

Tüketim Temelli Hayat Tarzları ve Gösteri Mekânı Olarak Kentler

Nial TEKİN

tekinnial@gmail.com

Abstract

Lifestyles and the Cities Being a Place of Exhibition

Each economic structure creates the spatial structure that is identical to it. In this sense, cities are being restructured in accordance with the flexibility of capital and production. Unlike cities constructed around the industrial production areas in previous decades and today, in developed economies, the cities are organized around the center of finance and other services sectors. In other words, cities, being a reflection of social structure on the space, are defined by consumption rather than production. Social organization and individual determinants are processed the same way that the organization of the city transforms. The processes of acquiring individual identity arise with the term lifestyle in space of consumption. Thus, the aim of this study is to analyses the relationship between changes in political economies and individual and social state with their relation to the fact of space, namely, the city.

keywords: *consumption, lifestyle, social class, identity, city*

Résumé

Les styles de vie étant des stratégies identitaires et les villes étant espace d'exhibition

Chaque structure économique engendre ses propres structurations spatiales. Les villes se restructurent donc conformément à la flexibilité du capital et de la production. A la différence des villes organisées autour de la production industrielle, aujourd'hui, les villes sont structurées en prenant comme centre la finance et les autres secteurs tertiaires. Autrement dit, la ville, étant le reflet de la composition sociale sur l'espace, elle est définie par la consommation plutôt que par la production. L'organisation sociale et les déterminants individuels sont transformés de la même manière que l'organisation des villes le sont. Le processus d'acquisition d'identité individuelle se présente par le terme de style de vie dans l'espace de consommation. Alors, le but de cette étude est d'observer les rapports entre les changements des économies politiques et des états individuels et sociaux mais aussi d'analyser leurs rapports avec l'espace.

mots-clés : *consommation, style de vie, classe sociale, identité, ville*

Özet

Her ekonomik yapı değişim sürecinde kendisiyle ilişkili mekânsal yapılanmaları da ortaya çıkarır. Bu anlamda, son otuz yıldır gelişmiş kapitalist ülkelerde, kentler, sermayenin ve üretimin esnek bir hal almasına uygun olarak yeniden biçimlenmektedir. Sınai üretimi temel olarak biçimlenen kentlerden farklı olarak bugün kentler, finans ve diğer hizmetler sektörünü merkez alacak şekilde örgütlenmiştir. Yani, toplumsal yapının mekândaki yansıması olarak kentler, üretim değil tüketim merkezli olarak tanımlanırlar. Kentlerin yapılanmasındaki dönüşümle örtüşecek şekilde toplumsal örgütlenme ve bireysel belirleyenler de dönüşmektedir. Bireysel kimlik edinme arayışları üretim süreçlerinin belirleyenlerinden ziyade, tüketim alanında hayat tarzı kavramıyla ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada amaç kapitalist ekonomi politikalarındaki değişimin bireysel ve toplumsal durumlarla ve mekân olgusuyla ilişkisinin incelenmesidir. Fordist üretim/birikim modeli yerine esnek (postfordist) üretim/birikim modelinin ağırlık kazanması ve bu durumun kültürel hayat, günlük yaşam ve toplumsal mekânla nasıl iç içe girdiği ayrıntılı bir analiz gerektirmektedir. Zira bu girift yapının çözümlenmesi bugünün dünyasında tüketim üzerine yapılan tartışmaları "ayakları üzerine oturtmak" için gereklidir.

anahtar kelimeler: *tüketim, hayat tarzı, toplumsal sınıf, kimlik, kent*

Giriş

Kapitalizmin evrimi ancak krizler ve bu krizleri aşmak için öngörülen sosyo-ekonomik unsurların yeniden düzenlenmesiyle mümkündür. Kapitalizm, teknoloji gibi öğeleri de ekonomik büyüme katalizörü biçiminde kullanarak, "denge-kriz-yeni denge" devinimini takip eder. Baechler'in (1995:262) işaret ettiği üzere, "kapitalizm denge kopuşlarının fermantasyonudur". Bu bağlamda, özellikle bugün adından sıkça söz ettiğimiz tüketim toplumu, postfordizm veya sanayi sonrası toplum kavramlarını anlayabilmek için kapitalizmin 1960'lı yılların ikinci yarısından itibaren yüzleştiği krizi aşma çabasındaki sosyo-ekonomik düzenlemeleri analiz etmek gereklidir. Burada temel nokta, kapitalist sistemdeki böyle bir dönüşümün sosyal düzendeki yapıları ve mekânları nasıl etkilediğini değerlendirebilmektir.

Antonio Gramsci, *Hapishane Defterleri*'nde (1991:177-213) Fordizmi, yeni bir işçi ve birey tipini yaratan ve daha önce tarih sahnesine gelmemiş bir girişim olarak tanımlar. Fordist çalışma yöntemlerini belli bir hayat tarzından, belli bir düşünme ve hayatı algılama biçiminden ayrı düşünmemek gerekir. Biz de bu çalışmada Gramsci'nin önermesini temel alarak, esnek üretim/birikim koşullarını, gerektirdiği hayat tarzı ve mekânı algılama biçimi bağlamında değerlendirmeye çalışacağız. Bu gayret içerisinde, çalışmanın ilk bölümünde küreselleşme sürecini anlatmak için, üretken sermayenin uluslararasılaşması yani ekonomik olanın dönüşümü incelenecektir. İkinci bölümde ise bu dönüşümün sosyo-kültürel hayatla ve bireyle olan ilişkisi değerlendirilecek ve son bölümde tüm bu değişimin sahnesi olan kente değinilerek, dönüşümün mekânsal olanla ilişkisi incelenecektir.

Üretken Sermayenin Uluslararasılaşması

20. yüzyılın büyük bölümüne damgasını vuran Fordist birikim modeli, sermayenin merkezileşmesini ve yoğunlaşmasını sağlamış ve bu dönemde özellikle gelişmiş ekonomilerde geniş bir kamu sektörü, yoğun bir kitlesel üretim/tüketim sürecini içine girilmiştir. Fakat bu birikim modelinde, 1960'lı yılların ikinci yarısından itibaren kâr oranlarının düşmüş eğilimi dolayısıyla başlayan kriz, kapitalist üretim sisteminin yeniden yapılanmasını beraberinde getirmiştir. Esas itibarıyla erken kapitalistleşen ülkelerde ortaya çıkan bu krize karşı, üretken sermayenin uluslararasılaşması, emek üretkenliğini yükseltmeye odaklanan kalite yönetimi, esneklik ve performans gibi kavramlar üretimde giderek başat bir konuma yükselmiş ve bu yönde bir dizi strateji geliştirilmiştir (Yılmaz 2010:111). Kâr oranlarının düşme eğiliminden kaynaklanan bu kriz, ancak erken kapitalistleşen ülkelerde yoğunlaşmış sermayenin ve dolayısıyla üretim araçlarının az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere yöneltilerek, üretim sürecinin parçalara ayrılmasıyla görece/geçici aşılabılmıştır.¹ Post-fordizm olarak adlandırılan bu yeni üretim biçimi, ulus-devlet sınırları içine sıkışmış üretken sermayenin uluslararası şirketler

1 1994 Meksika Krizi, 1997 Asya krizi, 2001 Türkiye Krizi ve 2008 Krizi, bu stratejilerin geçici birer çözüm olduğunu göstermiştir.

biçimini alarak, genel kâr oranının düzeyini ulusal olmaktan çıkarıp dünya düzeyine yükseltmiştir (Yılmaz 2010:112). Bu durum şüphesiz tüm gümrük duvarlarının aşılması gereğini de beraberinde getirmiştir. Bu doğrultuda, 1973-79 yılları arasında az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde serbest piyasa ekonomisinin önündeki engelleri kaldırmak üzere Tokyo Raundu adıyla bir dizi anlaşmalar turu yapılmıştır. Dünya ölçeğinde serbest piyasa ekonomisine geçişin, yani bugünkü dünya ekonomik sisteminin kararlaştırıldığı bu anlaşmaların uygulanmasıyla, sermaye daha esnek ve akışkan bir hal alarak güçlenirken, ulus-devletler de parçalanıp küçük yapılara bölünmüştür.

Ulus-devletlerin krizi aşarken yaşadıkları bir diğer değişim de Keynezyen sosyal devlet anlayışının terk edilmesi, ulaşım, haberleşme, eğitim ve sağlık gibi kamu hizmetlerinin piyasa ekonomisine açılmış olmasıdır. Böylece gittikçe büyüyen bir hizmet sektörü ekonomide başat rol alırken, bu alanlar artık değer üretmenin bir başka yöntemi haline gelmiştir. Bu süreçte, bir yandan teknolojinin gelişmesine paralel olarak bilişim ve iletişim hizmetleri, diğer yandan gelişen eğlence ve kültür endüstrilerinin gerektirdiği hizmetler ve özellikle kamu hizmetlerinin özelleştirilmesi sonucu yeni hizmet alanları ile birlikte; başta kentlerde olmak üzere, gittikçe yükselen, homojen olmaktan uzak ve bazı araştırmacılar tarafından beyaz yakalı olarak adlandırılan bir hizmet sektörü işçisi tipi yükselmiştir (Ersoy 2001). Sanayisizleşme ya da sanayi sonrası toplum olarak adlandırılan bu süreçte finans kapital de son derece hızlı bir şekilde büyümektedir. Bunun iki temel nedeni vardır: İlk olarak üretken sermayenin uluslararasılaşması süreci beraberinde paranın kitlesel üretimini getirmekte, bu da küresel anlamda dolaşımı hızlandırmaktadır. Finans kapitalin büyümesinde ikinci temel sebep, kâr oranlarının düşme eğiliminden ötürü geleneksel sektörlere daha fazla yatırım yapamayan sermayedarların ellerindeki kapitali, para olarak tutmak yerine mevduat biçimine getirme mecburiyetidir. Yani, finans kapitalin gittikçe büyüyerek bugün ekonominin temel bir bileşeni olma nedeni sermaye sahiplerinin bu "sektörü" tercih etmeleri değil, genişlemiş yeniden üretim sürecindeki tıkanıklıktan kaynaklanan yapısal bir zorunluluktur. Zira tüm bu "sanal" olarak adlandırılan finans kapitalin artı değer üretmesi mümkün değildir ve finansal kârlar esas itibarıyla üretken sektörlerden sağlanmak zorundadır (Yılmaz 2010:110-116). Fakat finans kapital görünen haliyle, piyasada para-sermaye akışını sağlaması itibarıyla tersi yönde bir yanılsamaya neden olmakta ve son tahlilde toplumsal sınıf metaforunu anlamlandırmaya yardımcı olan artı-değer tanımlamasını muğlaklaştırmaktadır.

Üretim Sürecinin Parçalanması ve Aidiyet Biçimi Olarak Toplumsal Sınıf

Sermayenin böylesine akışkan bir hal alması, Marx'ın *Grundrisse*'te (1979) tanımladığı şekilde, zaman-mekân sıkışması ya da mekânın zaman tarafından katledilmesi önermesiyle örtüşmektedir. Mekânsal engellerin yıkılması ve yeniden düzenlenmesi, 20. yüzyılda kapitalizmin kendisini sürdürebilmesinin

temel araçlarından biri olmuştur. Ulus-devlet sınırlarının kaldırılması, gelişen ulaşım ve iletişim teknolojileri, sermaye akışını hızlandırmak üzere biçimlenen finans sektörü, medya ile manipüle edilen ve bireyselleşen tüketim, sermayenin yeniden üretim döngüsünü oldukça hızlandırmış ve artık sermayenin hareket alanı yeryüzünün tamamı halini almıştır. Hardt ve Negri'nin (2001) tanımladığı biçimiyle; modern egemenlik birbirinden kesin sınırlarla ayrılmış, sınırlı mekânlarda ve aşkın olmasına ve endüstriyel üretim ve ulus egemenliğine dayanmasına karşılık; postmodern emperyal egemenliğin sınırları olmayan, her şeye nüfuz eden, topraksız, merkezsiz ve içkin bir karakter taşır. Küresel ekonomi ile birlikte üretim bandının yerini üretimin örgütsel modeli olarak ağ alırken, yeni süreç merkezsizliği, sınır tanımazlığı ve heryerdeliği vurgulamaktadır. Castells'in (1995) "ağ toplumu" olarak tanımladığı bu süreçte, üretim artık enformasyonist temelde yeniden örgütlenmiş ve sosyal örgütlenmeler de bu enformasyonist mantığın dolayımına girmiştir.

Tüm dinamikleriyle küreselleşme sürecinde emek sahibi sınıf kime karşı ve nasıl bir mücadele vermesi gerektiğine dair sorulara yanıt vermekte güçlük çekmektedir (Ergur 2008:11-12). Bu süreç içerisinde, Fordist üretim biçimine uygun olarak yapılanan sendika gibi emek örgütleri somut dayanaklarını birer birer yitirmektedir. Zira esnek üretim sistemiyle birlikte, emek sömürüsü akışkan sermayeden ötürü gözlemlenmesi daha güç bir hal almaktadır. Ekonomik ve toplumsal bir belirleyen olarak üretim önemini yitirmekte ve toplumsal sınıf kavramı sosyo-ekonomik bir belirleyen olarak muğlak bir hal almaktadır. Birey artık kendini tanımlarken ulusal, kolektif veya sosyal sınıf aidiyetlerden uzaklaşmakta ve kimlik edinim sürecinde boşluğa düşmektedir. Böyle bir ekonomik örgütlenme modeli sosyal sınıfın metafor değerinin görünmez olmasına neden olurken; bireyin küresel pazarda acımasız bir rekabetle baş başa kalmasına ve bir parçalanma dönemine girmesine neden olmaktadır (Ergur 2008:13).

Öyleyse üretim sürecindeki dönüşümlerin sadece ekonomik alanla kısıtlı kal(a)mayacağı ama aynı zamanda sosyal anlamlandırmaları da etkilediği iddia edilebilir. Ünsal Oskay'ın (1989:7) belirttiği gibi tüm nesnelere günlük hayatımız, mekânlar ve semboller çoktan verilmiş olan bir sosyal sistemin kabulüne göre düzenlenmiştir. Benzer bir biçimde 20. yüzyıl sonu ekonomik örgütlenme biçimindeki dönüşüm, toplumsal-politik örgütlenmeye yani emek süreçlerine, coğrafi ve jeopolitik kümelenmelere, tüketim alışkanlıklarına, iktidar ve devletin eylem alanlarına aksetmiştir (Harvey 2010:143).

Fordizm kapitalizme özgü bir üretim biçimi olmanın yanı sıra emeği yönetmek ve kontrol etmek için yeni bir politika, yeni bir estetik, psikoloji ve rasyonel bir toplum demektir. Fordist üretim biçimi bireyleri üretici ve asker olarak kabul ettiğinden toplumsal normlar da bu iki rolün gerçekleşmesi için biçimlenmiştir. Oysa bugün, post-fordist politikalar daha ziyade tüketicilere ihtiyaç duymakta ve normlar da tüketim olgusuna göre biçimlenmektedir. Esas olarak, üretim ve tüketim her sosyal etapta birlikte var olmuştur. Fakat bugün

artık toplumsal ilişkilerin referans noktası üretimden tüketim eksenine doğru kaymıştır (Bauman 1999). Yani 20. yüzyılla birlikte çalışmak ve tasarruf etmek yerini artan bir tüketime bırakmaktadır.

Bireylerarası İlişkilerin Temel Belirleyeni Olarak Tüketime Dayalı Hayat Tarzları

Günümüzde üretim temel problematik olmaktan çıkmış, gelişen teknoloji, artan bilgi akışı, tüketim, hizmetler bütünü sınaî üretimi görünmez kılmış ve bu bileşenler sosyo-ekonomik örgütlenmenin temel prensibi haline gelmiştir. Üretim sürecinin bu şekilde parçalara ayrılması ve günlük hayatta görünmezleşmesi, varlığın toplumsal anlamının üretim dışı etkinliklerde aranmasını beraberinde getirmiştir. Bunlardan başlıcası şüphesiz tüketimdir (Ergur 2008:18). Bu durum emek dâhil her şeyi bireyler tarafından tüketilen sembollere dönüştürmüştür. Fordist sistemdeki standartlaşmış tüketimden farklı olarak bugün küresel pazardaki sermaye esnekliğini artırmak için üretim gibi tüketim de parçalara ayrılmaktadır. Fakat burada altı çizilmesi gereken nokta şudur; standartlaşmış tüketimden, çok seçenekli tüketime geçiş sebebi tüketici taleplerinin çeşitlenmesi ve dikkate alınmasından değil, üretim yapısının değişmesi ve para-meta-para döngüsünü hızlandırıp devir sayısını fazlaştırmak, artı değeri arttırma isteğidir.

Bu durumda bireyi ampirik yöntemlerle, coğrafi sınırlar içerisinde ve ortak bir hakikat etrafında tanımlayan modern bakış açısının somut temellerinin gittikçe silindiği iddia edilebilir. Modern bireyin temel problemi kimliğini sağlam ve sabit bir şekilde yapılandırmak iken bugün birey için daimi değişkenliği sağlamak ve gelecekteki ihtimalleri tehlikeye sokmadan tüm tercihleri açık tutmaya çalışmak için kimlik edinme söz konusudur. Birey, bugüne adapte olmak arzusuyla geçmişle olan tüm bağlarından kopar ve bugünü tarihi zincirlerinden sökerek kronik bir "şimdi"de var olmaya çalışır (Bauman 2000:125). "Ben" tüm varoluş biçimlerini maskeleyerek her şeyin merkezi haline gelir. Küreselleşme sürecinde gelişen bireycilik, kişilerin toplumsal olgulardan bağımsız olarak kimliklerini biçimlendirir. Bu süreçte narsisizm², bireyci mantık ve onun hedonistik bağları, göstergeler ve nesnelere uzamından yayılan tüketim ideolojisine referansla postmodern öznelerin temel karakteristiklerinden olmuştur. Yani Yaraman'ın tanımladığı biçimde "birey için bireycilik söz konusudur artık" (2003:75).³

Esnek üretim/birikim modelinde, tüketim sadece yeniden üretime dâhil

- 2 Tam da bu anlatıma uygun olarak Mental Bozuklukların Tanısal ve Sayımsal El Kitabı veya Ruhsal Bozuklukların Tanısal ve İstatistiksel El Kitabı (The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) son sayısında (DMS-V) artık narsist kişilik bozukluğunun yer almadığını yani bir hastalık olarak kabul edilmediğini görüyoruz.(<http://www.psychomedia.qc.ca/troubles-personnalite/2010-11-30/trouble-de-personnalite-narcissique-elimine-du-DSM-V>).
- 3 Bu noktada Appadurai'nin (1990) belirttiği gibi, tüm bu küresel akışlar dünyanın her yerinde benzer hızda akmamaktadır. Her ülkenin gelişim sürecinin aynı hızda ve doğrultuda olmaması nedeniyle, küresel üretim ve tüketim hızlı bir akış içerisinde olduğu halde, farklı ülkelere farklı zaman süreçlerinde yayılırlar.

edilecek olan sermayenin döngüsünü hızlandırmak için ihtiyaçların manipülasyonu değil, aynı zamanda bireysel varoluşun toplumsal anlamlandırılması sürecinde de başat etkindir. “Bireyler eski koordinatların hızla gözden yittiği bir toplumsal alan içerisinde, bir dışavurum üretmek için tüketim mallarını serbest çağrışım tarzında kültürel göstergeler olarak” kullanmaktadır (Featherstone 2005:141). Tüketim sürecinin ontolojik olarak esnek ve anlık oluşu, bireysel kimlik edinimindeki işlevselliği açısından, bugünün iktisadi sistemiyle de bağdaşmaktadır. Tüketimden gelen bu kimlik edinme ve anlam inşa etme süreci ise hayat tarzı (lifestyle) kavramında kristalleşmektedir.

Hayat tarzı kavramı sanayi toplumuyla ortaya çıkmış modern bir statü gruplaşmasıdır (Chaney 1996:13). Modern dönem tarafından öne çıkarılan hayat tarzı seküler, eşitlikçi ve mülkiyet hakkı etrafında şekillenen birey kimliğiyle tanımlanır. Bununla birlikte, modern mentalite homojen bir toplum idealine sahiptir. Oysa postmodern dönemin temel eleştirisi noktası tam da homojen idealdir ve dolayısıyla artık öne çıkan hayat tarzı kavramı farklılıkların dışavurumu biçimindedir. Bir başka anlatımla, bugün bireyi diğer bireylerden farklı kılacak her araç en dar anlamda hayat tarzının bileşenlerindedir ve ötekiyle kurulacak ilişkiyi belirlemede de temel çıkış noktasıdır. Etik ve politik kimliğe bağlı olan bir önceki dönemin bireyi, yerini hayat tarzı ve imaj etrafında belirlenen geçici kimliklere bırakmıştır (Kellner ve Best 1991:258) ve tüketimle edinilen/dâhil olunan süreçler bu geçici kimlikleri edinmenin en başat halidir. Bu bağlamda Featherstone’un (2005:140) tanımladığı biçimiyle hayat tarzı bireyselliği, kendini ifade etmeyi ve üslupçu bir özbilinci çağırır. Bir kimsenin bedeni, giysileri, konuşması, boş zamanı kullanması, yiyecek ve içecek tercihleri, ev, otomobil, tatil seçimleri vb. mülk sahibi/ tüketicinin beğeni ve üslup duygusu bireyselliğinin işaretleri olarak görülür. Genel anlamda hayat tarzı eşyayı, mekânı ve zamanı kullanım biçimidir. Bir başka ifadeyle bir şeyleri üretmekten çok kullanma ve tüketme biçimleridir.

Mal ve hizmetlerin tüketimi bağlamında hayat tarzını tanımlarken var olan ideolojik sürekliliği de göz ardı etmemek gereklidir. Bu nedenle Bourdieu’nun (1979:192) sosyal sınıf ve hayat tarzı arasındaki ilişkiyi vurgulayan önermesi önemlidir: “Hayat tarzları [...] toplumsal olarak nitelenen (“seçkin”, “avam” vb.) göstergeler sistemine dönüşen habituslerin sistematik ürünleridir.” Yani tüketim süreçleriyle belirlenen hayat tarzları bir yandan farklılıklar yaratabilmek için herkesin yaşı ya da sınıfsal kökeni ne olursa olsun, kendisini gösterme ve ifade etme olanağına sahip olduğuna işaret ederek bireyselleşmekte (Featherstone 2005:45), öte yandan toplumsal katmanlaşmanın yeniden üretilmesinin de en önemli ayaklarından birini oluşturmaktadır. Zira “zevk sistemleri ve kültürel pratikler, egemen sınıfların kültürüne uygun olarak şekillenen gelişigüzel kültürel bir empose tarafından hâkimiyet ilişkilerinin yeniden üretimine temelden iştirak ederler” (Bourdieu ve Passeron 1970). Baudrillard, tüketilen nesne ve hizmetlerin sembollerle yüklü olması durumunun kullanım ve değişim değerlerinin ötesinde olduğunu belirtir ve bunu *gösterge/değer mantığı* adı altında kavramsallaştırır. Artık mal veya hizmetin piyasada tüketilme parametresi toplumsal emek saat

üzerinden belirlenen fiyat değil ama o mal veya hizmete yüklenen gösterge değerdir. Buna göre tüketme eylemi aynı zamanda bir anlam üretme sürecidir. Zira “öznenin asıl amacı tüketmek değildir. İnsanı tüketime iten bir şey varsa o da bir anlam verme sistemine benzeyen ve farklılık yaratabilmek, anlamlar yüklemek amacıyla kod ve değişik statülere özgü değerler üreten toplumsal yaşamdır” (Baudrillard 2009:74-89). Tüketime yüklenen bu işlevler ise, emek gücündekine benzer bir şekilde yabancılaştırma yöntemiyle ortaya konulmakta ve bu *fantazmagori* içerisinde insanoğlu kendine ve başkalarına yabancılaşmanın tadını çıkarmaktadır (Benjamin 2001: 94).

Yani, bugün hayat tarzları yoluyla bireysel kimlik edinme genel bir durum ise temelinde kuşkusuz tüketim ideolojisinin hegemonik bir hal alması vardır. Esnek üretim/birikim modeli, güncel toplumda bireyselliği, parçalanmayı ve farklılaşmayı oluşturarak, hayat tarzları yoluyla bireylere kimlikler düzeyinde esneklik getirmiştir. Ergur’un (2008:23) belirttiği üzere, bütünsel bir kimlik inşasını mümkün kılacak kavramsal ve somut araçların görünmezleşmesi ve tüketimin parçalı ve dinamik yapısının sosyo-kültürel alanda başat bir hal alması birey düzeyinde *kimlik* yerine bir *kimlik stratejisi*nin öncelenmesi anlamına gelmektedir. Artık kimlik edinme hız-verimlilik-değişim üzerine kurulu iktisadi mantığa uygun olarak bir çeşit kimlik ödünç alma biçimindedir. Tüketici, satın aldığı nesnelere kendi hayat tarzı projesinin parçalarını ve kendi realitesini inşa ederken, diğer insanlarla etkileşimini de bu insanların sahip oldukları nesnelere, onlara biçilen değer üzerinden gerçekleştirmekte ve bu durum onun başlıca anlam üretme politikası haline almaktadır.

Postmodern süreç, kültürel söyleminde, özgürleştirici güç olarak sürekli değişmeyi, farklılaşmayı işaret etmektedir ve paradoksal bir şekilde bu farklılaşma isteği toplumun tüm üyeleri tarafından paylaşılan ortak bir arzu haline almaktadır. Bu arzu ise, daha önce belirttiğimiz üzere ancak tüketim süreciyle mümkün kılınmakta, yani kendini tanımlamada sürekli değişim ve farklılık arayışı içinde olan bireyler ortak bir tüketim alanı üzerinde buluşmaktadır. Tüketim bireyle nesne arasında bir ilişkidir ve bu ilişkide nicel doyum noktasına ulaşan insan “yeni” etiketiyle tanımlanan nesnelere tarafından dış dürtü şeklinde yeniden anlam arayışına girer (İnsel 1990:31). Bu “yeni” olma hali bireysel kimliklerde de benzer biçimde işler ve değişen kimliklerin farklı gereksinimleri ortaya çıkar. Gereksinim sınırları iyi tanımlanmamış bir boşluğa benzer. “Bu boşluk tüketim ve tüketici tarafından kapatılır, doldurulur. Doğunluk budur. Tatmin edilir edilmez, tüketici doğunluğa yol açan düzeneklerce tahrik edilir. [...] Gereksinimler, aynı manipülasyonlarla kışkırtılan tatmin ve tatminsizlik arasında salınırlar” (Lefebvre 1998:83- 84).

Dolayısıyla ekonomik küreselleşme, kültürel bir küreselleşme de doğurmaktadır, hayat tarzları, tüketici alışkanlıkları ve kültürler postmodern çoğulculuk söylemi altında gittikçe standartlaşmaktadır. Bireysel kimliğin biçimlenmesi ve toplumsal statü edinme, sosyo-kültürel süreçlerin temel belirleyeni olan tüketim

alanında oluşmakta ve bireyler, kimliklerinin inşasına yardımcı olan ürünleri tüketerek olmak istedikleri kişi olmaktadır (Bocock 2005:74).

Hayat Tarzlarının Gösteri Mekânı Olarak Kentler

Daha önce de tanımladığımız üzere, hayat tarzı tüketicinin beğeni ve üslup duygusunun işaretleri olarak kabul edilen modadan, boş zaman etkinliklerine, yiyecek, içecek seçimlerinden, ev, otomobil ve tatil tercihlerine kadar tüm bileşenleri içermektedir. Yani genel anlamda hayat tarzı eşyayı, zamanı ve mekânı kullanım biçimidir ve kent tüm bu bileşenlerin bir araya geldiği bir karşılaşma alanı ve sergilendiği bir sahnedir.

İlk anlamıyla kent, tıpkı hayat tarzı gibi modern bir olgudur ve sosyokültürel dönüşüm izlerinin belirlediği ilk merkezdir. Bir kentin mimari sembolleri ve kuruluş biçimi çağının koşulları ve hayat tarzları ile ilgili kesin bilgiler içerir. Tam da bu nedenle postmodernizmin ilk olarak modern mimariye karşı çıkan estetik bir akım olması şaşırtıcı değildir. Zira, mimari kamusal olana en yakın sanattır ve "konstrüksiyon, bilinç altının rolünü üstendir" (Benjamin 2001:88). Bir başka anlatımla, kentler hayat tarzlarının somutlanma mekânlarıdır. Harvey'in (2010:85) altını çizdiği gibi; "Bir kentin neye benzediğine, mekânlarının nasıl örgütlendiğine bağlı olarak kent bize bir dizi mümkün duyguya ve toplumsal pratiğe ilişkin düşünmek, değerlendirme yapmak ve bunlara erişmek açısından maddi bir zemin sağlar." Dolayısıyla kente dair üzerinde odaklanılması gereken nokta mekân olmayıp, mekânı biçimlendiren mekân ve hatta zaman üstü evrensel süreçlerdir.

Modern bir kavram olan kent, burjuvazinin feodal toplumu biçimlendiren aristokrasi, ruhban sınıfı (clergé) ve üçüncü sınıf (tiers état) şeklindeki katmanlı yapısına iktisadi varlık alanını genişleterek, yani ticareti büyütür, dâhil olmasıyla biçimlenmiştir. Yani, kent kavramı daha en başından ticaretle paralellik göstermektedir. Sanayi devrimiyle beraber kentler, nüfusları kendine çeken birer endüstri alanı olmuş ve giderek modern anlamda kent biçimini almışlardır. Zira, modernizm "kentlerin sanatı"dır ve "doğal meskenini kentlerde" bulur (Harvey 2010:39).

Marx ve Engels *Komünist Manifesto*'da (1998) kente, belli bir mekânda yoğunlaşan ve sermaye sınıfıyla çelişkileri derinleşen emek sınıfının kapitalist üretim ilişkilerine meydan okumanın koşullarını sağladığı için devrimci bir olgu olarak bakmışlardır. Engels, işçi sınıfının devrimci potansiyeli açısından, mekânsallığının farkına varışını önemli bir gösterge olarak kabul etmektedir. Ancak bir yüzyıl sonra, Lefebvre, burjuvazinin kent mekânını nasıl başarı ile kullandığını ve bunun kapitalizmin nasıl ayakta kalmasını sağladığını vurgulamaktadır (Ersoy 2001:14). Benzer biçimde, Harvey de (1982) kent sisteminin, kapitalist endüstrinin bitmek bilmeyen yüksek kazanç arayışlarının bir ürünü olduğunu vurgulamaktadır. Örneğin, otomobil talebindeki artış ve diğer tüketim araçlarına olan talep, alt kentleşmenin yaygınlaştırılmasıyla sağlanmıştır.

Mekânın biçimlenişi, büyük firmaların, fabrika, yönetim merkezi, ofis vb. için yer seçimlerinin bir fonksiyonudur. Öte yandan, uluslararasılaşan üretken sermayeye uygun olarak kentler, ulus-devletleri aşan bir öneme sahiptirler ve mübadeleyi hızlandırmanın en önemli unsurlarıdır.

İlk defa 1911'de yayınlanan *Metropol ve Zihinsel Yaşam* adlı makalesinde Simmel (1996), kentleşmenin birey düzeyindeki etkilerine değinir. Buna göre, modernizmle ortaya çıkan kentsel yaşam bir yandan bizleri zincirlerimizden kurtarıp, daha ileri derecede bir kişisel özgürlüğe kavuştururken, diğer yandan başkalarına birer nesne, birer araç olarak yaklaşmamıza neden olmuştur. Bu durum hızlı, değişken, yoğun kent yaşamının kaçınılmaz sonucu olmakla beraber aynı zamanda da kentin para mübadelesinden beslenen renksizliğinden de kaynaklanmaktadır. "Para mübadelesinin beşiği olan büyük kentler, şeylerin alınıp, satılabilir olma niteliğini, küçük yerleşimlere kıyasla çok daha çarpıcı şekilde ön plana çıkarır. İşte bu yüzden kentler, bıkkınlığın da asli mekânıdır" (Simmel 2003:90-92). Kentleşmeyle ortaya çıkan bu "aldırmazlık" tavrı karşısındaki tek çıkış yolu statü göstergeleri, moda ya da kişisel eksantriklik gösterisi gibi şeylerin peşinden koşan yapmacık bir bireyciliği kucaklamaktır.

Kentleri sahne olarak kullanan tüm bu statü göstergeleri ise, Benjamin'in *Pasajlar* adlı eserinde anlattığı üzere tüketim etkinliğinin mekânla bütünleşip somutlaşmasıdır. Bugünkü alışveriş merkezlerinin ilk nüvelerini bulduğumuz bu pasajlar "küçük bir kent, dahası küçük bir dünyadır" (Benjamin 2001:88). Yukarıda da belirttiğimiz gibi, mimarlık sanatı toplumsal değişmelerin en kolay saptandığı alanlardır. Tam da bu bağlamda Benjamin, Paris pasajlarından bahsederken öncelikle onların mimari yapısına değinir. Pasajlarda demir konstrüksiyon ilk defa kullanılmış ve camın mimarlıktaki kullanım alanı genişlemiştir. Ayrıca pasajlar, gazla aydınlatmanın ilk uygulandığı yerlerdir. Pasajlar, lüks eşya ticaretinin merkezi olarak, birey ihtiyaçlarına cevap vermek için, tüketimin yeni bir biçim almasını sağlamıştır. Yine bu dönem Benjamin, "adına mal denen fetişin haç yerleri" olarak tanımladığı dünya fuarları için, malın kullanım değerini arka plana atarak değişim değerini çarpıttığını ifade eder. Bu fuarlar işçi sınıfını eğlendirmek isteğinden kaynaklanır ve işçiler için bir eşitlik şenliğine dönüşür. İşçi sınıfı artık müşteri kimliğiyle ön plandadır (Benjamin 2001:88-94).

Sanayi sonrası toplumda ise, bu pasajlar yerini tüketim ideolojisi üzerine kurulu çok daha karmaşık yapılar olan alışveriş merkezlerine bırakmışlardır. Daha önce de belirttiğimiz üzere; kuşkusuz tüketim etkinliğinin aldığı bu girift yapı üretim süreçlerinden bağımsız değerlendirilmemelidir. Modernizmin ilk dönemlerinde, endüstri alanları şeklinde biçimlenen kentler, üretken sermayenin uluslararasılaşması ve üretimin parçalı bir süreç haline gelmesi ile yeniden biçimlenmekte ve sanayi sonrası toplum olarak da adlandırılan döneme uygun bir hale gelmektedir. Bugün, kent merkezleri, finans ve diğer hizmetler sektörünü merkez alacak şekilde, gökdelenler, yeraltı otoparkları ve alışveriş

merkezlerinden meydana gelmektedir.⁴ “Kentler endüstrilerden arındırılıp birer tüketim merkezine dönüştükçe 1970’li ve 1980’li yıllardaki eğilimlerden biri, [...] postmodernizmin birçok özelliğini bünyelerine dâhil eden alışveriş merkezlerinin yeniden tasarlanması ve genişlemesi olmuştur” (Featherstone 2005:170).

Harvey (1989:3-17), Fordist birikim rejiminin çözülmesi, esnekleşme uygulamalarının yaygınlık kazanması gibi nedenlerle 1970 öncesi dönemi karakterize eden kent işletmeciliğinin (urban managerializm) yerini kent girişimciliğine (urban entrepreneurialism) bıraktığını belirtir. Amerika kentlerini örnek alarak, akışkan sermayenin dünyasında yarışan kentler için dört olasılık sıralar: Uluslararası işbölümünde bir konum edinmek; tüketim merkezi olarak bir konum edinmek; finansal ya da idari olarak komut merkezi olmayı sağlayacak bir konum edinmek; merkezin dağıttığı kaynaklardan daha fazla edinilmesini sağlayacak bir konum edinmek (Harvey 1995:365). Kentler bu seçeneklerden sadece biri ile de yetinmek zorunda değildirler. Bu stratejilerin birkaç tanesinin aynı zamanda uygulamaya konulması da mümkündür. Kentin para-meta-para döngüsünde aldığı bir diğer rol de, sermayenin yeniden üretimi sırasında kente yönlendirilen yatırımlardır. Bu sayede kent, bir yandan aşırı birikim sorununu çözerken, diğer yandan da yeni taleplerin ortaya çıkmasına yol açarak sermaye döngüsünde ortaya çıkacak krizin çözümlenmesine yardımcı olmaktadır. Bu süreçte kentleşen sadece sermaye değildir, aynı zamanda bilinç de kentleşmektedir (Şengül 2001:21). Yani kent, hem bir “tüketim yeri” hem de “tüketilen yer” haline gelmektedir. “Günümüzde üretimin analizi göstermiştir ki, şeylerin (metâların) mekânda üretiminden mekânın kendisinin (metâ olarak) üretimine geçmiş bulunuyoruz” (Lefebvre 1979:285). Küreselleşme sürecini doğru yorumlamak için kente bakmak gerektiğinin altını çizen Sassen (1992:2000), kentsel mekânlara odaklanmanın beraberinde ulusal ekonomilerin hızla azalan öneminin fark edilmesini getirdiğini ileri sürer. Yazara göre, ekonomik etkinliklerin devletlerle değil ama *küresel kentler* etrafında süregelmekte ve 1970’den bu yana, ekonomik güç dengesi “Detroit ve Manchester gibi üretim mekânlarından, finans ve yüksek derecede özelleşmiş servis merkezlerine kaymıştır” (Sassen 1992:325).

Öte yandan kentlerde yoğunlaşan mal ve hizmetlerin tüketimi, özellikle kültür paydası üzerinde aralıksız göstergeler üretmektedir. Bu nedenle de alışveriş merkezleri aynı zamanda müze, sinema, kitap ve müzik ürünleri gibi kültür tüketiminin yoğunlaştığı mekânlardır. Yani tam Zukin’in (1988:439) örneklendirdiği gibi, bu tür mekânlarda müzedeki sergi açılışlarıyla kimi giysi mağazalarının ucuzluk dönemleri aynı zamana denk gelmektedir. Kültür ve eğlence endüstrilerinin kentlerde gittikçe merkezi bir belirleyen halini alması kültürel nesne ve hizmetlerin tüketim biçimlerinin değişmesinden kaynaklanmaktadır. Alışılabilen anlamıyla müzelerde ve galerilerde yapılan kültürel aktiviteler

4 Benzer bir şekilde Cnbc-e Business dergisinin 2009 yılından bu yana yaptığı “Türkiye’de Yaşanabilir Kentler” başlıklı araştırma dizisindeki ekonomi ana parametresi kriterlerinden birisi, o kentteki alışveriş merkezleri sayısıdır.

ulaşılabilirliği daha kolay, görsel ve popüler bir hal almıştır. Kültürel aktivitelere dâhil olmak kentte yaşamayı gerektirmektedir. Zira kültürel ürünlerin ekonomi politiği bağlamında, arz, talep, rekabet ve sermaye birikimi gibi piyasa ilkelerine odaklanarak oluşturulan hayat tarzları, kültürel ürünler ve metâlar kent merkezlidir. Tam da bu nedenle Jameson (1981) kültürün kendisinin tüketim toplumunun asli bir ögesi olduğunu ve hiçbir toplumun bu toplum kadar göstergelere ve imajlara doymuş olmadığını belirtir. Kentler kültürel özbilince sahiptir; hem genel hem de kültürel tüketim merkezidir ve genel tüketim kültürel göstergelerden ve imgelerden ayrı tutulamaz. Bu nedenle kentli hayat tarzları, gündelik hayat ve boş zaman faaliyetleri postmodern simülasyon eğilimlerinden etkilenirler (Featherstone 2005:159). İmgelerle donatılmış kentler birer *gösteri* mekânı halini almıştır. Debord'un kapitalist ekonominin ve metâ dolaşımının uzantısı olarak gördüğü gösteri; gerek enformasyon ya da propaganda, gerekse reklam ya da televizyon biçiminde olsun bütün özel biçimleriyle, toplumsal olarak hâkim olan yaşamın mevcut modelini oluşturmaktadır. Bugün, kendini dünya çapında dayatmaya çalışan bütünleşmiş bir gösteri söz konusudur (Debord 2006:176).

Kentler bireylerin gösterge değerler edinebilmek için savaştıkları ve bu değerleri hayat tarzları yoluyla diğer bireylere gösterebilecekleri sahneler halini almıştır. Sahne üzerinde karşılaşmalar Veblen'in *gösterişçi tüketim* olgusuyla açıkladığı gibi, kıyaslama üzerine kuruludur. Tüketici diğerlerini özendirmek ve onların gözünde saygı görmek için tüketir (Veblen 2005:101). Bu özenme hali ise; üst gruplar ve alt gruplar arasında taklit üzerine kurulu toplumsal katmanlaşmaya neden olurken, statü sağlama arzusundan ötürü yeni tüketim alanları oluşmasını beraberinde getirir. "Grupları birbirinden ayıran görece sabit eğilimler, kültürel beğeniler ve boş zaman faaliyetleri olarak kavranan hayat tarzları çağdaş kentli hayat tarzlarını daha aktif bir şekilde" biçimlendirmektedir (Featherstone 2005:159). Bir diğer anlatımla, kentler tüketim üzerinden kurulan toplumsal ilişkilerin sürekli olarak bozulduğu ve yeniden kurulduğu mekânlar, hayat tarzlarıyla sergilenen bireysel kimliklerin gösteri alanlarıdır.

Sonuç

1960'ların ikinci yarısından itibaren kapitalist ekonomi yaşadığı krizin etkilerini ancak sermayenin alanını tüm yeryüzü düzeyinde genişleterek geçirebilmiş/geçistirebilmiştir. Üretken sermaye uluslararasılaşarak esnekleşirken, üretim ve dolayısıyla emek süreçleri parçalı bir hal almıştır. Bu durumun en belirgin etkileri, açıktır ki, kentler ve kentliler üzerinde hissedilmektedir. Kent, fiziksel mekânından, kentlilerin hayat tarzlarına ve dolayısıyla tüketim alışkanlıklarına kadar küreselleşme ile başat kılınan politika ve uygulamaların izlerini taşımaktadır. Kentler, nesnelere ve hizmetlere çeşitlenmesinin en hızlı ve kolay şekilde erişilebilirliğini sağlayacak şekilde biçim almıştır. Kentler birbirinden farklı, markalı, göstergeli, kişilere imajlar ve sembolik kimlikler atfeden mekânlardan oluşmakta ve bireylere kendilerini tanımlayabilmeleri için yeni aidiyet formları sağlamaktadır. Tam da bu nedenle; "Birey, kentte, her türlü egemenlik biçimiyle sömürülen

bir nesne, (...) haline gelir" (Laborit 1990:146). Çünkü Horkheimer'ın (2002:146) belirttiği gibi, sosyo-kültürel iktidarı sağlamanın yolu nesnelere üzerinde iktidar kurmaktır ve bu nesnelere kültürü, bireysel kimliklerin kendilerini var etmelerini ve sisteme uyumunu kolaylaştırır. Zira bireyler eski referans noktalarının görünmezleştiği bir toplumsal alanda kendilerini ifade etmek için tüketim alanındaki mal ve hizmetlerle edinilen göstergelerle kimlik edinme sürecine dâhil olmaktadır. Bu ise, bireyler açısından kent mekânlarında kristalleşen farklı hayat tarzlarının tasarlanıp tüketilmesi anlamına gelmektedir. Tüketim alanında hayat tarzlarıyla edinilen kimlikler, bireyler düzeyinde kimlik stratejileri halini almakta, esnek yapısı itibarıyla ana ve koşullara uygun formlara bürünmektedir. Kentler ise, kimlik edinme sürecinde gerekli olan göstergeler ve imajlar bünyesinde toplayarak, bireylerarası etkileşimin ve gösterinin sahnesidir.

Kaynakça

APPADURAI Arjun (1990), "Disjuncture and Difference in Global Economy", içinde M. Featherstone (ed.) **Global Culture**, London, Sage, ss.295-310.

BAEHLER Jean (1995), **Le Capitalisme Tome I: Les origines**, Paris, Eds. Gallimard.

BAUDRILLARD Jean (2009), **Gösterge Ekonomi Politikası Hakkında Bir Eleştiri**, Çev. Oğuz Adanır, Ali Bilgin, İstanbul, Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

BAUDRILLARD Jean (2004), **Tüketim Toplumu**, Çev. Hazal Deliceçaylı, Ferda Keskin, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

BAUMAN Zygmunt (1999), **Le coût humain de la mondialisation**, Çev. Alexandre Abensour, Paris, Eds. Hachette.

BAUMAN Zygmunt (2000), **Postmodernlik ve Hoşnutsuzlukları**, Çev. İsmail Türkmen, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

BENJAMIN Walter (2001), **Pasajlar**, Çev. Ahmet Cemal, İstanbul, Yapı Kredi Yayınları.

BOCOCK Robert (2005), **Tüketim**, Çev. İrem Kutluk, Ankara, Dost Kitabevi Yayınları.

BOURDIEU Pierre (1979), **La distinction: Critique sociale du jugement**, Paris, Eds. Minuit.

BOURDIEU Pierre ve PASSERON J.-C. (1970), **La reproduction les fonctions du système d'enseignement**, Paris, Eds. Minuit.

CASTELLS Manuel (1995), **Ağ Toplumunun Yükselişi**, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları.

CHANEY David (1996), **Lifestyles**, New York: Routledge.

DEBORD Guy (2006), **Gösteri Toplumu**, Çev. Aysen Ekmekçi, Oksan Taskent, İstanbul Ayrıntı.

ERGUR Ali (2008), "Sanayi ve Sanayi-Sonrası Sektör Çalışanlarında Kimlik Stratejisi Olarak Tüketimin Sınıf Ölçülerini Görünmezleştirici Etkisi", **Toplum ve Bilim**, Sayı: 112:7-30.

ERSOY Melih (2001), "Sanayisizleşme Süreci ve Kentler", **Praksis**, Sayı: 2:32-52.

FEATHERSTONE Mike (2005), **Postmodernizm ve Tüketim Kültürü**, Çev. Mehmet Küçük, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

GRAMSCI Antonio (1991), **Cahiers de prison 22**, Çev. Claude Perrus ve Pierre Laroche, Paris, Gallimard.

HARDT Michael ve NEGRI Antonio (2001), **İmparatorluk**, Çev. Abdullah Yılmaz, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.

HARVEY David (2010), **Postmodern Durum**, Çev. Sungur Savran, İstanbul, Metis Yayınları.

HARVEY David (1989), "From Managerialism to Entrepreneurialism: the Transformation in Urban governance in Late Capitalism" **Geografiska Anneler**, Sayı: 71:3-17.

HARVEY David (1995), "Flexible Accumulation through Urbanization Reflections on 'Post-Fordism' in the American City", Ash. Amin (der), **Post-Fordism A Reader**, Oxford: Blackwell, 361-386.

HARVEY David (1982), **The Limits to Capital**, Oxford, Blackwell.

HORKHEIMER Max (2002), **Akıl Tutulması**, Çev. Orhan Koçak, İstanbul, Metis Yayınları.

JAMESON Fredric (1981), **The Political Unconscious**, Ithica: Cornell University Press.

KELLNER Douglas ve BEST Steven (1991), **Postmodern Theory: Critical Interrogations**, New York, Guilford.

LABORIT Henri (1990), **İnsan ve Kent**, Çev. Bertan Onaran, İstanbul, Payel Yayınevi.

LEFEBVRE Henri (1998), **Modern Dünyada Gündelik Hayat**, Çev. Işın Gürbüz, İstanbul, Metis Yayınları,.

LEFEBVRE Henri (1979), 'Space: Social Product and Use Value', in J. Freiberg (eds), **Critical Sociology: European Perspective**, London, Irvington Publishers.

İNSEL Ahmet (1990), "Topluma Karşı İktisadi İnsan (1)", **Birikim Dergisi**, Sayı: 10-12: 21-31.

MARX Karl (1979), **Grundrisse : Ekonomi Politüğın Eleştirisi İçin Ön Çalışma**, Çev. Sevan Nişanyan, İstanbul, Birikim Yayınları.

MARX Karl, ENGELS Friedrich (1998), **Komünist Parti Manifestosu**, Ankara, Sol Yay.

OSKAY, Ünsal (1989). "Modern Toplumlarda Gündelik Hayatın Sistemle Bütünleşmemiz ve Birey Olamayışımız Açısından Önemi", **Günlük Hayatın Eleştirisi**, İstanbul: Ayrıntı Yayınları, ss.7-13.

RITZER George (2005), **Enchanting a Disenchanted World: Revolutionizing the Means of Consumption**, London, Sage.

SASSEN Saskia (1992), **The Global City**, New Jersey, Princeton University Press.

SASSEN Saskia (2000) **Cities in the World Economy**, Thousand Oaks, Pine Forge Press.

SIMMEL Georg (1996), "Metropol ve Zihinsel Yaşam", **Cogito**, Sayı: 8:81-89.

SIMMEL Georg (2003), **Modern Kültürde Çatışma**, Çev. Tanıl Bora, İstanbul: İletişim Yayınları.

ŞENGÜL H. Tarık (2001), "Sınıf Mücadelesi ve Kent Mekânı", **Praksis**, Sayı: 2:9-31.

VEBLEN Thorstein (2005), **Aylak Sınıfın Teorisi**, Çev.Zeynep Gültekin ve Cumhur Atay, İstanbul, Babil Yayınları.

YARAMAN Ayşegül (2003), **Toplumsal Değişme ve Kişilik Özellikleri Prometheus'tan Narkissos'a**, İstanbul, Bağlam Yayınları.

YILMAZ Gaye (2010), "Para-Meta-Para-Finans Bulmacasında 2008 Krizini Anlamak", **Praksis**, Sayı: 22:109-129.

ZUKIN Sharon (1988), "The Postmodern Debate Over Urban Form", **Theory Culture and Society**, Sayı: 5:431-446.

