



YENİ ORTA SINIFIN İDEAL EV TASVİRLERİNE İLİŞKİN BİR DEĞERLENDİRME*

A REVIEW ON THE IDEAL HOME DEPICTIONS OF THE NEW MIDDLE CLASS

Melike AKBIYIK**

Öz

Ev bireyler için fiziksel, sosyal, psikolojik ve duygusal bir alandır. Günümüz tüketim toplumunda evin bu işlevleri unutulmuş, yerini tüketim nesnesi haline dönüşen konut ve işlevleri almıştır. Artık konut tercihi hem bireyin hem de ailesinin yaşam tarzı, ait olduğu sosyal sınıf ve gündelik pratikleri hakkında önemli ipuçları içermektedir. Özellikle, satın alma gücü olan ve nesnelerin sembolik anlamlarına değer veren yeni orta sınıf için konut ayrıştırıcı ve yaşam tarzını belirleyici bir nesnedir. Bu çalışmada amaç yeni orta sınıfın "Nasıl bir evde yaşamak isterdiniz?" sorusuna verdikleri cevapların bir değerlendirmesini sunmaktır. Katılımcılardan tüketim toplumu normlarında idealize ettikleri konutu bir yana bırakmaları, kendi ideallerindeki evlerini anlatmaları istenmiştir. 31 katılımcı ile yapılan derinlemesine görüşmelerden elde edilen cevaplarda ortak olan ve farklılaşan özellikler bahçeli ev, cinsiyet ve benliğin sunumu kavramları çerçevesinde yorumlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: İdeal Ev, Yeni Orta Sınıf, Bahçeli Ev, Cinsiyet, Benliğin Sunumu.

Abstract

Home is a physical, social, psychological and emotional space for individuals. In the consumption society, these functions of the house have been forgotten. Housing have become an object of consumption and have new functions. Now the individual's preference for housing has become to include important clues about the lifestyle of both the individual and his family, the social class to which he belongs, and his everyday practices. In particular, housing for the new middle class is also important as a differentiating and lifestyle-defining object from others because of its members' purchasing power and tendency to value the symbolic meanings of objects. The goal of this study was asking to the members of new middle class the question of "What kind of house do you want to live in?" and providing an assessment of their answers. Individuals were asked to leave aside the idealized characteristics of the consumer society and to describe their own ideal homes. In the answers obtained from in-depth interviews with 31 participants, common and different features will be interpreted within the framework of the garden, gender and self.

Keywords: Ideal Home, New Middle Class, House with A Yard, Gender, Presentation Of Self.

1. Giriş

Bireylerin ilk evrenleri evleridir; içinde düşünce, anı ve hayalleri barındıran bu ilk evren bireyin daha sonra diğer mekânlarla kurduğu ilişkide temeldir (Bachelard, 1996, 4-5). Ev aile, insanlar, kişisel eşyalar ile kısıtlanmış, belirli faaliyet ve ilişkilerin yaşandığı, konforlu olmasa da tanıdık bir yerdir. Ev içinde yaşanmış alan ve anıları barındırır; içinde tüm yaşanmışlıkları ile zaman ve mekân vardır (Mallett, 2004, 63).

Bir mekân olarak ev, insanın varlık yapısında temelini bulan; bir gereksinimden doğan; içerisinde toplumsal, tarihsel, kültürel değerleri barındıran bir buluştur. Toprağa yerleşme ve yazılı kültürün varoluşu nedeni olarak gösterilebilir. Farklı tanımlamalarla açıklansa da kökeninde barınma, kalma anlamlarını taşımaktadır (Çotuksöken, 2009, 44-45). Örneğin, Fransızca'da ev *maison* yani Latince *manare* (kalmak) kökeninden gelmektedir (Çotuksöken, 2009, 45). Almanca *heim*, *ham*, *heem* kelimelerinin Hint-Avrupa kökenli *kei* (uzanmak) kelimesinden geldiği ifade edilmektedir. İngilizce'de ev kelimesi Anglo-Sakson kökenli *köy*, *arazi*, *kasaba* anlamlarına gelen *ham* kelimesinden gelmektedir (Hollander, 1991, 44). Türkçe'de ise ev kelimesi eski Türkçe *eb* yani çadır, konut anlamı taşımaktadır.

Eve ilişkin tanımlamalarda evin farklı özelliklerinin ön plana çıktığı görülmektedir. Saunders ve Williams (1988, 82) fiziksel özellikleri ile içinde yaşayanların sosyal özelliklerinin kaynaşmasının bir sonucu olarak evi sosyo-mekânsal bir varlık olarak tanımlamıştır. Porteous (1976, 383) ise evin daha çok psiko-sosyal özellikleri üzerinde durmuştur. Özellikle mekânın/toprağın (*territorial satisfaction*) birçok canlıya sunduğu kimlik, güvenlik ve uyum ayrıcalıklarının üçünü de evin bireye ya da aileye sağladığını savunmaktadır. Evin psiko-sosyal özelliklerinin yanı sıra eve duyulan duygusal bağın üzerinde duran, evi duygular ile ilişkilendiren çalışmalar da mevcuttur (Giuliani, 1991, 134). Sahip olma ile duyulan psikolojik iyi olma hali ve yokluğu ya da ulaşılmazlığı sebebiyle hissedilen huzursuzluk diğer nesnelere olduğu gibi ev ile kurulan

* Bu makale İstanbul Üniversitesi SBE Sosyoloji ABD'da Melike Akbiyik tarafından hazırlanmış ve İstanbul Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından 53516 proje numarası ile desteklenmiş "Sosyoloji'de Gündelik Hayat: Mekan ve Reklam" başlıklı doktora tez çalışmasından üretilerek hazırlanmıştır.

** Arş. Gör. Dr., İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü. melike.akbiyik@istanbul.edu.tr



bağı da açıklamakta yeterlidir. Ancak Somerville (1997, 237) gibi evin sosyal, psikoloji ve duygusal yönlerini bir arada dikkate alan çalışmalar önemlidir. Ev içinde yaşayanlar için sosyal, psikolojik ve duygusal anlamlar barındıran fiziksel bir mekândır (Easthope, 2004, 137; Özlük, 2015, 11).

Evin gündelik yaşantımız içindeki önemi ona yüklenen işlevlerde gizlidir. Bu konuda Tekeli'nin (2012, 12-18) konutun işlevlerine ilişkin yorumları oldukça özetleyicidir: (1) Günümüzün teknolojik imkânları ile (uydu, internet vs.) çok işlevli ve kendine yeterli hale gelen konutlar bireylerin "kaleleri" olma yolunda bir barınaktır. (2) Ekonomik bunalımlarda emek yoğun olması ve diğer üretim araçları ile ilişkili olması sebebi ile krizden çıkmak ve ekonomiyi canlandırmak için bir araç olma özelliği taşıyan üretilen bir metadır. (3) Diğer tüketim araçlarında olduğu gibi konut da kişilerin toplum içindeki statülerinin bir göstergesidir; barınak vazifesinden öte "prestij sağlama aracı" olan bir tüketim malıdır. (4) Bir yatırım olarak spekülasyon değer artışlarına el koyma yoludur (Kentleşme sürecini hızlı yaşayan ülkelerde küçük tasarruf sahibi için konut ya da taşınmaz mülkiyet en önemli yatırım seçeneğidir; sermaye piyasası gelişmemiş ülkelerde bu durum diğer yatırım alanlarından daha karlıdır). (5) Bireyler ve aileler için geleceğe dair bir güvencedir. (6) Bir taraftan bireyin sosyalleşme sürecinin başladığı yer iken diğer taraftan toplumsal ilişkilerin yeniden üretildiği bir mekân olarak toplumsal ilişkilerin yeniden üretilmesinin aracıdır. (7) Kentsel çevrenin oluşturulmasında kullanılan kültürel bir eserdir (Konutlar içinde buldukları çevre ile birlikte belli bir kültür ve zamanın özelliklerini aktarır). (8) Emeğin yeniden üretilmesinde bir role sahiptir (Konutun bahsi geçen tüm özellikler aslında emeğin yeniden üretimi işlevini sağlamaktadır).

Evin tanımına ya da işlevine yönelik yapılan yukarıdaki yorumları dikkate aldığımızda evin özel, kamusal ve toplumsal olanın kesişim noktası olduğunu söyleyebiliriz. Çotuksöken 2009 yılında Mimarlar Odasınınca düzenlenen Konut Sempozyumu'nda "deneyimle yoğrulmuş kültürün ürünü" olarak tanımladığı evin, günümüz toplumunda, modernliğin yeterince özümsememesi sebebiyle, özel, kamusal ve toplumsal alan arasındaki ilişkileri anlamlı şekilde oluşturmadığını dile getirmiştir. Bu durumun da bireylerin evi içi ve dışı ile yaşamayı değil, sadece bir evde yaşamayı deneyimleyebilmelerine sebep olduğunu belirtmiştir (Çotuksöken, 2009, 46). Bu çalışmanın temelinde de "evi yaşamak" ve "evde yaşamak" ayrımına benzer bir ayrım söz konusudur. İngilizce'deki *home* ve *house* kelimeleri arasındaki farka benzer bir ayrışma, etimolojilerinde yer almasa da, kullanım itibarı ile ev ve konut kelimeleri için de geçerlidir diyebiliriz. Evin zamanla dönüşümü ile ilişkili olarak günümüzde konut ve evin kullanımlarına dikkatli şekilde baktığımızda konut kelimesinin konut reklamları, konut kredisi, emlak/konut vergisi gibi daha nesnel ve kamusal şekilde kullanıldığını; ev kelimesinin ise yaşanan alan anlamında çoğunlukla çağrıştırdığı sıcaklık sebebiyle daha öznel ve kişisel olarak kullanıldığını söylemek mümkündür. Barınma ihtiyacına cevap veren ev zamanla göstergelerin hakim olduğu günümüz toplumunda bir tüketim nesnesi haline dönüşürken ev yerine konutu kullanmayı tercih eder hale gelmiş durumdayız.

Bir başka ifade ile, evi yaşamak geçmiş deneyimlerimizde özellikle çocukluk anılarımızda vardır; gelecek için evi yaşamak ümidimiz vardır. Bugün ise bir konut sakini olma durumumuz söz konusudur. Dolayısıyla mekân ile kurduğumuz ilişki ilk ev deneyimleri üzerinden geçmiş, ev hayalleri üzerinden gelecek bilinci içine sıkışmıştır. Özel, kamusal ve toplumsal olanın dengeli etkileşiminden bahsetmek güçtür. Ev sıcaklığını yitirmiş, göstergelerin çağrıştırdığı ve proje özelliği ön planda olan konut olarak ifade edilir hal almıştır.

Bourdieu konutu diğer tüketim ürünlerinden farklı bir yere koymaktadır (Kes Erkul, 2010, 34). Ona göre konut zevk ve değer gibi öznel unsurları içeren anlam yüklü bir üründür. Konut ekonomik stratejiler, bireysel ve kolektif geçmiş, yeniden üretim stratejileri gibi nesnel unsurları barındırır. Kıyafetimize nasıl bakılıyorsa maddi bir ürün olması sebebiyle konut da genel bir bakışa maruz kalır. Konutun en önemli özelliği kalıcı bir temelde olmasıdır. Diğer birçok mala kıyasla bir mülk olarak konut kararlı bir şekilde sahiplerinin sosyal varlığını ve varlıklarının kapsamını gösterir. Konut sahiplerinin zevkleri ve zevklerine uygun şekilde toplumsal alanda edindikleri konumları hakkında fikir oluşmasını sağlar (Bourdieu, 2005, 19). Hem ekonomik hem de duygusal bir yatırım olan konut yüksek maliyeti sebebiyle alımı en zor verilen ekonomik kararlardan birini oluşturur. Konut alma kararı verdiğimizde bunun birçok sonucu ortaya çıkar: Mali yatırım olduğu kadar mali olmayan bir yatırım hissi uyandırır. Değerini koruması veya arttırması sebebiyle geleceğe yönelik bir yatırım iken bugün için de bir tatmin sunar. Ayrıca, hem ekonomik hem de duygusal bir işlevi olarak aktarılabilir bir miras olmasından da bahsedilebilir (Bourdieu, 2005, 19).

Bireyler gelirlerinin önemli bir kısmını evleri için harcar. Bireylerin hayallerini ve boş zamanlarını sahip oldukları ya da olmak istedikleri evleri meşgul eder. Evsizler ve hükümetler için yokluğu büyük bir tehdit oluşturur. Sosyologlar ideal ev ve konut/ev konusu ile özellikle 20. yüzyıl ile değişen aile yapısı ve bu değişimin sebep olduğu cinsiyetçi rollerdeki değişim; evlilikten beklenti; çocuklarla, aileyle, arkadaşlarla ve komşularla ilişkiler gibi hususlar üzerinden çalışmıştır. Ev toplumbilim için önemlidir çünkü ev planlayıcılar



ve kanun koyucuların oluşturduğu kamusal alan ile aile, arkadaş ve komşuların kişisel dünyasının kesiştiği yerdir. İçinde önemli sosyal ve kişisel değerleri barındırır (Chapman & Hockey, 2002a, xi). Ancak çoğu insan için evin temel tasarım özellikleri üzerinde çok fazla seçeneği yoktur. Konut pazarında benzer temaların çeşitli alternatifleri sunulur. Dün de bugün de konutun temel özellikleri sosyal, ekonomik ve kültürel faktörler tarafından belirlenir. Konutun sınıf temelli yapısı en çok burada kendini hissettirir çünkü çok zengin olanların mimar ya da firmalar ile çalışıp kendi evini yaratma şansı vardır ama büyük çoğunluk için ne tür bir evde yaşayacağını planlamacılar, mimarlar, aslında karar alıcılar ve politikacılar belirler (Chapman & Hockey, 2002b, 5). Yoksul grup için ise durum daha da içler acısıdır çünkü konut onlar için sadece barınak işlevi görmektedir. Konuta yüklenen barınak dışındaki diğer tüm anlam ve işlevler toplumsal tabakada aşağıya doğru indikçe neredeyse yok olmaktadır.

Tüketim ilişkilerinin organizasyonunda etkili rolü devlet oynar; özellikle kent yöneticileri aracılığı ile kolektif tüketime yönelik müdahaleleri kritiktir (Castells, 2014, 62-64; Pahl, 1975, 202-206; Saunders, 2005, 205-206). Devlet konut piyasasının durumunu güçlendirmek için büyük ölçüde katkıda bulunur (Bourdieu, 2005, 16). Konut açısından belirli tüketim alışkanlıklarının geliştirilmesini sağlamak amacı ile inşaat sektörüne krediler, vergi muafiyeti, ucuz kredi gibi çeşitli düzenlemeler sunarak veya finansal destek vererek yardımcı olur. Çeşitli toplumsal grupların konuta yönelik finansal yatırımlarına doğrudan ya da dolaylı olarak şu şekilde rehberlik eder. Kiralanması makul mülklerin arzını azaltacak uygulamaları devreye sokar. Bu arada düşük maliyetli toplumsal konutların üretimine ayrılan fonları azaltarak potansiyel kiracılardan bir bölümünü ev sahipliğine yönlendirir. Kredilerle bireysel ekonomik destek verirken kredi masraflarını azaltarak ev sahibi olmayı cazip bir hale getirir. Bir başka şekilde ifade edecek olursak konut pazarı devletin önemli katkıda bulunduğu iki aşamalı bir sosyal yapının ürünüdür. Konut talebi bireylerin planları, tercihleri ve gerekli kaynakların tahsisi yoluyla oluşturulur. Arzı ise inşaat şirketlerine kredi konusunda devlet veya bankalar tarafından sunulan politikalar belirler. Kullanılan üretim araçlarının niteliğini, piyasaya erişim şartlarını, bir şirketin inşaat sektöründeki yapısını ve her bir şirketin üretim ve reklam ile ilgili kararlarına uygulaması gereken kısıtlamaları bu politikalar belirler (Bourdieu, 2005, 16). Bourdieu (2005, 55-58) devlet kadar konut piyasasında özellikle büyük çaplı firmaların konut arzı stratejilerinde önemli rol oynayan reklamlar ya da reklam kampanyalarının da üzerinde durmaktadır.

Bourdieu'nun Fransa'da 70 sonrası artan müstakil konut talebi üzerinden yaptığı değerlendirmeye benzer bir değerlendirme Chapman (2002a, 48) tarafından İngiltere'deki konut talebi ve konutların örnek daireleri ilişkisi üzerinden yapılmıştır. Chapman (2002a, 48-52) İngiltere'de (aslında birçok ülkede olduğu gibi) konutların bireysel ihtiyaç ve zevkler dikkate alınarak değil, sayıca az olan büyük inşaat firmaların belirlediği özellikler çerçevesinde yapıldığını anlatır. Bu firmalar sınırlı varyasyonlar sunarken, sunduklarının da aslında bir ideal evin olması gerekenlerini içerdiğini kanıtlayarak gayreti taşırlar. İngiltere'de spekülatif konut arzını on sekizinci yüzyılın başlarına dayandırır. Her dönemin evinin öne çıkan özellikleri vardır, ancak temelde bu özellikler hep konfor, standart, mahremiyet, güvenlik ve mutluluk gibi ortak beklentileri karşılamaya yönelik olmuştur. Örneğin, 1930'lar ve 50'lerde ortak aile hayatı mutluluğun anahtarı iken günümüzde tüm aile üyeleri için bireysel tatmin ögesi ön plandadır. Evlerde odaların dağılımı, konumu ve kullanımı belirlendiği gibi içinin nasıl dekore edileceğine yönelik de yönlendirmeler söz konusudur. Bireylerin özellikle kendilerini iyi hissettikleri evin özelliklerinden ziyade sermaye sahiplerinin belirledikleri özelliklerle evler inşa edilir. Nasılsa bireyler göstergelerle, sembollerle, reklamlarla inşa edilen bu evlerin ideal yaşamı sunduğu yönünde ikna edilir. Chapman (2002a, 55) inşaat firmalarının insanları yeni bir ev almaya ikna etmek için "ideal ev" temasıyla sundukları örnek daireler üzerinden yaptığı değerlendirmesinde örnek dairelerin yeşil alan içinde olduğu, komşulardan ayrı, yüksek statü göstergesi, şehrin tehlikesinden koruma, güvenlik, kişisel mahremiyet sunduğunu; ayrıca iç mekanda ailenin ortak etkinlikler yapabileceği alanların dışında ebeveynler için çocuklardan korunaklı alan, arkadaşlarla vakit geçirmek için alan gibi imkanlar yarattığını belirtiyor. Reklam kampanyasının bir parçasını oluşturan örnek daireler paket tatil programı ya da pişirmeye hazır yemek gibi, potansiyel alıcılara hazır bir ürün sunuyor, sadece taşınacaklar ve mutlu bir hayat yaşayacaklar (Chapman, 2002a, 55-58). Kriese ve Scholz (2012, 315-316), İsviçre'nin Basel kentinde 1870 ile 2007 yılları arasında yayınlanan konut reklamları analiz ettiklerinde benzer şekilde reklamı yapılan evlerin çoğunluğunun yatırımcı ve inşaat firmaları tarafından oluşturulan ideal yaşamı vurguladığını belirtmişlerdir.

Konut arz ve talebinde benzer bir durumun Türkiye için de geçerli olduğunu söylemek pek de yanıltıcı olmaz. Konut piyasasında sınırlı sayıda aktör konut satın alabilecek gruba¹ reklam ve pazarlama

¹ İnşaat sektörünün hedef kitlesi satın alma potansiyeli olan ve nesnelerin sembolik anlamlarına önem veren orta ve üst orta sınıftır. Bu çalışmada satın alım gücü ve sınıf ilişkisinin ön planda olmaması ve konuyu odağından uzaklaştırabilecek olması sebebiyle toplumsal sınıf konusuna değinilmemiştir.



kampanyaları ile önce “ideal yaşamı” ardından bu ideal yaşam için uygun “ideal evi” sunmaktadır. Türkiye’de özellikle 2000’lerle beraber inşaat sektörü ekonominin lokomotifine haline gelmiş, sayısız konut piyasa arz edilmiştir. Çeşitli inşaat firmalarının piyasaya sunduğu konut projeleri ve onlara ait reklam kampanyaları incelendiğinde, bu projelerin hedef kitlesine mutlu aile, güven, sağlık, seçkin ve prestijli yaşam gibi semboller üzerinden reklamlarda ideal yaşamı sundukları bulunmuştur (Akalin, 2015, 511-512; Akbıyık, 2018, 243-244; Akyol Altun, 2008, 75-76; Güneş Çakar, 2014, 98; Perouse, 2014, 169-174; Taşar, 2008, 110-111). Öncü’ye (2013, 102-103) göre reklamlarda aslında herhangi bir zaman ve mekana ait olamayan evrensel “ideal ev”ler tasvir edilmektedir. Kültür dinamiklerinin küreselleşmesi ve sembolik sermayenin önem kazanması ile birlikte ortada sanki alıcıların idealiymiş gibi sunulan ama aslında global ekonomik ve politik çerçevesinde sermaye sahiplerinin kazançlarını arttıracak şekilde konutlar arz edilmekte; talep de arzın standartları çerçevesinde suni şekilde oluşturulmaktadır.

Türkçe’de “ev” kavramı “evlenme” ve “aile” kavramları ile iç içe kullanılmakta; “ev bark sahibi olmak” deyişi ve ev sahibi olmak aile sahibi olmakla özdeş olarak algılanmaktadır. Tarih boyunca ideal ev, farklı formlarda dile getirilmiştir. Örneğin, on dokuzuncu yüzyılda, Osmanlı’nın son dönemlerinde, apartman yaşamı modern yaşam tarzını ifade ederken, Cumhuriyet dönemi orta sınıfı için “üç oda bir salon” apartman dairesi ideal evin tanımı haline gelmiştir (Akman, 2009, 118-119). Özellikle orta sınıf için evin anlamı, Öncü’nün (2013, 102-103) de belirttiği üzere yeni bir keşif değildir, sadece artık yerellik ve tarihsellikten arınmış “evrensel” bir ideal ev mitosu oluşturulmuştur. Benzer şekilde Chapman, Hockey ve Wood (2002, 208) da her ne kadar idealimizdeki ev özel bir alan gibi görünse de, dışsal etkilere kapalı ve korunaklı bir yer olarak değerlendirilse de, ideal bir evi tasvir ederken ağzımızdan çıkan şeylerin birçoğunun bir dizi sosyal, ekonomik, politik veya siyasal güç tarafından sınırlandırıldığından ya da şekillendirildiğinden bahsetmektedir.

Bu çalışmada yeni orta sınıf olarak ifade edebileceğimiz, satın alma potansiyeli olan, tüketim gücüne sahip eğitilmiş bir grubun ideal ev tasvirlerinin bir değerlendirilmesi sunulacaktır. Evin zamanla konuta dönüştüğü iddia edilen çalışmada özellikle “ideal ev” tasviri bilinçli tercih edilmiştir. Bu şekilde bireyin ideal evi ile tüketim toplumu normları çerçevesinde idealize edilmiş ve bireylerin içselleştirdiği konutun özelliklerinin benzerlikleri ve farklılıkları keşfedilmiştir.

Nasıl bir evde oturmak istedikleri sorulan katılımcılardan elde edilen cevaplarda öncelikle “bahçe” kavramı üzerinde durulacaktır; ardından cinsiyete göre farklılıkların olup olmadığı, son olarak hem sahne önü hem de sahne arkası olarak ideal ev benlik ve güvenlik kavramları üzerinden değerlendirilecektir.

2. Yöntem

Toplumsal yaşama ilişkin bir anlayış geliştirmek ve insanların toplumsal yaşamlarında anlamları nasıl oluşturduğunu keşfetmek amacı taşıması sebebiyle çalışmada nitel yaklaşım benimsenmiştir (Glesne, 2015, 11; Kümbetoğlu, 2005, 15; Neuman, 2013, 131; Yıldırım & Şimşek, 2016, 41). Böylece, incelenen grup/bireyler için nelerin anlamlı veya önemli olduğunu öğrenme fırsatı yakalamak mümkündür (Neuman, 2013, 131). Nitel araştırma yöntemlerinden ‘temel nitel araştırma’ (Merriam, 2013, 22-24) tercih edilen bu çalışmada katılımcılarla derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Temel nitel araştırmanın tercih edilmesindeki 3 neden ise şu şekildedir: (1) insanların kendi yaşantılarını nasıl yorumladığı, (2) dünyalarını nasıl inşa ettikleri, (3) deneyimlerini nasıl anlamlandırdıkları ile ilgilenmesidir.

İstatiksel anlamda nitel araştırmalarda örneklem üzerinden evrene yönelik bir genelleme yapma amacı söz konusu değildir. Bu nedenle çalışmada olasılıksız örnekleme metodu ve bunun en yaygın biçimi amaçlı örnekleme tercih edilmiştir. Çalışma grubu konu ile ilgili detaylı bilgi verecek, konuyu keşfetmek ve anlamak için yardımcı olacak kişilerden oluşmuş (Merriam, 2013, 76; Yıldırım & Şimşek, 2016, 118), çalışmanın inanılırlığını arttırmak amacıyla ulaşılan kişilerin meslek, yaş ve cinsiyet özelliklerinde çeşitlilik olmasına özen gösterilmiştir (Merriam, 2013, 78; Neuman, 2013, 324-325). Araştırmanın başında kaç kişi ile görüşüleceği belirlenmemiştir. Veri toplama ile veri analizi eş zamanlı gerçekleştirilmiş; 31 kişi ile görüşme yapıldıktan sonra elde edilen cevaplar göz önünde bulundurularak görüşmeler sonlandırılmıştır. Veri analizi tümevarımsal ve karşılaştırmalıdır. Bireylerin verdikleri tüm cevaplar değerlendirilmiş; nitel yaklaşımın zengin olanaklarından yararlanılarak yorumlanmıştır.

21 kadın, 10 erkek toplam 31 kişiden oluşan katılımcı grubun yaş ortalaması 38’dir. Aldıkları eğitim Türkiye ortalamasının oldukça üstündedir, zaten bu grup aldıkları eğitim aracılığı ile şu andaki işlerine ve gelirlerine dolayısıyla sosyal statülerine sahiptir. 14’ü lisans, 9’u yüksek lisans ve 5’i doktora (1 tanesi doktora eğitimine devam etmektedir) eğitimini tamamlamıştır. Benzer şekilde katılımcıların 26’sının eşi de lisans ve üst eğitime sahiptir. 19 katılımcının aylık hane geliri 10000 TL ve üzerindedir. 29 katılımcının evinde otomobili vardır; bunlardan 17’sinin 2 tane otomobili vardır. Otomobili olmayan 2 kişi bunu tercih ettiklerini dile getirmiştir.



Bu çalışma daha kapsamlı bir araştırmanın bir boyutunu oluşturmaktadır. Çalışma bütününi bireylerin ideal ev tanımlamalarının yanı sıra çocukluk evleri ve hali hazırda oturdukları evleri ve tercih süreçlerini de içermektedir. Fakat bu çalışma bireylerin “Nasıl bir evde yaşamak isterdiniz?” sorusuna verdikleri cevapların detaylı bir değerlendirmesini sunmayı amaçlamaktadır. Ev, temel barınma ihtiyacını karşılama özelliğini yitireli epey olmuştur; ancak evi sadece tüketim nesnesi olarak tanımlayıp geçmek de yeterli değildir. Özellikle orta sınıf için ev sembolik birçok anlamı barındırmaktadır. Küreselleşen dünyada evrensel bir mit haline gelen ideal evin (Öncü, 2013, 102-103), üst orta sınıfı temsil eden katılımcılar tarafından nasıl anlatılacağı ve ideal eve yönelik hangi özelliklerin ön plana çıkacağı mekan, konut/ev, tüketim konularında yapılacak çalışmalar açısından önem taşımaktadır.

3. Bulgular

Bireylerden ideal evlerini tanımlamaları istendiğinde çoğunlukla başvurdukları tanımları şu şekilde özetlemek mümkündür: “Ailem ile mutlu olacağım küçük, müstakil ve bahçeli ev”. Örneğin, Porteous (1976, 389) Avustralya, İngiltere ve Amerika’da birbirinden bağımsız yürütülen çalışmalarda² farklı gelir aralıkları ve geçmişlerden gelen bireylerin ideal ev tasvirlerinin benzer olduğunu, apartman daireleri değil müstakil evi ideal ev olarak tanımladıklarını göstermektedir. Katılımcıların verdikleri cevaplar ideal eve yönelik bu genel kabule benzerlik gösterirken bazı başlıklar ön plana çıkmıştır. Bulguların, değerlendirilirken bu başlıklar altında sunulması tercih edilmiştir. İlk başlık altında sınıf, sembol ve bahçe ilişkisine değinilecektir, bir sonraki başlıkta cinsiyetin ideal ev tasvirinde etkisinin olup olmadığı, var ise nasıl şekillendiği tartışılacaktır. Son olarak hem sahne önü hem de sahne arkası olarak ideal evde benlik ve güvenlik ilişkisi üzerinde durulacaktır.

3.1 Tek katlı, bahçeli, küçük bir ev....

“Bahçeli ev” önceleri bireylerin toprakla olan bağına daha çok vurguluyor olsa da sembollerin bu kadar önemli olduğu günümüzde katılımcıların bahçeli ev hayallerini açıklamak için yeterli değildir. Özellikle orta sınıf için bahçe bir eğlence arayışından fazlasıdır, ruhu canlandırdığı gibi zihni ve vücudu da geliştirdiği kabul edilir. Bahçe ile uğraşmayı insan zevklerinin en saf hali şeklinde yorumlayan yazarlar olmuştur. Bahçe işleri insan ruhu için bir ferahlık sağlar çünkü doğanın huzur ve düzeni insanı rahatlatır. Zamanla orta sınıfın bahçeye yüklediği anlam daha yüksek entelektüel ve ahlaki değerlere sahip olmak şeklinde değişmiştir (Bhatti, 2002, 185).

Bahçeye yüklenen anlamlar çok yönlü ve çok boyutludur. Bahçe dışarıda olma, mahremiyet, özgürlük (Coolen & Meesters, 2011, 65) olarak ifade edilebileceği gibi sıkıcı ve yorucu iş hayatının ardından mola verilebilecek, kendini geri çekebileceğin bir alan ya da geçmişle bağ ve benliğin yansıması şeklinde bahçeyi değerlendirmek de mümkündür (Bhatti, 2002, 191-193; Kaplan & Kaplan, 1989, 167-171). Ama günümüzde bahçeye yüklenen bir öğrenme aracı olması, doğaya önemin sembolü olması ve organik üretime imkan sağlaması gibi yeni ve gelişmekte olan anlamları arasında en önemlisi toplumsal pozisyon ve zevkin göstergesi olmasıdır (Bhatti, 2002, 188). Çünkü bahçe de çeşitli ekonomik ve sosyal süreçlerden etkilenmiş, bir tüketim aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır (Bhatti & Church, 2001, 367).

Bu çalışmada da nasıl bir evde yaşamak istedikleri sorulduğunda katılımcılar istisnasız bahçeli ev cevabını vermiştir Bahçe vurgusu etrafında ideal evlerini kendi kişisel özellikleri ile işleyerek tasvir etmişlerdir:

Hayalimdeki ev, tek katlı, bahçesi olan küçük bir ev (...) Sadece bahçesi olsun, tek katlı olsun. (Öğretmen, Kadın, 53 yaşında, Üsküdar/Ünalın, evli, 30 ve 29 yaşlarında iki çocuğu var)

Benim hayalimdeki ev müstakil, bahçeli ev (...) yani evin içinde o kadar lüks olması önemli değil benim için. (Tıbbi mümessil, Erkek, 43 yaşında, Çekmeköy/Alemdağ, evli, 13 ve 9 yaşında iki çocuğu var)

(...) şu an bahçesi olan ve müstakil bir evde oturmak isterdim... İlk nedenim bir evcil hayvanı daha rahat besleyebilirim diye düşünüyorum. Vermek, sahiplendirmek zorunda kaldığım köpeğimle orada daha rahat edebirdim. Bir de yeşillikler içerisinde kahvaltı etmek, yemeğimizi yemek yani sosyal aktivitelerimizi bahçemizde gerçekleştirmek, çok çok daha güzel olurdu diye düşünüyorum. (Avukat, Kadın, 32 yaşında, Ataşehir, evli, 3 yaşında bir çocuğu var)

(...) ideal hayatım tek katlı da olsa bahçeli bir ev. Hep öyle bir bahçeli ev hayatı istiyordum (...) (Resam, Kadın, 38 yaşında, Bahçeşehir/Ispartakule, evli, 3 yaşında oğlu var)

Bahçe çoğu zaman bireylerin doğa ile ilişkisinin bir aracıdır (Francis & Hestor, 1990, 2). Kimi katılımcıların anlatılarında bahçeli ev ile doğaya yakın olmak iç içe geçmiştir:

Benim hayalimdeki ev, yine müstakil bir apartman dairesi diyeyim. Bahçesi olan, hatta büyük bir bahçesi olan yani. Önünde ve arkasında, sağında ve solunda...Bol yeşilliği olan, bin bir çeşit ağaçları, yeşilliği, çiçekleri olan (...) arkasında dağ manzarası, önünde deniz manzarası. (Bina işletme sorumlusu, Erkek, 39 yaşında, Esenyurt, evli, 9

² Porteous’un (1976) yararlandığı kaynak Cooper, C. (1972). The House As Symbol. *Design and Environment*, S. 3, s. 30-37.



yaşında bir çocuğu var)

Hayalimdeki ev nasıl onu söyleyeyim, hayalimdeki ev, biraz daha denize yakın olmasını isterdim. Tek katlı olup olmaması önemli değil. Villa hayali kurarlar ya, hayır! Denizi görsün ve çocukların denize girebilme özgürlüğü olsun isterdim. Çünkü yüzmenin, ben en doğal, en sağlıklı, vücudu en iyi kullanılabilen spor olduğunu düşünüyorum. (Öğretim üyesi, Erkek, 40 yaşında, Esenyurt, evli, 5 ve 7 yaşlarında iki çocuğu var)

(...) Doğadan çok uzaklaştığımı hissediyorum, dolayısıyla doğaya çok daha yakın olabileceğim; şehirden uzak; belki bir çay, göl ve sahilin olabileceği; orman, çim fark etmez; yani bir şekilde adımımı attığımda doğaya temas edebileceğim mesafede bir ev. Hayalimdeki ev böyle.... (Satış Müdürü, Erkek, 35 yaşında, Kağıthane, evli)

Gerçekten müstakil bir ev istiyorum, bahçesi olsun, dolu dolu benim yaşam alanım olabileceği, ileride çocuklarım olsun çocuklarının takılabileceği, ondan sonra bir, doğanın içinde kendimi bulabileceğim bir ev istiyorum. Benim hayvanlar ile aram çok iyi, hayvan besleyebileceğim, kedi köpek tavuk vs. (Öğretim görevlisi, Kadın, 28 yaşında, Fatih, evli)

(...) müstakil olsun, geniş bir bahçesi olsun, mümkünse denize yakın olabilir, hayallerimde böyle denize yakın, ağaçlar arasında bir böyle müstakil bir ev. (Veri analisti, Kadın, 33, Sancaktepe, evli, 1 yaşında çocuğu var)

3.2 Eşlerin ideal evleri

Cinsiyet ev ile ilgili yapılan çalışmalarda önemli bir bileşen olarak ortaya çıkar. Gündelik hayatın ağırlığını en çok kadınlar hissederken, erkeklere kıyasla toplumun biçtiği roller sebebiyle kadınlar gündelik hayata daha fazla maruz kalır (Lefebvre, 2016, 100-109). Dolayısıyla kadın ve erkek için evin anlamı ve evdeki yaşam farklılaşır. Madigan ve Munro (1991, 117-118) gündelik yaşam üzerinden verdiği örneklerle kadın ve erkeğin evi farklı deneyimlediklerini savunur. Erkeklerin yaşamına kıyasla kadınların hayatında ev daha merkezidir çünkü evde ondan beklenen ev işleri vardır. Kadın çalışan kadın da olsa evdeki sorumluluklarını göz ardı edemez. Aynı zamanda kadın ve erkeğin ev için yaptıkları tüketim sembolik açıdan farklıdır. Çünkü genel kabule göre kadın evin içi, erkek evin dışı ile ilgilenir. Ancak gelir ve statü, aile yaşamının organizasyonu ile huzur, güven ve iyi olma hali arayışı gibi nedenlerle ev için yapılan harcamaların anlamının işin sonunda birleştiğini unutmamak gerekir. Her iki cinsiyet de ev ile olumlu ilişki ve bağlılık kurar fakat yaşanan kentin yapısı bile evin anlamı ve yaşanmasını kadın ve erkek için değiştirir. Metropolde yaşayan beyaz yakalı bir çift ile sakin bir kasaba yaşayan bir çiftin ev ile kurduğu ilişkinin aynı olması beklenemez.

20. yüzyılda kadının yeri ev olarak görülüyordu, ev kadının mekanı olarak açıklanıyordu. Fakat günümüzün sosyo-ekonomik yapısını değerlendirdiğimizde bu tarz bir ayırmadan bahsetmek güçtür. Kadın artık toplum içindeki rollerine bağlı olarak kendine daha fazla güveniyor, eğitim ve çalışma imkanları açısından geçmişe göre daha avantajlıdır. Özellikle karı-koca çalışan çiftlerin ev işlerine az zamanı kaldığı için çoğu zaman erkekler eşlerine ev işleri, çocuk bakımı gibi konularda daha destek verir hale gelmiştir (Chapman 2002c, 180). Ancak yine de kadınlar tam ya da yarı zamanlı çalışırken aynı zamanda evdeki işlerin temel sorumlusu olmaya devam etmektedir (Madigan & Munro, 2002, 65; Mallet, 2004, 76).

İlgili literatürde çoğunlukla evin içi ile kadının, dışı ile de erkeğin ilişkilendirilmesi, bu grup için göstergelerin önemli olması ve katılımcıların evlerindeki dekorasyon dergilerinin salonda belli bir alanı kaplaması gibi sebeplerle çalışmanın başında kadın katılımcıların ideal evlerinin içine yönelik daha fazla tasvirler dile getirileceği beklentisi söz konusu olmuştur. Fakat katılımcıların cevapları değerlendirildiğinde cinsiyet ayrımı olmaksızın neredeyse hepsinin ideallerindeki evi anlatırken evin içinden ziyade evin dışına, bahçesine yoğunlaştığı görülmüştür. Bahçeli ev ile ilgili katılımcıların ifadelerine daha önce yer verdiğimiz için aşağıda kadın katılımcıların evin bahçesine yönelik anlattıklarından birkaç örnek sunulmuştur:

(...) ekip biçebileceğim mutlaka içinde bir çeşmenin olacağı yeşilliklerle dolu, her şeyi ekip biçebileceğim ve tüketebileceğim bir evi hayal ediyorum (...) (Hemşire, Kadın, 41 yaşında, Ümraniye, eşinden ayrılmış, 13 yaşında bir kızı var)

Bahçemiz olsa, kendi çiçeğimizi eksek, biçsek, onu koklasak, ona baksak sulasak... (Eğitimci, Kadın, 48 yaşında, Gaziosmanpaşa, evli, 21 yaşında bir oğlu var.)

Genişliğinden ziyade daha çok dışarıya çıkıp dışarıda bana ait bir alanda vakit geçirebileceğim bir yer düşünüyorum, gene böyle dubleks olabilir tripleks olabilir. (Avukat, Kadın, 32 yaşında, Kağıthane, evli)

Kadın ve erkeklerin hayallerindeki evin bahçesine yönelik benzer anlatılarının olması cinsiyet temelli ayrımların eskisi kadar keskin olmadığını bir kanıtı olarak değerlendirilebilir; ancak asıl soru kadınların neden hayallerindeki evin içi ile ilgili bir şeyler söylemediğidir. Çünkü, "Nasıl bir evde yaşamak istersiniz?" sorusuna evin içini merkeze alarak cevap veren kadın katılımcı neredeyse yoktur. Bir kadın katılımcı evin içinde dolap çok olsun isterken, bir diğeri işlerin çabuk bitmesi için evin kutu gibi olmasını istediğini belirtmiştir. Kaç oda ve salon olacağı konusunda fikir yürütenler olmuştur. Fakat, kadın katılımcıların aksine bir erkek katılımcı evin iç kısmına farklı bir açıdan bakmış ve evin iç mekân özellikleri üzerinden ayrıntılı bir cevap vermiştir:



Bana göre ideal ev, açıkçası geniş olması lazım benim evim... yani şu andaki oturduğumuz ev, ev içi olarak bana göre ideal. İşte bir giriş var, bir uzun hol var, bu uzun hole odalar dağılmış durumda... Ben bu dizaynı seviyorum. Giriş var, hemen girişin sol tarafında salon, geniş bir salon, hemen girişin karşısında mutfak, onun yanında küçük oda, onun yanında biraz daha büyük oda, en sonda yatak odası. O holiün bu tarafında da banyo var... Ve bu bence gayet güzel bir dizayn. Bu ne yapıyor, mesela salonda vakit geçiriyoruz, orada ses olduğu zaman, insan olduğu zaman ben gidip, uykum varken gidip yatak odasında uyuyabilirim. Çünkü arada mesafe olduğu için o ortamdan etkilenmiyorum. Aynı şekilde herkesin yatak odası da o tarafta olduğu için, üstten de alttan da bize ses de gelmiyor.... (Gemi inşaat mühendisi, Erkek, Ümraniye/Şerifali, 36 yaşında, evli).

3.3 Sahne önü ve arkası olarak ev...

Chapman'ın (2002b, 133-134) da üzerinde durduğu üzere Cohen, Giddens, Goffman gibi birçok filozof, psikolog ve sosyolog öz benlik konusunda çeşitli tartışmalara girişmiş ancak bu tartışmaların çoğunluğu bireyin kamusal alandaki davranışları üzerinde yoğunlaşmışlardır. Halbuki öz benliğinin yansımaları ve farkındalığının yaşandığı yer olarak evin varlığını göz ardı etmişlerdir. Bireyler evlerinde yarattıkları ortamı öncelikle kontrol edebilirler; bireyler evlerinde rahattır, kendini güvende ve huzurlu hisseder, kendi tarzını ve kişisel özellikleri ile bezer. Bu şekilde evleri aslında kendi kimliklerinin izdüşümü ve gerçekleştirilmesi açısından son derece önemlidir (Chapman, 2002b, 133-134).

Ev özel bir yerdir; çoğu insan yaşamları boyunca önem verdikleri insanlar onları ziyarete geldiklerinde onlara olumlu ve öngörülebilir bir izlenim vermek için evlerini dikkatlice organize ederler. İnsanlar evleri aracılığı ile kendi benlik imajlarını dünyaya uygun şekilde sunarken biraz zorlansa da, sundukları bu imajı kontrol edebildikleri için kendi mahremiyet ve güvenliklerini korurlar (Chapman, 2002b, 134). Goffman'ın da dile getirdiği 'sahne arkası davranışı' ve 'sahne önü davranışı' en somut şekilde evde deneyimlenir. Önem verdiğimiz diğerlerinin olmadığı ev halimiz, gece uykusu halimiz ya da sabah uykusu sersemi halimiz sahne arkası davranışlara örnek iken; herhangi bir misafir geldiğinde dağınıklıkların toplanması, en şık yemek takımlarının çıkarılması ya da özenle giyinmek de sahne önü davranışlarına örnektir.

Evler, bireylerin kişiliklerini yansıtan özelliklere sahiptir; şatafatlı perdeler ya da kocaman televizyon ünitesi ve ses sistemi gibi ayrıntılar ev sahiplerinin kişiliklerinin ip uçlarını saklar. Göstergelerin ön plana çıktığı günümüzde ev en çok sahne önü olarak kullanıldığında bir tüketim nesnesine dönüşmektedir. İdeal evini tasvir ederken sahne önünü ön planda tutan bazı katılımcılar olmuştur ve bu katılımcılar için misafirlerini rahat ettirmek önemlidir:

(...) kendi çalışmalarımı yapabileceğim özel bir çalışma odası güzel olur, fazladan kendime ait bir oda, ama ailenin büyükleri, annem babam eşimin annesi babası, aynı anda bizim evde olsa, kendi özel yaşamlarını sürdürebilecekleri imkâna sahip... (Pazarlama satış uzmanı, Erkek, 38 yaşında, Ümraniye/Dudullu, evli, 6 yaşında bir çocuğu var)

İçine girdiğim zaman ... ya sadece çok dolaplı, çok odalı, misafirlerin böyle rahat gelip kalabileceği (...) (İş güvenliği uzmanı, Kadın, 38 yaşında, Esenyurt, evli, 9 yaşında bir çocuğu var)

(...) işte klasik 3+1 yine ferah geniş, misafirimi de rahat ağırlayabileceğim (...) (Öğretim görevlisi, Kadın, 28 yaşında, Fatih, evli)

Evin gündelik yaşamda sahne arkası olarak görevi önemlidir. Ev ve içindekiler benliğin bir ifadesi iken kimi zaman evlilik ya da boşanma, istenmeyen birilerinin ziyareti, eşlerden birinin ölümü ya da emeklilik gibi farklı yaşam olayları ya da evreleri ev ve benlik arasında kurulan ilişkiyi etkilemekte ya da değiştirmektedir (Chapman, 2002b). Fakat her ne olursa olsun bireyler için evde kendini güvende hissetmek önemlidir. Bireyin kendi ile yalnız başına kaldığı yer olan evde kendini güvende hissetmek ister. Eğer evi bireyin toplumsal yaşamı içindeki sahne arkası olarak görürsek özellikle birey için güvende olmak önemli bir ihtiyaçtır. İdeal ev tanımlarında 'güven' kavramı katılımcılar tarafından dile getirilmiştir:

(...) kutu gibi olsun, işler çabuk bitsin, işlevsel olsun, güvenli olsun... (Öğretim üyesi, Kadın, 32 yaşında, Bahçeşehir/Ispartakule, evli)

(...) Yine site içi olur diye tahmin ediyorum villa olursa da. Sonuçta hani bakımının yapılması gerekiyor. Günlük hayatta ben yapamayacağım için bunu yapan birinin olması lazım (...) güvenli de sadece bakım değil. (Satış sorumlusu, Erkek, 33 yaşında, Sancaktepe, evli, 1 yaşında bir çocuğu var)

Ben daha çok müstakil ama çok uzak olmayan şeye merkeze çok uzak olmayan, müstakil bir evde oturmak isterim. Güvenlikli olmasını isterim yine. Müstakil evde normalde güvenliksiz asla kalamam, hani böyle dağ başında falan böyle kalırlar ya asla öyle bir evde kalamam. Mutlaka yine bir site içerisinde ya da işte ne bileyim güvenli bir yerde müstakil bir ev olmasını isterim. (İş güvenliği uzmanı, Kadın, 38 yaşında, Esenyurt, evli, 9 yaşında bir çocuğu var)

(...) müstakil bahçeli bir evde olmak ve çocuklarının çimene temas etmesi ve onlarla büyümesi (...) belki korunaklı bir sitede, (...) sokak şu an o kadar güvenli değil, oraya çocukları bırakamıyoruz ama en azından sitede bir yan



komşunun bahçesine gidip oynayabilsin, site arasındaki sokaklarda işte birbirleriyle temas edebilsinler istiyorum. (Psikolog, Kadın, 34 yaşında, Beylikdüzü, evli, 1,5 yaşında bir çocuğu var)

4. Değerlendirme ve Sonuç

Endüstri toplumunda konut kişilerin statülerinin göstergesi, prestij sembolü olarak karşımıza çıkar. Bu özellikleri sebebiyle konut inşaat ve finans sektörleri ile siyasetin organik ilişkisinde en özel araç özelliği kazanmıştır (Akbiyık, 2018, 240-241). Kazanmıştır ama bireyselliğini, öznelliğini ve 'ev' olma özelliğini de kaybetmiştir. Halbuki ev kendimiz olabildiğimiz, kendimizi özgürce ve eksiksiz ifade edebildiğimiz, kendimizi rahat ve güvende hissettiğimiz yerdir. Evimizde özneliğimizi yansıtır, benliğimizi dünyaya sunarız. Evimizde en sade halimizde oluruz, bu şekilde gerçek kendimiz oluruz, gerçek kimliğimizi yansıtırız. Ev duygusal, psikolojik, maddi, kültürel, coğrafi, politik, zaman, mekan vb. birçok bileşenden oluşur (Tucker, 1994, 184). Bireyler evlerine sadece maddi yatırım yapmaz, hatırı sayılır bir duygusal yatırım da yapar. Kişinin mekan ile kurduğu ilişkide referanstır. Bireyler hayatlarının büyük bir kısmını evlerinde harcar, ev (çoğunlukla) tercih edilen mekandır (Porteous, 1976, 390).

İdeal evi ise tanımlamak daha güçtür. Tucker (1994, 184) insanların çoğunun hayatlarını kendilerini tamamlayacak evi aramakla geçirdiklerini belirtir. Bu ev aslında çocuklukta ev ile ideal ev arasındadır. İlyada ve Odese, Oliver Twist, Çirkin Ördek Yavrusu gibi önemli edebi eserleri örnek göstererek bu arayışın kafamızda canlanmasını sağlamıştır. Ona göre, şu andaki evimiz içinde bulunduğumuz şartlar çerçevesinde ideal evimize an yakın olandır. Aslında farklı ülkelerde yapılmış çalışmalar incelendiğinde ideal ev konusunda insanların çoğunluğunun ortak özelliklerde bulunduğu görülmektedir: 'dikdörtgen, bahçe içinde çekirdek ailenin yaşayacağı bir ev' (Porteous, 1976, 389). Ancak evin toplumsal yaşamdaki değişim ve dönüşümlerden nasıl etkilendiği konusu önemlidir.

Örneğin, 80'lerin sonu 90'ların başı itibari ile globalleşen dünyada neoliberal ekonomiler hakim olmaya başlamış, milenyum çağı olarak da ifade edilen günümüzde aile ve ev de bu değişim ve dönüşümden nasibini fazlasıyla almıştır. En belirgin değişiklik kadınların ekonomideki ve toplumdaki statülerinde yaşanmıştır. Doğum oranlarındaki düşüş ve geç yaşta çocuk sahibi olma, kadınların ekonomik özgürlüğü, kamusal alanda daha fazla görünür hal alması gibi birçok etken birey/aile ve ev ilişkisinin değişimini kaçınılmaz kılmıştır. (Thorns, 2002, 104). Fakat her geçen gün değişimin hızı artmakta, bir değişimin etkisi anlaşılmadan bir yenisi yaşanmaktadır. Ev konusu bu anlamda biraz avantajlıdır çünkü alımı uzun kararlarla verilmekte, özellikle konut kredisi vasıtası ile alınmış bir ev ise kolay kolay değiştirmek de mümkün olmamaktadır. Değişimin bireyler ve bireylerin konuta ilişkin duygu ve düşünceleri üzerindeki etkisi araştırılmaya değerdir.

Ev fiziksel, sosyal, kültürel ve duygusal olarak çok boyutlu bir yapıdır. İnsanların fiziksel dünyası ile sosyal, kültürel ve duygusal dünyası ev aracılığı ile birleşir. Ev mülk olarak hem bugün için bir iyi olma hali sunarken, diğer taraftan gelecek için de ekonomik bir garantidir. Kişinin ev ile kurduğu ilişkiyi anladığımızda o kişinin sosyal ilişkileri, psikolojisi, duyguları ve yaşanan deneyimleri konusunda fikir sahibi olabiliriz. Kimlik ile mekan ve özel olarak konut ilişkisi hakkındaki literatür insanların evleri ve psikolojik iyi oluşları arasındaki ilişkiyi açıklamak açısından bir temel oluşturur (Easthope, 2004, 137).

Bu çalışmada ev ile ilgili literatüre yeni orta sınıf olarak tanımladığımız grubun nasıl bir evde yaşamak istedikleri sorusuna verdikleri cevapların öne çıkan özellikleri ile cinsiyetin ideal ev tasvirlerinde güncel rolüne ilişkin bir değerlendirme ile katkı sunmak amaçlanmıştır. Çocukluk evi (dün), ideal ev (yarın), mülk olarak ev, kira evi, öğrenci evi, anne evi, ölü evi gibi birçok sıfat ile "ev"i tanımlayabiliriz. Zaten sırf bu sebeple bile ev insanların özellikle duygusal ve psikolojik iyi olma halleri ile oldukça ilişkidir. Farklı anlamlar yüklü ev özeldir, bireyseldir. Ancak en baştan beri üzerinde durduğumuz üzere bu kadar öznel bir nesne olarak evler inşa edilirken, bireylerin duygu ve psikolojileri (ihtiyaç ve beklentileri) değil; inşaat ve finans sektörü ile politikacıların iki dudağı arasından çıkanlar dikkate alınmaktadır. Ev artık konut olmuştur. Bireyler artık konut kredisi almakta, konut sitelerinde oturmakta, konut vergisi ve konut aidatı ödemektedir. Sıcaklığını yitirmiştir, herhangi bir tüketim nesnesinden çok da farklı değildir.

Bu çalışmada alım gücü yüksek, potansiyel konut alıcısı statüsündeki bireyler özellikle seçilmiştir. Katılımcılar anlatılarından da anlaşıldığı üzere evin sıcaklığını hissederek büyümüşlerdir. Dolayısıyla dün yaşamış ev deneyimi vardır, peki bugün ideal eve yönelik anlatılarında hangi özellikler ön plandadır, ideal ev onlara ne ifade etmektedir? Geçmişten gelen "ev" deneyimleri olsa da, bugün konut sakini olan bireylerin geleceğe yönelik ev algısında ev artık sıcaklığını yitirmiştir. Bir başka ifade ile ev ile kurulan duygusal bağ katılımcıların cevaplarında açık seçik dile getirilmemiştir. Ancak evin bireyin psikolojik, sosyal ve duygusal yaşamındaki önemi düşünüldüğünde bu cevaplar oldukça düşündürücüdür. Amacımız evin gündelik yaşam içindeki ekonomik ve kültürel değişim ve dönüşümlerden nasıl etkilendiğine yönelik orta üst sınıfın anlatılarından bir değerlendirme sunmak ve "konut" sektörü aktörlerine (inşaat firmaları, şehir



planlamacılar, kanun koyucular vs.) evin bireyin benliği ve özneliği açısından önemini hatırlatmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akalın, Mehmet (2015). Orta Sınıfa Yönelik Konut Reklamlarının Göstergebilimsel Yöntemle Analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , S. 6 (2), s. 487-514.
- Akbıyık, Melike (2018). *Sosyoloji'de gündelik hayat: Mekan ve reklam*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi. İstanbul.
- Akman, Kubilay (2009). İstanbul'da Kentsel Farklılaşmalar Ve Mekansal Yansımaları. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi* , S. 5 (9), s. 117-127.
- Akyol Altun, Didem (2008). Yeni Yaşam Tazları: Kapalı Konut Yerleşkeleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Fen ve Mühendislik Dergisi* , S. 10 (3), s. 73-83.
- Bachelard, Gaston (1996). *The Poetics Of Space: The Classic Look At How We Experience Intimate Places*. Boston: Beacon Press.
- Bhatti, Mark (2002). The Meaning Of Gardens In An Age Of Risk. *Ideal Homes? Social Change And Domestic Life* (s. 181-193) içinde, T. Chapman, & J. Hockey (Ed.). London and New York: Routledge: Taylor & Francis Group.
- Bhatti, Mark, & Church, Andrew (2001). Cultivating Natures: Homes And Gardens In Late Modernity. *Sociology* ,S. 35 (2), s. 365-383.
- Bourdieu, Pierre (2005). The House Market. *The Social Structure Of The Economy* (s. 15-17) içinde, B. Pierre (Ed.). Cambridge: Polit Press.
- Castells, Manuel (2014). *Kent, Sınıf, İktidar*. (A. Türkün, Trans.) Ankara: Phonex.
- Chapman, Tony (2002a). Stage Sets For Ideal Lives: Images Of Home In Contemporary Show Homes. *Ideal Homes? Social Change And Domestic Life* (s. 44-58) içinde, T. Chapman, & J. Hockey (Ed.). London and New York: Routledge: Taylor & Francis Group.
- Chapman, Tony (2002b). Spoiled Home Identities: The Experience Of Burglary. *Ideal Homes? Social Change And Domestic Life* (s. 133-146) içinde, T. Chapman, & J. Hockey (Ed.). London and New York: Routledge: Taylor & Francis Group.
- Chapman, Tony (2002c). 'You've Got Him Well Trained': The Negotiation Of Roles In The Domestic Sphere. *Ideal Homes? Social Change And Domestic Life* (s. 163-180) içinde, T. Chapman, & J. Hockey (Ed.). London and New York: Routledge: Taylor & Francis Group.
- Chapman, Tony, & Hockey, Jenny (2002a). Preface. *Ideal Homes: Social Change And Domestic Life* (s. xi-xii) içinde, T. Chapman, & J. Hockey (Ed.). London & New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- Chapman, Tony, & Hockey, Jenny (2002b). The Ideal Home As It Is Imagined And As It Is Lived. *Ideal Homes? Social Change And Domestic Life* (s. 1-14) içinde, T. Chapman, & J. Hockey (Ed.). London & New York: Routledge: Taylor & Francis Group.
- Chapman, Tony, Hockey, Jenny, & Wood, Martin (2002). Daring To Be Different? Choosing An Alternative To The Ideal Home. *Ideal Homes? Social Change And Domestic Life* (s. 194-209) içinde, T. Chapman, & J. Hockey (Ed.). London & New York: Routledge: Taylor & Francis Group.
- Coolen, Henny, & Meesters, Janine (2011). Private And Public Green Spaces: Meaningful But Different Settings. *Journal of Housing and Built Environment* , S. 27, s. 49-67.
- Çotuksöken, Betül (2009). Ev nedir? *T. M. Odası, Konut Sempozyumu* (s. 43-50) içinde. İstanbul: TMMOB Mimarlar Odası İstanbul Büyükkent Şubesi.
- Easthope, Hazel (2004). A Place Called Home. *Housing, Theory and Society* , S.21 (3), s. 128-138.
- Francis, Mark, & Hester, Randolph T. Jr. (1990). The Garden As Idea, Place And Action. *The Meaning Of Gardens: Idea, Place And Action* (s. 2-20) içinde, M. Francis, & R. Hester (Ed.). Cambridge, Mass: MIT Press.
- Giuliani, Maria Vittoria (1991). Towards An Analysis Of Mental Representations Of Attachment To The Home. *The Journal of Architectural and Planning Research* , S.8 (2), s. 133-146.
- Glesne, Corrine (2014). *Nitel Araştırmaya Giriş*. (A. Ersoy, P. Yalçınoğlu, Ed., A. Ersoy, & P. Yalçınoğlu, Çev.) Ankara: Anı Yayınları.
- Güneş Çakar, Zeynep (2014). *Konut reklamlarının tüketici üzerindeki etkisi: Reklam görsellerinin mekansal açıdan değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atılım Üniversitesi, İstanbul.
- Hollander, John (1991). It All Depends. *Social Research* , S. 58 (1), s. 31-49.
- Kümbetoğlu, Belkis (2005). *Sosyolojide Ve Antropolojide Niteliksel Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Kaplan, Rachel, & Kaplan, Stephen (1989). *The Experience Of Nature: A Psychological Perspective*. New York: Cambridge University Press.
- Kes Erkul, Aysu (2010). *Ankara'da Kent İçi Hareketlilikte Konut ve Yer Tercihinin Aktör-Yapı Dinamikleri*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Kriese, Ulrich, & Scholz, Roland W. (2012). Lifestyle Ideas Of House Builders And Housing Investors. *Housing, Theory and Society* , S.29 (3), s. 288-320.
- Lefebvre, Henri (2016). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. (I. Gürbüz, Çev.) İstanbul: Metis Yayınları.
- Madigan, Ruth, & Munro, Moira (1991). Gender, House And 'Home': Social Meanings And Domestic Architecture In Britain. *Journal of Architectural and Planning Research* , S.8 (2), s. 116-132.
- Madigan, Ruth, & Munro, Moira (2002). 'The More We Are Together': Domestic Space, Gender And Privacy. *Ideal Homes?: Social Change And Domestic Life* (s. 61-72) içinde T. Chapman, & J. Hockey (Ed.). London and New York City: Routledge: Taylor & Francis Group.
- Mallett, Shelley (2004). Understanding Home: A Critical Review Of The Literature. *The Sociological Review* , s. 62-89.
- Merriam, Sharan B. (2013). *Nitel Araştırma: Desen Ve Uygulama İçin Bir Rehber*. (S. Turan, Çev.) İstanbul: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Neuman, Lawrence W. (2013). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nitel Ve Nicel Yaklaşımlar (I. Cilt)*. (S. Özge, Çev.) Ankara: Yayınodası.
- Öncü, Ayşe (2013). İdealinizdeki Ev Mitolojisi Küresel Sınırları Aşarak İstanbul'a Ulaştı. *Mekan, kültür, iktidar: Küreselleşen kentlerde yeni kimlikler* (s. 85-104) içinde, A. Öncü, & P. Weyland (Ed.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özlük, Serdal (2015). *Türkiye'de Konut Sektörü*. İstanbul: Semerci Yayınları.
- Pahl, Ray E. (1975). *Whose City?* Harmondsworth: Penguin Books.
- Perouse, Jean-François (2014). Sitelerin Reklama Söylemlerindeki Risk Tanımlamaları. *İstanbul'la Yüzleşme Denemeleri: Çeperler, Hareketlilik Ve Kentsel Bellek* (s. 163-186) içinde, J. Perouse (Ed.). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Porteous, J. Douglas (1976). Home: The Territorial Core. *American Geographical Society* , S.66, s. 383-390.
- Saunders, Peter (2005). *Social Theory And Urban Question*. London & New York: Routledge: Taylor and Francis Group.
- Saunders, Peter & Williams, Peter (1988). The Construction Of The Home: Towards A Research Agenda. *Housing Studies* ,S. 3 (2), s. 81-93.
- Somerville, Peter (1997). The Social Construction Of Home. *Journal of Architectural and Planning Research* , S.14 (3), s. 226-245.
- Taşar, Sinem (2008). *Mekansal imge yaratmada medyanın rolü: Küresel İstanbul'da (lüks) konut reklamları*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Tekeli, İlhan (2012). *Türkiye'de Yaşamda Ve Yazında Konutun Öyküsü (1923-1980)*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları .
- Thorns, David C. (2002). *The Transformation Of Cities: Urban Theory And Urban Life*. New York: Palgrave Macmillan.
- Tucker, Aviezer (1994). In Search Of Home. *Journal of Applied Philosophy* ,S.11 (2), s. 181-187.



Yıldırım, Ali, & Şimşek, Hasan (2016). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.