki, klasik motorlarımda var mesela onlarda görüntü amacıyla duruyor." (Serçe 8)

Doğan 2 ve Serçe 8 adlı genç katılımcılar daha masraflı olmasına rağmen sıfırdan toplamanın daha keyifli olduğunu söylemişlerdir. Modelli bir araç kullanıcısı olmanın bir Tofaş kullanıcısı olmak kadar keyif vermediği gençlerin dünyasında, görsel olarak yapacakları bütün değişiklikler ile daha keyifli hale geldiğini belirtirler. Bütün amaçlarının aslında görsel olarak dikkatleri çekmek olduğunu sıklıkla dile getiren gençler bunun için de Tofaş kuş sersisi otomobilleri tercih etmişlerdir. Toplum tarafından da böyle bir kabulün sağlandığını düşündüğümüzde gençler dikkatleri üzerlerinde toplamak için bu türden bir araç sahibi olmayı daha çok tercih etmektedir.

"Şu arabadan aldığım keyfi ben bugüne kadar hiçbir arabadan, marka, model, ne olursa olsun ya da kaç para değerinde olursa olsun hiçbirinden almadım. Bu arabadan aldığım keyfi almadım çünkü bu araba sizi A noktasından B noktasına götürecek bir araç değil. Bu araba A noktasından basacaksın, nereye gideceğini unutacaksın. Senin bu arabanın içinde kaybolacağın bir araba bu yani." (Serçe 11)

"Bu arabayı almadan önce çok aksiyonlu bir yaşantımız vardı. Bu arabayı aldıktan sonra da biraz daha böyle sakin sakin yani ikinci, üçüncü vites modunda, sağdan sağdan gidip müzik açıp müzik dinlemek gibi zevklerin de olduğunu yaşayıp öğrendik, gördük yani. Onun verdiği zevki ben modelli bir araçtan alamıyorum. Hatta hep de diyorum yani 'Tofaşı artık satmam lazım yeter' deyip 'farklı şeyler yapmak istiyorum' diyorum. Arabaya bir hafta

binmiyorum ya da iki hafta binmiyorum neyse arabanın marşına bastığım zaman ya da o headersı duyduğum zaman yani diyorum ki 'satıp daha yani ne yapabilirim acaba' diyorum kendi kendime. Her seferinde satmaktan vazgeçiyorum ve üç senedir böyle delilik olarak devam ediyor ilişkimiz bakalım nereye kadar gidecek artık….Şahinden zevkimi de keyfimi de aldım diyebilirim ama şu var satıp herhangi bir bu tarzda bir araba almazsam bir boşluğa düşerim gibime geliyor. Çünkü dediğim gibi alıştım yani. Şu var işten çıkıyorum mesela hava güzel 'ulan tam Şahinin havası' diyorum. Eve gidiyorum bankacı kimliğinden çıkıp şortumu, terliğimi giyip ya da ne bileyim herhangi bir tişörtümü, pantolonunu giyip arabamı alıp müziğimi açıp sakin bir yere çekip bir tur atıp geliyorum ve bu bana ayrı bir zevkli ayrı bir keyif veriyor. Yani kısacası anlatmak gerekirse bu arabayla yaşanılan anıları diğer arabalarla yaşamınız çok çok daha düşük ihtimal yani. Belki yaşanılabilir ama bu kadar bu arabanın dışında başka bir arabayla yaşamak çok zor diye düşünüyorum." (Şahin 7)

Kuş serisi bir araç sahibi olmadan önce hareketli bir yaşamı olduğunu belirten Şahin 7 adlı genç katılımcı Tofaşçı gençlerin kendine has bir yaşam tarzı olduğundan söz etmektedir. İş dışındaki zamanlarda bankacı kimliğinden sıyrılıp o aracın koltuğunda kendisine has bir yaşam tarzı içerisinde kendini bulduğunu söyleyen genç katılımcı bu durumdan da oldukça keyif aldığını belirtmiştir.

"İlerde 'Jant mı?, Ben mi?'diyen Tofaşçı ile evlenmesin. Biz alırız elimize bez sildik, parlattık arkasına geçtik, çay, sigara ohh değme keyfine. Karşıdan kadın, kız geçse o kadar ilgimi çekmez o derece yani. Başka bir Tofaş geçse mesela oturur onu süzerim daha çok."(Şahin 4)

Gündelik hayatı şekillendiren şeylerden birisi de nesnelerdir. Kuş serisi araçlar bu araştırmaya katılan gençlerin gündelik hayatlarını yapılandıran en önemli nesnelerden biri olarak görülmektedir. Bu gençler için karşı konulamaz bir arzu nesnesine dönüşen araçlar, modern kültür içerisinde gençler için modern bir özne konumuna yerleşmiştir.

Tutku

Gençler için çocukluk yıllarından itibaren basit bir makineden daha fazlası olan otomobillere bir gün sahip olma hayali ile yaşamışlardır. Gençler ileride sahibi oldukları araçlarına göre hayatlarını düzenlemişlerdir. Bir nesne olarak otomobil bir taraftan gösterişçi tüketime atıfta bulunurken diğer taraftan kullanıcısının kendisini ifade etme aracına dönüşmüştür. Gençler tutku ve özveri ile değişiklikler yaptıkları kuş serisi araçları ile kendilerini bir yere ait hissettikleri yeni bir alan yaratmaya çalışmaktadırlar. Araçlarına olan ilgi ve merakları bir tutkuya dönüşen gençler böylece kendileri gibi aynı merakı olan akranları ile sosyalleştikleri yeni alanda kendilerini ifade etmektedirler.

> *"Gerek tutku diyorlar gerek hastalık. Bence kanser gibi bir şey tedavisi yok. Yani evlensen bile vazgeçemiyorsun olmuyor. Başka bir şey toplama işi tutkudan daha öte. Tutku eşittir para oluyor. Bizimki sadece saf duygu. Ben ileriki yaşlarda bile Tofaş sevdasından vazgeçmem. Mesela benim çocuğum böyle ilgisi olsa desteklerim ama benden daha fazla tutkulu olsa engellerim boynuz kulağı geçmemeli. Ne bileyim kıskanırdım herhalde. Benim böyle hastalıklı takıntılarım var böyle düşününce." (Kartal 1)*

> *"Ailedekiler biraz mecburiyetten o araçlara binmişler. Biz de bağlandık. Çevremizde arabanın verdiği zevkten bağlandık işte. Benim şu anda 300-400 milyarlık arabaya binme durumum var. Ben bu arabayı sattım, gittim üstüne üç araba değiştirdim. Bu aracın verdiği mutluluğu hiçbir araç vermedi. Hem görüntü, ses, içine oturduğun zaman ışıkların ambiyansı, direksiyonun verdiği zevk anlatılmaz yani ya gerçekten. Araçla aşk yaşıyorum o derece yani. Tek tutkum yani aracım. Ben trilyonluk da olsam yine bu araca bineceğim yine. Mesela araca en az üç kere bakarım geri dönüp dönüp. Başka türlü bir tutku bendeki. Dün akşam mesela bir saat sadece arabaya baktım, izledim. 'Nasıl olmuş?' diyorum mesela. Konusu geçerken bile heyecanlanıyorum. Sürekli aracımı sınıf arkadaşlarıma gösteririm. Profil fotoğrafımda, her yerde fotoğrafı var aracımın. Telefonumda benim üç tane fotoğrafım varsa geri kalanların hepsi aracımın fotoğrafı mesela. Öyle işte şizofrenliğe doğru gidiyor artık benimki ama insanlar ne düşünürse düşünürsün umrumda değil o derece yani." (Şahin 2)*

Kuş serisi araçlara olan ilgilerini başka model herhangi bir araçta bulamayan gençler, bu tutkularını tedavisi olmayan bir hastalık olarak tanımlarlar. Şahin 2 adlı katılımcı maddi gelirinin iyi olduğunu, şuan ki kuş serisi aracından çok daha modelli bir otomobil alma durumu olmasına rağmen bu türden araçlara olan tutkusundan vazgeçmediğini söylemektedir.

> *"Önceki aracımı sattım. Elimde 70-80 bin lira para var. Yeni bir araç bulamadım. Bankaya gittim tam altın hesabına yatıracaktım parayı evlenecem diye sonra telefona bildirim geldi. 'Yakınlarda bir ilan var' diye hemen vazgeçtim, gittim, aldım bunu." (Doğan 10)*

Hayatında ciddi bir ilişkisi ve evlenme planları yaptığı bir kız arkadaşı olduğunu söyleyen Doğan 10 adlı genç katılımcı, satış danışmanı olarak hizmet sektöründe çalışmaktadır. Düğün masraflarının bir kısmını karşılamak için kullanacağı parayı anlık gördüğü bir ilan ile kuş serisi aracı almak için harcadığını gülerek anlatmıştır. Bu türden araçlara olan tutkusunun yeri geldiğinde evlenme planlarının bile önüne geçtiği için hiçte pişman olmadığı söylemiştir.

> *"Üç kardeşiz abilerim bana verdi arabayı. Bir bende var bu hastalık. Bana babadan miras artık bu araç, benden torunlarıma kadar gidecek. Bu sadece çocuğumla kalmayacak taa torunlarıma kadar gidecek bu. Hastayım diyom ya öyle böyle değil yani. Ben sonradan olmadım ki hasta çocukluktan beri buna ilgim var. Hastasıyım. Param olsun şimdi gidiyim alıyım hastasıyım diyemem ben ona. Tamam, paranla alıp binebilirsin ama hastasıyım diyemem. Çünkü bilmiyon arabayı. Heskes beni daha iyi bilir, en hastası benim içlerinde. Plakası hala Karaman'a gelen ilk 70 plaka bu. Babam 1990'da almış bunu ikinci el. Babamda çok düzgün bakmış. Ben kışın garaja koydum mu takozu kaldırırım lastikleri yere değmesin diye. Üstünü örterim, aküsünü sökerim. Yaz gelinceye kadar çıkarmam dışarı, güneşe de koymam. Yağmur bile değmez yani solmasın boya diye. Böyle bir arabaya her türlü binersin, yoyarsan zevkini alaman. Ben iş hayatında da öyleyim hep öyleydim. Arabada çok ciddi bir şey olmazsa ben sanayiye götürmem. Ben kendim yaparım genelde, bakmıyorlar, çiziyorlar hep, arabaya biniyorlar falan. Bir yerine bişey olsa boya kodunu*

tutturamıyoz. Evde hep yedekli durur malzeme, elimden tornavida düşmez, torpido hep malzeme dolu." (Serçe 4)

Serçe 4 adlı katılımcı bu türden araçlara olan tutkusunu, nostalji grubu içerisinde bulunan diğer üyelerden daha fazla olduğunu söylemiştir. Yalnız kendisi değil gruptaki diğer üyeler de Serçe 4 'ün bu düşüncesini 'içimizde en hasta o, ondaki başka türlü bir tutkunluk' diyerek desteklemişlerdir. Diğer kardeşlerin arasından babasından miras olarak kalan aracını deyim yerindeyse gözü gibi bakmaktadır. Tutkunu olduğu aracını yazın güneşe, kışın karın altında bırakmayan Serçe 4 adlı genç katılımcı konu araç olunca çok takıntılı olduğunu belirtmiştir. Herhangi bir yerinde arıza olması durumunda, başına bir şey gelir diye sanayiye götürmediği aracını mümkün oldukça kendisi tamir etmektedir. Araştırmacı olarak katıldığımız bir fuarda Serçe 4 adlı katılımcı da aracı ile yer almış fakat diğer araçlardan farklı olarak aracının üzerini örttüğü görülmüştür. Sebebi sorulduğunda ise boyası solmaması içi bu şekilde sergilediğini söylemiştir. Fuarda en dikkat çeken araç ise yine Serçe 4 adlı katılımcının aracı olduğu da gözlerden kaçmamıştır.

"Derdi çok arabanın. Nerde ne kasis var hepsini bilirim hatta çukurlar bile ezberimdedir o derece hastalık benimki. Yıllardır basık binerim. Ben motorla bile sürüne sürüne giderim. Çevirmeler nerede, polisler nerede durur hepsini bilirsin artık." (Serçe 8)

Kuş serisi araçlara olan tutkusunu yollardaki kasis ve çukurların yerini ezbere bilinmesi ile ölçen Serçe 8 adlı katılımcı, genellikle grup üyeleri arasında kurallara pek uymaması özelliği ile tanınmaktadır. Çeşitli sebeplerle sürekli trafik cezası yediğini söyleyen genç katılımcı, toplumsal bir denetim mekanizmalarından biri olan trafik polisleri ile arasının pekiyi olmadığından şikâyetçidir. Araştırmaya katılan genç katılımcılar genellikle bu türden olan araçlara olan tutkuları diğer insanların anlamadığını ama kendileri için vazgeçilmez bir tutku, bir hastalık olarak tanımlamaktadırlar.

Zevk

Gençlerin sosyalleşme sermayesi olarak kullandıkları kuş serisi araçları, aynı zamanda birer kimlik oluşturmak için kullandıkları bir araca da dönüşmektedir. Gündelik hayatta

zevklerini yansıtan düzeyde bir araba kullanmak gençlerin, sosyal bir ortam oluşturmalarına yardımcı olmaktadır. Sahibi oldukları araçlarında zevklerini yansıtacak çeşitli değişiklikler ve dönüşümler yapan gençler, araçlarını diğerleri ile etkileşim kurmanın yolu olarak kullanmaktadırlar. Gençler baskın kültürden farklılıklarını ayırt etmek için sahibi oldukları araç üzerinden kişisel zevk ve beğenilerini yansıtmayı tercih etmişlerdir. Bu konu ile ilgili gençlerin söylemleri aşağıdaki alıntılarda verilmiştir.

> *"Önemli olan beni mutlu edebilmesi veya ben o arabayı kullanırken zevk alabilmem onunla zaten fazlasıyla yaşatıyor bana. Bunun üstünden ben yani hem ekmeğimi kazanıyorum hem de benim ideallerimi veya zevkimi bana yaşatıyor. Bunu yaşattığı için de onun emeğinin karşılığını ben de ona vermem lazım. Tofaş grubunda slx grubu en üst seviye nirvana yani. O yüzden benim için de slx yani Kartal aldım. Mesela onu da slx aldım. Düz Kartal aldığımda yani gerek çizgi hatları olsun gerek görüntü olsun aynı zevki almayacaktım. O yüzden slx aldım yine…. Yeniden doğmuş gibiydim zevkten dört köşe oldum resmen." (Kartal 1)*

Tofaş marka araçlardan kendi zevk ve beğenilerini en iyi yansıtacak modelin kuş serisinden slx grubu olduğunu belirten Kartal 1 adlı katılımcı, aracını aylarca internet üzerinden takip etmiş ve gerekli para denklenince almak için Karaman'dan Rize'ye kadar gittiğini belirtmiştir. Hem yaptığı iş hem de zevkini yaşatacak en iyi araç olarak Kartal modeldeki araç olduğunu söylemiştir. Her ne kadar ileri yaş gruplarının daha çok tercih etmesine karşılık genç olarak Kartal aracı ile Karaman'da görünür olmaktan mutlu olduğunu belirtmiştir.

> *"Motorunda arıza çıktı mesela en düşük bütçe ile yaptırılabilecek bir araba yani. Tofaş konforlu bir yönü olmayabilir ama modelli bir araçtan daha çok zevk alıyorum. Kendi iş yerimde modelli araçlar mesela akşama kadar onlara biniyorum. Kendi aracıma binmek daha zevkli, zevk meselesi herkes sevmeyebilir. Fabrika çıkışı olanlar var. Onlar daha zevkli sürmek. Ben keyfine, zevkine binmek için alıyorum. Benim gibi düşünen de çok eminim.*

Şimdi yeniden üretime geçeceklermiş. Gerek yok ki biz Tofaşı zaten kendi zevkimize göre üretiyoruz." (Doğan 2)

Tofaş marka aracın Türkiye dışında başka bir ülkede yıllar sonra yeniden üretime geçecek olması mülakat yapılan gençler arasında değinilen konulardan biridir. Gençlerden bazıları Türkiye'nin yerli markası olan Tofaşın başka bir ülkede yeniden üretilmesine tepki gösterirken bazı gençler ise memnuniyetle karşılamıştır. Doğan 2 adlı katılımcı ise kendi kişisel zevklerine göre Tofaş kuş serisi araçlara yorum getirdiklerini, kendisi için başka ülkede yeniden üretilmesinin hiç bir anlamı olmadığını belirtmiştir.

"Bana deseler ki evleneceğin kız Tofaşa binmez deseler o kızla evlenmem yani zevkime saygı duyacak bana sevecek biri lazım. Araba 100 milyar ama zevkin bedeli olmaz o yüzden daha geçen 25 bin lira masraf ettim Konya'da. Biz zevkine bineriz 12 saat oturmadan çalışıyorum. Sonra 30 km de yol yaparım her gün zevkine. Bir gün binmesem olmaz içim rahatsız olur illa binecem yorgunluğumu alıyor o işte. canın sıkkın olsun bi 10 dk sür canının sıkıntısı gider. Tofaş bir zevk parayla alakası yok millet için hurda parçası ama bizde öle değil. Karşısına geçip nargile içerim karşılıklı o çok hoşuma gider pikniğe gittiğimde falan ses son ses açarım karşısında mangal yaparım o duygu tarifsiz. Bundan sonra araç alsam dahi bu durur satmam bir kenarda dursun. Canın sıkılınca benzini doldur gez. Babam bile memur olduğu halde zevkine biniyor bırakamıyor o da o yaşta. Milletin gönlünde teneke parçası ama zevk yani işe bile bununla gider bazen. Çocukluk hayalimdi bu araç zevk için biniyorum. Ehliyet yok iken abiler geçiyordu önümüzden hevesle bakıyordum. İlk arabam da bu oldu. Şahin ama Şahin benim için daha başka yani parçası ucuz en önemlisi o. Yani motor iyi ise 50-60 lira yaptıramaz yani bir tampon 200-300 lira modelli olsa daha pahalı yani. Bütün parçalarına da kolay ulaşılıyor daha ne olsun hem zevkime hem cebime hitap ediyor." (Şahin 3)

Sahibi olduğu aracın hem zevkine hem de cebine hitap ettiğini söyleyen Şahin 3 adlı katılımcı, çocukken hayali kurduğu bir araca sahip olduğunu belirtir. Yedek parça olarak kolay ulaşılabilirlik ve diğer araçlara kıyasla biraz daha cüzi miktarda olması katılımcının tercih etmesindeki en büyük neden olarak görülmektedir. Katılımcı genç

için bir Şahinden daha fazlası olan araç, aynı zamanda diğer aile üyeleri tarafından da ilgiyle kullanılmaktadır. Memur bir babası ve modelli bir aracı olmasına rağmen çoğu zaman kendisi de Şahin aracı kullandığından bahsedilmiştir. İleride evleneceği kişiden bu türden araçlara olan merakını saygıyla karşılamasını beklemektedir.

> *"En model 2020 bmw ye bineyim bundan aldığım zevki alamam. O mu? Bu mu? dersen Tofaş derim. Modelli araca da binmek isterim ama bir tarafım satmam diyor yani. İşe bile keyfini çıkara çıkara giderim böyle yavaş yavaş. İşten çıkarken de aynı bunun zevkinin tarifi olmaz yani. Biz zevkimizi yaşamak istiyoruz. Buraya geldiğimde aracı indireyim güzel görünsün amaç o. Hele motor yapılı, egzozdan da ses geliyorsa zevk verir. Tutku paha biçilemez bizde. Üstten dolu buda tamamen oynanık değil parçaları değişik. Tek bağımlılığımız bu arabalar yani. Millet gibi gidip böyle alkol içimeyiz hiç birimizde yok. Elimizden bir tornavida düşmüyor o kadar. Rezillik değil bu zevki işte." (Doğan 3)*

Modern kentin yeni flaneurları olan Tofaşçı gençler için hayatı yaşanabilir kılan en önemli etken araçları ile aralarında kurdukları o duygusal bağdır. Araba uğraşısı ile kötü alışkanlıklara sapmayı engellediği gerçekleştirilen mülakatlarda gençler tarafından sıklıkla dile getirilmiştir. Bu doğrultuda hem kötü alışkanlıklara yönelmek engellenmekte hem de gençler bütçelerine göre zevklerini yaşamaktadırlar.

> *"Bende ilk hastalık olarak başlamadı. Normal, maddi olarak bunu tercih etmiştim. Sonra bine bine değerini anladım. Maddi olmanın ötesinde başka bir zevk var bunda." (Doğan 6)*

> *"Şu an benim 46 bin lira cezam var ödenecek, ehliyetim yok, sigortam geçmiş ama binmekten vazgeçmiyorum. Neden çünkü bu benim zevkim. İnsan zevkinden vazgeçer mi ki?" (Doğan 10)*

İlk başlarda var olan bütçeleri doğrultusunda kuş serisi araçları kullanmayı tercih eden gençler zamanla bu zorunluluğu zevk ile kullanmaya çevirmişlerdir. Karşılaştıkları olumsuz tepkiler, her gün yazılan trafik cezaları yine de gençleri bu türden araç kullanmaktan alıkoyamamıştır. Alt kültür gruplarının sergiledikleri davranışlara benzer özellikler sergilemeleri nedeni ile kuş serisi araba tutkunu gençler bu araştırmada bir alt

kültür olarak tanımlanmıştır. Alt kültür gruplarının özelliklerinden biri de hakim kültürden farklılıklarını belirli nesneler üzerinde sergiledikleri zevk ve beğenileri olmaktadır. Aynı zamanda bu gençlerin zevk ve beğenilerini yansıtmak için tercih ettikleri otomobil gibi bir nesne ile tüketim kalıpları içerisinde davranışları da şekillenmektedir. Bu sayede de gençler ait oldukları grubun zevk ve beğenilerini de yansıtmaktadırlar. Gençler için araçları ile göz önünde olmak ve dikkatleri çekmek araç kullanmanın verdiği zevkten daha değerli olmaktadır.

Stres Atmak

Gençler, hayatındaki diğer bütün her şeyden daha değerli olan araçları söz konusu olduğunda onlardan canlı bir varlıkmış gibi bahsederler. Doktora gitmektense kendilerini tedavi edebilecek tek şey gençler için araçlarıdır. Derdi, kederi, mutluluğu kendileri ile birlikte paylaşacak olan yine bu araçları olmaktadır. Yaşanan strese en iyi gelen yine gençlerin araçlarıdır. Bu konu hakkındaki gençlerin neler söyledikleri aşağıda verilmiştir.

> *"Her zaman benim için farklı ya. Üzülürsün, sıkıntıya girersin, strese girersin. Bir uyuşturucuya, bir alkole ihtiyaç duymana gerek yok. Arabana binersin. Açarız sesi çıkar atarsın. Dünyalar senin olur yani. Allah isteyen herkese versin." (Şahin 8)*

> *"Kafa dinlemeye Tofaşın içine girerim. Evimin önünde oturur, müziğimi dinler, hayaller kurar, giderim evime." (Doğan 2)*

> *"Hani kafa dağıtacağımda bir tedavi olayım dediğim zamanlarda çıkartıp biniyorum." (Doğan 12)*

> *"Bu arabacılık dediğin şey benim için bir kaçış noktasıydı. Yani herkes diyor ya işte 'kafam bozukken garaja atıyorum kendimi, işte kız arkadaşımla tartışıyorum arabamla ilgileniyorum' bu hakikaten öyle bir şey olduğunu fark ettim. Ama dediğim gibi bu bir deşarj noktası. Bu hani elektrik devrelerinde sigorta olur ya böyle son noktaya geldiği zaman ya yanacaktır ya kısa devre*

yapacaktır ya da o sigorta atar her şey eski haline geri döner ya bu o işte." (Serçe11)

Stres atmak için araçlarından başka hiçbir şeye gereksinim duymayan gençler, en iyi ilacın araçları ile ilgilenmek olduğunu söylemişlerdir. Moralleri bozuk olduğunda tüm yaşanan olumsuz durumları unutmak, içerisinde hayallere dalmak ve sonraki gün için yeniden başlama gücü ile motive olmak, gençlerin stresle başa çıkmak için kullandıkları yöntemlerden biri olmuştur.

"Benim aracımda güç olacak, pist yapsalar keşke buraya da. Biz de orada yanlasak, stres atsak. Mahalle arasında, sokakta yapınca serseri diyorlar." (Doğan 9)

"En ucuz arkadaş Tofaş. Canın mı sıkıldı? Hiç bir şey de yok. Şöyle iki dön gel tamam. Elinde tesbihin, ufaktan ses geliyor böyle tin tin gez yani." (Serçe 8)

Tofaş bir araca sahip olmak aynı zamanda yanlamak, drift atmayı da gerektirmektedir. Trafik kurallarına aykırı bir eylem olsa da her Tofaş sahibi genç bu kural dışı eylemlerden mutlaka yapmışlardır. Gençlerle yaptığımız sohbetler esnasında kural dışı eylemlerin Tofaşçı kimliğine zarar vereceği söylenerek yapmadıklarını belirtseler de sorulan soruları ölçmek için kullandığımız yöntemlerden biri olan ilerleyen sorularda tekrar bu kural dışı eylemler hakkındaki görüşlerini sorduğumuzda öncekinden farklı cevaplar alınmıştır. Genellikle trafiğin sakin olduğu saatlerde yanlayıp drift attıklarını söyleyen gençler bu kurallara aykırı eylemi stres atmak için yaptıkları belirtmişlerdir. Yukarıda Serçe 8 ve Doğan 9 adlı katılımcıların söyledikleri bu eylemlerin, Tofaşçı gençler ile özdeşleştiğini bizlere göstermektedir.

Heyecan

Kuş serisi araçlar etrafında kendilerine bir sosyalleşme alanı yaratan gençler kentin sokaklarında yarış yaparak, yüksek sesli müzik dinleyerek, egzoz sesi ile caddeleri doldurarak tüm dikkatleri üzerlerine toplarlar ve bu durumun yarattığı heyecanın büyüsünden kendilerini alamazlar. Sadece bu heyecanı yaşamak için bile bu türden araç sahibi olmaktan vazgeçmek istememektedirler.

"Tofaş herkese ödünç verilmez. Mesela çabuk gaza gelirler. 'Herkes bana bakıyor. Gaza basayım' derler. Çarşıda durayım mesela badanaj çekerek kalkarım ki herkes bi baksın. Heyecan olsun, yaratsın diye. Bir de arkadaşlar biniyor ya hava atıyorum. Bir de müzik açıyorsun oyun havası ooo değme keyfime." (Şahin 3)

"Yanlayacan böyle. Maşallah araba da iyi. Arka lastikte kabak benim iyi yanlasın diye değiştirmedim. Ayrı bir zevk yaa. Kalbim güm güm ediyor ya böyle öyle oluyorum içinde." (Doğan 9)

Park halindeyken bile kuş serisi modeller üzerinde yaptıkları değişiklikler nedeni ile diğer insanlar tarafından kolaylıkla fark edilen araçlar, hareket halinde çıkarılan gerek egzoz sesi gerek yüksek sesli müzik ile daha çok dikkatleri üzerlerinde toplamaktadır. Araştırma kapsamında görüşmeler gerçekleştirdiğimiz kadın katılımcılar ile bir kaç akşam bu türden bir araç içerisinde mülakat yapıldı. Aracın gövdesinde yapılan görsel değişiklikler sonucu hareket halinde bütün dikkatleri üzerine toplayan sürücü koltuğundaki kadın katılımcı, duyduğu mutluluğu, heyecanı araştırmacı ile paylaşmıştır. Kadın katılımcı yaşadığı heyecanı tarif edemeyeceğini ama yaşatabileceğini söyleyerek mülakatı özellikle araç kullanırken yapılmasını rica etmiştir. Hem yaptığı iş hem görüntü olarak diğer insanlardan farklı olduğunu bu nedenle de kullandığı aracın da farklı olması gerektiği için kişisel özelliklerini yansıttığı araç ile Karaman'da görünür olmaktan oldukça mutlu olduğunu ifade etmiştir.

"Yarış asla yapmam heyecan değerlidir de ne gerek var. Benim hayallerim var yaşamak gibi…Normalde böyle şehir içinde gezmem. Farları falan yakamıyorsun özellikle akşam binersin buna. Akşam olunca daha dikkat çekiyor. Bir de bu mavi farlar herkesin gözü senin aracının üzerinde çok güzel bir şey yaa." (Doğan 10)

3.4.6.Bireyselleşen Tüketim Nesneleri: Otomobiller

Modernitenin özerk ve seçimlerinde özgür birey anlayışı yaşamın her alanında olduğu gibi ekonomik ve kapitalist toplumun temelini de oluşturmaktadır. Ortaya çıkan bu yeni yaşam şekli ile yaşamında yaptığı seçimlerinde özgür olan bireyler doğal ihtiyaçlar ve

toplumsal olarak dayatılan kitlesel arzular arasında sıkışıp kalmıştır. Dahası birey kendi doğası ve toplumsal kimliği arasında yeni ilişki şekilleri yaratmış. Yaratılan bu yeni ilişki biçimleri ile toplumsal yapıda yeni bir mülkiyet ve üretimin çoğaltılmasının yanı sıra toplumsal statü ve iş bölümüne dayanan yeni ekonomik ilişkilerin ortaya çıkmasına da neden olmuştur.

Teknolojik ilerleme ile birlikte sanayileşme sürecinde yaşanan toplumsal değişim ve dönüşümlerdeki hızlı gelişmeler, ekonomik yapının kültürel alana yansımasına neden olarak tüketim toplumu denilen yeni bir yaşam biçimi yaratmıştır.

Modern dünyada ekonominin yeni yaşam şekli haline gelen kapitalizm ile oluşan tüketim kültürü modernizim düşüncesinin bir sonucu olarak görülmektedir. Çünkü insanoğlunun doğaya hükmetmek amacıyla ortaya çıkan modern düşüncenin ekonomik hayattaki tezahürü olan kapitalizm sadece ekonomik yaşamımızı dönüştürmekle kalmamış. Aynı zamanda kapitalizm olgusu kültürel alanda da etkin hale gelerek bireylerin yaşam şeklinin belirlenmesinde de önemli bir rol üstlenmiştir.

Robert Bocock tüketim denilen olguya sadece fayda ve ekonomik bir süreç olarak değil gösterge ve sembolleri de bünyesinde barındırdığı sosyo-kültürel bir süreç olarak algılanması gerektiğini vurgular. Tüketim modern hayatın kapitalizm yüzü olmaktan çıkarak bir yaşam biçiminin vazgeçilmez bir olgusu haline gelmiştir. Dolayısıyla tüketim ihtiyaçların karşılanması etkinliği değil arzu duyulan ya da arzulanan bir nesneye sahip olunması etkinliğine dönüşmüştür (Bocock, 2009:13). Böylece modern çağın ortaya koyduğu tüketim olgusu sadece satın almak değil yeni bir toplumsal ilişkilerinde temel unsuru haline gelmiştir.

Bireyler tüketim nesneleri ile bütünleşerek kendilerini gerçekleştirmenin yegane yolu olarak nesneleri bir araç olarak görmüş ve toplumsal statü tüketim nesnelerine sahip olma yoluyla sağlanır olmuştur. Toplumsal kimlikler bu tüketim nesnelerinin kullanılması ve sergilenmesi ile kazanılır hale gelmiştir.

Henri Lefebvre modern tüketim kültürü içerisinde otomobilleri, modern dünyanın simge nesnelerinden biri olduğu belirtmektedir. Otomobillerin belirli teknik özellikler ile donatılması maddi birer nesne olmanın ötesinde simgesel bir niteliğe taşımaktadır. Toplumsal bir varoluşun parçası olarak otomobiller, duyumsanabilir simgesel, pratik ve imgesel bir gerçekliğe sahiptir. Toplumsal statünün, prestijin sembolü olarak

otomobiller, toplumsal hiyerarşiyi de gözler önüne serer. Otomobiller konfor, hız, gibi pratik kullanımının yanı sıra bir gösterge olarak da tüketilmektedir. Hızın simgesi ve düşü olmaktan çıkarak kullanıcısı için anlamlı bir nesne haline dönüşür (Lefebvre, 2007:117).

Otomobil dönüştürme eylemlerinin kişiye özgü tasarlanan hatta kişisel özgürlüğün kullanım nesneleri olarak sunulduğu yeni bir tüketim alanı sağlanmaktadır. Tüketim kültürü içerisinde önemli bir yere sahip olan otomobil kültürü de bireylerin yaşamlarının yeniden anlamlandırdığı bir deneyim alanı olarak kendini göstermektedir. Tüketim toplumunun gündelik yaşam biçimini şekillendirmede önemli meta simgelerden bir tanesi olan otomobiller bireylerin yaşam alanlarını da şekillendirdiği gibi yaşamın birçok alanını da değiştirip dönüştürmektedir. Trafik, park yerleri, şehir merkezleri, cadde ve sokaklar, binalar olmak üzere gündelik yaşamın pek çok alanını da düzenleme yetisine sahiptir. Bu araştırma da bireylerin yaşamlarının vazgeçilmez birer parçasına dönüşen otomobiller kullanıcılarının kişisel özelliklerini en iyi yansıtacak bir nesne olarak karşımıza çıkmaktadır. Gençlik alt kültür gruplarının belirgin bir özelliği olarak kendilerine ait bir tüketim geleneği içerisinde yer alan bu gençler diğerlerinden farklılıklarını ortaya koymak için brikoloja başvurmaktadır. Nesnenin ilk özgün anlamının dönüştürülmesi amacıyla yeni anlamlar yüklenerek farklı bir anlama gelecek şekilde yeniden düzenlenişi anlamı taşıyan brikolaj kavramı ile gençlerin otomobillerini görsel olarak dönüştürtürdüğü bambaşka anlamlarla yüklü yeni bir kültürel kimlik yaratmaya çalıştıkları görülmektedir. Ayrıca gençler, kendilerine yeni bir kimlik kazandırma işlevini üstlenen otomobilleri ile yeni bir tüketim geleneği içerisinde yer alacaklardır. Bu başlık altında sembolik bir araç olan otomobil gibi bir nesne ile gençlerin gündelik hayatlarında tüketim ile kurdukları ilişkilere değinilecektir.

Tüketime İkna Olma

Gençler yaşamdan keyif ve zevk almak için modern yaşamın sunduğu tüketim odaklı bir yaşam içerisinde kendilerini bulurlar. Yıllarca hayalini kurduğu bir nesneye sahip olan gençler tüketimin sembolik bir hal aldığı bu yenidünyada gündelik hayatlarını şekillendirmelerine de müsaade ederler. Araştırmaya katılan gençler kuş serisi araç sahibi olmaya nasıl karar verdikleri ve otomobil kültürü içerisinde nasıl yeni bir tüketim şekli oluşturduklarına ilişkin sahadan elde edilen alıntılara aşağıda yer verilmiştir.

"Öncelikle ben bu araca zorunlukltan binmiyorum keyfi olarak biniyorum, yarışlara katılıyorum, gidip başka bir arabaya da binebilirim ama ben bunu tercih ediyorum. Aynı fiyatlarda başka bir araca da binebilirim. Bizim amacımız bir nevi gösteriş aslında. Kendimizi daha iyi hissediyoruz gösterince. Çöpten bir şey bul mesela yakışır. Aynı şeyi git başka araca tak o kadar yakışmaz. Parça konusunda sıkıntı da çekmiyoruz ya sanırım o yüzden de biraz cazip geliyor." (Doğan 4)

"Sanayide yetiştiğim için gençken hep bir Tofaşım olsun hayali kuruyordum. Basık, çelik jant takmak, içine müzik seti ile doldurmak. Kendi zevkime göre abartı egzoz takmak, görsel amaçlı yani. 'İlk araban ne olsun?' diye sorsan z kuşağına bile Tofaş der. Oğlum var mesela aynı şekilde 'askerden geldiğimde bana bir Tofaş yaparız demi' diyor mesela onun hayali bile Tofaş. O kadar lüks arabalara biniyor ama ilk sahip olmak istediği araba Tofaş. 93'ten beri benim sürdüğüm arabalar Tofaş ilk sürdüğüm Hacı Murat." (Doğan 1)

Kültürel bir anlam taşıyan herhangi bir nesnenin geleneksel kullanım amacı dışında başka anlamlara gelecek şekilde yeniden düzenlenerek kullanılması sonucu oluşan brikolajı, gençler otomobillerine taktığı çeşitli aksesuarlarla göstermektedir. Doğan 1 ve Doğan 4 adlı katılımcılar benliklerinin bir yansıması olarak çeşitli aksesuarlar takıp dönüştürdükleri ve sahibi oldukları kuş serisi otomobilleri sırf bu yüzden tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Kendilerine ait sosyal bir alan yaratmak ve görsel heyecanın yoğun olduğu yarışlar gibi orgnizasyonlarda boy göstermek için tüketime ikna olduğunu belirten Doğan 4 adlı katılımcı sıklıkla yarışlara katılıp dereceler aldığını ve tanınırlığını arttırdığını söylemiştir.

"Orta dereceli bir ailenin alabileceği en iyi araba bu yani. Parça yönünden çok iyi kolay erişebilir. Modelli bir araç olsa sanayide herhangi bir parçacı getirttireyim ya da elimde yok bulamazsın falan diyorlar. Bunu kime varsan elinde vardır. Ben parçacı değilim mesela benim stoğumda bile var. Kendi stoğum var garajımda malzemelerim var. Alıp sattığım arabaların üzerinden çıkan malzemeler var. Sıfır malzemeler var. Motorunda arıza çıktı mesela en

düşük bütçe ile yaptırılabilecek bir araba yani. Tofaş konforlu bir yönü olmayabilir ama modelli bir araçtan daha çok zevk alıyorum. Parça yönünden sıkıntı yok evet ama seviyorum. İmkân meselesi birazda orta dereceli bir ailenin alabileceği en yüksek araba bu bence." (Doğan 2)

Gençler gerek imkanları doğrultusunda gerek zevklerini yansıtacak en iyi aracın Tofaş marka otomobiller olduğunu düşünerek bu türden bir araca sahip olmayı tercih etmişlerdir. Yedek parçalarının kolay ulaşılabilirliği de tercih etme nedenlerinin başında yer alır.

"İlk olarak açıkça söylemek gerekirse maddiyat. Gücümüz ona yetiyordu. Ama hoşuma gidiyor. Beni bilenler bilir Şahinciyim. O yüzden hevesim vardı. 30 milyara aldım bir sene önce. Şimdi bu araçlar 55-60 bin kadar. Kuş serisi araçların genellikle tiplerini seviyorum. 90'lı yıllarda üretilen en yakışıklı araba bence O yıllarda üretilen diğer araçlara bakıyoruz örneğin Broadway yakışıklı değil bence. Evet farklı duruyor ama bunlar gibi değil yakışıklı değil. O yıllarda yapılmış en güzel araba bunlar Tofaş serisi Tofaş kuş serisi." (Şahin 1)

Şahin 1 adlı katılımcı yine Doğan 2 adlı katılımcı gibi kuş serisi araç kullanıcı olmayı tercih etmesindeki nedenin ilk olarak maddiyat olduğunu belirtmesine ek olarak bu araçların tarihsel bir geçmişe sahip olması nedeniyle de tercih etmiş görünmektedir. Yıllara meydan okuyan bir görüntüsünün yanı sıra istediği değişiklikleri yapabilecek ve taktıkça yakışacak olan aracın yine kuş serisi araçlar olduğu söylenmektedir.

"Bende bir tane de passat var. Onu kayınpedere verdim. Ben buna biniyorum. Düşün yani bunun için passattan vazgeçtim. Bu arabayı biraz daha çok seviyorum çünkü parçası zor bulunuyor. Biraz da bizi uğraştırıyor ya o yüzden daha çok seviyorum zevkli oluyor o yüzden. Şurda sanayide satılsa parçası o kadar zevkli olmaz mesela herkes ulaşabilir zevki kalmaz. Bir de maliyetli ya herkes uğraşamıyor bu da daha çok zevk veriyor." (Serçe 5)

Serçe 5 adlı katılımcı Doğan v e Şahin modellerin aksine Serçe modellerin biraz daha klasik otomobiller kategorisine girdiği ve değişiklik yapmak istediği parçaların kolayca ulaşılmasının mümkün olmadığı için bu türden bir araç sahibi olmayı tercih etmiştir. Klasik araçlara takılan aksesuarların sınırlı sayıda ve maddi olarak diğer araçların parçalarından daha fazla olması nedeniyle herkesin kolaylıkla ulaşmasının zor olduğunu belirten Serçe 5 adlı katılımcı fazla mesai gerektiren bu özellik ile bu türden bir araç kullanmayı tercih etmiştir.

> *"Bütçe kısıtlı farklı bir araba yapmak istiyorsun zaten farklısın diğer insanlardan…" (Şahin 6)*

Şahin 6 adlı kadın katılımcı diğer erkek katılımcıların aksine kendine ait bir iz bırakmaya karşı duyduğu bir tutku ile kuş serisi bir araç kullanıcısı olmayı tercih ettiğini belirtmiştir. Sahip olduğu bütün araçlarında farklılığını yansıtacak izler bu türden araçlar üzerinde yaptığı görsel değişiklikler ile bulduğunu görüşmelerimiz sırasında sıklıkla dile getirmiştir.

> *"Toyoto alacaktım aslında onun fiyatları biraz yüksekti, Brodway vardı o da biraz orta yaştaki kişilere uygun, Tofaşta gençlere gidiyor bassan bile yakışıyor." (Doğan 8)*

Doğan 8 adlı genç katılımcı belirli araçların belirli yaş gruplarına göre tercih edilmesi nedeniyle kendi yaş grubuna uygun en uygun aracaın kuş serisi bir araç olduğunu belirtmiştir. Başka markada bir araç almak istediğini ama bütçesinin kısıtlı olması sebebi ile gençliği yansıtacak en uygun aracın Tofaş olduğunu diğer katılımcılar gibi Doğan 8 adlı katılımcı da dile getirmiştir.

> *"Ben görüntü hastasıyım. Bindiğim tırda öyle görünüm bakımından özel olacak, hangisine binersem bineyim görüntü güzel olacak. Araba toplamak içinde güzel görüntüyü verecek olan Tofaş o yüzden Tofaş. Mesela 200 bine başka bir araçta alabilirim ama bunun gibi gösterişli bir şey alamam. Ona da değişiklik yapabilirim ama maliyeti aşıyor bütçen belli ben şimdi 200 bine Toyota alamam mesela o parayı versem orijinal binmek zorunda kalırım. Ben*

orijinal binmek istemiyorum. Orijinal dışı olsun. En düşük bütçe ile gösterişli bir araç Tofaş olur. O yüzden Tofaşı tercih ediyorum." (Şahin 5)

En düşük bütçe ile kişisel zevkleri doğrultusunda toparlayabileceği ve toplum tarafından da kabülü sağlanan kuş serisi araçların görsel zevkleri yansıtacak en uygun araç olduğu bilindiği için Şahin 5 adlı genç katılımcı kullanıcısı olmayı tercih etmiştir. Genellikle araştırma kapsamında mülakatlar gerçekleştirdiğimiz gençler ya performans olarak ya da görsel olarak bu türden araçların değişiklikler yapmaya en uygun araçlar olduğunu belirtmişlerdir.

"Tofaşa binenler bu şartlarda hep zorunluluktan yalan gerek yok yani, çünkü piyasa yüksek. Millet istediğini alamıyor. Aldığını istediğine dönüştürmeye çalışıyor imkanlar dahilinde mecbur yani." (Serçe 8)

Gençler fizyolojik ihtiyaçları dışında diğerlerini hem etkilemek hem de gösteriş için tüketim içerisinde yer alırlar. Bu tüketim şekli psikolojik olarak bir tatmin sağlamaktadır. Veblen'in de (2022) üzerinde durduğu gibi bireyler nesneler olan tüketim gereksinimleri sadece fizyolojik değil aynı zamanda bireylerin gösteriş için tüketime duydukları psikolojik tatminden kaynaklanmaktadır. Otomobil kültürü içerisinde oluşan yeni bir tüketim biçimi ile gençler toplumsal statüsünü göstermek gibi önemli bir işlevi gerçekleştirmiş olurlar. Gençler toplumun diğer kalanından farklılıklarını yansıtmak için bir nesne üzerinden gösterişçi tüketim içerisinde yer aldıkları gibi aynı nesneye farklı anlamlar yükleyerek diğerleri ile iletişim kurduğu bir sembolik tüketim içerisinde de yer alırlar. Artık bu gençler için tüketmek ihtiyaçların karşılanması anlamı taşımanın ötesinde arzu duyulan bir nesneye sahip olma etkinliğine dönüşmüştür.

Hayal

İnsanoğlu dünyaya gelirken yalnızca tüketim arzusu ile gelmediği gibi bir tüketici olmayı sonradan öğrenir. Tüketim kültürü içerisinde nesnelere olan ihtiyaç fiziksel ihtiyaçtan duygusal ihtiyaca doğru kaymış ve bireyin duygusal dünyasını yönetmesinde nesne vazgeçilmez bir öneme sahip olmuştur. Zamanla nesneye sahip olmak dışında nesnenin yansıttığı değer daha arzu edilebilir bir hale gelmiştir. Otomobillerin insan yaşamını kolaylaştırmasının yanı sıra kullanıcısına verdiği haz ile gençler ve kuş serisi

araçları arasında duygusal olarak bir bağ oluşmuştur. Gençlerin yıllarca bir gün böyle bir araca sahip olmanın hayali ile yaşadıkları ve amaçlarına ulaşıp ulaşmadıklarına ilişkin düşünceleri aşağıda katılımcıların ifadelerinde yer verilmiştir.

> *"Temiz bakardık hep. Babamın da ilk Doğanıymış. O Doğan bambaşka bir şey ya. Hep hayalimde büyüdüğümde yani oturduğum mahallede en iyi slx bende olsun isterdim. İleriki zamanda ne olur bilmem ama kum grisi bir slx daha isterim. O rengine binmeyi de çok isterim yani bütün rengine binmek isterim. Bizde durum bu." (Doğan 3)*

Doğan 3 adlı katılımcı özellikle Doğan modelinin bütün rengini kullanan bir genç olarak küçükken babasını rol model alarak bu uğraşıya merak duymuştur. Diğer kuş serisi modellerinin aksine özellikle Doğan sahibi olmak ve onuda en dolusu şekilde almayı tercih eden genç katılımcı bu özelliğiyle diğer katılımcılardan ayrılmaktadır. Tofaş marka olmasına rağmen diğer modellerin dikkatini çekmediğini söyleyen katılımcı, aslında tam bir modern flaneur örneği teşkil eden bir gençtir.

> *"Biz mesela ilkokula giderdik sekizinci sınıfta, ilkokul zamanlarında çok yakın arkadaşım vardı şimdi yurt dışında. Onunla hep böyle muhabbetlere yapardık. Hayalimiz kesinlikle Audi, BMW bu tarz bir şey değil eski kasa Şahin yani…Şu anda sana yemin edebilirim imkanım olsa 131 alır, yaparım, garaja koyarım. Seyirlik orada durur. Yağmurda falan çıkarmam öyle dursun….Yıkama dükkanı açmak istiyorum mesela daha fazla arabalarla ilgilenmek için. Çoğu yıkamacıyı beğenmediğim için arabamı hep kendim yıkarım." (Doğan 5)*

Doğan 5 adlı katılımcı ile görüşmelerimizde kendini arabacı olarak tanıtanlara inat Karaman'da en tutkulu arabacının kendisi olduğunu belirtmiştir. İlkokul zamanlarında arkadaşları ile hayalini kurduğu ilk aracına ilerleyen ergenlik dönemlerinde ailesinin haberi yokken kavuşmuş ama ücretini ödeyemediği için geri vermek zorunda kalmıştır. Sahip olduğu ilk kuş serisi aracını maddi imkansızlıklar nedeni ile geri vermek zorunda kalan genç katılımcı, ailesiyle de bu tutkusu yüzünden sürekli anlaşmazlıklar yaşamıştır. Özellikle modifiyeli arabalar konusunda gözü kara ve diğerlerinden daha çok bilgiye sahip olduğunu dile getiren katılımcı bu yönüyle Karaman'da tek olduğunu belirtmiştir.

Ayrıca temizlik konusunda diğerlerinden daha hassas olan genç katılımcı, ilerdeki tek hayalinin arabalarla daha fazla ilgilenebilmek adına oto yıkama dükkanı açmak olduğunu söylemiştir. Ayrıca sıfırdan geldiğini söyleyen katılımcı, Tofaş araçlardan sonra binmek istediği tek aracın BMW olduğunu ve bu hayaline de görüşmelerin yapıldığı tarihten yaklaşık bir ay önce kavuştuğunu söylemiştir.

> *"Çocukluğumdan beri hayalimdi ama imkanım yoktu. İnat ettim ilk arabamı bir tanıdığımdan aldım. O da çok kötüymüş beni mahvetti. Acemi olunca da anlayamadım. Bunu satarsam 98 model alacam ya da 2000 model. Çocuklarımı küçükken eğitecem bu araçlara karşı. Beraber fuarlara falan gideriz. Babamın bana yapmadığımı ben çocuğuma yapacam. Yavaş yavaş yükselirim ben. Daha üstüne binerim." (Doğan 10)*

Doğan 10 adlı katılımcı da diğer katılımcılar gibi kuş serisi bir araca sahip olmayı çocukluk yıllarında hayal etsede bu araçlara olan ilgisi babası tarafından hiç hoş karşılanmamış. Genç katılımcı ileride çocuklarının araçlara olan ilgisini karşısında babasından görmediği desteği sağlayacağı hayali ile yaşamaktadır.

> *"Bunu satacam mesela ilan koydum 170 bine. Kendim Serçe alacam. Ona daha hafif motor takacam. Tam drift makinesi yapacam onu. Hafif olsun daha çok yanlamak için, daha katil duruşlu olacak." (Doğan 9)*

Heyecanı doruklarda yaşamayı daha çok tercih eden Doğan 9 adlı genç katılımcı, sahip olduğu Tofaş marka araçları yarış yapmak için tercih etmektedir. Aracına Katil S adını takan katılımcı, bir sonraki hayalinin Serçe model bir Tofaş alıp drift atabileceği, yarışlara katılabileceği bir araca dönüştürmek olduğunu söylemiştir.

> *"Hayalimde böyle bir araç vardı. Kendim tasarlayım, kendim boyayım, toparlayım vardı. Motor güzel, araç güzel, yürüyüşü de güzel, görünümü de güzel olsun istedim. Elimdeki o paraya alabileceğim en iyi araba buydu. Sonrası ne olacak bir bakıyorsun arabayı kendine göre şekillendirmeye başlıyorsun. Şunu yapayım, rengini değiştireyim, şurasına şunu takayım diye. Böyle gidiyor işte." (Şahin 6)*

Bir kadın olarak kuş serisi bir araç ile görünür olmak her ne kadar diğerleri tarafından tuhaf karşılansa da Şahin 6 adlı kadın katılımcı, bu türden araçlara olan merakını her geçen gün daha ileriye taşıyarak yaşadığını belirtmiştir. Her seferinde farklılığını dile getiren katılımcı kendisini yansıtacağını düşündüğü arabalarını da kendine has bir şekilde görselleştirmektedir.

> *"Çocukluk hayali. Ben zorunluluktan biniyorum ama kendime göre o zorunluluğu zevke çeviriyorum. 100 bin var buna biniyorum. Binerken de çok dikkatli binerim ama öyle her yola girmem." (Şahin 5)*

Bir yandan çocukluk hayali olduğunu diğer yandan da maddi imkânlar dâhilinde kuş serisi bir araca sahip olduğunu belirten Şahin 5 adlı genç katılımcı, zorunlu olarak kullanmak zorunda kadığı aracı zevkli bir hale dönüştürerek kullandığını belirtmiştir. Katılımcı zorunluluktan bu araca bindiğini belirtse de gündelik hayatı şekillenedirmede önemli olduğu bilenen otomobil gibi bir nesne, bireyleri de tüketim kültürü içerisinde kendine has bir yöntem ile yeniden şekillendirmiştir.

> *"İşte güzel bir garaj yapacam. Sarı Vosvos, sarı Serçe, sarı Honda, sarı Doğan dizecem böyle yan yana. Mesela benim çocukluğumdan beri hayalimdi işte elektrikli motor aldık onu modifiye yaptık, sonra motor aldık onu modifiye yaptık, kendim yaptım onu da. Sonra Serçe işte onu da görüntü için modifiye yaptık. Sonra Allah nasip etti Hondaya bindik şükürler olsun. Onu da modifiye ettim yeterince. Şimdi hayalim Honda s2000. Onu Karaman'a ilk getiren ben olabilirsem benden mutlusu yok." (Serçe 8)*

Kendilerini ifade etme yolunu kuş serisi araçlar üzerinden yansıtan gençler, artık kimliklerini de bu nesneye yükledikleri semboller ile anlamlandırırlar. Bu gençlerin kuş serisi araçlar ile yeni bir kimlik yaratmaya çalıştıkları görülmektedir. Genç katılımcıların hayallerinin ölçüsü farklılık gösterse de her bir katılımcı yine otomobillerin hayatlarının merkezinde olduğu bir yaşam sürmek istemektedirler.

Ses Sitemi

Sahip oldukları sembolik bir araç ile etkileşim halinde bulunan gençler için Tofaş Kuş Serisi araçların olmazsa olmaz özelliklerinden biri yüksek maliyette bir ses sisteminin

varlığıdır. Ses sistemi bulunmayan bir Tofaşın gençler için hiçbir anlamı olmadığı anlaşılmıştır. Tofaşı Tofaş yapan özelliklerden biri de bu ses sistemidir.

> *"Ufak çaplı bir ses sistemi var. Normalde gürültüyü seven biri de değilim. Hani dolu gözüksün mantığıyla yaptıracağım onu da." (Doğan 12)*

Çok gürültüyü sevmeyen Doğan 12 adlı katılımcı için sadece Tofaş bir araç olduğu için yüksek sesli bir ses sistemi taktırmıştır. Çünkü Tofaş olmazsa olmaz özelliklerinden biri bu ses sistemidir. Hatta düzenlenen desibel yarışları ile ses sistemi bir zorunluluk olmaktadır. Tofaş araçların yarattığı bu yeni tüketim mantığında aracın değerinden fazla bir ses sisteminin takılması gayet manidar görünmektedir. Örneğin Şahin 3 adlı katılımcı 23 bin liralık bir ses sistemi ile Karaman'da bu konuda benzersiz bir araca sahip olduğunu dile getirmektedir.

> *"İçine müzik seti ile doldurmak kendi zevkime göre abartı egzoz takmak, görsel amaçlı yani. İlk araban ne olsun diye sorsan z kuşağına bile 'Tofaş' der. Müzik sistemi iyiyse çok sesli müzik dinleniyor bir de Tofaşa biniyorsan egzoz ve müzik olmazsa olmaz. Keyfim iyi olur, ses sistemi iyi, temiz olur. Caddede geziyosun insanlar sana bakıyor rahatsız etmeden geçersin keyif verir bu." (Doğan 1)*

> *"Bir ses sitemi yapmayla modifiye yaptığını zanneden çok. Ama o iş öyle olmuyor. Gönül vermek lazım. Ona yakışır şekilde de davranmak lazım. Bende ses sitemi yok mesela ama Karaman'da tek." (Doğan 3)*

Tofaşçı bir genç olmak aynı zamanda etrafa zarar vermemek, davranışları ile örnek olmayı da gerektirmektedir. Caddede gezerken insanları rahatsız etmeden müzik açmak ve aynı zamanda da diğer insanalrın hayran bakışlarına maruz kalmak gençleri keyiflendiren bir şeye dönüşmektedir. Mülakat yaptığımız gençler, gerçek Tofaşçı ve kendini Tofaşçı zannedenler olarak bir ayrım yapmışlardır. Böyle bir ayrımın varlığı üzerine 'Gerçek Tofaşçı gençleri diğerlerinden nasıl ayırt edebiliriz?' şeklinde sorduğumuz soruya gençler, 'etrafını rahatsız etmeden müziğini dinleyenlerden anlarsınız' gibi bir cevapla karşılaşılmıştır. Gençlerin ifadeleri ile gerçekten Tofaşa

gönül vermek etrafındaki diğer insanları rahatsız etmeyecek şekilde keyfini çıkarmak olarak tanımlanabilir.

> *"Zaten aylık 25 lira kazanıyorum %80 'i araç için harcıyorum. Şu an altı binlik ses sitemi var içerisinde. İstediğim seviyeye gelmesi için daha masrafım oluyor her ay. Önümüzdeki ay mesela bi 20 bin harcarım heralde...Park ederim benim aracıma kimse dokunamaz. Şu an camlar açık, anahtarı üzerinde mesela. İzmir'de yeşil Tofaşımın içini komple boşalttılar, ses sistemini çaldılar başıma geldi." (Doğan 4)*

Tofaş kuş serisi araçları daha çekici bir hale dönüştüren ses sistemi, kimi zaman hırsızlık olaylarına da kapı aralamaktadır. Araştırmaya katılan gençler için sembolik bir araç olan kuş serisi araçlar aynı zamnada büyük bir sorumlulukta gerektirmektedir. Kayıp, çalıntı ya da aracın boyasına zarar vermek için yapılan çizikler gençlerin korkulu rüyası olmaktadır. Bu sorunlarla başa çıkmak için araçlar genellikle kamera açısı içinde yer alan mekânlara park edilmekte ya da kendileri olmadan araca bir başkası oturtulmamaktadır. Bir hırsızlık olayı da mülakat yaptığımız bir esnada gerçekleşmiştir. Doğan model aracı olan bir genç ile bir akşamüstü yaptığımız sohbet esnasında araç çalınmış uzun arayışlar sonucu birkaç gün sonra kırsal bir alanda terkedilmiş bir halde bulunmuştur. İçerisinden ses sitemi ve pahada ağır yükte hafif birkaç değerli aksesuarında çalındığı söylenmiştir. Yakından şahit olunan bu olay ile özellikle Tofaş araçlar özelinde hırsızlık olaylarının sıklıkla yaşandığı gözlemlenmiştir.

> *"Sosyal medyaya koyduk tik toka falan biri yazdı. 'Abi Araban çok güzelmiş' falan diye. Sonra sattık ama nasıl sattık. '50 bin' dedim. Çocuk '40 olmaz mı?' dedi. 'Olmaz ama ses sitemim var onu sökerim' dedim. Konya'ya gittim ses sistemi yaptırdım. İlk başta iyi geliyor, yüksek geliyor. Alıştıktan sonra diyorsun ki 'biraz daha fazlası olsun sesi' Gittim tekrar ustaya ses siteminin sesini yükselttirmeye. Usta dedi 'ceza yersin yeter bu sana' dedi tabi ben yükselttirdim ses sistemini. Bir yola çıkacağın zaman teyp çalışmazsa sinirleniriz. Yolda bir 10 dakika dahi olsa ustaya götürürüz. Müzik olmazsa olmaz yani yolda o müzik çalması lazım. Bende müzik hastalığı var. Sekiz adet hoparlör var mesela benim araçta. Bir de bu ucuz da değil yani çifti 13000 lira 2500 lira 5000 lira mesela ses sistemini çalıştıran bir alet var. Mesela 2500*

aldım ben şuan 4000 mesela o şekilde gidiyor. Ben hep Konya yolunda uzun yolda sesli olarak dinlerim müziği. Kimseyi rahatsız etmeden, kimseye karışmadan."(Serçe 2)

Toplumun diğer üyeleri tarafından basit bi araç olarak görülse de Tofaş kuş serisi araçlara gençler tarafından oldukça rağbet gösterilmektedir. Bireysel zevk ve beğenileri doğrultusunda değiştirip dönüştürdükleri kuş serisi araçlar, gençler için kendilerini en iyi ifade eden bir nesne olarak gençlerin hayatında yer almkatdır. Günün yorgunluğunu açılan bir müzik ile atıp, sessiz bir yere aracı çekip hayallare dalmanın ve hatta karşısına geçip bir bardak çay içmenin verdiği haz gençler için paha biçilmez olmaktadır. Serçe 2 adlı genç katılımcının da belirttiği gibi genellikle uzun yolda yüksek seste müzik dinlemek etrafı rahatsız etmeden müzik dinlemenin bir alternatifi olmaktadır.

Modifiye

Sosyo-ekonomik koşullar nedeniyle lüks bir araca sahip olamayan ama sahibi olduğu araca düşük maliyet ile istediği değişiklikleri yapabilmek için kuş serisi araçlar daha kullanışlı olmaktadır. Araştırmaya katılan gençlerin, sahibi oldukları araçlar üzerinde yaptıkları değişiklikler hem performans arttırıcı teknik özellikler hem de gövde üzerinde yapılan görsellikle ilintilidir.

"Durumumuz yoktu BMW alacak bizde direksiyonunu aldık. Şimdi bu direksiyonu linçleyen abilerim, kardeşlerim de var 'Tofaşa BMW direksiyonu mu olur?' falan filan diye. Zevk için alındı. Gözümüze hoş geldi o an taktık. Hem detay hem dekor. Genelde Tofaşlara limon sarısı farlar bir de buz mavi farlar yakışır. Buz mavi beni daha çok cezbetti. İkisini de üstünde denedim bunu daha çok yakıştırdığım için buz mavi koydum far sis olarak. Ya bu çok farklı bir kafası var bunun çok farklı stoplar denedim ya yine soluğa döndük. Başka bir şey gözümüze güzel gelseydi o an onu takardık zaten şu an zaten BMW parçalarını takmak revanşta zaten." (Doğan 12)

Tofaş araçalara son yıllarda yapılan modifiye anlayışında genellikle modelli araçların parçaları ya da orijinal kendi parçaları takılmaktadır. Şahin model ise daha lüks bir

görünüme sahip olduğundan Doğan modelin orijinal paraçaları takılmakta iken Doğan modellere ise daha çok BMW modelin parçaları takılmaktadır. Doğan 12 Tofaş bir araca modifiye yaparken göz önünde bulundurulması gereken temel özellikleri yukaraıda sıralamaktadır. Örneğin limon sarısı ya da buz mavi farlar Tofaş aracalar için öenmli bir ayrıntı olduğunu belirtmiştir.

> *"Modifiye denince de ilk akla gelen Tofaş ve elimde olmadan işledim o aşkı. Modifiye yapacaksan Tofaşa yap Şahin ve maddiyat iyiyse slx maddiyat kısıtlı ise Şahin al ama maddiyatta iyiydir biraz lükse kaçayım dersen slx olur ama ikiside aynı görünüme sahip aynı modifiye yakışır. Tofaşın en büyük özelliği aksesuar ve modifiyenin yakışması, renoya tak yapamazsın göstermez çünkü." (Doğan 1)*

Kısıtlı bütçe ile modifiye yapılacak ise ilk tercihin Şahin olması gerektiğini söyleyen Doğan 1 adlı katılımcı, bütçe kısıtlaması olmadığı durumlarda Doğan modeller üzerinde modifiye yapılmasının daha göze hitap ettiğini belirtmektedir. Herhangi bir model üzerinde yapılacak değişiklikler Tofaş kadar gösterişli olmayacağı bütün katılımcılar tarafından üzerinde durulduğu bir konu olmuştur.

> *"Modifiye bende tutku. Ben kesinlikle aldığım bisikletime dahi yaptım yani sevdiğim için. Her arabaya bir yakışan bir modifiye var. Kendine Tofaşçı diyen arkadaşalar yere çok basarlar. Konfor olmaz. Biz öylesine yapmıyoruz basıklığı, diğer arkadaşlar öylesine yapar. Şahine Doğan koltuları aldım. İçini Doğana çevirdim. Asgari ücret bin lira iken ben 25 bin liraya araba topladım. Karaman'ın modifiye vizyonu dar sanayidekiler anlamıyor, 'şunu istiyorum' diyorsun 'yok ya ne gerek var' diye vazgeçirmeye çalışıyorlar." (Doğan 5)*

Değerinden fazla paralar harcayarak kendi zevkine göre değiştirdiği Tofaş aracı ile görünür ve tanınır olmaktan oldukça mutlu olan Doğan 5 adlı katılımcı Karaman'da modifiye vizyonu dar olması nedeni ile eleştirmektedir. Bu nedenle katılımcılardan birçoğu kafasında belirginleştirdiği modifiye tarzını yaptırmak için yakın şehirlere gitmektedir.

"Böyle yapınca yani modifiye binemiyor utanıyormuş bizim içinde bakılması önemli daha çok etiket yapacam da şimdi kayınpeder de biniyor yaa önüne mesela köpek figürleri koydum sinir oluyor da bana pek seslenemiyor. Eskiden 'hadi güçlendirelim, şunu sökelim, bunu takalım' falan araba topluyorlar mesela o şunları temsil ediyor, bu şunları gibisinden gece yarışalara çıkıyorlar falan eskiden görsellik vardı biraz daha. Biz değişiklik yaparken İtalyanları örnek alarak orjinali gibi yapmaya çalışıyoruz. Türkler toplarken bu aracı plastik parçalar kullanmışlar çoğu yerde. Ama biz metal parçalar kullanıyoruz genellikle fiat gibi." (Serçe 5)

Araştırma kapsamında görüştüğümüz gençlerden farklı olarak Serçe 5 adlı genç katılımcı, kayınbabası ile ortak kullandığı Serçe modeli modifiyeli olarak kullanmaktadır. İstediği ölçüde modifiye yapmasının önünde engel olarak kayınbabasını gören genç katılımcı, en kısa zamanda kayınbasına başka bir araç satın alarak Serçeyi kendi himayesi altına almak istediğini dile getirmiştir. Kayınbabası her ne kadar araç üzerinde yapılan modifiyeyi eleştirse de yeri geldiği zaman kendi arkadaşları arasında bir prestij sağlama aracı olarak kullandığı katılımcı tarafından belirtilmiştir.

"Kötü araba yoktur. Bakımsız araba vardır. Kız gibi düşün. Bakımsız kız vardır, çirkin kız yoktur. Buna ne yapsan yakışır yani. Işık tak mesala güzel durur. Jant, taban halısı, boya, egzoz, şanzuman parça bulamadın mı mesela git bir hurdacıya onda bulursun bulunmaz değil bunların parçası. Ses sistemi, bana göre bir de iç dizayn döşeme taban halısı iç aydınlatma bunlar en önemlisi, ayak altı led göstergeler hepsini değiştirdim. Tutupta kimse içini motorunu merak etmez ama dış görünüş çok önemli bence. İç dizayn herkes binemeyeceği için bilinmez o yüzden dış görünüş daha güzel olmalı. Benim arabamın içi tüm Doğan özelliği ama Şahin. Doğan görünümlü Şahin."(Şahin 3)

Otomobillerin cinsiyetlendirilmesi sosyal bir olgu olarak hem toplumsal hem de bireysel düzeyde otomobil kültürünün bir parçasıdır. Otomobillerin cinsiyetlendirilmesi sahibinin onlara nasıl baktığı ve onlarla nasıl bir ilişki kurduğuna dair ipuçları sunar. Şahin 3 adlı katılmcı kuş serisi aracını cinsiyetlendirerek kişilik ve karakterin bir

yansıması olarak görmektedir. Dış görünüşün daha önemli olduğuna vurgu yaparak aracı üzerinde değişiklikleri genellikle estetik algılara dayanarak yapmaktadır.

Otomobil modifiyesi erkek homososyal faaliyetleri kapsamında bir boş zaman etkinliğine dönüşmektedir. Her sınıftan ve her yaştan bireyin bazen sürüş performansını iyileştirmek bazen de görünüşü kişiselleştirmek için kitleler halinde standart olarak üretilen otomobillerin yeniden tasarlandığı bir uğraşıdır modifiye. Değişiklikler yaparak kişisel özelliklerinin kısa bir özeti haline gelen otomobiller, genç bireylerin gündelik hayatlarını şekillendiren başat nesnelerden biri olmaktadır. Bu bağlamda modifiye yapmak ve kişisel özelliklerini en iyi yansıtacak olan araçta Tofaş kuş serisi olmaktadır. Doğan 7 adlı katılımcının da değindiği gibi fakirin s2000 olan Tofaş sınırlı bütçe ile ucu bucağı olmayan bir modifiye dünyasının kapısını aralamaktadır.

> *"Modelli araca taktığın bir şey belirli bir noktaya gelince biter ama tofaşta öle değil. Ucu bucağı yok. En küçük bir şey tofaşta anlam kazanır ama diğerlerinde öyle olmaz. Bu da gençleri cezbediyor daha çok fakirin s2000 Tofaş." (Doğan 7)*

Otomobillere bir takım teknik özellikler kazandırılarak verimliliği arttırılıyor ve sahibinin kişisel özelliklerini yansıtan kusursuz bir görünüş elde edilmeye çalışılıyor. Böylece bireylerin egemen olunabilirliğini daha görünür bir hale gelmesini sağlıyor.

Sis Lambaları

Kuş serisi araçları modifiye edebilmek için belli başlı kurallar bulunmaktadır. Vazgeçilmez özelliklerden bir tanesi de sis lambalarıdır. Gençler genellikle gece ya da gündüz farklı renklerdeki sis lambaları ile trafikte görünür olmaktalar. Farklı renklerdeki sis lambaları kurallara aykırı olduğundan en fazla trafik cezası yazılan konuların başında gelmektedir. Bir Tofaşa otomobilde olmazsa olmaz sis lambaları hakkında katılımcıların söylediklerine aşağıdaki alıntılarda yer verilmiştir.

> *"Geçen mesela sisli havada sis farı açmaktan ceza yedim Karaman'da. Açıklama yapıyorum 'sis var ne zaman açacam ben bu farı baksana sise' diyorum. 'Hani sis nerede' diyor. Ortalık sis, buz. 'Olmaz yakmayacan' diyor.*

‘Abi o zaman orjinalinde var bu far niye takmışlar o zaman kullanılmayacaksa’ diyorum. ‘Olmaz kullanmayacan’ diyor. Halbuki polisin sis farı da açıktı gösterdim de ‘sen bize karışamazsın’ dedi.” (Doğan 4)

“Far niye mavi der anlamıyorlar, jantları yaptırdım diye eve katmadı mesela. Birde mavi zeno far olacak onsuz binmem. Adamın gözlerini alacak böyle. Normalde böyle şehir içinde gezmem farları falan yakamıyorsun. Özellikle akşam binersin buna. Akşam olunca daha dikkat çekiyor. Bir de bu mavi farlar olunca herkesin gözü senin aracının üzerinde. Çok güzel bir şey yaa.” (Doğan 10)

“Farında ayrıyeten silecekler var. Hangi arabada gördün. Anladın mı yani….Sisleri açacan, park lambalarını açacan….’O niye mavi renk’ dedi. ‘Onu sarıya döndür’ dedi. ‘Aldığımda böyleydi abi zaten arabayı yeni aldım filan’ dedim. 30 metrelik yolunda polis bir durdurdu ondan sonra mimlenmiş gibi dedim ya habire polis denk geliyor veya beni durduruyorlar bu ne dedim ya bir ara açmadım bir iki hafta açmadım.” (Kartal 1)

Bireylerin kendilerini gerçekleştirmesinin bir yolu da tüketim nesneleri ile özdeşleşmeleridir. Gençler toplumsal kimliklerini tüketim nesneleri arasından belkide en önemlisi olan kuş serisi otomobillerini sergileyerek kazanmaktadır. Doğan 10 adlı genç katılımcı aracında kural dışı olsa da kullandığı mavi zeno far, Kartal 1 adlı katılımcının farlarında bulunan küçük silecekler ve orjinalinde sis lambaları olmasına rağmen trafik polisleri tarafından Doğan 4 adlı katılımcının kullanmasına izin verilmeyen sis lambaları birçok anlamlarla yüklü kültürel bir simge haline dönüşmüştür.

Çelik Jant

Tofaş marka kuş serisi araç kullanan gençler modifiye anlayışaları çerçevesinde kendi aralarında bir tüketim kültürü oluşturmuşlardır. Tüketim kültürünün bir parçası olan modifiye anlayışları gençlerin arzuya dayalı bir yaşama tarzına dönüşmüştür. İhtiyaçlardan kaynaklanan bir tüketim değil gençlerin kişisel zevklerini yansıttıkları kuş serisi araçları en uygun zemin olmaktadır. Tüketim nesneleri ile kimlik yaratmanın örneklerinden biri de kullanıcılarının kullandığı çelik jantlar olmuştur. Kuş serisi araç

sahiplerinin kullandıkları jantlar bazen kişisel bazen de bölgesel farklılıklarını ayırt edici bir tüketim nesnesi olarak kullanılmıştır.

> *"BBC jantı vardır. BBC jant bir yapımı var Antalya işinin de. Genellikle bu şekilde 6 kol veya bunun 5 kolu var. Orijinal jantı ile kullanır ama araba böyle bebek gibidir." (Kartal 1)*

> *"Heryerin kendine özgü jantı var mesela. Trabzon'da başka jant, bizim burada 6 kol ya da 5 kol jant. Karaman'da başka jant tutulmaz." (Doğan 3)*

Kartal 1 ve Doğan 3 adlı katılımcılar sahibi oldukları kuş serisi araçların jantlarını seçerken genel kabul görmüş bölgesel farklılıklara göre karar vermektedir. Antalya işi, İzmir işi, Trabzon işi ve Konya işi olarak ayrılan bir tüketim mantığı oluşturulmuştur ve gençler bu farklılıklara göre tercihte bulunmaktadırlar.

> *"Jantlar görünür, arka çamurluktan lastik görünmez. Tofaşın jantları parlak ve çelik olacak." (Doğan 1)*

Gruba aidiyet hissetmek için kullanılan her bir nesne oluşturulan yeni tüketim kalıpları çerçevesinde belirlenmektedir. Dolayısıyla gençler kullanacakları jantları seçerken bu kurallar doğrutusunda bir davranış sergilemektedirler. Jantların çelik ve parlak olarak tercih edilmesi Tofaş araçların en belirgin özelliklerinden biridir.

Renk

Saha çalışmaları sırasında gençler ile yaptığımız mülakatlarda sahip olmak istediği kuş sersisi araçların rengine nasıl karar verdiklerini sorduğumuzda kimi genç yapacağı modifiyeyi en iyi gösterecek renk olarak karar verirken, kimi genç ise oluşan Tofaş piyasasında alım satımını kolayca yapabilecek renklerin olduğunu karar verirken bu ayrıntıya önem verdiklerini belirtmişlerdir.

> *"Turkuaz diğer renklerine göre daha hoş ve diğer renklerine göre de daha hızlı satılıyor. Bu yüzden turkuaz rengini tercih ettim. Beyaz bir Doğan ile*

kıyaslanamaz o da güzel. Bir de hiç bordo Doğan kullanmadım. Onu da alacam." (Doğan 2)

"Doğan slx olarak turkuazı tutulur, yeşili tutulur, bordosu tutulur ama beyazı tutulmaz. Şahinin de beyazı tutulur. Başka rengi tutulmaz." (Şahin 2)

Doğan modellerde gençler genellikle turkuaz ve bordo renkleri daha çok tercih etmektedirler. Standart olarak belirlenen bu renklerin metalik olması, kolay temizlenebilirliği ve istenilen parklaklığın elde edilmesi nedeniyle gençler tarafından rağbet gösterilmektedir. Şahin 2 adlı genç katılımcı iki tane Tofaşı olduğunu Doğan modelinin standartlara uygun olan turkuaz renkte, Şahin modelin ise beyaz renkte olduğunu belirtmiştir.

"Şahin de 94 model beyaz olacak. Siyaha yaşlı biner. Zevk böyle siyah yıkasan bile göstermez. Doğan içi biraz daha konforlu. Doğan da yeşi kırmızı, Şahinde beyaz 93-94 modeller çok tutulur." (Şahin 3)

Şahin modellerde genellikle kabul edilen rengin beyaz olması gerekir. Çünkü başka renkte herhangi bir Şahin kuş serisi araç dikkatleri çekmeyecektir. Beyaz renk daha çok gençler tarafından tercih edilirken farklı renklerdeki Şahin ileri yaş grupları tarafından tercih edildiği gençler tarafından üzerinde durulan bir konudur. Ayrıca beyaz renk bir Şahini, ileri yaştaki bireyler etiketlenme ya da dışlanma nedeni ile tercih etmedikleri kendilerini Tofaşçı olarak nitelendirmeyen bireyler tarafından belirtilmiştir. Karşıt düşüncede olan bireylere göre beyaz bir Şahine ancak alt tabakadaki serseri olarak nitelendirilen bireyler kullanmaktadır. Mülakat yaptığımız gençler toplumun diğer kesimleri tarafından yapılan bu ayrımdan çok rahatsız olduklarını belirtmişlerdir. Zamanında bir grup sapkın davranışlar sergileyen ya da suç işlemeye meyilli kişiler tarafından fazlaca bu türden araçların kullanılması sonucu bir etiketlenme ile karşı karşıya kalan gençler bu durum kolayca değişmeyeceğinin farkındadırlar.
Kendileri hakkında olumsuz düşünenlere karşı gençlerin cevapları kendilerine yakışan şekilde zevklerini yaşamaları ve araçalarına ilgi göstermeleri olmaktadır.

"Renk çok aradım aslında orjinal rengi turuncuydu. Hurdaydı bu aldığımda. Bilerek fıstık yeşili yaptım. Karaman'da da bu renk serçe yoktu. İlk olsun dedik öyle seçtik. Fiatın orjinal rengi bu o yüzden de bunu seçtik. Herkes beyaz yap dedi ama beyaz dikkat çekmez ki." (Serçe 5)

"Yeşil ya da beyaz ya bütün arabalar. Açık kırmızı ve çok nadir başka bir arabadan daha çok dikkat çeker Kırmızı diye bunu tercih ettim. Bunun üzerinde aksesuar olduğu için bunda daha da çok dikkat çekiyor. Mesela mor da olabilir. Farklı renkleri bu yüzden istiyordum zaten amacımız dikkat çekmek. Farklı renk olsun kidaha çok ilgi ve dikkat çeksin." (Serçe 3)

Doğan ya da Şahin kuş serisi araçların aksine Serçe modeller daha canlı renklerde tercih edilmeketedir. Gençler daha canlı renlere boyadıkları Serçe modelleri ile toplumsal alanda daha fazla görünür olmak ve dikkatleri daha çok çekmek amacıyla renk seçiminde bulunmaktadırlar. Öyle ki Karaman'da görünürlüğü artan Serçe modeller özel gün ve davetlerde fazlaca görünür olmaya başlamışlardır. İlk başlarda hatır gönül işleri ile özel günlerde yer alan Serçe arabalar, zamanla bir kazanç sağlama yolu olarak kullanılmaya başlanmıştır. Reklam çekimlerinde, sünnet şölenlerinde, evlilik tekliflerinde ya da düğün törenleri gibi ritüelleşmiş kültürel alanlarda sıklıkla görülmektedir. Karaman halkı tarafından gösterilen bu ilgi karşısında gençler, amaçlarına ulaştıklarını bu ilgilerin sadece Karaman ile kalmayıp ülke geneli bir tanınma sağlayacağı hedefi ile uğraşılarına devam etmektedirler.

Basıklık

Basıklık otomobillerin amortisörlerindeki yayların kesilerek gövde kısmının yere daha yakın bir mesafede durmasını sağlamak olarak tarif edilebilir. Katılımcıların genel ifadesiyle her araca yakışmayan basıklık Tofaş araçların en belirgin özelliklerin biri olmaktadır. Bu konuda katılımcıların neler düşündüklerine dair bilgiler aşağıdaki alıntılarda gösterilmiştir.

"Arabanın basıklığı yeteri kadar yapılır. Mesela kavislerden geçecek şekilde düşürüyoruz. Belli ölçüsü var. Çok basık olması kötü görüntü bence. Onun bir yakışan görüntüsü var. Tofaşa yakışan basık ama tatlı basık, göze iğrenç

görünmeyecek şekilde olması lazım. Bakıyorum bazılarına yere sürtüyor gerçek Tofaşçı onu yapmaz. Bu renonun yaylarını kesemezsin. Kesersin ama keyif vermez. Göstermez. Ama Tofaş kestiğin an anında bilirsin, hissedersin. Allah toprağına yakın olması lazım vatan toprağına."(Doğan 1)

Doğan 1 adlı katılımcının Allah toprağına yakın olması olarak adlandırdığı basıklık, genç Tofaşçılar tarafından kullanılan otomobil dönüştürme eylemlerinin en başında gelen özelliklerinden biridir. Başka herhangi bir araca yapılan basıklık eylemi Tofaş kadar zevkli hale gelmeyecektir. Tofaş araçlar için genel kabul gören eylemelrden biri de basıklıktır. Belirli bir ölçü ile yere yakınlığı ayarlanan araçların çok fazla yere yakın olması gerçek bir Tofaşçının yapacağı eylemler arasında bulunmamaktadır.

"Basınca konfor gidiyor bu araçlarda. Konforlu yapmak için bu arabalara başka bir modelli arabanın parçalarını takıyoruz. Biz kendimize göre ayarlamışız, arabayı düz yola koymuşuz, nasıl duracağını ayarlamışız, önümü kalkık duracak arkası mı kalkık duracak ara sürtünce zevk alıyoruz. Ama içimde gidiyor haddinden fazla indirdim hatta aracı. Şurada askıda kaldım. Askıda kaldı ama görüntü mükemmel. Bu araçlar hafif araçlar. Şu an piyasadaki araçlar bir buçuk tona yakın modelli olanlar. bu aracın sadece ağırlığı 1000 kilo hafif araçlar. Yol tutuşu, tasarımı yeni araçlara göre ahım şahım değil, teknolojik olarak da bir artış yok. Avrupa aracının girdiği virajları bu araç giremez hem yerden yüksek hem hafif arabaya indirdiğin zaman modelli aracın 120 ile giremediği viraja ben 160 ile girerim. Bizim için basıklık çok avantajlı bir yandan da kötü tarafları var. Mesela yağ pompasını vurdum bir yerde kırıyor, deliyor. Çekici geliyor. Bozuk yolda geçen araba kaldı dağda çıkmıyor. O yüzden basık olmasının birinci sebebi görüntü ikincisi yol tutuşu. Zevk. Uzun yolda hız yaparız ancak şehir içinde hız yapamazsın çukur mu var taş mı var? Dururken aracımın bağlandığı oldu haberim yokken. Simit yiyorum mesela bir bakıyorum, bir çıktım aracım yok yerinde çekici götürmüş sebep araç basık. Sade genelde şu an Tofaş piyasasında araçlar sade genelde. Sadece basıklık ne kadar enginse o kadar iyi. Araca orijinal bir

şekilde binemem. Hatta daha da basık binerim ihtiyar biri geliyor mesela 'senin arabanı bana bedava verseler binmem' diyor." (Şahin 2)

Aracın yere yakın olması kullanıcıları için ilk olarak görsel bir zevk yaratmaktadır. Şahin 2 adlı katılımcının belirttiği gibi aracın yere yakın olmasında kullanıcıları için cazip gelen ikinci özellik ise hafif olan aracın yol tutuş gücünü arttırmasıdır. Araç için basıklık zararlı olmasına rağmen kullanıcılar görsel zevk ve diğer kullanıcılar arasında saygınlıklarını arttıracağını düşündükleri için bu ayrıntıyı görmezden gelmektedirler. Düzenlenen fuarlarda bile basıklık kategorisinde yarışan çok fazla sayıda araç katılmaktadır.

"Benimki basık ya yanımdakilere diyorum ki 'ininde şuradan geçeyim öyle binin tekrar' derim. Arkadaş düşünmesi lazım gönül koymaması lazım bu duruma askıda kalırız." (Şahin 4)

Çok fazla basık olan araçlarda ikiden fazla kişinin yolculuk etmesi pek mümkün görünmemektedir. Çünkü üstten uygulanan ağırlık ile araçalar yere daha fazla sürtülmekte ve örneğin yağ deposunun patlaması gibi sorunlar ortaya çıkarmaktadır. Fazla basık olmasından dolayı yollarda bulunan kasislerden geçerken de zorlanan araç sahipleri arka koltuğa yolcu almamktadırlar. Keyif arabası olarak bu araçları kullanmayı tercih ettikleri söyleyen gençler için bu durum kendileri için sorun teşkil etmemektedir. Mülakatlar sırasında çok fazla basık bir araç ile yolculuk etmeyi deneyimleme fırsatı da bulduk. Gerçekten hiçbir konforu olmayan yere basık araçta yolda giderken tümseklerin sağındaki ya da solundaki daha az olan tümsek yerlerinden geçtikleri görülmüştür. Trafikte zikzak çizerek dolaşamalarının nedeni sanılanın aksine aslında bu tümseklerden araca zarar vermeden geçme amacı olduğu anlaşılmıştır. Gençlere madem böyle bir aracı trafikte kullanmanın zorlu yanlarından biri bu basıklık ise neden bu şekilde kullanmayı tercih ettiklerini sorduğumuzda ise adı aşk bu eziyetin demişlerdir.

"Kalkık yakışmaz pek. Kalkık Tofaşlara hep orta yaş biner. Bizim yaşlardakiler daha basık biniyor hep. Aslında bu şekilde basık zarar veriyor araca ama yine de bu şekilde binmek daha yakışıyor bizim yaşlarımıza. Ben görüntü güzelliği

için zarar vermesi umrumda değil düşürüp biniyorum. Basıklık benim için birinci planda." (Doğan 2)

Araca zarar verir düşüncesi ile Tofaş araçların özelliği olan basık şekliyle kullanmak istemeyen gençlerin sahip olduğu araçlar aynı türden araç kullanan diğer bireylerce yaşlı arabası olarak görülmektedir. Aidiyet hissetiği grubun özelliğinden biri haline dönüşen Tofaş araçlar basık olacak kuralı ile gençler araçalrını basık olarak kullanmaya başlamışlardır. Genç arabası ya da ileri yaştaki bir bireyin arabası grubun belirlediği kurallar ile belirlenmektedir.

"Aile basık olduğu için biraz kızıyor. Geçen köye gittik arabanın altı falan sürtüyor ya babam yarı yolda durdurdu beni 'inecem' dedi. 'Niye?' dedim 'inecem, bu ne biçim araba' dedi. İndi bende koydum gittim. Beş dakika sonra aradı. 'Gel beni geri al' diye. Gittim, geri aldım gari. Gülerek gittim yanına küfretti, iyi bi. Daha güzel duruyor dışarıdan ama konforu yok. İmkanım olsa biraz daha bastıracam, sürte sürte gidecem. Air yaptıracam nasıl olsa Karaman dışına da çıkmayacam daha güzel olur. Bazı zevkler için ödün veriyorsun, güzel görünsün diye basık biniyorum. O yüzden konfor sıfır, başka şeylerden ödün vermek zorunda kalıyorsun. Dışardan ihtiyarlar farkında değil bu durumun ama bizim gibi gençler hemen anlar basık daha güzel durduğunun. İlk bastırdım babam gördü 'bu senin mi araba?' dedi 'evet' dedim. 'Bir yanındaki arabaya bak leylek gibi bir de senin arabaya bak fare gibi yerde sürünüyor.'dedi küfür etti. Yaşlılar anlamıyor 'iyi halt etmişsin' dedi." (Doğan 10)

Aileler genellikle gençlerin basık bir araç kullanmasını olumsuz karşılamaktadır. Görüşmeler gerçekleştirdiğimiz gençlerden bazıları ailelerinin bu araçlara binerken utandıklarını bu nedenle de binmek istemediklerini belirtmişlerdir. Aile arabası olmaya uygun olmadığı düşünülen Tofaş kuş serileri bu nedenle gençler tarafından daha çok tercih edilmektedir. Bekar olan gençlerin aileleri, ileride evlenecekleri için eşlerinin bu araçalarda yolculuk etmesinin toplum tarafından uygun görülmeyeceği düşüncesi ile

gençlerin böyle bir uğraşı içerisinde bulunmalarını eleştirmektedirler. Doğan 10 adlı genç katılımcı bu konuda en çok eleştiriyi babası tarafından yapıldığını belirtmiştir.

Air Süspansiyon

Air süspansiyon, araçlardaki helezon ve amörtisör olmadan sürüş konforunu ve helezonun yerine kullanılan hava sisteminin adıdır. Helezon, normalde süspansiyonun olduğu noktada kullanılır. Air süspansiyon, helezonun verdiği konforun daha fazlasını sağlamaktadır. Ses siteminin yanı sıra Tofaş araçları gençler için çekici kılan bir diğer unsur da air süspansiyondur. Airli bir Tofaş araca binmek gençler arasında bir statü göstergesidir. Bu konu hakkında gençlerin neler düşündükleri aşağıdaki alıntılarda yer verilmiştir.

> *"Air yaptırmak istiyorum. Bu araba da air olsaydı ben şimdi bu arabayı bu şekilde değil de yerle bir park halinde olurdu. Giderken de arabayı kaldırırdım, normal seviyesine getir o şekilde yolculuğumu yapardım. Ama park ettikten sonra yine aynı şekilde arabayı yere pusustururdum anladın mı?" (Kartal 1)*

Aracın yerden yüksekliği her an istenildiği kadar alçaltılıp ya da yukarı kaldırılabilir bir kullanım kolaylığı sağlaması yönü ile air süspansiyon, katılımcılar tarafından önemli bir modifiye şeklidir. Airli bir Tofaş aracın park edildiği yerde tamamen yere yakınlaştırılması gençler tarafından semt oturuşu olarak adlandırılmaktadır. Semt oturuşu pozisyonunda park ettikleri Tofaş araçları gençler için adeta bir görsel hazza dönüşmektedir.

> *"Arka air var araçta. Genelde ben arkayı basmıyorum. Arka hep yukarıda kaldığı için biraz tuhaf bakanlar oluyor. Bunlarda genelde İzmir işi, Ankara işi var. İzmir işine de binmiyorum Ankara işine de binmiyorum. Ben kendi zevkime göre dizayn ettim. Hoşuma gitti bu şekilde kullanıyorum. Beğenmeyen de kendi zevkine göre dizayn yapsın bir de ona bakalım." (Doğan 12*)

Air süspansiyon pahalı bir otomobil dönüştürme eylemlerinden biri olduğu için gençler, gerekli bütçeyi ayarladıktan sonra ilk fırsatta bu sistemi yaptırdıklarını belirtmişlerdir. Air genellikle Doğan ve Şahin modellere yapılması gençler tarafından uygun görülürken, Serçe modellere airin yapılması göze hitap etmeyeceği için uygun görülmemektedir. Klasik araçlar kategorisinde değerlendirilen Serçe modele yapılacak air süspansiyon sistemi, zamanın ruhuna aykırı olması ve aracın yansıttığı ağır duruşuna yakışmayacağı gerekçesi ile kullanıcıları tarafından tercih edilmemektedir.

> *"Airden bağladı Sercan. Dört, beş tane cezam vardı sırf bu air yüzünden." (Şahin 5)*

Trafikte airli bir araç ile görünür olmak kurallara aykırı olduğundan para cezalarının birçoğu bu nedenle yazılmaktadır. Gençler bu durumdan şikâyetçi olsalarda zevklerini yaşamaktan da vazgeçemeyeceklerini belirtmişlerdir. Trafik polislerine yakalanmadıkları sürece istediği şekilde trafikte dolaşan Tofaş kullanıcısı gençler, şehrin hangi bölgelerinde çevirmelerin olduğunu, yollardaki tümseklerin ve çukurların yerlerini gözü kapalı bir şekilde bildiklerini belirtmişleridir. Çünkü bir Tofaş araca sahip olmak bütün bu özelliklerin bilinmesini de gerektirmektedir.

Abartı Egzoz

Otomobilin yüksek hızda güçlü bir ses çıkarmasını sağlayan abartı egzoz sistemi genç katılımcıların sıklıkla yaptırmayı tercih ettikleri otomobil dönüştürme eylemlerinden biridir. Abartı egzoz kimi katılımcı için Tofaş araçlarda bulunması gereken bir özellik iken kimi katılımcı için çevreyi rahatasız edici bir uygulama olduğundan gereksiz bir ayrıntı olarak görülmektedir. Bu konu hakkındaki araştırmaya katılan gençlerin düşünceleri aşağıdaki alıntılarda gösterilmiştir.

> *"Abartı egzoz şehir içinde pek kullanmam çocuk işi olur. Herkes Tofaşçı, modifiyeci olamaz. Altına beyaz Şahini alan kendini Tofaşçı zannediyor. Genelde onlarda sanayi de çalışır. Genelde it, serseri onlar. Egzozu bağırtarak gider, söverler genelde onlara." (Doğan 5)*

"Çarşı ortasında müzik sesi son ses, egzozuda bağırtır o serseridir işte. Kız görünce arabayı bağıtmalar, son ses müzik açmalar falan, yanından geçerken laf atmalar, bu Tofaşçılık değil, insanlar yanından o şekilde geçince aferin demiyor ki 'salağa bak' falan diyor. Yani ne gerek var. Onlar 'dibi düşer insanların' diyor ama alakası yok yani." (Şahin 4)

Bir başka otomobil dönüştürme eylemlerinden biri olan egzoz sistemi, genellikle performansı artırıcı işlemlerden olmaktadır. Dışardan kolayca görünmeyen ama sahibinin bende burdayım demenin başka bir yolu olan egzoz sistemine dair katılımcıların görüşleri ikiye ayrılmaktadır. Katılımcılardan bir kısmı egzozdan çıkan sesin çevreyi rahatsız etmesinden dolayı gereksiz bulurken bazı katılımcılar egzozdan çıkan yüksek sesten ayrıca keyif almaktadır. Tofaşçı gençler yüksek sesli egzoz kullananları serseri olarak etiketlerken, yüksek sesli egzoz kullananlar Tofaş aracalar için olmazsa olmaz bir ayrıntı olarak görmektedirler.

"Ben hiçbir arabamda egzoz kullanmıyorum. Şimdi çevreyi rahatsız etmenin bir mantığı yok, anlamı da yok. Ben mesela sabah beşte işe gidiyorum. Akşam erken yatmak zorundayım. Gece ben bile araba sevdalısı bir adam olduğum halde o sesi duyunca ister istemez içimden rahatsız oluyorum yani. O yüzden kimseyi rahatsız etmeye gerek yok. Zevkimizi yaşıyoruz. Şimdi arkasına yapılacak bir şey olmadığından dolayı düz çok sade durdu En azından çift kafa koyduk Bir tık daha dolu durdu arabanın arkası. O yüzden çift kafa koyduk egzozu." (Doğan 12)

Doğan 12 adlı katılımcı abartı egzozdan hoşlanmadığını ama görüntü olması açaısından çift egzoz borusu taktığını söylemiştir. Performansı artırıcı bir dönüştürme eylemi olan egzoz sistemide trafikte kural dışı kullanım olan bir eyleme dönüşmektedir. Örneğin Doğan 9 adlı katılımcı abartı egzoz kullanımı konusunda etrafındakilerin ne düşündüğünü önemsemediğini, önemli olanın kendisinin o sesi duymakatan aldığı keyif olduğunu şu sözlerle ifade etmiştir:

"Trafikte mesela bir başka Tofaş geldi yanına egzoz sesiyle anlaşıyoruz. Yarışıyoruz kesin, ışıkta kolay kolay denk gelmez. 70 DA var mesela ünlü bir

araba onu geçersen o değme keyfime. Ben çok bağırttırırım arabayı. Benim oturduğum sitede beni hiç sevmezlerdi ama onlarda alıştı artık 15 yıl olacak işte. Motor bağırta bağırta falan adamlar benden bıktı. Akşam geliyom mesela arabayla yanlayarak giriyom siteye hiç bir şey diyemiyorlar." (Doğan 9)

Aracı ile girdiği ortamda 'bak o geldi' diyerek aracın sesinden bile kolayca tanındığı, tarafikte diğer araç kullanıcılarının Tofaşçı gençleri tehlikeli olarak görüp yol hakkı kendilerinde olsa bile yol hakkını onlara verdiği, trafikte herhangi bir kırmızı ışıkta yan yana gelinen bir başka Tofaş kullanıcısı ile birbirlerine gözdağı verdikleri yüksek sesteki egzoz sistemi, gençlerin fark edilmelerinin ve görünür olmalarının bir yolu olarak görünmektedir.

"Mesela bazı kızlar 'egzozdan ses çıkıyor mu?' diye özellikle soruyor. Benim hoşuma gidiyor. Çok kızla tanıştım ben bu araç sayesinde. Fotoğraf çekenler oluyor. Dışarıdan ilgi görmek arabayla hoşuma gidiyor." (Şahin 1)

Şahin 1 adlı katılımcı ise yüksek sesli egzoz sistemini karşı cinsi etkilemek için kullandığını belirtmektedir. Bu sayede birçok karşı cins ile tanıştığını söyleyen genç katılımcı karşılaştığı ilgiden de oldukça memnun olduğunu ifade etmiştir.

Etiketçilik

Araştırmaya katılan gençler için sahibi oldukları kuş serisi otomobiller, herhangi bir anlamı olan nesne değil kendilerinin kim olduklarını ya da olmayı amaçladıklarını sergilemek için kullandıkları bir araç olarak görmektedirler. Serçe sahibi gençler araçlarını daha çok geçmişi gelecekte yaşatma gibi sembollik anlamlar yükleyerek kullandıklarını ifade etmişler ve diğer kuş serisi araç kullanıcılarından farklı olarak bir örgütlenme içerisinde bulunmaktadırlar. Mülakatlar sırasında gençlere etiketçilik hakkında neler düşündüklerini diğer kuş serisi modellerden farklı olarak bir Serçe ile görünür olmanın kendileri için ne anlam ifade etiğini sorduğumuzda verdikleri tepkiler aşağıdaki alıntılarda gösterilmiştir.

"Yani şöyle etiketçilik Şahin Doğandan çok farklı. Abartıya kaçıyor şimdi etiketçilik. Çok fazla parçası var. Yani etiket orijinal olan tarafı da var yan

sanayi tarafları da var. Mesela etiket bir parça alırsan orijinal atıyorum on bin lira, çakması bin lira, bin beşyüz lira arasında gidiyor. Mesela arabaya aldığım kapağın orijinali on üç bin lira benim aldığım bin beş yüz lira. Aslında aynı gibi ama farklılık. Çok zevk veriyor daha çok zevk veriyor. Hani arabalar biraz daha sessiz oluyor orijinalini bozmadan Şahin Doğan öyle değil. Işte biraz bir nevi ofsayt bir araba oluyor yani. Hani Şahin Doğan da güzel farklı oluyor… E şimdi nostaljiye binince arabanın motoru sessiz ona alıştık. Şahin ve Doğana artık soğudum. Baştada anlattım ya olumsuz aldığım tepkilerden dolayı binesim gelmiyor. Artık etiketçiliğe döndüm ama parçalar daha pahalı maddi yönden imkân ister aslında. İşin piyasası aslında İstanbul ve orjinal parça alarak yapıyorlar. Biz biraz daha yan sanayi parçalar alarak hevesimizi almaya çalışıyoruz. Babamlar çok tepkili aslında 'paranı harcama evlendirecez' falan diye ama şuan arabamla aram daha iyi artık. Dediklerini umursamıyorum ayrı bir dünyamız var…Genelde sanayiye takım elbise ile giderim işim daha çabuk görülsün diye saygı gösterilsin diye." (Serçe 2)

Serçe 2 adlı katılımcı yıllardır hayalini kurduğu Şahin, Doğan gibi kuş serisi modellerden ilk fırsatta almış ve kişisel zevklerine göre değiştirip dönüştürmüş. Bir süre sonra aldığı olumsuz tepkiler, trafikte yazılan cezalar, ailenin bu araçlara olan harcamaları konusundaki baskısı gibi çeşitli nedenlerle bu araçlardan soğumasına neden olmuş. Bu türden araçlarla olan uğraşısına ara veren katılımcı, daha fazla dayanamayıp bir süre sonra Serçe model ile tanınır olmaya karar vermiş. Serçe ile olan ilişkisi etrafındaki insanlarca daha olumlu tepkilere, daha az trafik cezalarına, daha meraklı gözlerle ilgi çekmeye başlayınca kendini ifade etme arayışına Serçe model ile devam etmeye karar verdiğini belirtmiştir. Diğer kuş serisi araç sahipleri tarafından Serçe ile Karaman'da ilk tanınan kişi olarak bilinen genç katılımcı, grup içerisnde de oldukça saygı duyulan bir konuma da sahip görünmektedir.

"Biraz göze hitap edecek etiket, takınca yakıştıracan. Daha akşam bir sürü etiket malzemesi aldım internetten. Motor hariç üzerindeki bütün malzemeler orijinal. Bu etiket parçaları genelde İstanbul'dan geliyor. Orjinallerini de yurt dışından getirtiyoruz eşe dosta." (Serçe 7)

Serçe 7 adlı katılımcı bireysel olarak etiketçilik işi ile uğraşırken Karman'da yeni yeni görünür olmaya başlayan Serçe 2 ile bir fırsat bulup tanışıyor ve kendi deyimleriyle güçlerini birleştirip etiketçiliği örgütlü bir grup haline dönüştürmeye karar veriyorlar. Mülakatları gerçekleştirdiğimiz tarihlerde 18 kişi olan grup, sayısını her geçen gün arttırarak büyümeye devam etmektedir. Karaman'da daha tanınır ve görünür hale gelen grup böylece ilk hedeflerinin olduğu tanınır olmayı sayılarını arttırarak başarmış görünüyorlar. Ayrıca etiketçilik uğraşısı çok masraflı bir iş olduğu için her kuş serisi meraklılarının kolaylıkla uğraşamayacağı bir iş olduğu kullanıcıları tarafından da bilinmektedir. Doğan 11 adlı katılımcının bu konu ile söyledikleri aşağıda gösterilmiştir.

> *"Etiketçilere hastayım. Bir vaktim olmadı ama imrenirim, gerçekten imrenirim. Adam arabasını yapmış işte araba yıkılıyor. Bir sürü amblem, arma marma takmış. Vizyon bak bu işte. Adam kafasındaki arabayı yapmış. Biz bilemeyiz yani neyi nereye takacağız. Adamı otur izle abi. Adama bir çuval armayı sen ver, güzel de bir Tofaş ver gerisini izle yani. Her arabaya dizilmez öle o parçalar. Herkes yapamaz etiket işini." (Doğan 11)*

> *"O biraz daha maliyetli. Pahalı aksesuarları bana göre değil. Bergen falan dinler onlar. Etiketçiler hep 'zaman senide siler' yazar araca. Bir ara bende yazı yazdım ama artık benim için bir anlamı yok. Bundan sonra araç alsam dahi bu durur satmam. Bir kenarda dursun canın sıkılınca benzini doldur gez. Babam bile memur olduğu halde zevkine biniyor, bırakamıyor o da. O yaşta milletin gönlünde teneke parçası ama zevk yani. İşe bile bununla gider bazen. Keyifçi olarak binenler var, etiketçiler var, bir de serserisine binen var Tofaşa. Son olarakta efendi olarak binenler var. Maddi durumda iyi olacak tabi her etiket para tabi." (Şahin 3)*

Doğan 11 ve Şahin 3 adlı genç katılımcılar etiketçilik uğraşısının kolay bir iş olmadığı ve biraz daha fazla maliyet isteyen bir uğraşı olduğunu söylemektedirler. Araştırma kapsamında sohbet ettiğimiz diğer kuş serisi meraklıları tarafından da etiketçilerin

yaptığı işler takdir toplamış görünmektedir. Çünkü ayrı bir bakış açıları olduğu ve ek maliyetinin yanı sıra herkesin her aksesuarı takacağı yeri bilemeyeceği için kolay bir iş olarak görülmemektedir.

> *"Çok ayrı bir hastalık o da. Parça alıp takıyor, ona mutlu oluyor. Onun sonu yok ya. Tofaşçılığın mesela oluşturursun sonunda tıkanırsın bir yerde. En son karşısına geçer, çayını içersin. Ama etikette yok o." (Şahin 4)*

Araç üzerine taktıkları çeşitli arma, amblem ve geçmişin izini taşıyan aksesuarlar ile kendileri etiketçi olarak adlandırmışlardır. Yeni bir tip tüketici olan bu grup tüketim nesnesi olan kuş serisi Serçe modeli araçlarına kimlik duygularını ifade etmek gibi bir dizi anlamlar ve semboller yüklemektedirler. Modern yeni tip bir tüketici olan etiketçiler, sahibi oldukları kuş serisi araçları basit, doğrudan ve faydacı bir kullanımı olan maddi bir nesne değil, çeşitli anlamalar ileten ve gençlerin kim olduklarını sergileyen özet haline dönüşen bir nesnedir. Kendilerini etiketçi olarak adlandıran bu gençler için farklılıklarını seçmiş oldukları tüketim nesnesi kuş serisi araçlardan olan Serçe modeli üzerinden nasıl yansıttıları önemli bir yol olarak görünmektedir.

Nostalji

Serçe modeli kullanan gençler genellikle nostaljiye özlem duyanlardan olduklarını belirtirler. Gençler kendilerine ve diğerlerine nasıl bir kişi olduklarını göstermek için yaşam tarzı olarak belirginleştirdikleri tüketim nesnelerini, farklılıklarını yansıtmak için kullanmışlardır. Gençlerin farklılıklarını yansıtmak için seçtiği tüketim nesnesi burada geçmişle bağlantısı olan Serçe model otomobiller olmuştur. Gençlerin nostaljik bir nesne ile kendilerini nasıl ifade ettikleri aşağıdaki alıntılarda verilmiştir.

> *"Ben biraz da biriktiriyorum eski eşyaları. Bir sürü teyp kasedi, 90 model, 80 model teypler çok evde. O yüzden hanımla da çok tartışıyoruz ama yapacak bir şey yok o da benim hassas noktam. Beyaz bir şahinim olsa köşeyi dönemezsin ama bununla hiç zorluk yaşamadım kötü gözle bakılıyor onlara. Genellikle böyle gider değişmez o algı. Ama bu araçlara daha başka ilgi var özellikle yaşlı kesimi. 'Vay bee!' diyerek geliyorlar. Anılarını anlatıyorlar bana. Farklı*

bir duygu var aslında. Yaşça büyük araçlara biniyoruz, afamız eski, eskileri daha çok seviyoruz yaşanmışlığı hatırlattıkları için." (Serçe 7)

Sahada gerçekleştirilen mülakatlar sonrasında Serçe kullanan gençlerin ayrıca antika eşyalara merakları olduğuda görülmüştür. Hatta evlerinde antika eşyalardan oluşan bir köşesinin olduğu ve bu konuda evdeki diğer üyelerle anlaşmazlıklara düştüklerini belirtmişlerdir. Şahin ve Doğan kuş serisi kullanıcılarının toplum tarafından önyargı ile yaklaşıldığını ancak Serçe modellere hayranlıkla yaklaşıdığı bir ayrımın olduğu görülmüştür. Zamanında toplum tarafından yapılması uygun görülmeyen işler, suç işleyen ya da suç işlemeye meyilli kişiler tarafından bu araçaların sıklıkla kullanılması, kuş serisi olan araçalara halen önyargı ile yaklaşımasına neden olduğunu belirtmektedirler.

"Hep Doğan Şahin ile ilgileniyorduk. Biz alım-satım derken İlhan'da bunu görünce o an çarpıldım. Bu sefer nostaljiye merak salmaya başladım. Almaya karar verdim. İlla bu dedim Doğan ve Şahine herşey gitmiyor, devam etmedim. Mesela ip bağla buna yakışıyor. Bu yüzden biraz daha nostalji biraz daha ağır." (Serçe 3)

"Karaman'a en son 75 model Hacı Murat getirdim. Yani sıralama yukarı doğru olacağı yerde bizim sıralama tam aşağıya doğru geliyor. Bu seferde nostalji merakı başladı bende. (Serçe 2)

Geçmişi yaşama arzusu olarak tanımlayabileceğimiz nostalji, herhangi bir yaş ile sınırlandırılmayıp her yaştan bireyin yaşayabileceği bir deneyimdir. Başka bir ifadeyle, nostaljiye eğilimli olmak, yalnızca ileriki yaşta olan bireylerin değil gençlerin de yaşayabileceği bir durumdur. Genç bireyler yaşları itibariyle geçmişi bizzat yaşamasalar da başkalarından duyarak veya medyadan takip ederek bu deneyimi dolaylı olarak yaşayabilmektedir. Serçe 2 ve Serçe 3 adlı genç katılımcılar sahibi oldukları araçlarının revançta olduğu dönemlerde yaşamasalar bile yaşadıklara çağa uygun araçlarında yaptıkları değişiklikler ile geçmişi gelecekte yaşatma hevesi ile görünür olmaktadırlar.

"Nostalji seviyorum. Yani arabayı kullanırken ki işte cama çevirmeli kolla açmak. Yani bu bana çocukluğumu, geçmişimi ya da gençliği hatırlatıyor. Bunun için ben de mutlu oluyorum. Geçmişimi unutmak istemiyorum yani. Geçmişimde yaşamak beni daha çok mutlu ediyor. Çünkü oradaki saygı sevgi çerçevesi beni daha geçmişe yönlendiriyor. Hani kendimce yaşatmaya çalışıyorum öyle söyleyeyim." (Serçe 1)

Nostaljik eşyaları kullanmaya eğimli olmak genellikle ileri yaşlardaki bireyler ile özdeşleştirilse de bu araştırma kapsamında görüştüğümüz gençlerin tüketim tercihleriyle nostaljik eğilimlerinin olabileceği görülmüştür. Serçe 1 adlı genç katılımcının yukarıdaki alıntıda gösterilen alıntıları bu eğilimin olduğunu hem göstermekte hem de sahibi olduğu kuş serisi araç ile olan ilişkisi bize bu durumu gözlemleme fırsatı sunmaktadır.

Gençler geçmişi ve geleceği şu anda yaşamayı istemektedirler. Postmodern tüketici olan bu gençler, geçmiş ve geleceği birlikte deneyimleme arzusu ile geleneksel ve kutsal olanın yeniden keşfine, elde edilmeye çalışılmasına ve kullanımına neden olabilmektedir (Odabaşı, 2004: 82). Bu durumun nedenleri arasında kitle iletişim araçları ile neyi nasıl tüketeceği konusunda güdülenen bireyler tüketerek kendini bulabileceklerine inanmaktadır. Mülakatlar sonucunda genç bireyler, teknolojik gelişmelerin hızla ilerlediği çağımızda her şeyin daha basit ve yavaş olduğu dönemlere özlem duymakta ve geçmişin izlerini taşıyan nostaljik araçları ile görünür olmayı daha anlamlı bulmaktadırlar.

Müzik

Gündelik yaşamda popüler müzik türleri etrafında görünürlük kazanan kültürel gruplar genellikle gençler ile ilişkilendirilmektedir. Bu doğrultuda popüler müzik türlerinin öncelikli hedef kitlesi de gençler olmaktadır. Tüketim endüstrisi birçok alanda olduğu gibi müzik alanında da genç bireylerin önemli bir pazar alanını temsil ettiğine dair genel kanı oluşmasını sağlar. Boş vakit aktiviteleri için üretilen mallar ve tarzlar gibi müzikte özellikle gençlerin yaşam tarzını ifade eden görünümüne uygun biçimde üretilir hale gelmektedir (Bennet, 2001: 9). Yeni bir kültürel kategori olarak gençlik, kuş serisi gibi bir araç etrafında bir araya gelişinde ve kendilerini bir kolektivite olarak tahayyül

etmelerinde, kendilerin özgü olarak düşündükleri jargon, ortak zevkler ve ilişki biçimleri gibi pek çok simgesel unsurdan birini de müzik oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan gençler için sahibi oldukları sembolik bir araç ile görünür olmalarında seçtikleri ve dinlemeyi tercih ettikleri müziklerin önemli olup olmadığını sorduğumuzda aşağıda gösterilen alıntılarda olduğu gibi yanıtlar vermişlerdir.

> *"Müzik dinlemeyi çok severim ki zaten bu işin bir yanı da müziktir. Yani etiketçi olup da müzik sevmeyen bir adam ben daha görmedim. Ama ben müziği birazcık daha etiketçiliğin dışında da seven biriyim. Ben iş yerinde çalışırken bile tek bir tane kulaklık takıp alttan minik minik dinleyen bir adamım. Bu arabayla müziğe gelince yani müzikten devam ettiğin zaman dediğim gibi bu arabanın içinde her şey çalar. Ama bu arabanın içinde en güzel ne çalar dersen bu arabada en kral, en çok yakışan bu içinin kırmızılığına, bu arabanın tarzına o headers'ın sesini en çok yakışan bana göre Güllü'dür. Ya biraz daha arabesk yoğunlukta dinliyorum kabul ediyorum ama Güllü inanılmaz yakışıyor." (Serçe 11)*

> *"Arabam eski nostaljik olduğu için Cengiz Kurtoğlu, Bergen, Müslüm, Ferdi Tayfun, Zeki Müren, Güllü, Kibariye dinlerim genelde. Şahin, Doğan da pop dinleniyordu. Biraz etiketçilikte Kurtuluş Kuş gitmez. Yurt dışı piyasa şarkıları dinlerim genelde. 90 lar dinlenir, mezdeke çok dinlerim." (Serçe 2)*

Kuş serisi araç tutkunu genç bireyler için müzik dinlemek hele ki müzik türü olarak arabeski seçmek bir tür ritüele dönüşmüştür. Alt kültür grupların varlığınının ayırt edici özelliklerinden biri de dinlemeyi tercih ettikleri müziktir. Kuş serisi araç tutkunu genç bireylerin dinlemeyi tercih ettikleri arabesk müzik türü Tofaşçı olarak adlandırılmalarını da neden olmuştur. Gençler arasında arabesk müzik denilince genellikle Müslüm Gürses, Ferdi Tayfur, Güllü ve Bergen en çok dinlenen sanatçılar arasında yer almaktadır.

> *"Tofaş ile gezdiğim semte göre farklı müzik dinlerim. Çarşıda geziyorsam pop dinlerim, kendi halimde sakin kalmak istersem arabesk dinlerim Tofaşta. Ses sistemide iyiyse tabi." (Doğan 1)*

"Ferdi Tayfur, Müslüm. Valla ben arada mesela şimdi mutlu olduğumuz zamanlarda pop dinlerim. Açtığımda da mesela hangi şarkı olur Candan Erçetin'den açarım öyle bir eskilerden Ajda Pekkan'dan açarım." (Serçe 1)

Genç bireylerin sahip olduğu ekonomik, sosyal ve kültürel sermayelere göre müzik alanındaki beğeni ve tercihlerini de şekillendirdiği düşüncesi, Fransız düşünür Pierre Bourdieu ile belirginleşmiştir (Bourdieu, 2015: 11). Müzik beğeni ve tercihlerinin analiz edilmesi girişimi yalnızca bir toplumun yapısına ayna tutmakla kalmaz aynı zamanda müziğin bir tüketim nesnesi ile özdeşleşmesiyle gençlerin bir kültürel sınıf olarak algılanmasına dair ipuçları da sunar. Gençler kuş serisi araçtan Serçe modelinde genellikle arabesk müzik tercih ederken, Şahin ve Doğan modellerde daha çok pop, remix tarzı müzikler tercih etmektedirler. Ayrıca gezilen cadde ve sokaklarda dinlenen müzik türü de değişmektedir. Örneğin kentin merkezi olan cadde ve sokaklarda pop müzik dinlenirken, yalnız kafa dinlemek için tercih ettikleri müzik ise genellikle arabesk ve yavaş ritimli müzikler olmaktadır.

3.4.7.Suskunluk Sarmalı Bağlamında Tofaşçı Gençler

Bireylerin ya da grubun savunduğu fikirler, aidiyet hissettiği topluluğun belirlediği genelgeçer kurallara uygun değil ise bu kişi topluluktan dışlanma korkusu ile fikirlerini açıkça beyan edemez. Dışlanma korkusu ile birey kendini kısıtlayarak görüşlerini açıkça ifade etmekten çekinir ve vazgeçer. Kuş serisi araç sahipliği ile aynı türden araçlara olan ortak ilgi ve beğeni etrafında toplanan gençler, oluşturdukları alt kültürde grubun dinamiğini oluşturan kurallar belirlemiş ve kurallara uygun davranış sergilemeyen bireyler gruptan atılmıştır. Grubun dışında kalmak istemeyen kuş serisi araç sahibi gençler, belirlenen kurallar fikirlerine ters düşse de grubun dışında kalmamak için suskunluk sarmalı içerisine kendilerini hapsetmektedirler. Eğer genç fikirlerinin, gruptaki diğer kuş serisi araç sahibi gençler tarafından kabul edilip yaygınlaşmasını hissettiği an kendisine ters düşen kurallara itiraz edecektir. Böylece gruptan dışlanma korkusu ile suskunluk sarmalına kendisini hapseden genç, fikirlerinin yayıldığını görünce ya genelgeçer kuralların değiştirilmesinde aktif rol oynayacak ya da gruptan dışlanmaktan kurtulamayacaktır. Aşağıdaki alt temalarda saha görüşmelerinde elde

edilen bulgulardan hareketle, kuş serisi araç sahipliğinin oluşturduğu gruba üyelik ya da grubun dışında kalmaya dair bilgiler yer almaktadır.

Ritüel Kirlenme

Gençlik grupları belirli tüketim kalıplarını grup üyeleri ve grup üyeleri dışında kalanları belirlemek için kullanmaktadır. Araştırmaya katılan gençler sahibi oldukları kuş serisi otomobil gibi bir tüketim nesnesini aynı zamanda yaşam tarzlarını ve statülerini belirlemek için de kullanmışlardır. Kuş serisi gibi bir tüketim nesnesi, ortak ilgi ve zevk etrafında bir grup genci, belirli kurallar çerçevesiyle biraraya getirmiş ve grup üyeleri tarafından belirlenen kurallara uymayanlar grubun dışında bırakılmıştır. Sahada yaptığımız mükatlarda gençlere, kuş serisi araç sahipliğinin oluşturduğu gruba dahil olabilmek için gerekli olanların neler olduğunu sorduğumuzda aşağıdaki alıntılarda olduğu gibi cevaplar alınmıştır.

> *"Ona yönetici arkadaşlar karar veriyorlar. Etkinlikleri oradan öğreniyoruz ya da böyle Tofaş arabası olanlar yolda peşimize takılıyor, tanışmak için aramıza katılmak istiyorlar. Yöneticiler uygun görürse gruba dahil ediyorlar. İlgiler çok fazla. Herkesin bakması böyle değişik oluyor, değişik bir his." (Serçe 6)*

Aynı türden araç kullanıcısı olan iki kişinin, tesadüfi olarak sosyal medyada tanışması ile birlikte grup kurma fikri ortaya çıkıyor ve her geçen gün gruba dâhil olanların sayıları artmaya başlıyor. Grubun kurulmasında aktif rol oynayan bu iki kişi grup yöneticileri olarak görev alıyor. Katılımcı gençlerin söylediklerine göre yavaş yavaş şehir içinde ve sosyal medyada görünür olmaya başlayan gruba, dâhil olabilmek için talep artmaya başlamış. Tabi ilk şart kuş serisi araçlardan Serçe ya da Murat 124 sahibi olmak olarak belirlenmiş. Bu gençler kendilerine Karaman Etiketçiler Grubu olarak adlandırmışlar ve yaptıkları işleri, etkinlikleri sosyal medya kanalları üzerinden yayınlamaktadırlar.

> *"Araba aldınız, bilmem ne yaptınız diye kıskançlık yaptı. Adımızı lekelemek istemiyoruz ona göre davranıyoruz bizde. Yüksek ses açmıyoruz mesela leke gelmesin gruba diye." (Serçe 6)*

Grubun belirlediği kurallara uygun davranmayan başka bir gencin, grup dışında bırakılması ile ilgili bilgiler veren Serçe 6 adlı genç katılımcı aynı zamanda grup yöneticisidir. Yüksek ses ile şehrin sokaklarında gezmek diğer insanları rahatsız edeceği düşüncesi ile uygun bir davranış olarak görülmemekte ve bu tür bir eylemde bulunan genci grubun dışında kalmasına sebep olmaktadır.

Gruba üye olmak için ayrıca kesin kurallar koyulmuş ve grup kurallarına uymayan hemen gruptan atılmıştır. Bu kuralların neler olduğunu sorduğumuzda ilk olarak kibir ve kıskançlık olmamamsı olduğu söylenmiştir. Örneğin modifiye edilen araçlarda bulunan bazı malzemelerin orijinal olması, grup üyeleri arasında kıskançlık yaratmaması gerekir. Çünkü bir kişi tarafından yapılan kıskançlık davranışı diğer grup üyelerini de etkileyeceği ve onların da kıskançlık davranışı gösterceği endişesi yaratmaktadır. Grup yöneticileri tarafından belirlenen kurallardan biri de abartı egzoz sesi ile sokaklarda dolaşmamak olarak belirlenmiştir.

> *"Şöyle söyleyeyim ya bizim nostaljik grubumuz var. Polisler bu nostalji grubuna bir şey demiyor ama biz bunun içinde hani Şahin Doğan aracı olanları katmayı düşünüyoruz ama tabii Karaman'ın insanları biraz farklı. İçinde kötüde var iyide. Şahin ve Doğana binenler hep kötü algılanıyor. Şimdi onlar bizimle birlikte hareket etse bu sefer etiketçiler olarak bizde kötü olarak algılanacaz. Herhangi bir sorun yaşamadık nostalji grubuyla şimdiye kadar. Sonra biz şu an yaklaşık olarak 16-17 kişiyiz araba olarak." (Serçe 2)*

Etiketçiler grubunun bir başka yöneticisi olan Serçe 2 adlı genç katılımcı Diğer kuş serisi Şahin ve Doğan kullanıcısı olanları gruba dahil olmasına pek olumlu bakmamaktadır. Şahin ve Doğan araç kullanıcılarına halk arasında olumsuz tepki görmelerinden dolayı onlarla yan yana görünmenin Serçe kullanıcılarını da kötü göstereceğini düşünmektedirler. Yukarıda belirlenen kurallar Doğan ve Şahin kullanıcıları tarafından önemsenmediği için sadece Serçe modellerin bir araya gelerek oluşturduğu grup olarak kalmak isteseler de bazen ortak aktivitelerde bir arada bulunmaktadırlar. Diğer kuş serisi modellerden farklı olarak Serçe kullanıcısı gençler, sahibi oldukları araçlarını bir statü göstergesi olarak görmektedirler.

"Karaman'da Tofaşçılığı iyi yansıtacak çok kişi bulamazsınız. Belki buaraya bir beş kişi daha alabiliriz. Geri kalanını çöpe at yani. Buraya toplanan çoğu kişiyi tanımayız aslında ama ortak payda Tofaş olunca, bir araya gelince konuşur, selamlaşırız." (Doğan 6)

Şahin ve Doğan kullanıcısı gençlerin, etiketçiler grubunda olduğu gibi belirli bir isimle bilinen grupları olmasa da birbirlerini tanımakta ve birçoğu yakın arkadaş grubundan oluşmaktadır. Her ne kadar zamanında gruplaşma yolunda adımlar atılsa da yapılan toplantılar ve etkinliklere katılımın az olmasından dolayı grup üyeleri dağılmış. Yine de yapılan etkinliklerde, çeşitli şekillerde bir araya gelinen mekânlarda ortak payda olan Tofaş araçlar etrafında toplanılmaya devam edilmektedir.

Tofaş kardeşliği

Araştırmaya katılan kuş serisi araç sahibi genç katılımcılar kendinden olan diğer araç tutkunları ile bir takım paylaşımlarlarda bulunurlar. Araçlarına yükledikleri sembolik anlamlar ile biz farkındalığı sergiledikleri ve böylece ortak ilgi ve zevk etrafında bir araya gelenlerin oluşturduğu bir alt kültür gruplarına dönüşürler. Bu gençler birlik ve beraberlik duygusu ile hareket ederek aynı türden araçlara sahip olmanın verdiği grup aidiyetliğine yakışacak şekilde davranış kalıpları belirlerler. Gençlere bu araçlara sahip olan diğer gençler ile aralarında nasıl bir ilişki olduğunu sorulmuş ve bu konudaki düşünceleri aşağıdaki alıntılarda gösterilmiştir.

"Senin mercedesin var mesela yolda bozuldu yanından bmw geçer gider ama Tofaş durur, sorunun ne olduğunu sorar, yardımcı olmaya çalışır. Adamın halinden anlar, yardım amacı taşır. Ben çok Tofaşımla yolda kalan modelli araçlara yardım etmişimdir ama bunu modelli araçlar yapmaz. Tofaşçılarda daha fazla kenidini bilen adam sıfırdan geliyor çünkü. Emek vermiş, toplamış, işin zorluğunu anlamış, belki fazladan çalışmış bulunduğu konuma gelebilmek için. Geçenlerde bir arkadaşa makas atıp yolda kaza yapmasına neden olmuşlar kavga tutuşmak üzereler. Bende tesadüf geldim yanlarına aracımla, hemen bir geri durdular ikimizi yan yana görünce Tofaşçılar olarak." (Doğan 5)

"Sağ tarafta dörtlüyü yakıp durduysan yanımıza gelip birisinin 'yardımcı olmamızı ister misin?' demesine ihtiyacın var mesela biz empati yapar dururuz. Öncelik Tofaş olur mesela başkası olsa yine dururuz. Bakarız bir sağına soluna hemen. Maddi beklentimiz yok. Lazım mı lazım al kaç para yok bizde." (Doğan 7)

Gençler için kuş serisi bir araca sahip olmak aynı zamanda belirli davranış kalıplarını da benimsemeyi gerektrir. Bu gençleri diğerlerinden ayıran ve bir gruba aidiyetini gösteren de benimsedikleri bu davranış kalıplarıdır. Kendilerini Tofaçı olarak adlandıran bu gençler için ilk olarak empati yapmak ve ihtiyacı olanlara yardım etmek gerekir. Doğan 5 adlı genç katılımcı trafikte sorun yaşayan diğer Kuş Serisi araç kullanıcısı için yardımda bulunarak bir dayanışma ruhu ile diğerlerine gözdağı vermek istemiştir. Yine Doğan 7 adlı katılımcı ise yolda karşılaşacakları herhangi bir sorunda yanlarına ilk olarak aynı türden bir araç sahibinin yardım için geleceğini, modelli bir aracın ise bu davranışı asla yapmayacağını belirtmiştir.

"Bana bu lazım. Var mı elinizde veya gruplarda herhangi bir acil bir şey oldu mu gruba soruyoruz, milletin önerisini alıyoruz. Hani o şekilde gidiyor devam ediyor yani." (Serçe 2)

"Daha önce bu sorunları yaşayan var mı?' diye o sayfalarda paylaşıyoruz. Birbirimize o şekilde yardımcı oluyoruz. Facebookta mesela biri bir şey paylaşıyor 'bak kardeşim şöyle yaptır, böyle yaptır' diye binlerce yorum oluyor altında. Herkes birbirine yardımcı oluyor 'onu değiştirme, bunu değiştir, şöyle yaparsan daha güzel olur' diye öneriler geliyor. 'Nasıl yaptınız? Biz de yapacağız. Kime yaptırdınız?' diye fikir alıyorlar. Öylelikle tanışmış oluyoruz, çevremiz genişliyor." (Şahin 2)

Serçe 2 ve Şahin 2 adlı katılımcılar kuş serisi araçlar ile ilgili bilgi alışverişinin kurulan sosyal medya gruplarında yapıldığını belirtmişlerdir. Tofaş kullanıcılarını, diğer marka ve model araç kullananlardan en ayırt edici özelliklerinin başında birlik ve beraberlik duygusu ile hareket etmeleri gelmektedir. Gençler aynı türden araç sahipliği ile

dayanışma ve kardeşlik duygusu ile birbirlerine yardım ettiklerini ve gerçek bir Tofaşçının da bu davranış kalıplarına uyması beklenmektedir.

Tepkiler ve Önyargı

Kuş serisi araçlara olan ilgileri, tutumları ve boş zaman uğraşısı olarak sembolik bir aracı tercih etmeleri nedeniyle gençlere, gündelik hayatta sürekli bir önyargı ile yaklaşılmaktadır. Hem bireylerin eylemlerinden hem de diğerlerinin zihninde belirledikleri, bu tür aracı kullananların yapılan makbul gençlik tanımlamasına uymamasından kaynaklanan bir önyargı ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Diğerlerinin zihninde var olan düşünceler kimi zaman olumlu olurken kimi zaman da olumsuz olmaktadır. Genellikle kuş serisi kullanan gençler diğerlerinin düşüncelerini olumsuz olarak algılamaktadırlar.

> *"Yolda önce sana yol verirler, itnenin biri geliyor derler, verirler. Bence kötü değil. Bu tavır bazıları abartır ama yasaklı madde kullananalar genelede buna bindikleri için eskiden daha ucuzdu adı çıkmış. Piç arabası derler hep ama it, çakal çok olunca denetimler sıklaştı. Modelli arabayı durutmazlar ama Tofaşı duruturlar. Yani dik dik bakarlar arabaya. Bir bakıyorlar piç arabası içinden ben efendi çıkıyor ya da babam çıkıyor 'abi sen misin kusura bakma devam et' diyorlar. 52 yaşında babam mesela uzaktan bakınca serseri inecek sanıyorlar, bir bakıyorlar babam ağır falan 'sen miydin?' diyorlar 'abi sen bari binme buna' diyorlar 'karizman sarsılıyor' diyorlar. Tofaş bir zevk parayla alakası yok. Millet için bu hurda parçası ama bizde öle değil. Mesela kız heves ediyor Tofaşa ama kızın ailesi serseri diye geri çekilyor, istemiyor, Tofaşa biniyor diyor. Herşey araba değil ki. Arabaya göre insan yargılanmaz ki. Mesela mersedese binen bence daha serseri, zengin piçi yani ama ona daha çok heves ediyorlar. 'Seni aldatır' diye Tofaşı istemezler. Tofaşla gidiyorum mesela bir kızla buluşmaya hemen surat falan sarkıtıyor bir dahakine passatla gidiyorum ona 'hep bununla gel' diyor. Araba ayırt ediyorlar, ona göre tavır takınıyor. Tofaşla biyere gidersen kız utana utana biner ama passatla gidersen kasıla kasıla biner içine tofaşta kanka olursun kızla, passatta aşkım olursun. Kız bindimi Tofaşa herkes kötü gözle bakıyor, yollu bu kız, kaşar falan diyorlar*

hemen etiketliyorlar. Camı o yüzden filmledim. Aileme de kötü gözle bakmasınlar diye cam film takılıyor. Aileme mesela 'niye piç arabasına biniyorlar' diye laf ediyorlar. O yüzden çok tepki aldı annem, kardeşim. Aile arabası değil yani Tofaş." (Şahin 3)

Şahin 3 adlı genç katılımcı kuş serisi aracına olan önyargıların genellikle olumsuz olduğunu düşünmektedir. Bu tür aracı kullanan bireylerin toplum tarafından belirlenen bir profilde olduğunu ve kendilerinin de o profilde değerlendirildiklerini söylemişlerdir. Hatta trafikte bile denetim merkezlerine ilk olarak hep kendilerinin takıldıklarını belirtmiştir. Diğer katılımcılardan farklı olarak kuş serisi aracını memur olan babası ile birlikte kullandığını söyleyen Şahin 3 adlı katılımcı babasınında bu önyargılara maruz kaldığını belirtir.

"Tofaşa binipte gezen kızlara piyasacı derler. Gerçek bu yani. Nasıl olduğunu, kim olduğunu bilmezler. Ancak öyle derler." (Doğan 5)

Kadın Tofaşçılar hakkında neler düşündüklerini erkek katılımcılara sorduğumuzda Doğan 5 adlı katılımcı, toplum tarafından piyasa kızı şeklinde olumsuz tepkiler ile karşılaşacaklarından çok da uygun görülmeyeceğini söylemiştir. Kartal 2 adlı kadın katılımcı ise kuş serisi araç kullanıcı olarak toplum tarafından karşılaştığı tepkiler hakkında şunları söylemiştir:

"Alıştım ben bazen yamyam gibi baksalar da 'aman yaa' diyip müziğin sesini açıp geçiyoruz. 'Elalem ne der' kısmını geçtik biz. 'Kadın arabası Kartal mı olur?' diye çok tepki aldım. Aşırı derecede hala diyorlar mesela 'bunu satalım, yuvarlak hatlı, küçük bir araba alalım' diyorlar. Niye hep böyle diyorlar anlamıyorum yoksa kadınlar naif, kibar diye mi bu tür araç aykırı yani sert, keskin Tofaş gibi araçları yakıştırmıyorlar acaba." (Kartal 2)

Gerek sözlü gerek fiziki davranışlar ile önyargı ve tepkilere maruz kalan kadın katılımcı, kendisine karşı gösterilen bu olumsuz tutum karşısında kendisini haklı görerek yapılan davranışı bir şekilde yapan kişilerin kendi düşünceleri olduğu için çok umursamamaya başlamıştır. Kadınlar hep narin, zayıf, duygusal gibi karakteristik

özellikler ile özdeşleştirerek kullandıkları nesnelerin de kendilerini temsil edecek özelliklerde olması gerektiği düşünülmektedir. Yani etrafındaki diğer insnalara göre küçük, yuvarlak hatlı bir araç kullanması gerekir.

> *"Şimdiki arabayı da toparlıyom 'millet uğraşma ya sen bu araba ile napacan, sat bunu olmaz bu araba, çingene arabası, aptal arabası bu' diyorlardı. Ben uğraştıkça milletin tepkisi de değişmeye başladı. Böyle olacağını tahmin etmiyorlardı. Şahin, Doğana binerken öyle değildi. Serseri gibi bakıyorlardı, kötü yargılıyorlardı. Serçeden sonra kötü düşünmedi kimse. (Serçe 2)*

Serçe 2 adlı katılımcı yıllarca kullandığı Şahin, Doğan model ile toplum tarafından hep olumsuz tepkiler ile karşılaştığını ama Serçe kulanamaya başladıklatan sonra önyargıların kırıldığı ve artık kendisine yargılamadan yaklaştıklarını belirtmiştir. Aynı zamanda memur olan Serçe 2 adlı katılımcı kuş serisi aracını satüsünü belirtmek için bir araç olarak görmeye başlamıştır.

Cinsiyet ile Özdeşleşme

Toplumsal bir kategori olarak cinsiyet, toplumsal düzlemde bireyden beklenenlere ve toplumda bireye biçilen konuma işaret eder. Toplum, bireyden, değişmez bir ölçüt kabul ettiği biyolojik cinsiyetine göre davranışlar sergilemesini ister. Toplum bireylerden kendileri için belirlenen rollere uygun davranışlar sergilemesini bekler. Böylece kadınlar ve erkekler arasındaki farklılıklar toplumsal yapı ve pratiklerin bir ürünü olarak karşımıza çıkar. Bu doğrultuda kadınlar ve erkekler de belirli nesneler ile özdeşleştirilebilir. Kuş serisi araç sahibi olan Şahin 6 adlı katılımcı diğerlerinden farklı oluşunu gerek mesleği gerek hayata bakış açısı gerek ise kullandığı otomobil gibi bir nesne ile sergilemektedir.

> *"Niye kadınlara Tofaş gibi araçları yakıştırmıyorlar acaba. Alakası yok ama en büyük hırçınlardan birisi biziz. Hangi biri bizim gibi sürüyor baksana buradan bile belli farklı olduğumuz. Altındaki arabalar en lüks yani değiştirebilirler ama yapmıyorlar." (Şahin 6)*

Toplum tarafından bir Tofaş kullanıcısı olmaya uygun görülmeyen kadın katılımcı bu duruma oldukça tepki göstermektedir. Kadınların sadece toplum tarafından belirlenen belirli rollerle özdeşleştirilmesi ve kadınların duygusal, zayıf ve fiziksel özellikleri ile de narin bir yapıya sahip olduğu düşüncesiyle Tofaş kuş serisi araç kullanması eleştirilmektedir. Hatta kadınların trafikte yaşanan olumsuz durumların birçoğundan sorumlu olarak tutulması da kadın katılımcılar tarafından eleştirilmektedir. Örneğin araştırmadaki bir başka erkek katılımcı kısa süre önce kadın sürücüsü olan bir başka araç ile kaza yaşamış ve sorumlusu olarak kadın sürücüyü görmüştür. Kızgınlık belirten bir ifadeyle kadın katılımcıların trafikte yer almasına oldukça tepki göstermiş ve kadınların trafikten yasaklanması gerektiğine dair cinsiyetçi söylemlerde bulunmuştur.

> *"Olur çok güzel olur ama kendini bildiği sürece yakışır ama genelde o kızlar kendini pek bilmiyorlar. Çok açık saçık giyiniyorlar. Mesela biz sanyide toplanıyoruz kadın bir Tofaşçı gelse aramızda rahat olmaz. Kötü gözle bakan olur, arkadan konuşurlar. Çok nadir olur, çok sıkıntı yaşarlar sanayide." (Doğan 5)*

Doğan 5 adlı erkek katılımcı kadınların sahibi oldukları araçları ile erkek mekânına girmek zorunda kalacağı durumlarda çok uygun karşılanmayacakları için Tofaş kuş serisi araçların erkekler ile özdeşleşmesi gerektiğini vurgulamıştır.

> *"Sarı Serçeli bir Rus kız var sosyal medyada. Aslında o kız burada olsa çok güzel olur haa daha çok ilgi çeker. Şimdi kız Şahin Doğanla görünse böyle toplama bir araçla olay daha farklı olur, daha çok ilgi gösterirler. Biz bile 'ooo şuna bak' deriz yani. Kız bindiği zaman daha farklı olur Serçeye." (Serçe 2)*

Serçe 2 adlı katılımcı Karaman'da kuş serisi kadın kullanıcılarının çok görülmediğini, Türkiye genelinde sayılarının fazla olduğunu ve gittikleri fuaralarda sıklıkla kadın kullanıcılara rastladıklarını belirtmiştir. Muhafazakâr bir il olması gibi nedenler ile Karaman'da kadın kuş serisi araç kullanıcılarının görünür olmalarının nadir rastlanan bir durum olacağını belirten Serçe 2 adlı genç katılımcı, olması durumunda ise takdir edilecek bir tavır sergileyeceklerini söylemiştir.

Güven

Güven çok katmanlı bir kavram olarak sosyal yaşam gibi toplum düzenini oluşturan bütün ilişki yapılarında önemli bir etkiye sahiptir. Aynı zamanda sosyal ilişkilerde bütünleştirici ve birleştirici bir işleve sahip olan güven kurumlar, gruplar, bireyler arasındaki toplumsal dayanışmayı sağlayan bir role de sahiptir. Güven kavramı her türlü ilişki biçiminde hissedilen ancak tanımlarken zorlanılan bir kavramdır. Özellikle güven kaybına uğranıldığında önemi ve temel yeri üzerinde düşünülen güven olasılık, belirsizlik, risk kavramlarıyla iç içedir. Araştırmaya katılan katılımcılar araçlarına gösterilen ilgiler doğrultusunda emanet olarak istenildiği ya da şenliklerde kullanmak için taleplerde bulunulması sonucu bu konu hakkındaki görüşlerinin neler olduğunu sorduğumuzda aşağıdaki alıntılarda olduğu gibi cevaplar alınmıştır.

> *"Ben birde kimseye aracımı emanet vermem, modelli olsa veririm ama Tofaşı asla vermem. Sonuçta ona emek vermişim. Ben yanında iken çok güvendiklerime veririm ama ben yanında olacam. Ferrarim olsa veririm emanet ama Tofaşı asla vermem." (Doğan 2)*

> *"Araba satacak olsam, hangi ustaya götürürlerse götürsünler 'gözü kapalı al' derler. Çok şükür kötü tanınmamışım. Herkes iyi tanır beni güvenirler o konuda. Kötü alışkanlığım yok çünkü." (Doğan 5)*

Doğan 5 adlı katılımcı ise Tofaş araçlar hakkındaki bilgi ve becerileri doğrultusunda etrafındakilerce kendisine bir güven duyulduğunu ve Karaman arabacılık camiasında oldukça güvenilir bir insan olarak tanındığını belirtmiştir.

> *"Hani bir yere gidip parça alıyordum, yazdırıyordum. Yarın veriyordum, bir ay sonra veriyordum. Hani o şekilde güven artmıştı. İnsanlardan özelliklede sanayide esnaf güvenmeye başladı. Param olmadığında bile veresiye yaptırdım. Yüksek miktarda bişey alsam yine yazarlar artık beni tanıyorlar. Onda paramız kalmaz diyorlar. Anlayışlılar."(Serçe 2)*

Serçe 2 adlı katılımcı ise yaptığı meslek gereğince Karaman'a geldiği ve arabacılık camiasında yeni tanınmasına rağmen güven duyulan insanların başında geldiğini

belirtmiştir. Özellikle sanayi esnafı üzerinde bıraktığı olumlu izlenimler sonucu yapılacak işlemlerde ücret ne olursa olsun veresiye yaptırabilmesi ile güvenilir insanların başında geldiği için onur duymaktadır.

Kural Tanımazlık

Kuş serisi araç kullanan genç bireyler, çeşitli nedenlerle toplumsal kuralları ve yasaları yok saymaları aslında suç oranlarında da artışa neden olmaktadırlar. Araştırma kapsamında görüştüğümüz her katılımcı en az bir defa da olsa kurallara aykırı şekilde Tofaş marka araçlar ile görünür olmaktadırlar. Toplumun diğer kesimlerinden farklılıklarını göstermek için kuş serisi gibi sembolik araçları tercih eden gençler, kendilerini kural tanımaz olarak tanımlama yoluna giderler. Gençlere göre zaten Tofaş marka bir araç kullanmayı tercih ediyorsan topluma ve yasalara uyma gibi bir zorunluluğun da yoktur. Gençlerin kurallara aykırı davranışlar hakkındaki düşünceleri aşağıdaki gibidir.

> *"Tofaşa binince egzozu bağırtarak gidersin ama arkadan söverler genelde onlara. Tofaşçılar hep yalan söyler. Mesela drift atar atmam der, alkollü direksiyona geçer, yasaklı madde kullanırlar." (Doğan 5)*

> *"Geçen hafta ehliyeti alkolden kaptırdım. Şu an ehliyetim yok. Mesela vizesi geçti. Hep eksik yani hiç tam değil. Allah'a emanet biniyoruz. Şu an benim 46 bin lira cezam var ödenecek. Ehliyetim yok, sigortam geçmiş ama binmekten vazgeçmiyorum neden çünkü bu benim zevkim. İnsan zevkinden vazgeçer mi ki." (Doğan 10)*

> *"Hafta sonları sis far parklar yakar gezeriz. Tofaşçı adam sinyal kullanmaz, sollar geçer, sürekli makas atar." (Şahin 3)*

Tofaşçı gençler, genel kültürden ayrılan davranış ve eylemlerde bulunmaları, toplumsal normlara uymamaları gibi özellikler sergilemeleri ile alt kültür gruplarına benzer özellikler sergilemektedirler. Ayrıca kendilerine özgü bir yaşam tarzı olan bu gençler,

araçlarına yaptıkları çeşitli modifiye unsurları ile trafikte kural tanımaz davranışlarda bulunarak alt kültür grubu olduklarını kanıtlar niteliktedirler. Yukarıdaki alıntılarda olduğu gibi Tofaş kuş serisi sahibi gençler ehliyetsiz, alkollü, basık, abartı egzoz, yüksek ses ile müzik dinleme gibi trafikte uygulanması yasak olan eylemlerde bulunarak araçlarını kullanırlar. Ayrıca gençler modifiyenin yasak ama modifiye yapmak için gerekli yedek parçaların satılmasının yasak olmadığı ve bu duruma bir anlam veremediklerini sıklıkla dile getirmişlerdir.

> *"Bir buçuk yıldır benimle bu araç, bir aydır da trafikten men. Arabanın üzerinde dört men var. Geziyorum öle yakalasalar beni yiyecekler. Aslında emniyete gidip hepsini sök-taka kalksam bir sürü para. Arabam Karamanda tek, ehliyet yok şimdi de, vize yok, polisten kaçtım aranıyor. Bizim bindiğimiz araçların hiç biri orijinal durmaz illaki oynarız ufakta olsa. Yıllardır basık binerim. Ben motorla bile sürüne sürüne giderim." (Serçe 8)*

Sahibi oldukları kuş serisi araçalarına yükledikleri anlam bir nesneye yüklenen anlamdan çok daha fazla olmaktadır. Gençler araçlarını yuva gibi görmelerinden kaynaklı titiz ve özenli bir şekilde ilgi gösterirler. Aynı zamanda modifiye eylemleri ile otomobil kullanış tarzları bakımından değerlendirildiğinde anomi kavramına çağrışım yapmaktadır. Anomi kavramı Durkheim tarafından geliştirilen bir kavramdır ve kuralsızlık anlamı taşımaktadır (Slattery, 2018:34). Toplumsal düzenin kuralları ile bireylerin istedikleri arasında uçumlar oluşmuşsa geleneksel normlar etkisini yitirmektedir. Bireysel ve toplumsal normlar arasındaki fark olarak tanımlanan anomi kavramı ile bu araştırmada gençlerin toplumsal uyuma karşı otomobillerinde kullandıkları değiştirme ve dönüştürme eylemleri kural dışı davranışlar olarak yer almaktadır. Örneğin Serçe 8 adlı genç katılımcı kurallara aykırı olmasına rağmen trafikten men olan aracı ile hala tarafiğe çıkabilmektedir. Modern kapitalizmin tüketim çılgınlığı tutkular ve arzuların artmasını sağlayarak geleneksel sınırlamaların gücünü zayıflatır. Bireyler artık daha fazlasını isteyerek tutkularına sınır koymakta zorlanırlar. Kuş serisi araba tutkunu genç bireyler tüketim çılgınlığının ortasında arzularını sınırlandıramaz ve toplumsal kurallara uygun davranışlar sergilemekte zorlanırlar.

Rekabet

Gençler, daha iyi olmanaın verdiği tatmin duygusu ve diğerlerinden kolayca ayırt edilebilmek için kuş serisi araçlarını değiştirip dönüştürürler. Gençler gruptaki diğer bireylerle kardeşklik ile birbirlerine bağlı olduklarını söylerken dışarda kalan diğer modifiyeli kuş serisi araçlar ile rekabet içerisinde olduklarını söylerler.

> *"Bunu (aracı) aldım diye diğer arkadaş bana küstü bu sefer. 'Ben alacaktım, sen niye aldın.' Diye. Sahibi de 'parayı kim verirse onun olur, benimle pazarlık yapmadı' dedi. Ben aldım ondan sonra. Arada tabi kıskanç arkadaşlarda ortaya çıkmıyor değil. Bir tanesi var mesela çok da iyi idi aramız sonra baktık bizi kıskanmaya başladı. İmkanıda yok böyle nostalji araç yapmaya. O daha çok Şahine ilgisi var. Bizi de kıskanıyor. Bazıları geliyor mesela gelip üzerine oturuyor. Abi orası çöker oturma desen 'iyiki bir arabanız var' deyip kısaknıyorlar muamelesi yapıyor. Öyle yapan da var ama biz bunu nelerle topladık, nelerle boyattık." (Serçe 5)*

Serçe 5 adlı genç katılımcının sahibi olduğu şuanki kuş serisi aracı, yakın bir arkadaşı ile arasının bozulmasına neden olmuş. Aynı aracı iki yakın arkadaş tarafından alınmak istemesi ama gerekli parayı denkleyememesi nedeniyle Serçe 5 adlı gencin aracı alması ve diğer arkadaşının kendisi hakkında itibarını zadeleyecek söylemlerde bulunması katılımcı tarafından kıskançlık olarak değerlendirilmiştir. Bu tür araca sahip olduktan sonra etraflarındaki insanlarında değiştiğini, bu durumuda rekabet etmek istedikleri için o şekilde davrandıklarını belirtmişlerdir.

> *"Çekemeyen çok bizi. Kendi arkadaşalrımız çekemiyor en başta. Biz birde grupça dolaşıyoruz ya hep beraber millet iyice çatlıyor ya o yüzden. Araba hastası olmayan çok çamur atar 'uğraşılmaz eski araba' falan diye." (Serçe 4)*

Serçe 4 adldı katılımcı diğerlerinden farkını bireysel değil grup halinde dolaşarak ortaya koyduklarını dolayısıyla da diğerleri tarafından rekabet edilecek kişiler olarak görüldüklerini belirtmişlerdir.

> *"Arkadaşlar fesat olursa çiziyorlar, çekemiyorlar. Mesela şikayet ediyorlar. Bazen adamlar var 'gezdir' diyor. Gezdirmezsen şikâyet ediyor 'şu var, bu var'*

diye. Fesat çok, kibirliler hep, yolda geçerken korna basarsın, selektör yaparsın, tanımadığın adam ama fesat arkadaş seni ihbar ediyor."(Şahin 3)

Sahada karşılaştığımız en ilginç bilgilerden biri de yakın arkadaşa olmalarına rağmen kıskançlık nedeniyle birbirlerinin araçlaraına zarar vermek istemeleri olmuştu. Bu durumla sıklıkla karşılaşan genç sürücüler, aslında bu türden sembolik bir araca sahip olmanın avantajlarından birisini de gerçek dostlukları ortaya çıkardığı yönündeydi. Rekabet gibi güçlü duyguların genellikle yarışlarda yaşanması gerekirken gençler arasında genellikle sahip olma üzerine bir rekabet yaşanmaktadır.

3.4.8. Zamanın Ruhuna Uymayan Kirlilik Tabusu

Temizlik kişinin kendisi hakkında bilgi verebildiği için kususrsuz bir yol olarak karşımıza çıkar. Kirlenme düzensizlikle eşdeğer bir olgudur. Kirlilik ya da temizlik kişinin bakış açısına göre değişmektedir. Kirlilik esasen düzeni tehdit eder ve kirliliğin ortadan kaldırılması olumsuz bir hareket olarak değil ortamı düzenlemek için olumlu bir çaba olarak görülmelidir (Douglas, 2007:24). Kirliliği ortadan kaldırmak aslında bireylerin düşüncelerine uygun hale getirmek için yeniden düzenleme işlevidir. Gençler temiz olmaya çalışmakla etrafındakileri etkilemeye çalışır. Temizliğe özen gösterilmesi Tofaş geleneğine duyulan saygı ile ilişkili olmaktadır. Kültürel etkileşim nesnelerinden birine dönüşen kuş serisi araçların temizliği araştırmamıza katılan gençler için önemlidir. Çünkü araçlarını bir yuva gibi gördüklerinden nasıl evleri temiz ise kullandıkları araçları da temiz olmak zorundadır. Dolayısıyla temiz görünmek ayrıca kendileri hakkında da dışarıya bilgi verme mahiyetinde olmaktadır.

Temizlik

İnsanın fizyolojik gereksinimlerinden kaynaklanan bir uygulama olan temizlik gençler için sembolik anlamlar barındıran bir unsura dönüşmüş. Adeta bedenlerinin bir parçası niteliğinde olan araçları için nasıl ki bedenlerini temiz tutuyorlar ise araçları da temiz olmak zorundadır. Çünkü gençler toplumsal alana kendilerini bu araçları ile tanıtmaktadır. Sembolik anlamlarla yüklü olan gençlerin kuş serisi araçları, temiz olmalı ki kendi kişilikleri hakkında da dışarıya mesaj ileten birer iletişim aracına dönüşmelidir.

Gençlerin temizlik konusu hakkındaki düşüncelerine aşağıdaki alıntılarda yer verilmiştir.

> *"Bir de bende temizlik hastalığı var aşırı derecede. Konya'dan geldim akşam, şimdi yıkayamadım. Bizim patron, çalıştığım iş yerindekiler dedi ya 'manyak mısın sen günlük araba mı yıkan araba temiz ya'diye söylenirler. Ben dükkândan çıkarken ışıl ışıl olacak. Bir kere saat ikide öyle yaz günü evin önünde arabayı yıkıyorum arkadaşlar geldi mesela öyle geçiyorlarmış 'abi sen manyak mısın millet uyuyor sen arabayı yıkıyon' dediler. Uzun yola giderim mesela Ankara'ya gittim. Ankara dönüşü canım sıkıldı gelirken uzun yolda durdum bir yerde arabayı yıkadım, tekrar devam ettim. Ben kapıyı açtığım zaman iç kapı fitillerini oluyor, orayı bile camsille silen adamım. Millet yarım saatte yıkar ben iki saat üç saat uğraşırım. Arabanın altını üstünü motorunu…" (Doğan 5)*

> *"Pis asla binemem. Hergün araba yıkadığımız günler olur. Beş kilometrede bir araba yıkadığım olur. Kendimi mecbur hisediyorum çünkü. Binince temiz olmayı hak ediyor diyorum." (Doğan 4)*

Kuş serisi araç tutkunu genç bireyleri diğer araç kullanıcılarından ayıran belki de bu temizlik takıntılarıdır. Trafikte diğer araçlardan farklı olarak olağanca parklaklığı ile dikkatleri çeken kuş serisi araçlar, sahibinin de nasıl bir tipte olduğunu yansıtmaktadır. Kuş serisi araç sahibi gençlerin bu davranışları bir alt kültür özelliği gösterdiklerinin bir diğer kanıtıdır.

> *"Bende terlikle biniyorum ayakkabı ile girmem. Kolay kolay başkasını bindirmem, sigara bile içirmem içinde. Akşamları, pazar günleri sabahtan akşama kadar yıkarım bunu. Diş fırçasıyla, kulak çöpüyle. Çok temizlik isteyen bir renk arabada önceki rengide kırmızıydı. Tonu bile aynı. Ayrı bir takıntı bendeki. Günlük eline bez alıpta silmeyen hastayım demesin bence." (Serçe 4)*

> *"Sürekli arabayla uğraşırım hafta sonları. Günde belki dört defa hep döner döner silerim. Geziyorum, geziyorum, siliyorum. Hani bu şekilde gezdikten*

sonra yine tozlanıyor araba ama hoşuma gitmiyor tozlu binmek. O yüzden sürekli siliyorum. Benim karıyla kızla işim yok. Tek sigaram, bir de bu araba merakım. Karlı havada bile pis gezmem ben. Jant mesela günde üç kere silerim. Baylan'dan bez aldım 60 liraya iki tanesine 120 lira para verdim. Kaliteliydi, çok güzeldi. Halı döşedim arabanın içerisine, galoşla bindim batmasın diye çok zahmet oluyor diye bıraktım." (Serçe 2)

Araştırmamızda katılımcı olarak yer alan gençler, araçlarının rengini yaptığı temizliği belli edecek şekilde özel renklerde tercih etmektedirler. En çok tercih edilen Şahin modelde beyaz, Doğan modelde turkuaz renkler yapılan temzilikleri en iyi yansıtacak olan renkler olarak belirlenmiştir. Özel alanlarını dışarıya taşıyan kuş serisi araç sahibi gençler araçlarını kısmen evi gibi kullanmaktadırlar. Örneğin Serçe 4 adlı katılımcı ayakkabı ile araç içerisine girmezken bir başkasını da yolcu olarak almamaktadır. Serçe 2 adlı katılımcı ise özellikle araç tabanına halı döşediğini her ne kadar kendisi dikkat etse de bir başkası dikkat etmediği için bu davranıştan vazgeçmiştir. Düzenin bozulacağına dair sınırların çizilmesi ve ötekinin belirlenmesi noktasında, hâkim kültür tarafından belirlenen temiz ya da kirli olma bir söylem pratiği olarak dil vasıtasıyla oluşturulmaktadır. Gençler bu nedenle gerçek Tofaşçı ve Tofaşçı olmayan bir sınıflandırma yapmaktadır. Böylece sınırlarda bariz bir şekilde belirginleşmektedir.

Kirlilik

Temiz ve kirli, güzel ve çirkin gibi bir sınıflandırma yapılarak üzerinde yapılan algılar kültürel kabuller tarafından belirlenmektedir. Douglas'a göre, bir örüntünün muhafaza edilmesi için ona dâhil edilmemesi gereken şeyler kirlilik ya da pisliktir (Douglas, 2007: 64). Beden, ölüm, hayat ve düzene dair kendisinden korktuğumuz ve iğrendiğimiz her şeyi kirli olarak tanımlayabiliriz. Kutsal değerleri, bedeni, yaşanılan çevreyi ve düzeni kirleten bir sürü şeyden bahsedilebilir. Araştırmaya konu olan gençler için kuş serisi araçlarını bedenlerinin bir uzantısı olarak gördükleri için kirlilik ve temizlik durumunda takıntılı olmaktadırlar. Bir nesneden daha fazlasına dönüşen ve sahip olunan bir şeyden çok otomobiller, sahibinin genişletilmiş bir bedensel parçası haline dönüşmüştür. Araçların dışardan kirli olması kişiliğine ya da karakteristik özelliğini bilmeden çizilen sınırlar dâhilinde tanımlanmalarına neden olmaktadır. Gençler için kuş serisi araçları

görünenden çok daha fazlası olurken dışardan bir göz için tam da görünen ne ise o olmaktadır. Doğan 5 adlı katılımcı tam da bu düşünceyi doğrular bir şekilde 'bir günde kirli kullan aracını ne olacak' diyerek tepkisini ölçmek istediğimiz soruya aşağıdaki gibi yanıt vermiştir.

> ***"****Yolda giderken toz olur diye her yere girmem. Sudan geçerken mesela durur siler öyle giderim. Bindiğin arabaya bak derler." (Doğan 5)*

> *"Geçen yağmur yağıyordu arabaya bizimkiler binecekti 'galoş takın öle binin' dedim biraz bozuldu, söylendi. Arabaya binerken galoş mu takılır diye şimdi binmiyor, kızdı biraz." (Doğan 8)*

Gençlerin temizlik konusuna olan takıntıları dışardan her zaman hayranlıkla karşılanmadığı gibi çok da olumsuz tepkilere neden olmaktadır. Örneğin Doğan 8 adlı genç katılımcı en yakınlarına bile araçlarına galoş ile binmelerini tembihlemesi aile içinde sorunlara da neden olmaktadır. Kirlilik ya da temizlik düzen ve düzensizlikle ilişkilendirilir. Douglas'a göre düzene ait değerler düzen dışı sayılan şeyler tarafından kuşatılırsa düzenin varlılığını tehdit eder ve bu durum kirliliğe neden olur (Douglas, 2007: 133-145). Gençler kirliliği düzenin tehdit eden bir unsur olarak görür ve dışardakileri de düzenin dışı ile ilişkilendirirler.

4. BÖLÜM: SONUÇ VE TARTIŞMA

İnsanoğlunun gündelik hayatta herhangi bir nesne ile toplumsal ilişkisi nasıl belirlenir? Nesneler bireysel gerekliliklerden mi yoksa habitus bağlamında kültürel bir dil ve işaret anlamı mı taşır?
Bir nesne olarak otomobil mi insanlara gerçek bir kimlik kazandırır yoksa insanlar mı otomobile bir kimlik verir?

Araştırma sonunda bu sorulara cevap olarak belirleyici olanın insan olduğu düşünülse de Yücel, seçimi aslında otomobillerin yaptığını, otomobillerin insanların yaşamına yön verip yol bulmasını sağlayarak, insanlık ve çevre değerlerinin ön plana çıktığı bir yaşam alanı sunduğunu vurgulamaktadır (2000:157). İnsani niteliklerle donatılan otomobiller aslında bu özellikleri ile insanların almış oldukları sorumluluklardan daha fazla bir sorumluluğa sahiptir. Bireyler seçtikleri otomobiller ile sıradanlıktan kurtulur, ilgi çekici bir yaşama sahip olarak beğeni ve zevklerini de diğerlerine gösterme fırsatı bulurlar. Böylece fark edilmek ve görünür olma amacı ile sahibi oldukları otomobilleri kişisel zevklerini yansıtacak biçimde dönüştüren bireyler sonuç olarak amaçlarına ulaşmış olacaktır.

Modern yaşam ile birlikte kültüre eklemlenen otomobiller, özne olarak bireylerin yaşamında özel bir yer alarak bireyin ayrılmaz birer parçasına dönüşmüştür. Dolayısıyla insan yaşamında önemli bir yer işgal eden otomobillerin bu çalışmada araştırma nesnesi olarak belirlenmesi tesadüfi görülmemektedir. Araştırmanın konusu olgunlaştırılırken, doktora ders döneminde danışman hocamın *'Kuş Grubu Gençlik'* hakkında ne düşünüyorsunuz? gibi bir soru yöneltmesi neticesinde, konunun önemli ve aktüel olma durumu dikkate alınarak kuş serisi araca binen gençlerin toplumda kendilerini ifade ediş biçimi olarak araçlarını ön plana çıkarmaları ve genç bireylerin araç sahipliğinin alt kültürel yorumunun zaruriyeti böyle bir çalışmanın ortaya konulmasını olgunlaştıran durumlardan bir kaçıdır.

Bu bölümde araştırmanın soruları sahadan elde edilen bulgular doğrultusunda en başında belirlediğimiz kuramsal arka plan ile yorumlanıp cevap aranacaktır. Bunu yaparken ise Chris Jenks'in, modernitedeki alt kültür kavramına yaklaşımlar ile

postmodernitedeki alt kültür yaklaşımları arasındaki farkı açıklamak için yaptığı kültürel dönüş, dilbilimsel dönüş, düşünümsel dönüş ve görsel dönüş sınıflandırmasından yararlanılarak kuş serisi araç kullanan gençlerin, sembolik bir araç sahipliği üzerinden egemen kültürden farklılıkları, dönüşen yönleri irdelenmiştir.

Alt kültür, baskın kültürün norm ve kurallarına uygun davranışlar sergileyen ancak kendi kültürel örüntülerini de o toplumsal yapı içerisinde yeniden yaratacak motivasyonu kendilerinde bulanların kültürü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırmaya konu olan gençlerin, sahibi oldukları sembolik bir araca olan tutkuları, gündelik hayatlarını ve kurdukları sosyal çevreyi bu araç etrafında şekillendirmeleri, bu araçlara olan ilgileri karşısındaki toplumun tutumları ve kendilerini nasıl tanımladıkları temel ilgi alanını oluşturmuştur.

Araştırmanın ana sorusu *Kuş serisi araba tutkunu genç bireylerin sergiledikleri toplumsal davranış ve yönelimleri gençlik alt kültür formuna benzer özellikler gösterirken, bu gençler yeni bir gençlik tiplemesi olarak ele alınabilir mi?* olarak belirlenmiş ve bu temel soruya cevap aranmıştır. Toplumsal yapıda farklı eylem ve davranışlarıyla dikkatleri çeken bir grubun alt kültür olarak tanımlanması isteniyorsa herkes tarafından kabul edilen alt kültürel özelliklerin o grup üyeleri tarafından benimsenmesi gerekmektedir. Ömer Miraç Yaman (2012) marjinal bir gençlik grubunu konu alarak yaptığı çalışmalarında bir grubun alt kültür olarak tanımlanabilmesi için üç önemli özelliğin bir arada bulunması gerektiğini belirtir. Bunlardan ilki; yeterince bir boş zamana sahip olmalarıdır. Konuyla iligili olarak çalışmanın odağında yer alan gençlerin, her ne koşulda olursa olsun sürekli ve düzenli bir şekilde kendilerine zaman ayırmaları ve bir boş zaman uğraşısı olarak kuş serisi araçları ile ilgilenmektedir. Tofaş kuş serisi araç tutkunu genç bireyleri bir gençlik alt kültürü olarak kabul etmemize neden olan ikinci özellik ise bu türden araçlar etrafında kurduğu ilişkiler doğrultusunda akranları ile sosyalleştiği ve topluma katılım sürecinde aynı beğenilere sahip kişilerce kurulan ilişkilerin belirleyici olmasıdır. Gençler aynı zevk ve beğenilerle sembolik bir araç üzerinden akranları ile sosyalleşip yeni dostluklar kurmaktadırlar. Araştırmamıza konu olan gençleri alt kültür olarak kabul etmemize neden olan üçüncü özellik ise dil kullanımları, giyim tarzları, müzik tercihleri, dünyayı algılayış biçimleri, anlam dünyaları, toplumun diğer kesimleri ile olan ilişkileri ve kendilerini nasıl tanımladıkları

ile ilgilidir. Bu bağlamda Tofaş kuş serisi araba tutkunu genç bireyler dil kullanımları, araç etrafında kurdukları akranları ile olan sosyal ilişkileri, gönüllü olarak vakit ayırdıkları boş zaman kullanımları, sembolik bir araç üzerinden katıldıkları tüketim biçimleri gençlik alt kültür grubuna özgü özellikler sergilediklerini göstermektedir.

Literatürde alt kültür olarak ele alınan birçok çalışmada gençler, genellikle toplumla bütün olduklarını hissetmedikleri zaman gösterdikleri karşı tepkiler şeklinde ele alınmıştır. Bu araştırmada gençler, sergiledikleri davranışlar alt kültür gruplarına benzer özellikler taşımaları nedeni ile bir gençlik alt kültür olarak kabul edilmiştir. Tofaş marka kuş serisi modeli araçlara toplumun diğer kesimlerinden daha fazla ilgi göstermeleri ve diğerleri ile kurdukları ilişkilerde bu araçların ön planda olduğu görülmüştür. Gençler, ortak ilgileri çerçevesinde bir arada bulunarak eğlenmek, stres atmak ve yaşamı daha katlanılır hale getirmek gibi amaçlarla bu türden araçlarla uğraştıkları görülmüştür. Aynı zamanda saha mülakatları sonucunda gençlerin bir gruba aidiyet hissetme ihtiyaçlarını karşıladığı için sembolik bir araç etrafında kurulan ilişkilere değer verdikleri gözlemlenmiştir.

İnsanın ne olduğu, neyi temsil ettiği ve nasıl tanımlandığı diğer canlılarla ile kurduğu ilişkiler ve onlarla paylaştıkları çerçevesinde oluşmaktadır (Arent, 1994:248). Paylaşılanlar sonucu oluşan niteliklerden bir kısmı ile diğerlerinin davranışlarında benzerlikler vardır. Bu benzer davranışların sıklıkla tekrarlanması ve yoğunlaşması kişiye özgü bir davranış biçimi olmaktan çıkarak bir grubun ya da topluluğun güçlü yanlarını oluşturan davranış kalıbına dönüşebilir. Bu sayede tip olarak tanımlanacak olan bireylerin konumlandırılması da büyük oranda kolaylaşacaktır. Bu araştırmada da Tofaş kuş kerisi araba tutkunu genç bireyler, benzer ve ortak davranış sergilemelerindeki sıklık ve davranışa eşlik eden grup duygusunun yoğunluğu nedeniyle bir toplumsal tip olarak betimlenmiştir.

Araştırmanın sonunda kuş serisi araba tutkunu genç bireylerin toplumsal davranışlarının gençlik alt kültür özelliklerine benzer yönelimler sergilemeleri nedeni ile yeni bir gençlik tiplemesi ile karşımıza çıktığı görülmektedir. Yeni bir gençlik tiplemesi olarak çalışmalarda yer alıp alamayacağı tartışma konusu yaratsa da halk arasında da sıklıkla bu gençlerden Tofaşçı şeklinde bahsedilmektedir. Araştırmaya katılan gençler de kendileri Tofaşçı olarak tanımlamaktadırlar. Dolayısıyla sahibi oldukları Tofaş marka

arabaları ile bu gençler, Tofaşçı gençler olarak yeni bir gençlik tiplemesine denk düşmektedir.

Literatürde gençlik alt kültür grubu olarak kabul edilen gençlik tiplemelerine baktığımızda örneğin 1950'li yıllarda saç stilleri, kılık ve kıyafet tercihleri, dinledikleri müzik ve kullandıkları scooterları ile öne çıkan modslar, gündelik hayatta bir nesne ile özdeşleşerek nesnenin yaşamı nasıl şekillendirdiğine dair tarihsel bir örnek olarak yeni bir oluşum olmadığını göstermektedir. Modslar baskın kültürden farklı görünüşleri ve kullandıkları nesneler dönemim işçi gençliğini temsil etmektedirler. Yine Punklar 1970'li yıllarda baskın kültürün siyasi ideolojilerini protesto etmek ve düzen karşıtı görüşlerini şarkı sözleri ile aktarma yoluna giderler. Renkli ve yarı kazınmış biçimde saçları, deri ceket, yırtık ve çengelli iğneler ile dekore ettikleri kıyafetleri ile rastalar toplumsal alanda dikkatleri çekerler. 2000'li yıllara geldiğimizde ise emo gençlik, hip hop gençliği ya da apaçi gençlik gibi kendine ait tarzları ile toplumun dikkatini çeken gençlik kültürleri vardır. Bu gençlik tipleri genellikle sosyo-ekonomik bakımdan alt gelir grubu üyelerinin oluşturduğu gençlik grupları olmaktadır. Bu gençlik alt kültür grupları üzerine yapılan çalışmalar kırdan kente göç sonucu gençlerin arada kalmışlık ve kendileri ifade etme arayışı olarak yeni bir kültürel oluşum içerisine girdiklerini göstermektedir.

İnsanların kendilerini ifade etmek için seçtikleri nesneler çeşitlilik göstermektedir. Örneğin kullandıkları kalem ile yeni bir gençlik kültürü oluşturmuş tikky gençlik olarak adlandırılan gençler, ekonomik gelir düzeyi yüksek gençler ya da kendilerini onlar gibi göstermeye çalışan bir grup genç bireylerden oluşmaktadır. Büyük kentlerde özgü dili ve pahalı, yabancı markalara dayalı, yüksek estetik kaygısı ile tanınan bir gençlik kültürü olarak tanımlandığında gençlik alt kültürünün alışılageldiği gibi sadece alt gelir grubundaki kişilerden oluşmadığı görülmektedir. Bu araştırmada da Tofaş kuş serisi araba sahibi gençler, toplumda her kesimden bireylerin yer aldığı bir kültürel gruptur. Beden işçisinden bankacısına, satış danışmanından mühendisine kadar her kesimden bireyler bu araştırmada katılımcı olarak yer almışlardır. Dolayısıyla bu gençler düzen karşıtı ya da sapkın davranışlar sergileyenlerin oluşturduğu bir alt kültür grubu değil kendilerini ifade etme şekli olarak sembolik bir araç etrafında toplandığı yeni bir gençlik tipi oluşturdukları görülmüştür.

Ana soruyu destekleyecek alt sorulardan biri *Genç bireyler kuş serisi araba kullanımını bir yaşam tarzı olarak görmekte midirler?* olarak sorunlaştırılmıştı. Tofaş kuş serisi araç sahibi gençler ile yapılan bu araştırmada sembolik bir nesne üzerinden kendilerine bir kimlik kazandırmak ve bir gruba aidiyet hissetmek için bir araya geldikleri katılımcıların ifadelerinden ortaya çıkmıştır. Katılımcıların sembolik bir araç ile uğraşıları bir yaşam tarzına dönüşmüş ve gençler artık hayatın anlamını tükettiği nesnelerde aramaya başlamıştır. Arzuya dayanan bir tüketim kültürü içerisinde kendilerini bulan gençler için tüketmek bir taraftan sınıfsal göstergelerinin bir aracı olurken diğer taraftan sosyal yaşamlarında sorunlarla başa çıkmanın bir yolu olarak görülmüş. Gündelik hayatta kullanılan hemen her nesne tüketim sürecinin birer parçasıdır. Tüketmek için üretmenin kaçınılmaz olduğu kapitalist sistem sürekli yeni ihtiyaçlar yaratır. Bu nedenle tüketime konu olmayacak hiçbir nesne olmamaktadır. Bu bağlamda otomobillerde çağın büyülü nesnesi olarak tüketim nesnelerinin en başında yer almaktadır. Bauman, satın alınan ürünlerin sadece kullanım değeri üzerinden tüketilmediği bireylerin yaşam tarzlarına işaret eden simgesel değerleri de yansıttığını belirtir (Bauman, 2006:226). Araştırmaya katılan gençlerin tüketim ile olan ilişkisine baktığımızda ise sembolik bir araç üzerinden tüketim gerçekleştirirler. Dolayısıyla bu türden bir tüketim biçimi aslında gençler için sosyalleşmenin bir aracına dönüşmektedir. Ana soruyu destekleyecek alt sorulardan bir diğeri *Genç bireylerin, Tofaş arabalara olan tutkuları gündelik pratiklerine farklı bir şekilde yansımakta mıdır*? olarak sorunlaştırılmıştı. Genç bireylerin gündelik hayatlarında diğer nesnelerden daha özel bir yere sahip olan kuş serisi araçlar, hem bir yerden bir yere giderken sağladığı kolay ulaşım hem de sembolik bir araca sahip olmanın yarattığı haz ile önemli bir konumda bulunmaktadır. Araba tutkunu genç bireyler sahibi oldukları kuş serisi araçlarına gündelik hayatlarında çeşitli sembolik anlamlar yüklemişler ve benliklerinin birer yansıması olarak kabul etmişlerdir.

Gençler tüketim malları yerine sembolleri tüketiyor. Bu da duygular aracılığı ile yapılan kar oluşturmayan bir tüketim şekline dönüşüyor. Yani kendi farklılıklarını kabul etme ve diğerlerine kabul ettirme şekline dönüşen bir kültürel uygulama olarak toplumsal yaşamda yer alıyor (Fiske, 1989:17).

Eşya-insan ilişkisini incelemek gündelik yaşamın değişen dinamiklerini saptamanın yanı sıra bireyin iç dünyasını anlama imkânı da sunmaktadır. Nesne yani eşya bir toplumun sembolik olarak taşıdığı kültürel kodların en güçlü göstergesidir. Bu anlamıyla kültürü oluşturur ve onu var eder. Kültürel tarihimizde maddi kültürün nesneleşmiş bir biçimi haline gelen otomobiller sürücüler tarafından simgesel anlamlar yüklenerek büyülü bir çekicilik sunar. Kuş serisi araç sahipliğinin oluşturduğu alt kültürde nesneler onları kullananların güç duygusunu yansıtır ya da yaratır. Gençlerin arabalarına gösterdikleri daimi sevgide öylesine bir ilginin ötesinde ben yaşıyorum, önemliyim ve dünyada bir farklılık yaratıyorum deme ihtiyacını karşılamaktadır. Dolayısıyla nesneler, benlik gelişiminde ve benliğin yansıtılmasında önemli rol oynarlar. Artık otomobiller kullanım değerleriyle değil sahibinin kimliksel özelliklerini yansıtan bir araç haline dönüşür. Bu durum tam da Jenks'in alt kültür kavramının kuramsal ve kavramsal tarihi dönüşümlerini açıklamak için kullandığı kültürel dönüşe denk düşmektedir.

Chris Jenks dilbilimsel dönüşü, dilin toplum içindeki ve kültürel çerçevedeki değişimini inceleyerek tanımlar. Jenks'e (2007:15) göre dilbilimsel dönüş toplumun sosyal, kültürel ve tarihsel değişimlerine bağlı olarak dilin nasıl değiştiğini ve dönüştüğünü anlamaya çalışır. Bu bağlamda dilin kullanımı, anlamı toplumun ihtiyaçlarına ve koşullarına uygun olarak evrilir. Jenks düşünürlerin, dilin sadece insan türüne özgü bir davranış biçimi olarak düşünmeyi bıraktıklarını onun yerine Yapısal dilbilimin kurucusu olan Ferdinand de Sassure'nin (1998) dilbilim üzerine yaptığı çalışmalarda, dilin merkezi bir konuma gelerek insan davranışlarını anlamak ve açıklamak için nasıl uygun bir metafora dönüştüğü üzerinde yoğunlaşırlar. Dilin yetkinliği ve kullanımı hem insani hem toplumsal olanın ne olduğu hakkında fikir veren bir araç haline dönüşmüştür. Yapısalcı yaklaşımlar dili özerk bir analiz birimi ve bağımsız bir değişken gibi ele alırlar. Pierre Bourdieu'nun dile yaklaşımı ise Yapısalcı dil kuramlarının aksine dil alanı değil, alan dili belirler. Ona göre, sadece dil üzerinden kodlanmış mesajın içeriğine ve biçimine odaklı analiz yapmak, onu kodlayan eyleyicilerin toplumsal ve tarihsel konumlanışlarını göz ardı ederek metni gerçekliğin yegâne temsili gibi görmek, dile pratik kullanımından ve siyasal işlevinden kopuk, ölü bir nesne gibi yaklaşmak demektir. Saussure'cü dilbilim görüşlerinden farklı olarak Bourdieu, dilsel pratiklerin, dilin yalnızca yapısalcı çözümlemesiyle bulgulanamayacak güç ilişkilerini, bir dil

ekonomisinin varlığını ve dönüşümünü ortaya koyduğunu saptar (Bourse ve Yücel, 2012;225). Bourdieu'ye göre dil, dilsel çözümleme için değil, uygun zamanda, uygun şeyi konuşmak için yapılmıştır. Dolayısıyla doğru bir dilsel analiz için, dilin dışında işleyen yapıları; tarihsel konjonktürü, bireylerin cinsiyet, eğitim düzeyi, toplumsal konumu, yerleşim yeri gibi temel demografik özellikleri hakkında da bilgi sahibi olmak gerekir. Çünkü konuşan sadece o anda orada bulunan özneler değil, o öznelerin mensubu olduğu toplumsal sınıflar, kültürel gruplar ve bunları arasındaki güç ilişkilerinin tarihselliğidir (Bourdieu, 2016: 138-139). Chomsky ise insan dilinin biçim ve yapılanma koşullarını belirleyen evrensel öğelerin bulunduğunu savunur (Chomsky, 2001: 113). Bourdieu, Chomsky'nin evrensel dilbilim teorisi hakkındaki bu görüşlerine katılmaz ve dilsel yetilerin, toplumu oluşturan her bireye evrensel olarak doğuştan gelmediği düşüncesini savunur. Her toplumsal sınıfın kendine has dilsel bir habitusu, yani belirli bir biçimde konuşma, belirli şeyleri dile getirme, sözlü veya sözsüz iletişim becerileri kazanma anlamında yatkınlıkları vardır.

Ana soruyu destekleyecek alt sorulardan bir diğeri ise *Kuş serisi araba tutkunu genç bireyler kendi anlam dünyalarında oluşturdukları kelime dünyası, gündelik kullandıkları dilden farklı mıdır?* olarak problemleştirilmişti. Sembolik bir araç sahipliği üzerinden hâkim hültürden farklılıklarına ve dönüşen yönlerine odaklandığımız bu çalışmada gençlerin kendi aralarında oluşturdukları bir dil kullanımı vardır. Gençlerin otomobil kültürü ekseni kapsamında oluşturdukları bu yeni dili, gündelik hayatlarına da entegre ettikleri görülmüştür. Her toplumsal sınıfın kendine has dilsel bir habitusu vardır. Dilsel habitus belirli bir biçimde konuşma, belirli şeyleri dile getirme, sözlü veya sözsüz iletişim becerileri kazanma anlamında yatkın olma anlamına gelir. Gençlerin, otomobil kültürü etrafında yarattıkları yeni bir dil ile toplumsal kimliklerini ortaya koydukları ve hakim kültüründen ayrıldıkları bir dil kullanımları vardır.

Toplumsal hiyerarşilerin dilsel pratikler yoluyla nasıl kurulduğunu, meşrulaştırıldığını ve yeniden üretilebildiğini Tofaş kuş serisi otomobil kullanan gençler üzerinden ve Pierre Bourdieu'nün Dilsel Habitus Kuramı çerçevesinde ele alınabilir. Bourdieu, Dilsel Habitus Kuramı bağlamında, meşru dilsel pratiklerin toplumdaki egemen sınıfların pratikleri temelinde şekillendiğini ve dilin farklı bireyler ve toplumsal sınıflar

arasındaki simgesel güç ilişkilerinin bir aracı olduğunu savunur. Tofaş kuş serisi araç sahibi gençler ile tasvir edilen, orta sınıftan kültürel anlamda ayrıcalıklı sınıfa mensup gençler ile alt sınıfa mensup gençler arasındaki çatışmaya dayalı dilsel alışveriş, Bourdieu'nün Dilsel Habitus kuramı bağlamında sunduğu çerçeveye karşılık gelmektedir.

Ana soruyu destekleyecek alt sorulardan bir diğeri *Genç bireyler Tofaş araba tutkunluğu ile milliyetçilik arasında nasıl bir bağ kurmaktadırlar?* olarak sorunsallaştırılmıştı. Türkiye'nin ilk yerli otomobil denemesi 1900'lü yıllarda Devrim ile başlamış ve çeşitli politik çekişmeler ile istenen başarıya ulaşamış. Yerli otomobil üretmek için denemelere devam eden Türkiye, Anadol ile otomobil endüstrisinin ilk seri üretimine geçmiş ve 18 yılda 100 bine yakın otomobil üretmiştir. Türkiye'nin birçok şehirinde yer almaya başlayan Anadol için bu seferde yedek parçaların eksikliği ve dış ülkelerden yedek parça almanın pahalıya mal olması gibi çeşitli sorunlar ile baş etmeye çalışılmıştır. Bu eksikliği giderecek yeni arayışlara başlanmış ve Vehbi Koç'un önderliğinde İtalyan markası olan Fiat ile ortak Türkiye'de otomotiv fabrikası kurulmasına karar verilmiştir. *'Herkes İçin Otomobil'* sloganıyla 1971 yılında üretimine başlanan Tofaş marka otomomobiller, Türkiye'nin yerli otomobil ihtiyacanı karşılayarak Türkiye tarihinde bir dönüm noktası olarak yer almaktadır.

Araştırma kapsamında görüştüğümüz gençler özellikle Türkiye'nin yerli otomobili olduğu ve kendileri için geçmişin izini taşıyan bir anlam ifade ettiğini, bu nedenle de kullanmayı tercih ettiklerini belirtirken bazı katılımcılar ise orta gelirli bir ailenin alabileceği en uygun otomobiller olduğu için tercih etmişlerdir.

Ana soruyu destekleyecek alt sorulardan bir başkası ise *Tofaş araba kullanan genç bireyler suçlu olarak etiketlenmekte midir?* olarak problemleştirilmişti. Sahibi oldukları kuş serisi araçları ile toplumsal alanda görünür olmayı kabul eden gençler kimi zaman toplum tarafından suçlu olarak görülmektedirler. Stuart Hall'un (2006) belirttiği gibi genelde bu gençler toplumsal düzene uyumsuzluk gösterdikleri ve bu düşünceyi doğrulayacak eylemlerde bulunmaktan çekinmedikleri için 'toplumsalın bir eğreltilemesi' olarak algılanırlar. Gençlik alt kültürleri üzerine bugüne kadar yapılan araştırmalar, toplumsal değişimin çelişkili niteliği üzerine olduğu gibi baskın kültüre karşı direnişlerini dile getirme biçimleri üzerine de yapılmıştır. Gençlerin kuş serisi gibi

araçlar ile toplumsal alanda fazlaca dikaatleri çekmeleri ve hâkim kültürün genel kurallarına ve kültürel kodlarına göre farklılık gösteren davranışları, toplumun hiyerarşik düzenini yapılandıran uyuşmazlıkları belirginleştirmiştir. Bu nedenle de kendilerini ifade etmek için sembolik bir aracı tercih eden gençler toplum tarafından suçlu olarak görülmektedirler.

Bir kişinin ne olması gerektiği, varsayılan toplumsal kimlik ile bir kişinin fiilen ne olduğu, fiili toplumsal kimlik arasındaki boşlukla ilgilenir ve bu iki kimlik arasında boşluk olan herhangi bir kişi Goffman'a göre damgalanır (Ritzer, 2012: 238). Goffman'a göre damganın oluşabilmesi için toplumda normal ve normal olmayan rolünü oynayan kişilerin var olması gerekir. Goffman, damgalı ve normal insanların aynı sosyal ortamda olduğu anlara ve birbirleriyle doğrudan temas halinde oldukları durumlara odaklanmaktadır (Goffman, 2014: 42). Dolayısıyla aynı sosyal ortamda bulunan bireyler kuş serisi araç kullanan ve kullanmayan şeklindeki bir ayrıma maruz kalmakta ve kuş serisi kullanan bireyler genellikle suçlu tipi ile özdeşleştrilmektedir.

Ana soruyu destekleyecek alt sorulardan biri de *Genç bireyler kuş serisi araba kullanıldıkları için sosyal dışlanmaya maruz kalmakta mıdırlar?* olarak belirlenmişti. Bu araştırmaya konu olan gençler herhangi bir etnik ya da kültürel bir kimlik grubuna eklemlenmek gibi bir kaygı içerisinde analiz edilmeye çalışılmadı. Daha çok sembolik bir arabaya sahip olmanın kültürel anlamlarına bakıldı. Sahibi oldukları araçlarını çeşitli tarzlarda modifiye ederek ve kuralları ihlal ederek araba kullanmayı, farklılaşmanın ve kendilerini ifade etmenin bir yolu olarak gören gençler, Lüküslü ve Yücel'in (2013) belirttiği tehdit olarak gençlik yaklaşımını doğrular niteliktedir. Gençlerin yol açtığı sorunlara odaklanılarak tehdit olarak algılanılmakta ve sosyal dışlanmaya maruz kalmaktadırlar. Bu araştırma modifiyeli araç kullanan gençler bir tehdit unsusru yaratan tipler olarak değil kendilerini ifade etmek yolu olarak neden bu türden araçları tercih ettiklerini anlamak ön planda tutulmuştur. Sonuç olarak ise gençler, toplumsal hiyerarşide kendilerine bir konum kazandırmasını sağlayacak şey olarak, Barthes'in (1993) 'büyülü nesne' olarak tanımladığı çağın yaratımı olan otomobilleri tercih etmişlerdir.

Tofaş kuş serisi kullanıcısı gençleri, nasıl ki ait olduğu toplumun diğer üyeleri *tehlikeli bir sınıf* olarak görüp dışlayabiliyor ise kuş serisi araç sahipliğinin oluşturduğu grubun

varlığını tehlikeye düşürecek kişilerde grup üyeleri tarafından bir şekilde sosyal dışalnmaya maruz kalmaktadır. Bu araştırmada bir sosyal statü grubunu temsil eden Tofaş kuş serisi araç sahibi gençler, çeşitli şekillerde birlikte hareket eden bir grup özelliği göstermektedirler. Grup üyeleri sosyal grubun farklılığını koruyabilmek için çeşitli seçim yöntemleri ile bazılarını gruba dahil ederken grubun yaşam tarzını koruyabilmek ve devam ettirebilmek için ise bazılarını *ritüel kirlenme* (Elias, 1978) olarak görüp grubun dışında bırakabilmektedirler.

Bourdieu, meşru dilsel pratiklerin toplumdaki egemen sınıfların pratiklerine göre şekillendiğini savunur. Her toplumsal sınıfın kendine has dilsel bir habitusu, yani belirli bir biçimde konuşma, belirli şeyleri dile getirme, sözlü veya sözsüz iletişim becerileri kazanma anlamında yatkınlıkları vardır. Buna karşın egemen toplumsal kesimlerin ürettiği dilsel pratikler, kamusal alanda, siyasette, medyada, iş yerinde, okul, mahkeme, devlet daireleri gibi resmi alanlarda hakim konumdadır ve bu dili konuşmak bir saygınlık nişanesi olarak kabul edilir. Tabi konumda olanlara dayatılan bu dil, aynı zamanda evcilleştirilmiş ve üzerinde müdahalelerde bulunulmuş bir dil özelliği de göstermektedir (Bourse vd. 2012: 123). Bu bağlamda Tofaş kuş serisi kullanan genç bireylerin milliyetçi ya da suçlu olarak nitelendirilmesindeki kullanılan dil toplumdaki egemen sınıfların pratiklerine göre şekillenmektedir.

Modern dünya, geleneksel toplumlarla olan bağını karşıtlık oluşturmak amacı ile yolları kesin bir şekilde ayırmak biçiminde Batı'da ortaya çıkmış bir dünyadır. Bu karşıtlıklar nüfus artışı, sanayileşme, kapitalist bir pazar ekonomisi, dar ve yapısal anlamda örgütlü toplumsal farklılaşma ve iş bölümü biçimlerinin yanında bilim ve teknolojinin giderek baskın hale gelmesi olarak sıralanabilir. 1960'lardan sonra ise toplumsal, kültürel ve sosyal alanlarda modern Batı toplumlarının bütüncül şekli ve örgütlenmesi postmodern bir dünya kurmak üzere parçalanmaya başlamıştır. Modernlik geleneksel toplumlarda keskin bir ayrılma getirdiyse, postmodernlik de modernlikle yollarını keskin bir şekilde ayrılmasının sonucudur. Sanayi sonrası bir dünyayı temsil eden postmodernite, üretimden ziyade piyasa yönemli bir tüketim kalıbı, parçalı ve çoğulcu farklı kültür ve yaşam tarzlarına sahip heterojen gruplardan oluşmuş toplulukların sayıca arttığı yeni bir dünya düzeni olmuştur. Toplumsal varoluş ve kimliklerin daha ön plana çıktığı, düzenli bir organizasyona sahip olmayan alt gruplara ait diller, kültürler, inançların

görünürlüğün arttığı yeni yaşam tarzları ortaya çıkmıştır (Jenks, 2014:493). Bu dönüşüm bizim araştırmamıza konu olan otomobil gibi çağın yaratımı olan bir tüketim nesnesi ile yeni bir tüketim kalıbı oluşturan kuş serisi araba sahibi gençleri yeni dünya düzeni içinde yeni yaşam tarzları ile beliren bir alt kültür grubu olarak tanımlamamıza olanak sağlamaktadır. Yeni tüketim şekli olan kuş serisi araçları fark edilebilir olma savaşı içerisine giren genç bireyler, egemen kültürün düşüncesi ile kendilerini dışarıya açtıkları temel düşünceler birbirinden farklılaşmaktadır. Bu bağlamda toplumsal, kültürel ve sosyal alanda yaşanan bütün bu dönüşümler, Jenks'in alt kültür kavramının kavramsal ve kuramsal tarihi dönüşümlerini açıklamak için kullandığı düşünümsel dönüşün tezahürü olmaktadır.

Ana soruyu destekleyecek alt sorulardan biri de *Genç bireyler Tofaş araba tutkunluğunu nesilden nesile aktarılan bir hayranlık olarak görmekte midirler?* olarak sorunlaştırılmıştı. Araştırma kapsamında görüştüğümüz gençler, boş zaman uğraşısı olarak bu türden bir araç ile ilişkisi kimi zaman dededen kalma alışkanlıkları yaşatma kimi zaman ise babadan kalma alışkanlıkları yaşatma eğilimi ile başlamıştı. Türkiye'nin yerli otomobili olması ve Türk tarihinde önemli bir yer edinmesi ile kuş serisi bir araca sahip olmayı gençler, kendilerinde motive kaynağı olarak görmektedirler. Dolayısıylada bir nevi atalardan miras kalan bu alışkanlığı kendi çocuklarına hatta torunlarına da aşılamak istediklerini belirtmişlerdir. Hatta çocuk sahibi olan erkek katılımcılar küçük yaşlarda bu alışkanlığa heves etmeleri için çocuklarını fuarlara, şenliklere götürmekte ve işin inceliklerini onlara da öğretmeye çalışmaktadırlar.

Cris Jenks, alt kültür olgusunun toplumsal kuramlardaki tarihsel evrimini açıklamak için kullandığı argümanlardan biri de görsel dönüş kavramıdır. Görsel dönüş bu araştırmada otomobil gibi bir nesnenin gençlerin, diğerleri ile kurduğu ilişkilerde araçlarının önemi, sosyal dünyayı algılayış biçimini yansıtmak için kuş serisi aracı üzerinde yaptığı çeşitli görsel değişiklikleri anlatmak için kullanılmıştır. Kitlesel üretim ile birlikte sahip olma bağlamında maddi nesnelere olan ulaşım kolaylığı artmış maddi nesneler artık her kesimden bireyin kolaylıkla erişebileceği bir hal almıştır. Bu kolay erişim beraberinde bireysel beğenilerin anlatım biçimlerinin de değiştirme arayışına yöneltmiş. Örneğin otomobiller özelinde özgün biçimler oluşturulmaya başlandı. Nesne tarihinin bir *fetişi* (Ruppert, 1996) otomobil, aralıksız bir şekilde teknik olarak yenileniyordu. Sahibi için

fabrika üretimi tek tip üretim yerine sahibinin beğeni ve zevkini yansıtan değişiklikler yapılmaya çalışıldı. Bu araştırmaya konu olan gençler de kuş serisi otomobillerine, seri üretilmiş otomobillerin aksine çeşitli aksesuarlar, eklentiler, özel tasarım ürünler ile farklılık kazandırmışlardır. Bu sayede estetik anlatım gücü arttırılan kuş serisi otomobiller ile gençler, kitlesel olarak üretilmiş araçları öznel imlerle donatmanın hep yeni kültürel biçimlerini bulmuşlardır (Ruppert, 1996:171). Böylece Prometheus'un insani eylemin sınırlarını aştığı eski söylemin yerini artık otomobiller almış. Gençler için bir otomobile sahip olma güç ve özgürlük simgesine dönüşmüştür.

Gençler sahibi oldukları araçlarını tıpkı bir mobil tuval gibi kullanarak üzerinde kendilerini yansıtacak çeşitli değişiklikler yapmışlardır. Yaptıkları bu değişiklikler ile gençler, araçlarını dışarıya vermek istedikleri mesajı kolayca iletmenin bir yolu olarak görmüş ve böylece kuş serisi gibi sembolik bir araç, sahiplerini betimleyen birer özete dönüşmüştür. Aynı zamanda gençler, kimliksel özellikleri ile değil ilk olarak araçları ile tanınır olmuşlardır.

Gençler kimliklerini dğerlerine ifade edebildikleri bir tüketim kalıbı içerisine girerler. Kimliklerinin toplumsal ve kültürel oluşumunda en önemli rolü oynayan bu tüketim kalıplarıdır. Tüketim kültürü içerisinde modern birey, sadece görünüşleri ile değil beğeniye dayalı davranışları ile de statülerini diğerlerine karşı sunarlar. Kuş serisi araç sahipliği ile oluşan statü göstergesi diğer tüketim nesnelerinin sunduğu statü göstergesinden farklıdır. Kuş serisi araç sahibi genç hem güç hem özgürlük hem de diğerlerinin gruba dahil olma ya da olmamaya karar yetkisine sahip bir konumuda işgal etmektedir.

Otomobil gibi görsel bir nesnenin sahipleri için görünenin çok daha ötesinde yeni anlamlar ifade etmesi ve bir topluluğun alt kültür olarak tanımlanması amacına hizmet eden bir nesne olarak konumlanması, Chris Jenks'in alt kültür kavramının kavramsal ve kuramsal tarihi dönüşümlerini açıklamak için kullandığı görsel dönüşü betimlemektedir. Tüketim olmadan artık bir grup kimliği kurmanın imkânsız olduğu günümüzde gençler değişimi ve yenilenmeyi tanınmış markalı giysiler, saç kesimi gibi ayırt edici nitelikler ile değil arabalarına taktıkları parçalar aracılığı ile yaşamaktadır.

Sonuç olarak;

Çalışmanın en başında alt kültür fikrini toplumsal ve sosyolojik olarak bir bağlama oturtulmuş genel bir tarihi anlatılmıştır. Tarihte alt kültür kavramı, politik boyutları ve amaçlar dâhilinde kullanıldığı görülmüştür. Alt kültür kavramı, kaybedeni kahramanlaştırmak, mülksüzü radikalleştirmek, kendisini ifade etmekte zorlanan bireyleri dile getirmek, aykırı veya hâkim kültürden olmayanı marjinalleştirmek ve denetim altına alınmasına gerekçe bulmak gibi kuramcıların amacına uygun şekillerde kullanılan bir kavram olmuştur. Wolfgang ve Ferracuti (1967:95) göre alt kültür terimi, sosyal bilimler alanında çeşitli bağlamlarda kullanılmasına rağmen çok fazla muğlaklık içerdiğini belirtmişlerdir. Alt kültür, kültürün bir alt kategorisine işaret ettiği için kimi sosyal bilimler alanında hâkim kültürden ayrılıp karşıt kültür oluşturdukları için nahoş gözüyle bakılırken sosyologlar değer yargısı olmaksızın bu kavramı kullanmaktadır. Chicago akademisyenleri alt kültür kavramını, gettoda yaşayan evsiz bireylerin suç çetelerine dönüşerek diğerlerinden farklılıklarını dile getirme biçimi olarak gündelik pratiklerindeki marjinalleşme durumları ile göstermeye çalışmaktadırlar. Birmingham Kültürel İncelemeler Merkezi grubunun ise savaş sonrası gençliğin protesto amacı ile alt kültür grunu oluşturdukları üzerinde dururlar. Jenks bu durumun normalleşmesinde bir gençlik ajitasyonu yaratılarak politik güçlerin amaçlarına hizmet ettiklerini vurgulamakta hatta alt kültür kavramı ile hiç kimsenin eline işe yarar bir kavram olmadığı yönünde düşüncelerinde ısrar etmektedir. Meseleye daha geniş anlamda bakarak alt kültür gibi kavramların, modernite projesinin zayıflamasının sosyal bilimlerdeki örnekleri olarak görmektedir. Nasıl ki modernite yeni dünyalar aradı ve keşfetti ise alt kültür üzerine yapılan çalışmaların da şehrin ilginç yaşam şekillerini göstermeye çalıştığını belirtmektedir (Jenks, 2007:173). Yukarıda alt kültür grupları üzerine yapılan çalışmalarda gerek suçlu alt kültürleri gerek hâkim kültüre karşı bir direniş biçimi olarak sınıflandırılan alt kültür kuramları, modernite projesine hizmet eden bir alan olarak görüldü. Çünkü alt kültür yukarıda açıklanan kuramlarca çoğunlukla toplumsal parçalanma ve toplumsal dağılmaya neden olan marjinal grupları tanımlamak için kullanıldı. Jenks, Durkheim'in de dayanışmacı toplumundaki bütünleşmenin ve oydaşımın bütüncül gerçekliklerden uzak olduğunun farkında olduğunu ve bu nedenle suçun toplumun her kesiminde var olacağının farkında vardığını belirtir. Durkheim kuramı terketmek yerine normal, patolojik, kutsal ve kutsal olmayan sınıflandırmasıyla çağdaş dünyanın normal bir unsuru olarak çalışmalarına

dahil etti (Jenks, 2007:175). Bu nedenle suçun alt kültür ile ilişkilendirilmesinin tek başına yeterli olmayacağı ortaya çıktı.

Aydınlanma düşüncesi ile birlikte beliren modernitede artık bilimin özgürletirici ruhuna duyulan inaç azaldı ve toplum düz bir temele dayanmıyordu. Jenks'in (2007:177) ifade ettiği gibi parçalar kolaylıkla karşılıklı bir ilişki kuramıyor, farklılık, ayrılık ve rekabet daha ön plana çıkıyordu. İnsanların birarada yaşamalarının ön koşullarından biri de birbirlerini tamamlayıcı biçimlerde inandığı ve davrandığı ama bazı kesimlerin bunu yapmayı reddettiğinde alt kültür olarak tanımlamanın yetersiz olduğu, postmodern düşünce ile birlikte farkına varıldı. Posmodernite ile artık post-altkültürlerden bahsedilir hale geldi. Post- altkültür diğer kuramların gözardı ettiği şeyleri eleştiri getirerek kuramın temel özelliklerini oluşturdular. Örneğin Blackman'ın (2005) ifade ettiği yeni *yaşam tarzı* gibi terimler ile toplumsal kavrayış değil de bireysel kavranış daha ön plan çıktı. Post-alkültür için artık kimlik ve yaşam tarzları gibi kavramlar anahtar kavram olarak kullanılmaya başlandı.

Araştırmanın bulguları bölümünde bir alt kültür grubu olarak kabul edilen kuş serisi araç sahibi gençlerin gündelik yaşamlarında araçları ile aralarında kurdukları bağı, nasıl davrandıklarını ve dışardan nasıl göründükleri, saha çalışması sonucunda elde edilen veriler Geert Hofstede'nin "Soğan Modeli" şeması kullanılarak analiz edilmiştir. Kültürlerarası çalışmalar alanında kuramsal çalışmaları ile öne çıkan Hofstede ve arkadaşları kültürel unsurları "Değerler", "Ritüeller", "Kahramanlar" ve "Semboller" sınıflandırması ana tema olarak kullanılmıştır. Saha çalışmasında, gençler ile yapılan mülakatlar sonucu elde edilen veriler bu dörtlü sınıflandırma altında ilgili kuramsal ve kavramsal çerçeve ışığında yorumlanmıştır.

Modernitede bilime olan özgürleştirici inancın çöküşü sonucunda, Postmodernite de kolektif yaşama olan inancı tekrardan diriltmek için dayanışma, kültür, toplum ve alt kültür gibi olgulara tekrar başvurmak zorunda kalmıştır. Jenks bu geri dönüşe, kuramsal persfektiflerdeki rekabetlerin neden olduğunu ve dilbilimsel dönüş, düşünümsel dönüş, kültürel dönüş ve görsel dönüş olarak bir üst paradigmada toplumun daha hızlı hareket ettiğini vurgulamıştır (Jenks, 2007:178). Sonuç bölümünde Jenks'in bu görüşlerinden hareketle araştırmanın en başında cevap aradığımız sorular cevaplanmıştır.

Sembolik bir nesne ile alt kültür grubu özelliği yansıtan çalışmaların azlığı bu çalışmanın önemini bir kez daha vurgulamaktadır. Çalışmanın literatürdeki bu eksikliğe bir nebzede olsa katkı sağlaması umudu ile tamamlanmıştır. Bu araştırma sonucunda elde edilen bilgilere baktığımızda Koç'un 2022 yılında gündelik yaşamın olağan akışı içinde trafikte sıkça karşılaşılan ve genel olarak bir alt kültür grubu olarak değerlendirilen Tofaş kuş serisi kullanan modifiyeci gençlerin kim oldukları sorguladağı yüksek lisans tez çalışmasıyla benzerlik ve farklılık taşıyan yönleri vardır. Koç, nitel ve nicel yöntemlerin bir arada kullandığı çalışmasında kimlik yaratma stratejisi olarak otomobillerini bireyselleştirdikleri, modifiyenin yapılışı ve kuralsızlığı ile katılımcıların aslında bireyselleşmelerine, postmodern bir yama olarak bu alt kültür grubunu oluşturdukları gibi sonuçlara ulaşılmıştır. Bu çalışmada ise sadece nitel yöntemlerdenden yararlanılmış, sembolik bir araç sahipliği ile oluşan yeni tüketim kalıbı içerisinde gençlerin, gençlik alt kültürü olarak yeni bir toplumsal tip yarattıkları görülmüştür. Kuş serisi araç kullanan gençler ile yaptığımız bu araştırmanın sonucunda gelir düzeyinde uygunluk ve teknik yeterlilik bağlamında araba modifikayonunda tarza dayalı bir sembolik hiyerarşi olduğu görülmüştür. Ortaya çıkan bu sembolik hiyerarşi ile kuş serisi araçların gençlerin sosyal dünyalarını şekillendirmede önemli olduğu gözlemlenmiştir.

Kuş serisi bir araç kullanıcısı olmak gençler için beraberinde bir dizi sorumluluğu da yanında taşımak demektir. Bunlardan en önemlileri trafikte kurallara uygun bir şekilde davranmak, kötü alışkanlıklara yönelmemektir. Sohbetin ilerleyen kısımlarında araştırmacı ile ilk ciddi konuşmalar geride bırakılmış ve gençler her zaman ki doğal ortamlarındaki gibi davranmışlardır. Örneğin gerçek bir Tofaşcı gencin hiçbir zaman alkol kullanmayacağı ve yalan söylemediğinin üzerinde durulmuş ama araştırmacıya güven ortamının oluştuğu durumda, yapılmaması gereken bütün davranışların ilk fırsatta yapıldığı belirtilmiştir. Aynı zamanda gençlerin kendilerini ait hissettikleri grubun çıkarlarının bireylerin çıkarlarından önce geldiğini söyleseler de bireylerin çıkarlarının her zaman önde geldiği anlaşılmıştır. Örneğin diğer grup üyelerinde olmayan orijinal bir araba parçasına sahip olmak aynı zamanda prestij ve statü göstergesi de olmaktadır. Dolayısıyla tüketim kültürünün dışında kalarak yeni bir kimlik oluşturmanın mümkün olmadığı günümüzde gençler fark edilmenin yolu olarak kuş

serisi araçlarını görürler ve dışarıya vermek istedikleri mesajı arabalarına yaptıkları değişiklikler ile iletmektedirler.

Gençler otomobillerini dönüştürerek yeni biçimler yaratırken aslında kimliklerine yönelik çevrelerine aktarmaya çalıştıkları biricik olma, farklı olma, dikkat çekme ve görünür olma isteklerine maddi bir biçim kazandırmakta, otomobilleri üzerinden kimliklerini inşa etmektedirler. Araştırmanın sonucunda gençlerin, simgesel olarak kimliklerinin uzantısı olarak gördükleri otomobilleri ile etkileşime girdikleri, onları kendilerinin bir parçası olarak gördükleri ve benimsedikleri anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

Akcan, F. (2011). Dağcılık Alt kültürü: Semboller, Anlamlar, Kimlikler (Doktora tezi). Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezinden edinilmiştir. (Erişim numarası: 282302).

Almong, O., (1998), The Problem of Social Type: A Review, Electronic Journal of Sociology.

Alus, S., M., (2000), İstanbul'da ilk Otomobiller, Cogito, Oto-Mobil: Bir Röntgen Denemesi içinde (ed. C. İleri), Sayı 24, ss. 216-220, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Alus, S., M., (2001), Eski Günlerde, İstanbul: İletişim Yayınları.

Appadurai, A., (1986), The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective, Cambridge University Press.

Arent, H., (1994), İnsanlık Durumu, (çev. B. S. Şener), İstanbul: İletişim Yayınları.

Arıkan, A., (2018), Etnografın El Kitabı, Ankara: Anı Yayıncılık.

Aydemir, M., A., (2014), Sosyal Alanın Tipleştirilmesi: Toplumsal Tipler, Sosyoloji Divanı, Sayı:3, ss:9-12.

Baker, U., (2018), Kanaatlerden İmajlara: Duygular Sosyolojisine Doğru, İstanbul Birikim Kitapları.

Baran, A., G., (2013), Genç ve Gençlik: Sosyolojik Bakış, Gençlik Araştırmaları Dergisi, 1(1),6-25.

Barthes, R., (1993), Göstergebilimsel Serüven, (çev. M. Rıfat ve S. Rıfat), İstanbul Yapı Kredi Yayınları.

Baudrillard, J., (2010), Nesneler Sistemi, (çev. O. Adanır ve A. Karamollaoğlu), İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Baudrillard, J. (2018). Tüketim Toplumu. (çev. N. Tutal ve F. Keskin). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z., (2006), Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları, (çev. A. Yılmaz), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bauman, Z., (2018), Parçalanmış Hayat: Postmodern Ahlak Denemeleri, (çev. İ. Türkmen), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Bayhan, V., (2014), Milenyum veya (Y) Kuşağı Gençliğinin Sosyolojik Bağlamı, Gençlik Araştırmaları Dergisi, Yıl: 2, Cilt: 2, Sayı:3, 8-25.

Bennet, A. (2001). Cultures of popular Music. Open University Press: USA.

Bentham, J., (2000), An Introduction To The Principle Of Morals Legislation, Batoche Books.

Bennett, A., Kahn-Harris, K., (2004), After Subculture: Critical Studies in Contemporary YouthCulture, Houndmills: Macmillan, pp.7-8 105.

Bentham, J., (1988), The Principles of Morals and Legislation, Prometheus Books, New York.

Blackman, S., (2005), "Youth Subcultural Theory: A Critical Engagement with the Concept, its Origins and Politics, from the Chicago School to Postmodernism", Journal of Youth Studies, Vol. 8, No.1, March, p.1

Bourdieu, P., (1977), Outline Of A Theory Of Practice, Cambridge: Cambridge University.

Bourdieu, P., (2015), Ayrım: Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi, (çev. D. F. Şannan ve A. G. Berkkurt), Ankara: Heretik Yayınları.

Bourdieu, P., (2016), Akademik Aklın Eleştirisi: Pascalca Düşünme Çabaları, İstanbul: Metis Yayınları.

Bourse, M., Yücel, H., (2012), İletişim Bilimlerinin Serüveni, Ayrıntı Yayınları: İstanbul

Bourse, M., ve Yücel, H., (2020), Kültürel Çalışmaları Anlamak, İstanbul İletişim Yayınları.

Burcu, E., (1998), Gençlik Teorilerinin Sınıflandırılmasına İlişkin Bir Çalışma, Sosyoloji Araştırmaları Dergisi, (1)2, 105-136.

Bocock, R., (2009), Tüketim, (çev. İ. Kutluk), Ankara: Dost Kitapevi.

Bradley, J., (2000), Body Commodification? Class and Tattoos in Victorian Britain. In J. Caplan (Ed.), Written on the body: The tattoo in European and American History (pp.36-155). Princeton University.

Brake, M., (1980), The Sociology of Youth Culture and Youth Subcultures, London: Routledge.

Campbell, C., (1987), The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism. Oxford: Basil Blackwell.

Campbell, C., (2005), The Romantic Ethic and the spirit of Modern Consumerism, WritersPrintshop, London.

Cengiz, A., S., (2009), Modernizm, Otomobil Kültürü ve Reklam, Ankara: Ütopya Yayınları.

Chaney, D., (1996), Cultural Change And Everyday Life. New York: Palgrave.

Chua, B.H., (2003), Life İs Not Complete Without Shopping. Singapore University Press.

Coulon, A., (2015), Etnometodoloji, (çev. Ü. Tatlıcan), İstanbul: Küre Yayınları.

Creswell, J., W., (2016), Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni, (çev. M. Bütün ve S. B. Demir), Ankara: Siyasal Kitapevi.

Dant, T., (2004), The Driver-Car, Theory, Culture and Society, 21 (4/5), 61-79.

Debord, G., (2012), Gösteri Toplumu ve Yorumlar, (çev. A. Ekmekçi ve O. Taşkent), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Deleuze, G., ve Guattari, F., (2004), Anti-Oedipus: Capitalism and Schizophrenia, Londra: Continuum.

DeMello, M., (2000), Bodies of İnscription: A Cultural History Of The Modern Tattoo Community, Duke University.

Deneçli, C., (2013), Küresel Markalar: Yerellik ve Kültürel Göstergeler, The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication. TOJDAC, 3 (1), 1-11.

Deniz, Ç., (2014), "Öğrenci İşi" Üniversite Öğrencilerinin Gündelik Hayatı: İstanbul örneği. İstanbul: İletişim Yayıncılık

Doğan, İ., (1993), Bir Alt Kültür Olarak Ankara Yüksel Caddesi Gençliği, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 26(1), 107-129.

Doğan, (2003), Tip, Büyük Türkçe Sözlük, Ankara: Vadi Yayınları

Doğan, S., (2015), Mekan Bağımlı Bir Kavram Olarak Gençlik. M. Şentürk ve Ö. M. Yaman (Ed.), Gençlik, Kent ve Göç içinde, Ankara: Gençlik ve Spor Bakanlığı Yayınları.

Douglas, M., – IsherwooD, D, (1999), Tüketimin Antropolojisi, (çev. E. A. Aytekin), Ankara:Dost Kitapevi.

Douglas, M., (2007), Saflık ve Tehlike: Kirlilik ve Tabu Kavramlarının Bir Çözümlemesi, İstanbul: Metis Yayınları.

Duerr, H., P., (1999), Uygarlaşma Sürecinin Miti: Çıplaklık ve Utanç, (çev. T. Onur), Ankara: Dost Yayınları.

Duman, M., Z., (2018), Tüketim Sosyolojisi, Ankara: Anı Yayıncılık.

Elias, N., (1978), What is Sociology?, New York, Columbia University Press.

Engin, V., (2002), Otomobil İstanbul'da, Popüler Tarih Dergisi, Sayı 17, ss.26.

Engin, C., (2010), Türk Otomotiv Sektörü Ve Küresel Finansal Krizin Sektöre Etkileri (1996-2009), Ekonomi Bilimleri Dergisi, 2(1).

Erol, A., (2002), Popüler Müziği Anlamak: Kültürel Kimlik Bağlamında Popüler Müzikte Anlam, İstanbul: Bağlam Yayınları.

Ertem, B., (2009), "Türkiye-ABD İlişkilerinde Truman Doktrini Ve Marshall Planı",Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 21, ss. 377-397.

Fırat, D., (2013), Bitirilemeyen Gençlik, Gençlik Halleri: 2000'li Yıllar Türkiye'sinde Genç Olmak içinde, (der. D. Lüküslü ve H. Yücel), (ss. 26-53), Ankara: Efil Yayınevi.

Fisher, J., A., (2002), Tattooing The Body, Marking Culture, Body & Society, 8(4), 91-107.

Foster, H. (2009). Tasarım ve Suç (E. Gen, Çev.). İstanbul: İletişim Yayınları.

Foucault, M., (2011), Büyük Kapatılma, (çev. I. Ergüden ve F. Keskin), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Freund, P., ve Martin, G., (1996), Otomobilin Ekolojisi, (çev: G. Koca), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Frısby, D. – FeatherstonE, M. (1997), Simmel on Culture: Selected Writings, Sage, London.

Fromm, E., (2003), Sahip Olmak ya da Olmak, (çev. A. Arıtan), İstanbul: Arıtan Yayınları.

Gelder, K., Subcultures: Cultural Histories and Social Practice, New York: Routledge, 2007.

Giddens, A., (1992). Modernity and Self-identity: Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge: Polity Press.

Giddens, A., (1994), Modernliğin Sonuçları, (çev. Ü. Tatlıcan), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Giddens, A., (1995), Forms of Subordination: Youth, the Poor, Race and the Third World. Introductory Sociology içinde (ed. A. Giddens), Macmillan Education.

Godbout, J., T., (2003), Armağan Dünyası, (çev. D. Hattatoğlu), İstanbul: İletişim Yayınları.

Goffman, E., (2009), Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu, İstanbul: Metis Yayınları.

Goffman, E., (2014), Damga: Örselenmiş Kimliğin İdare Edilişi Üzerine İdare Edilişi Üzerine Notlar (çev. Ş. Geniş, L. Ünsaldı, ve S. N. Ağırnaslı), Ankara: Heretik Yayıncılık.

Gottdiener, M., (2005), Postmodern Göstergeler: Maddi kültür ve Postmodern Yaşam Biçimleri, (çev. H. Gür, A. Nur ve E. Cengiz), Ankara: İmge Yayınları.

Gökalp, Z., (1976), Türkçülüğün Esasları, (haz. M. Kaplan), İstanbul: Kültür Bakanlığı Yayınları.

Göker, G., (2016), Bir Gözetim Aracı Olarak Periscope, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1): 969-992

Güllü, İ., (2010), Gecekondulaşma, Gençlik ve Dindarlık: Kayseri Argıncık Örneği, Ankara: Yayınevi Yayın.

Güngör, N., (2016), İletişim Kuram Ve Yaklaşımlar, İstanbul: Siyasal Kitapevi.

Güneş, S., (2012), Türk Toplumu ve Otomobil, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Mayıs 2012, Sayı:25, ss.213-230.

Gürses, F., ve Gürses, H., B., (1997), Dünyada ve Türkiye'de Gençlik, İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları.

Güvenç, B., (1979), İnsan ve Kültür. İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları.

Hall, S., ve Jefferson, T., (2006), Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain, Routledge, Londra.

Harris, D. (1996). Society of Signs?. Londra: Routledge.

Haviland, William A. 2002. Kültürel Antropoloji, İstanbul: Kaktüs Yayınları

Hebdige, D., (1988), Gençlik ve Altkültürleri. (çev. E. Tarım), İstanbul: İletişim Yayınları.

Hebdige, D., (2004), Altkültür: Tarzın Anlamı, İstanbul: Urzeni Yayınevi

Hofstede, G., (1990), Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantative Study Across Twenty Cases, Administrative Science Quarterly, June 1990.

Hofstede,G., (1994), The Business of International Business is Culture, International Business Review, 1994, Volume 3, No 1,1-14.

Hofstede, G., Hofstede, G., Jan, vd., (2010), Cultures and Organizations: Software of the Mind (3rd Edition), McGraw-Hill, New York.

Jardine, C., ve Bok, L., (2006), The Chav Guide to Life, Londra: Crombie Jardine Publishing.

Jenks, C., (2007), Altkültür: Toplumsalın Parçalanışı, (çev. N. Demirkol), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Jenks, C., (2014), Temel Sosyolojik Dikotomiler, (ed. İ. Çapcıoğlu), Ankara: Atıf Yayınları.

Kabaş, B., (2012), Karşı-Kültürlerin Popülerleşmesi Sürecinde Gençlik Altkültürlerinin Rolü, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Ana Bilim Dalı, Genel Gazetecilik Bilim Dalı, Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Kara, T., (2011), Chicago Okulu: Chicago'ya Özgü Bir Perspektif, Sosyoloji Dergisi, 3. Dizi, 22. Sayı.

Karaaslan, E., (2008), Altkültürler ve Sokak Sanatı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sanat Anabilim Dalı.

Karaşahin, H., (2013), Gençlik ve Din. (ed. N. Akyüz ve İ. Çapçıoğlu), Din Sosyolojisi içinde, Ankara: Grafiker Yayınları, ss. 237-252

Kaygısız, Ü., (2017), Panoptikon: Demokrasi Ekseninde Realiteden Kurgusala Doğru Bir Bakış, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 22, 2073-2094.

Kurt, İ., (2014), Kültür ve Kültür Kuramları, (ed. M. Talas), Sosyal Antropoloji içinde, İstanbul: Lisans Yayıncılık, 2014, ss. 48-60.

Kümbetoğlu, B., (2015), Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma, Ankara: Bağlam Yayıncılık.

Laughey, D., (2006), Music and Youth Culture, Edinburgh: Edinburgh University Press.

Lefebvre, H., (1991), The Production of Space, London: Blackwell.

Lefebvre, H., (2007), Modern Dünyada Gündelik Hayat, (çev. I. Gürbüz), İstanbul: Metis Yayınevi.

Lemonnier, B., (2009), Pop Kültürün Doğuşu, (çev. Y. Sezen), Evrenselden Özele Kültür içinde, İstanbul: İz Yayınları, ss. 303-311.

Lüküslü, D., ve Yücel, H., (2013), Gençlik Halleri: 2000'li Yıllar Türkiye'sinde Genç Olmak, Ankara: Efil Yayınevi.

Lüküslü, D., (2015), Türkiye'de "Gençlik Miti": 1980 Sonrası Türkiye Gençliği, İstanbul: İletişim Yayınları.

Macionis, J., J., (2012), Sosyoloji, (çev. V. Akan), Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Mardin, Ş., (1991), Türkiye'de Gençlik ve Şiddet, Türk Modernleşmesi içinde ss. 251-291, İstanbul: İletişim Yayınları.

Mead, M., (1970), Culture and Commitment: A study Of The Generation Gap, Newyork: Natural History Press.

McMurdo, G., (2000). Kenti Sürmek, (çev. K. Atakay), Cogito, Oto-Mobil: Bir Röntgen Denemesi içinde (ed. C. İleri), Sayı 24, ss. 183-201, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

McRobbie, A., (1999), Postmodernizm Popüler Kültür. (çev. A. Özbek). Ankara: Sarmal Yayınevi.

Miller, D., (1987), Material Culture and Mass Consumption, Oxford: WileyBlackwell.

Miller, G., (2012), Tüketimin Evrimi: Cinsiyet, Statü ve Tüketim, (çev. G. Vardar), İstanbul: Alfa Basım Yayım.

Nemutlu, G., (2012), Türkiye Sivil Alanında Gençlik Çalışmasının Tarihsel Gelişimi, Türkiye'de Gençlik Çalışması ve Politikaları içinde (ss. 167-197), (der. N. Yentürk, Y. Kurtaran ve G. Nemutlu), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Neuman, W., L., (2016), Toplumsal Araştırma Yöntemleri, Nitel ve Nicel Yaklaşımlar I-II, (çev. S. Özge), Ankara: Yayın Odası

Odabaşı, Y., (1999), Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Odabaşı, Y. (2004). Postmodern Pazarlama-Tüketim ve Tüketici (3. b.). İstanbul: Kapital Medya.

Özbay, Ö., (2015), Dünyada ve Türkiye'de Uzaktan Eğitimin Güncel Durumu, Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi, Sayı5, ss. 376-394.

Özmen, A., F., (2011), Alevi Gençliğinin Siyasi ve Sosyokültürel Kimlik Mücadelesi, Alternatif Politika, Cilt 3, Sayı 1, ss. 31-53.

Öztürk Aykaç, N., (2016), Kent-Mekân-İnsan Sarmalında Bir Toplumsal Tip:Ankaralı, Toplumsal Tipler içinde, (ed. M. A. Aydemir), İstanbul: Açılım Kitap, ss. 357-384.

Parker, S., (2004), Urban Theory and The Urban Question, London and New York, Routledge

Pektaş, H. (2006), Moda ve Postmodernizm, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya: Selçuk Üniversitesi Güzel Sanatlar Anabilim Dalı.

Pekin, A., K., (2018), Otomobil Ticaretinden Otomotiv Sanayisine TOFAŞ'ın 50 Yıllık Yolculuğu, İstanbul: Kişisel Yayınevi

Phil, C., ve Pat, A., (2020), Is The Blınd A Country?: In Youth and Cultural Studies in England, Journal of Youth Studies, Cilt:3, Mart. October, (Flinders University of South Australia)

Pinkney, T. (1991), Raymond Williams, Bridgend: Seren Books.

Punch, K., F., (2014), Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar, (çev. D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz), Ankara: Siyasal Kitapevi.

Raban, J., (2000), Otomobil: Benliğin Yansıması, Cogito, Oto-Mobil: Bir Röntgen Denemesi içinde (ed. C. İleri), Sayı: 24, ss. 139-140, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Ritzer, G., (2000), Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek, (çev. Ş. S. Kaya), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Ritzer, G. (2012), Modern Sosyoloji Kuramları, (çev. H. Hülür), Ankara: De Ki Yayımevi.

Ruppert, W., (1996), Otomobil-Uzama ve Zamana Egemen Olma: Bisiklet, Otomobil, Televizyon Gündelik Eşyaların Kültür Tarihi, (çev. M. Tüzel). İstanbul: Kabalcı Yayınevi, 131–175

Sachs, W., (1992), For Love of the Automobile, Berkeley: University of California Press.

Sandel, M., J., (2019), Adalet: Yapılması Gereken Doğru Şey Nedir?, (çev. M. Kocaoğlu), Ankara: Felix Kitap.

Sheller, M. (2004). Automotive Emotions: Feeling the Car. Theory, Culture & Society, 21(4/5), Londra: Sage, 221-242

Shove, E. (1998). Consuming Automobility: A discussion paper. Project SceneSusTech Report. Department of Sociology, Trinity College Dublin.

Simmel, G., (2003), Modern Kültürde Çatışma, (çev. T. Bora, N. Kalaycı ve E. Gen), İstanbul: İletişim Publishing.

Simmel, G. (2004). The Metropolis and Mental Life. M. Miles, T. Hall ve I. Bordon (Ed.), The City Reader. Londra: Routledge

Simmel, G., (1904), Fashion, http://www.modetheorie.de/fileadmin/Texte/s/Simmel-Fashion_1904.pdf., 130-155.

Slattery, M., (2018), Sosyolojide Temel Fikirler, (ed. Ü. Tatlıcan ve G. Demiriz), Bursa: Sentez Yayınevi.

Standish, I., (1998), Akira, Postmodernism and Resistance,The worlds of Japanese popular culture: gender, shifting boundaries and global cultures, (ed. D. P. Martinez), Cambridge University Press, 56-75.

Strauss, C., L., (1984), Yaban Düşünce, (çev. T. Yücel), İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.

Swıngewood, Alan (1998), Sosyolojik Düşüncenin Kısa Tarihi, (çev. Osman Akınhay), İstanbul: Bilim ve Sanat Yayınları.

Taş, L., Ve Çakır, M., (2016), Neo-Liberal Kapitalizmin Süreklilik Stratejisi: Yerel Kültürel Unsurların Tüketim Nesnesi Olarak İnşasında Reklamların İşlevi, Tüketici Yazıları V İçerisinde, (Ed. Müberra Babaoğul, Arzu Şener, Esna Betül Buğday), Ss. 171-197.

Taş, L., ve Arık, F., (2016), Türkiye'de Kentleşme Sürecinde Gençlerin Kentlileşme Macerası ve Gençlik Altkültürünün Değişimi, İnter-Disipliner Yaklaşımda Gençliğin Umudu Toplumun Beklentileri içinde, (s. 581-606), (ed. A. G. Baran ve M. Çakır), Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

Tekeli, İ., (2000), Araba Sevdası, Cogito, Oto-mobil: Bir Röntgen Denemesi içinde (ed. C. İleri), Sayı 24, ss. 96-105, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Tezcan, M., (1982), Sosyolojik Açıdan Boş Zamanların Değerlendirilmesi, Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Yayınları No. 116.

Tezcan, M., (2003), Gençlik Sosyolojisi, Ankara: Naturel Yayınevi.

Tezcan, M., (2016), Kuşaklar Çatışması: Kuşaklararası İlişkiler Eğitimi ve Sosyolojisi, Ankara: Anı Yayıncılık.

Thorns, D. C., (2004), Kentlerin Dönüşümü, Kent Teorisi ve Kentsel Yaşam, İstanbul: Soyak Yayınları

Tiryakioğlu, K., (2004), Otomotiv Sanayiinde Ürün Tasarımı ve Türkiye için Bir Model Tofaş, İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Turhan, M., (1969), Kültür Değişmeleri, İstanbul: Devlet Kitapları.

Ulusoy, M. D., Özcan Demir, N. ve Görgün Baran, A. (2005). Ebeveynin Çocuk Yetiştirme Biçimi Ve Ergen Problemleri: Ankara İli Örneği. Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 3 (3) , 367-386.

Urry, J., (1999), Automobility, Car Culture and Weightless Travel: A discussion paper. Project SceneSusTech Report, Department of Sociology, Trinity College Dublin, Dublin.

Ülkebaş, D., S., (2012), Kullanım Pratikleri Bağlamında Ürün-Kullanıcı Etlileşimi: Türkiye'de Otomobil Dönüştürme Eylemleri, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi.

Veblen, T., B., (2022), Aylak Sınıfın Teorisi: Kurumların İktisadi İncelemesi, Ankara: Heretik Yayınları.

Wolfrang, M., ve Ferracuti, F., (1967), The Subculture of Violence: Towards an Integrated Teory in Criminology, London:Tavistock.

Yaman, Ö., M., (2010), Türkiye'de Gençlik Çalışmaları Bibliyografyası (1923-2010), Ankara: Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü Yayınevi.

Yaman, Ö., M., (2019), Apaçi Gençlik Gençlerin Toplumsal Davranış ve Yönelimleri: İstanbul'da "Apaçi" Altkültür Grupları üzerine Nitel Bir Çalışma, İistanbul: Bir Yayıncılık.

Yanıklar, C., (2006), Tüketimin Sosyolojisi, İstanbul: Birey Yayıncılık.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H., (2021), Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, S., (2011), Her İletişim Bir Mahremiyet İhlalidir Ve Her Mahremiyet İhlalinin Bir Haber Değeri Vardır, Medya mahrem içinde, (Ed. H. Çetinkaya, N. Kete ve diğerleri), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, ss. 56-74.

Yücel, T., (2000), Otomobil ve İnsanbiçimselleştirmek, Cogito: Oto-mobil: Bir Röntgen Denemesi içinde, (ed. C. İleri), Sayı 24, ss. 151-157, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Zorlu, A., (2016), Üretim Kapitalizminden Tüketim Kapitalizmine Üretim ve Tüketim Teorileri, Ankara: Altınordu Yayınları.

EK

Sahaya İlişkin Görseller



Fotoğraf 1: Kuş Serisi Araçlardan Serçe Model Üzerinde Yapılan Etikete Ait Bir Görsel



Fotoğraf 2: Kuş Serisi Araç Sahibi Gençlerin Toplanma Mekanı Olarak Kullandığı Alanlara Dair Görsel



Fotoğraf 3: Kuş Serisi Araçlardan Serçe Modellerin Özel Günler İçin KiralanmasınaYönelik Bir Görsel



Fotoğraf 4: Kuş Serisi Araçlardan Serçe Modellerin Özel Günlerde Görsel Tüketim Nesnesi Olarak Kullanımasına Yönelik Bir Görsel



Fotoğraf 5: Kuş Serisi Araçların Reklam Afişlerinde Kullanılmasına Yönelik Bir Görsel



Fotoğraf 6: Tofaş Kırmızı Renk Serçe Görseli



Fotoğraf 7: Tofaş Siyah Serçe Görseli



Fotoğraf 8: Kuş Serisi Araçlardan Şahin, doğan Modellerin Özel Günlerde Kullanım Amaçlarına Ait Bir Görsel



Fotoğraf 9: Tofaş Turkuaz Renk Doğan Modelin Basıklığını Gösteren Görsel



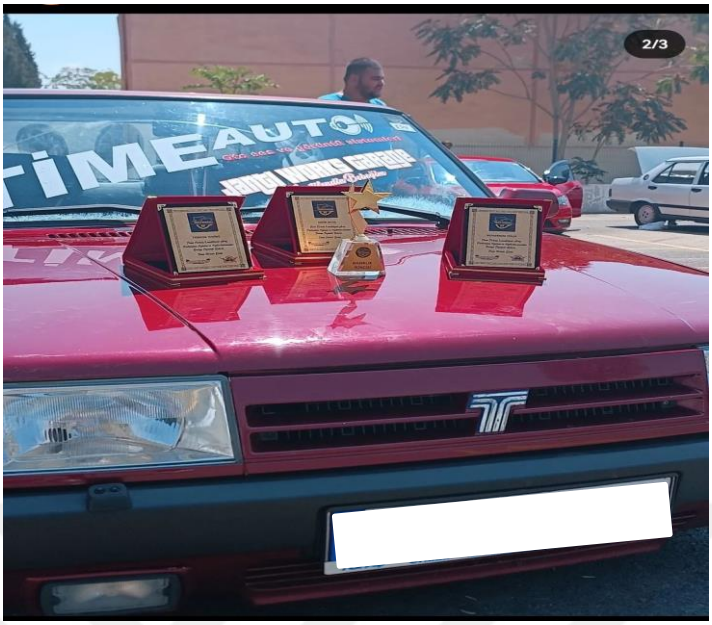
Fotoğraf 9: Tofaş Bordo Renk Doğan Modelin Basıklığını Gösteren Görsel



Fotoğraf 10: Tofaş Kuş Serisi Araçlarda Kullanılan Temizlik Bezlerini Gösteren Görsel



Fotoğraf 11: Kuş Serisi Araçların Katıldıkları Fuarlarda Kazandıkları Ödüllere Ait Bir Görsel 1



Fotoğraf 12: Kuş Serisi Araçların Katıldıkları Fuarlarda Kazandıkları Ödüllere Ait Bir Görsel 2



Fotoğraf 13: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 1



Fotoğraf 14: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 2



Fotoğraf 15: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 3



Fotoğraf 16: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 4



Fotoğraf 17: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 5



Fotoğraf 18: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 6



Fotoğraf 19: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Yazıların Görseli 7



Fotoğraf 20: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerinde Yapılan Modifiye ve Abartı Egzoz Görseli



Fotoğraf 21: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Abartı Egzoz Görseli



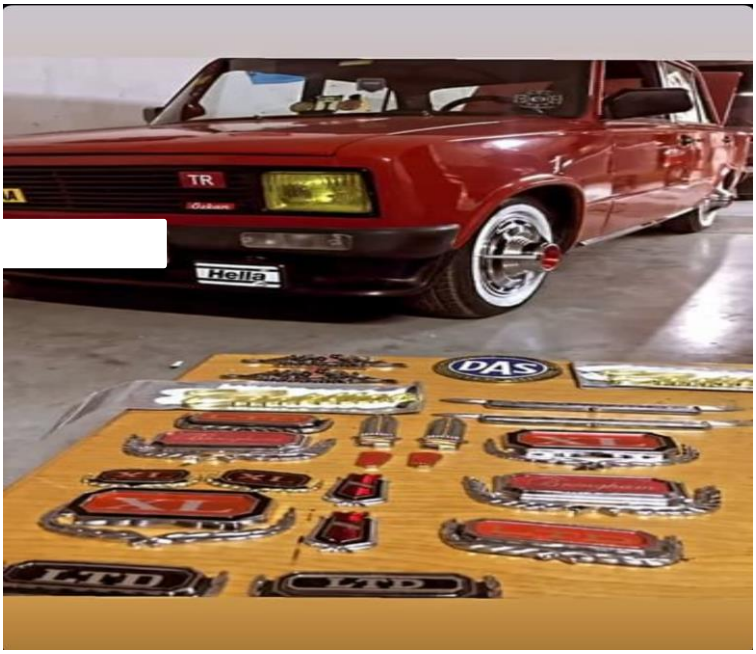
Fotoğraf 22: Tofaş Kuş Serisi Araç Üzerindeki Mavi Zenon Far Görseli



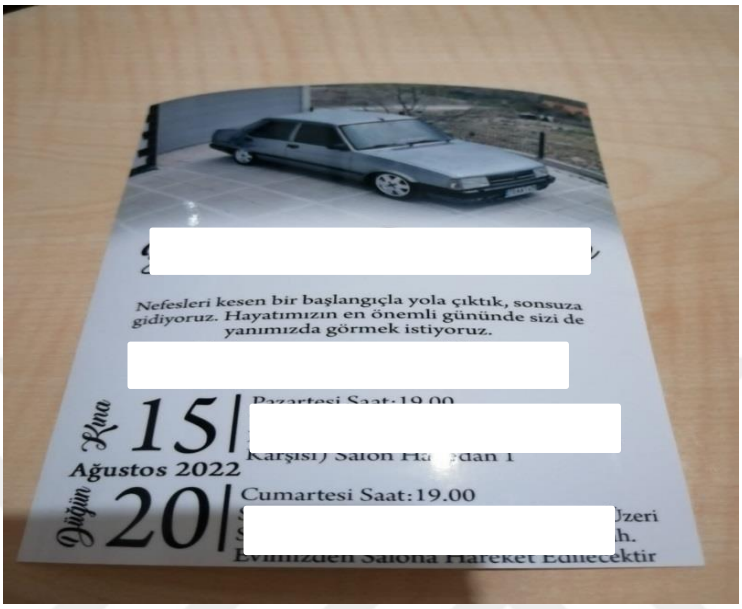
Fotoğraf 23: Tofaş Kuş Serisi Aracın Ritüelleşmiş Bir Sürüş Şekli Olarak Yatık Koltuklar Görseli



Fotoğraf 24: Tofaş Kuş Serisi Araçlar İçin Kullanılan Jant Görseli



Fotoğraf 25: Tofaş Kuş Serisi Araçları Etiket Yapmak İçin Kullanılan Arma ve Amblem Görseli



Fotoğraf 26: Tofaş Kuş Serisi Aracın Görselinin Düğün Davetiyesi Üzerinde Kullanıldığı Fotoğraf