



**KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
SOSYOLOJİ ANABİLİM DALI
TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**KÜLTÜREL SERMAYENİN BİREYİN MEKAN TERCİHİNE ETKİSİ:
KONYA/MERAM İLÇESİ KAFE ÖRNEĞİ**

Berivan BAYKAL

Yüksek Lisans Tezi

**KONYA
Şubat 2022**

KÜLTÜREL SERMAYENİN BİREYİN MEKAN TERCİHİNE ETKİSİ:
KONYA/MERAM İLÇESİ KAFE ÖRNEĞİ

Berivan BAYKAL

KTO Karatay Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Sosyoloji Anabilim Dalı
Tezli Yüksek Lisans Programı

Yüksek Lisans Tezi

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Hatice BUDAK

Konya
Şubat 2022

BİLDİRİM

Enstitü tarafından onaylanan Yüksek Lisans/~~Doktora~~ tezimin tamamını veya herhangi bir kısmını basılı veya dijital biçimde arşivleme ve aşağıda belirtilen koşullar dahilinde erişime açma iznini KTO Karatay Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle, Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak ve gelecekteki çalışmalar (makale, kitap, lisans, patent vb.) için tezimin tamamının veya bir bölümünün kullanım hakları yalnızca bana ait olacaktır.

Tezimin bütünüyle kendi çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izinle kullanılması zorunlu olan kaynakları, yazılı izin alarak kullandığımı ve istenildiğinde izinlerin suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayımlanan “Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge” kapsamında, tezim, aşağıda belirtilen koşullar haricince, YÖK Ulusal Tez Merkezi ve KTO Karatay Üniversitesi Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

Enstitü /Fakülte Yönetim Kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir.¹

Enstitü /Fakülte Yönetim Kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 6 ay ertelenmiştir.²

Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir.³⁻⁴

14 Şubat 2022

Berivan BAYKAL

¹ MADDE 6(1) Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

² MADDE 6(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkânı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ay aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir..

³ MADDE 7(1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

⁴ MADDE 7(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

ETİK BEYAN

KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Tez/Proje Hazırlama ve Yazım Kurallarına uygun olarak Dr. Öğr. Üyesi Hatice BUDAKdanışmanlığında tarafımdan üretilen bu tez/proje çalışmasında; sunduğum tüm veri, enformasyon, bilgi ve belgeleri bilimsel etik kuralları çerçevesinde elde ettiğimi, tüm değerlendirme, analiz, bulgu ve sonuçları bilimsel usullere uygun olarak sunduğumu, tez/proje çalışmasında yararlandığım kaynakların tümüne bilimsel normlara uygun biçimde atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi, tezimin/projemin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

14 Şubat 2022

Berivan BAYKAL

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans öğrenimimde bilginin değerine duyduğu inancı, mütevazılığı ve yol gösterici anlayışını hayatımın kalanında kendime rehber edinmekten onur duyacağım kıymetli danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Hatice BUDAK'a en içten duygularıyla teşekkür ederim. Bu çalışmanın gerçekleşmesi için gerek tez yönergesi gerekse idari çalışmalarda emeği geçen çalışanlara teşekkürlerimi iletmeyi özellikle bir borç bilirim.

Bana güvenerek yüksek lisansa teşvik eden, destek veren ve sevgisini benden esirgemeyen sevgili kardeşim Emgihan GÜLMEZ'e ve aileme minettarım. Moral ve motivasyon olarak beni ayakta tutan, sevgisini her daim kalbimde hissettiğim, neşesiyle hayat bulduğum sevgili eşim Buğrahan BAYKAL'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

14 Şubat 2022

Berivan BAYKAL

ÖZET

Berivan BAYKAL

Kültürel sermayenin bireyin mekan tercihinine etkisi: Konya/Meram İlçesi Kafe Örneği

Yüksek Lisans

Konya, 2022

Birey içinde bulunduğu aile ve çevrenin etkisiyle kültürel bir birikim elde etmektedir. Kişinin sahip olduğu beğeni ve tercihlerin temelinde yatan en önemli faktörlerden biri edinmiş olduğu kültürel sermayesidir. Bireyin giyimi, yediği yemekler, edindiği arkadaşlar, eğitim hayatındaki başarısı ve sahip olduğu meslek gibi birçok unsurda kültürel sermayenin etkisi bulunmaktadır. Kültürel sermaye kişiden önce ailesinin sahip olduğu nitelikleri de içine alan geniş bir kavram olarak sosyal bilimlerde önemli bir yer edinmiştir. Kişiyi özgü görünen fakat toplumsal niteliği bulunan birçok tercih kültürel sermayenin sonucunda oluşmuştur. Toplumsal nitelik taşıyan ve beğeni-imkan doğrultusunda kullanım çeşitliliği gösteren alanlardan biri de mekandır. Mekan gündelik hayatın en önemli alanlarından biridir. Aile, iş, sosyal yaşamın tamamı mekan içinde sürdürülmektedir. Bireyler ev ve iş dışında zaman geçirmek için mekan tercihinde bulunurken mekanların temel özellikleri (uzak-yakın, sıcak-soğuk) dışında farklı nitelikleri göz önünde bulundurmaktadır. Bunun temel nedeni mekanın oluşumunun tesadüfi değil bir sisteme dayalı olmasıdır. Bu çalışmada mekanın toplumsal bir nitelik taşıdığı görüşünden hareketle, mekanlarda oluşan farklılaşmanın ve bu mekanları tercih eden bireylerin mekan tercihinde kültürel sermayesinin etkisinin analizinden oluşmaktadır. Araştırma, betimleme amaçlı olması nedeniyle nitel araştırma teknikleri kullanılmıştır. Araştırma farklı sosyal sınıfları içinde barındıran Konya'nın merkez ilçesi Meram'da gerçekleştirilmiştir. Meram'da farklı mahallelerde yer alan kafe mekanları ve bu mekanları kullananlar örnekleme oluşturmaktadır. Farklı tarz ve gelir seviyesine hitap eden on kafede toplam otuz kişi ile mülakat (görüşme) yapılmıştır. Katılımcıların demografik bilgileri ve mekan beklentilerine yönelik yarı yapılandırılmış sorular sorulmuştur. Mülakatlar sonucunda yapılan analizlerde, katılımcıların mekan tercihlerinde aile ve çevrenin etkisinin bulunduğu, bireylerin mekanda bulunan diğer kişilerde kendilerine benzer statü ve kimlik beklentisinin olduğu verileri elde edilmiştir. Katılımcılar mekan beklentilerinde kendi kültür ve gelir seviyesine uygun gördükleri fiziksel özellikleri belirtmiştir. Mekanlarda bu özellikleri buldukları takdirde, o mekanı rahat ettikleri yer olarak tanımladıkları ve mekanı tekrar kullanmaya devam ettikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler

Kültürel sermaye, mekan, habitus, kafe

ABSTRACT

Berivan BAYKAL

The effect of cultural capital on the space choice of the individual: Cafe example of
Konya/Meram District

Master's Thesis

Konya, 2022

The individual acquires a cultural accumulation with the influence of his family and environment. One of the most important factors underlying the tastes and preferences of a person is the cultural capital he has acquired. Cultural capital has an effect on many factors such as the way an individual wears, the food he eats, the friends he makes, his success in education and his profession. Cultural capital has gained an important place in social sciences as a broad concept that includes the qualities of the family before the person. Many preferences that seem personal but have a social character have been formed as a result of cultural capital. One of the areas that has a social character and that shows a variety of use in line with taste and possibility is space. Space is one of the most important areas of daily life. All of family, work and social life are carried out within the space. While individuals choose places to spend time outside of home and work, they consider different qualities apart from the basic characteristics of spaces (far-close, hot-cold). The main reason for this is that the formation of the space is not accidental but based on a system. Based on the view that space has a social character, this research consists of an analysis of the differentiation that occurs in spaces and the effect of cultural capital on the space preference of individuals who prefer these spaces. Qualitative research techniques were used because the research was for descriptive purposes. The research was carried out in Meram, the central district of Konya, which hosts different social classes. Cafes in different neighborhoods in Meram and those who use these places constitute the sample. A total of thirty people were interviewed (interviews) in ten cafes that cater to different styles and income levels. Semi-structured questions were asked about the demographic information and venue expectations of the participants. In the analyzes made as a result of the interviews, the data were obtained that the family and the environment had an effect on the place preferences of the participants, and that the individuals had similar status and identity expectations from the other people in the space. Participants stated the physical features that they consider appropriate for their own culture and income level in their space expectations. If they find these features in the spaces, it is concluded that they define that space as the place where they are comfortable and continue to use the space again.

Keywords

Cultural capital, place, habitus, cafe

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY	i
BİLDİRİM	ii
ETİK BEYAN.....	iii
TEŞEKKÜR.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	ix
KISALTMALAR DİZİNİ.....	x
1. GİRİŞ	1
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	4
2.1. Pierre Bourdieu'nun Toplumsal Farklılaşma Teorisi.....	4
2.2. Habitus Kavramı	11
2.3. Kültürel Sermaye	12
3. MEKAN KAVRAMI VE MEKAN-İNSAN ETKİLEŞİMİ	16
3.1. Mekan Türleri.....	18
3.1.1. Fiziksel Mekan	20
3.1.2. Zihinsel Mekan.....	24
3.2. Bireyde Mekan Kavramının Gelişimi	25
3.2.1. Mekan Algısı	27
3.2.2. Mekanda Anlam	29
3.2.3. Mekan Aidiyeti ve Mekansal Deneyim.....	31
3.3. Mekan ve İnsan Etkileşimi ile İlgili Temel Yaklaşımlar	35
3.3.1. Fenomonolojik Yaklaşım	36
3.3.2. Sosyolojik ve Sosyo-Psikolojik Yaklaşımlar	37
3.3.3. Marksist Yaklaşımlar	38
3.4. Kültürel Sermaye Yansıması Olarak Kafeler.....	41
4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE TEKNİKLERİ	43
4.1. Araştırmanın Amacı	43
4.2. Araştırmanın Önemi.....	43
4.3. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları	45
4.4. Araştırmanın Yöntemi.....	45
4.5. Araştırmanın Veri Toplama Süreci	46
4.6. Evren ve Örneklem	47

4.7. Araştırmanın Etik Kurul Kararı	47
4.8. Araştırmanın Bulguları ve Analizi	47
4.8.1. Bulgular	48
5. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ	81
KAYNAKLAR	85
ÖZGEÇMİŞ	95
EK-1. ANKET SORULARI.....	96
EK-2. ETİK KURUL KARARI.....	98

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Sosyo ve ekonomik farklılık değer ve model hipotezleri	5
Şekil 2.Sosyo ve ekonomik farklılık paradigmaları tipolojisi.....	6
Şekil 3. Katılımcı profili	48
Şekil 4. Kategori soruları	50
Şekil 5. Mekan tercihinde etki eden kişiler ve unsurlar	51
Şekil 6. Mekan tercihinde konumun etkisi.....	52
Şekil 7. Mekandan beklenen hizmetler	54
Şekil 8. Menü (a).....	55
Şekil 9. Menü (b)	57
Şekil 10. Menü (c).....	59
Şekil 11. Vale hizmeti	60
Şekil 12. Hijyen ve temizlik (a)	61
Şekil 13. Hijyen ve temizlik (b)	62
Şekil 14. Mekanın fiziksel özellikleri	63
Şekil 15. Loş mekan.....	64
Şekil 16. Nostaljik mekan	65
Şekil 17. Modern mekan	66
Şekil 18. Aydınlık mekan.....	67
Şekil 19. Mekanda çalışanlardan beklenen hizmetler	68
Şekil 20. Tek tip kıyafet	70
Şekil 21. Mekanın müziği	71
Şekil 22. Mekanın paylaşımı.....	73
Şekil 23. Mekana bağlılığa etki eden unsurlar.....	75
Şekil 24. Klasik mekan	76
Şekil 25. Albenili mekan.....	77
Şekil 26. Çocukluk döneminde aile ile birlikte gidilen mekanlar	78
Şekil 27. Ailelerin eğlence mekanları tercihleri.....	79

KISALTMALAR DİZİNİ

Kısaltma	Açıklama
AVM	Alışveriş merkezi
vb	ve benzeri

1. GİRİŞ

İnsanlar yaşamları boyunca bir öğrenme süreci içindedirler. Bu öğrenme süreci yaşadıkları topluma ilişkin birtakım toplumsal, kültürel değer ve yargıların içselleştirilmesi ile ilgilidir (Aslan, 2019, s.1). Günlük yaşamın bütün alanlarında karşılaşılan kültür, karmaşık bir anlama sahiptir. Hemen hemen tüm sosyal bilimlerde ve diğer alanlarda yaygın bir şekilde kullanılan kültürün, çok çeşitli tanımları, kabuller ve tartışmalara imkân vermektedir. Her bir disiplin kendi alanından hareketle kültüre yaklaşmakta, onu tanımlamaya, onun alanını belirlemeye çalışmaktadır. Başta Antropoloji, Sosyoloji ve Felsefe olmak üzere birçok disiplin kültür kavramının içeriğine eklemeler yapmakta ve böylece kavrama ilişkin belirlemeler, tanımlar sürekli artmakta ve değişmektedir (Alver, 2016, s.3). "Kültür" kelimesinin kökenine bakıldığında Latince colere, cult- "ekip, biçmek" fiilinden -tura son ekiyle türetilmiştir. Fransızcaya Latince culture olarak geçmiştir ve "toprağı ekip biçme, tarım, eğitim, terbiye" gibi anlamlara gelmektedir. Türkçeye Fransızca'dan "kültür" olarak geçmiştir (Etimoloji Türkçe, 2022). TDK sözlüğü "kültür" kelimesini "tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin" olarak tanımlamıştır" (TDK, 2022). Kültür üzerine yapılan tanımlar; genellikle, insan topluluklarının üretimlerini de içeren belli başlı kazanımlarını, deneyimlerini, tarihi süreç içerisinde geliştirdikleri sembolleri, kuşaktan kuşağa aktarılan davranış kalıplarını içermektedir (Aktan ve Tutar, 2007, s.5).

Toplumsal hayatta bireylerin yaşantısı gereği farklı sermaye türlerine sahip olduğu görülmektedir. Ekonomik sermayenin yanı sıra insanların sahip olduğu sosyal ve kültürel sermayenin de gündelik yaşama doğrudan veya dolaylı etkilerini görmek mümkündür. Sermaye türleri arasındaki ilişkilere dikkat edildiğinde bireylerin sahip olduğu bu sermaye türlerinin toplumsal hayatta etkileşim içerisinde olduğu görülebilir (Avcı ve Yaşar, M. 2014, s.2-3). İnsanların yaşadıkları çevresinden etkilenerek ve kişisel özellikleriyle şekillendirerek edindiği birikimleri bireyin kültürel sermaye kazanımlarını oluşturur (Avcı, 2015, s.17).

Birey kültürel sermaye kazanımlarına bağlı olarak birçok tercih ve beğeni elde etmektedir. Bireyin tercih ve beğenilerinin karşılık bulduğu, toplumsal dinamiklerin etkisinin gözlemlenebileceği önemli alanlardan biri mekandır. Mekan ve insan arasındaki

ilişkiler, öncelikle sosyal psikoloji alanı ve devamında sosyoloji, psikoloji, felsefe, mimarlık ve coğrafya vb. çeşitli alanlar çerçevesinde mekan-etkileşim araştırmaları, insan-mekan ilişkileri, mekan psikolojisi, mekansal tasarım araştırmaları gibi çeşitli konu başlıklarında değerlendirilmektedir. Toplumlarda yaşanan sosyal ilişkilerin, düşünsel ve kültürel öğelerin bizzat yaşandığı kent ve mekanlar, aynı zamanda süregelen toplumsal gelişmelerin de ana faktörleri arasında yer almaktadır. Bu sebeple, toplumların ve dünyanın tarihi, çoğunlukla yaşam yerlerinin tarihi kapsamında ele alınmakta, çevre-insan ilişkileri yaşam merkezleri ve mekanlar çerçevesinde değerlendirilmektedir. Yaşam merkezlerinde yer alan çeşitli mekanlar, kültürel yaşamın bir bütünü, her biri ayrı ayrı günlük yaşamı, sosyal ilişkilerin ve bu ilişkilerin yarattığı unsurları kapsayan mekanlar olarak hayatlarda etkin rol almaktadır. Bunlarla birlikte günlük hayatların yaşandığı mekanlar, aynı zamanda insan hayatlarının öznel ve psikolojik süreçlerinin geçtiği, anlam ve deneyimlerin farkındalık, karakter ve kültür olarak şekillenirken, insanların mekana yüklediği çeşitli kimliklerle inşa edilmektedir. Bu bağlamda toplumlarda çeşitli fonksiyonlarda inşa edilen mekanlar, yer aldığı toplumun kültürünü yansıttığı gibi insanların kimlik ve kişiliklerini de yansıtmaktadır (Güleç, 2017, s.15).

Mekana yüklenen anlam, mekan ile insanın ilişkisi doğrultusunda yapılan çalışmalar, simgesel, strüktürel, ruhsal, fenomenolojik, yorumsama, bağlamsal, dönüşümsel, etkileşimsel, davranışsal, kültürel, ampirist/deneyimci, kişi temelli, sosyal grup temelli, antropolojik, dini ve tarihsel vb. çeşitli başlıklarla ele alınmaktadır. Mekan insan arasında oluşan ilişkinin çok çeşitli unsurlarla değerlendirilmesinin amacı ise, mekan etkileşiminde ortaya çıkan ilişkinin disiplinler arası niteliği ve bu doğrultuda her disiplinin eşyalara yükledikleri değer çeşitlilikleridir. Simgesel ve strüktüralist çalışmaların örneklerinden biri mekanın simgesel olarak inşa edildiği kabul edilerek, mekanın sahip olduğu anlam bu simgesel dünya çerçevesinde aranmaktadır. Simgesel ve strüktüralist çalışmaların farklı bir örneği ise, psikolojik yaklaşımlarda mekanlar toplumların kimliklerinde önemli bir unsur olarak ele alınmakta ve kültürleri yansıtmaktadır. Fenomenolojik yaklaşımlarda ise, mekan maddeleştirilmeden ve idealize edilmeden varlıkla birlikte değerlendirilmektedir. Marksist çalışmalarda mekan, sosyal etkilerin yani sosyal üretimin neticesi şeklinde değerlendirilmekte ve mekanın sosyal hayatta kullanım alanları daha çok kendini göstermektedir.

Bu çalışmanın amacı; bireylerin aileleri aracılığıyla elde ettikleri habitus ve kültürel sermayenin mekan tercihlerine yansımaları ve bu yansımaların mekan kullanımındaki farklılıklarını ortaya çıkararak, mekan toplum ilişkisini araştırmaktır. Bu amaçla Konya ilinin Meram ilçesinde bulunan kafeleri kullanan kişileri kapsayan bir alan çalışması yapılmıştır. Araştırma, ileride yapılacak olan mekan ve kültürel sermaye ile alakalı çalışmalara yol gösterecek nitelikte hazırlanmış ve konu ile ilgili literatüre önemli katkı sağlaması amaçlanmıştır.

Araştırma dört ana bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın giriş kısmını takip eden ikinci bölümde, Pierre Bourdieu'nun toplumsal farklılaşma teorisi açıklanarak kültürel sermaye, habitus kavramı açıklanmaya çalışılmıştır. Üçüncü bölümde, mekan kavramı, mekan-insan etkileşimi ve mekan-insan etkileşimi ile ilgili temel yaklaşımlar açıklanmıştır.

Son bölüm olan dördüncü bölümde ise araştırmanın yöntem ve teknikleri başlığı altında araştırmanın amacı, sayıltıları, kapsam ve sınırlılıkları, araştırmanın yöntemi, evren ve örneklem seçimi, araştırmanın veri toplama teknikleri, verilerin toplanması ve çözümlenmesi gibi araştırmanın yöntemi hakkında bilgiler verilmiştir. Bölümün devamında araştırmanın bulguları yer almaktadır. Bu kısımda saha araştırmasından edinilen veriler analiz edilmiş ve fotoğraflarla desteklenmiştir. Katılımcıların demografik bilgileri ve mekan beklentileri birlikte yorumlanarak kültürel sermayenin mekan tercihleri ve bu tercihlerin toplumsal farklılaşmaya etkisi incelenmiştir.

Sonuç bölümünde, elde edilen bulgular çerçevesinde genel bir değerlendirme yapılarak araştırmanın sonuçları analiz edilmeye çalışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERCEVE

2.1. Pierre Bourdieu'nun Toplumsal Farklılaşma Teorisi

Sosyal bilimler alanında çok eski yüzyıllardan bu yana sosyo ve ekonomik farklılık yaklaşımlarını geliştirmede etkili olan, büyük ölçüde iki ana yaklaşım yer almaktadır. Bu yaklaşımlar, işlevsel ve çatışma teorileri şeklinde isimlendirilmektedir. Her iki teoride sosyal biliminin başlıca sorusunu yanıtlama gayretindedir: “Toplum nasıl oluşur?”. Başka bir ifadeyle, “gelişmiş toplumlarda insan kitleleri ile çoğu insan nasıl genellikle kurallara uyar?” (Karayaka, 2006, s.48).

Sosyo ve ekonomik farklılık teorileri iki farklı teori kümelerinin birleşimi ile oluşmaktadır. Bu hipotez kümelerinden ilki işlevsel ve çatışmacı modellerden oluşan hipotezlerdir. Diğer hipotez kümesi ise sosyal farklılaşmada tutucu ve radikal değer varsayımları tartışmasından alınmaktadır. Bu kümedeki hipotezler “eleştirel” ve “eleştirel olmayan” şeklinde isimlendirilmektedir. Şekil 1’de, burada bahsedilen iki “model” ve “değer” hipotezlerini göstermektedir.

Şekil 1. Sosyo ve ekonomik farklılık değer ve model hipotezleri

Değer Hipotezleri	
Eleştirel	Eleştirel olmayan
1. Sosyo ve ekonomik farklılık kaçınılmazdır (En azından varolan derecede)	1. Sosyo ve ekonomik farklılık kaçınılmazdır (daha az veya eleştirisiz)
2. İnsan doğasının optimistik görüşü	2. İnsan doğasının güvenilmezliği
3. Toplum bilimlerinin hedefi daha iyi toplumlardır	3. Toplum bilimi değerden bağımsız olabilir
Model Hipotezleri	
Çatışma	Düzen
1. Toplum, çatışma ve eşit olmayan güç ile birarada tutulur (Society held together by conflict and unequal power)	1. Toplum fikir birliği ile birarada tutulur (normlar ve değerler) (Society held together by consensus)
2. Toplum, içerisindeki bölümlere ve süreçlere odaklanır	2. Bütünsel (Holistic) toplum görüşü
3. Sınıflar veya çıkar grupları arasındaki mücadeleler için bir ortamdır	3. Toplum ihtiyaçları ile toplum sistemine odaklanır.

Kaynak: (Kerbo, 2000, s.82)

Bu hipotezler bir araya getirildiğinde dört hücreli bir tipoloji meydana gelmektedir (şekil 2).

Şekil 2.Sosyo ve ekonomik farklılık paradigmaları tipolojisi

	Değer Hipotezleri		
		Eleştirel	Eleştirel olmayan
Toplum Modeli	Düzen	Eleştirel-düzen paradigması	Eleştirel olmayan-düzen paradigması İşlevsel Kuram (Durkheim)
	Çatışma	Eleştirel-Çatışma paradigması İktidar sınıf Kuramı (Marx)	Eleştirel olmayan-çatışma paradigması Güç Çatışma Kuramı (Weber)

Kaynak: (Kerbo, 2000, s.83)

Şekil 2’de görüldüğü üzere birinci hücre ismi “eleştirel-düzen paradigması”, bu paradigma üzerinde ciddi çalışmalar bulunmamaktadır. İkinci hücre “eleştirel olmayan düzen” modelidir. Bu hücreyi meydana getiren hipotezlerin mantığı; varolan eşitsizlikler kaçınılmazdır. Çünkü;

1) İnsan doğası temelde bencildir

2) Sosyal sistemler temel ihtiyaçlardan bazılarını karşılamak için eşitsizliğe ihtiyaç duymaktadır (Kerbo, 2000, s.83).

Fonksiyonel ve çatışma modelleri arasındaki görüş farklılıklarına dikkat çeken üç temel hipotez bulunmaktadır (Kerbo, 2000, s.81);

1) İşlevsel teorisyenlere göre; toplumu birlikte tutan en önemli unsur toplumun temel değer ve kurallarına genel uyumdur. Bireyler normlara uyum sağlamaya meyillidirler, çünkü geniş bir zaman alan sosyalleşme sürecinde bu normları onaylama aşamasına gelmektedirler ve onlarla yaşamaktadırlar. Diğer taraftan, çatışma teorisyenlerine göre çatışmanın faydalı yanı toplumu birlikte tutmaktır. Çünkü;

a) Toplumda yer alan bir örgüt, normları uygulatma yetkinliğine sahiptir. Bu doğrultuda alt seviyedeki bireyler bu normları izleyerek üst seviyedekilere hizmet edebilecektir.

b) Birbirlerini içine alan ya da bölümlenmiş çok sayıda menfaat topluluğu bulunmaktadır ve bu topluluklar işbirliği yapmayı öğrenmek durumundadır.

2) Fonksiyonel ve çatışmacı teorisyenler arasındaki birbirinden ayrı bu model öngörülerinin bir nedeni, fonksiyonel teorisyenler daha çok bütünselci (holistik) sistem gibi gruplara odaklanma eğiliminde iken çatışmacı teorisyenler gruplar içindeki bölüm ve süreçlere odaklanma eğilimindedir.

3) Bu doğal benzerliği takiben, işlevsel teorisyenler grupları, toplumların doğru işliyor ve yaşıyor olması halinde, bir yere toplamak zorunda olan belirli gereksinimleri ile toplum sistemleri olarak takip etme eğilimindedir. Çatışmacı teorisyenler ise toplumları, içerisinde birbirleri ile kesişen ya da mücadele eden farklı menfaat alanları ile çeşitli toplulukları barındıran bir çerçeve olarak takip etmektedir.

Toplumun sosyal farklılıklardan meydana geldiği düşüncesi, dünyanın en eski medeniyetlerinde dahi tartışma konusu olmuştur. Hindistan'daki "kast" sistemi ve Ortaçağ Avrupa'sındaki feodal oluşumlar sosyal farklılaşmanın sanayi devrimi öncesi döneme ait sosyal sınıf türlerine verilebilecek örnekler arasındadır (Bektaş, 2012, s.17).

Bireyler arasında görülen sosyal farklılıkları neredeyse bütün toplumlarda görmek mümkündür. Toplumlarda servet ve güç yönünden ayrımın olmadığı en sade toplumlarda dahi kadın-erkek, yaşlı-genç ayrımı olduğu görülmektedir (Giddens, 2000, s.256). Modern sosyo ve ekonomik farklılık modelleri, Klasik ve Çağdaş Marksist ekol çevresinde gelişen "Çatışmacı Sınıf Modeli", Max Weber sosyolojisi kaynaklı "Weberyan Farklılaşma Teorisi" ve Yapısalcı- İşlevselci düşünce kaynaklı farklılaşma teorisi olan, "İşlevselci Farklılaşma Teorisi" dir.

Marx, toplumsal düzen ve değişimin çözülmesinde sınıf çalışmalarını temel çıkış noktası olarak almıştır. Marx, modern kapitalist toplumları burjuvazi ve proletarya olarak iki büyük sınıfa ayırmıştır. Bu temel ayrım, kapsamlı bir analiz için basit olsa da, Marx'a toplumun farklı kesimlerinin karşıt çıkarlarını ve farklı deneyimlerini bu şekilde betimleme olanağı vermiştir. Aron'a göre, Marx gerçekte hiçbir zaman iki sınıfın olduğunu söylememiştir. Marx'ın savunduğu, toplumdaki bütün sınıfların sosyo ekonomik gelişmeler ışığında iki sınıfa indirgenebileceğidir (Aron, 1992, s.57). Marx'ın modelinde, sınıfların oluşumu ekonomi temelli olarak ele alınmış ve sınıfsal ayrım üretim araçlarının mülkiyeti esas alınarak belirlenmiştir. Marx'ın sınıfları bu çerçevede birbirinden kesin çizgilerle ayrılır. Ünal'a göre Marx, "sınıf kavramının sistematik bir çözümlemesini sunmakta başarısız kalmıştır". Zira, Kapital'in bir bölümünü oluşturan en

önemli çalışmasında “Bir sınıfı oluşturan nedir?” sorusunu yönelttiğinde, bu soru cevaplanmadan yarım bırakılmıştır (Ünal, 2011, s.27).

Weber’in sınıf yaklaşımı, her ne kadar Marx’ın kapitalistler ve proleterler olarak iki sınıfa ayırdığı toplum yaklaşımı ile benzerlik sergilese de, Weber’in sınıfsal yapı haritası çok daha detaylıdır (Turner vd., 2010, s.237). Turner ve arkadaşlarına göre, Weber’in analizinde, “sosyal sınıf, toplumda mal ve hizmetlere ulaşabilecek benzer güçlere sahip olan ve uygun bir hayat tarzı sayesinde onlara ulaşabilen insanlardan oluşur” (Turner vd., 2010, s.230). Mülk sahipliği ve mülksüzlük, tüm sınıfsal konumlara ait temel kategorilerdir. Weber’e göre, yaratıcı mülkiyete ya da başka bir deyişle sermayeye sahip olma veya olmama, temelden farklı hayat tarzlarına yol açar ve bu hayat tarzlarındaki farklılıklar da modern malların üretimi, ihtiyaçların karşılanması, işbölümü, egemen değerlere dayalı istikrarlı bir sosyal sistem üretim araçlarının kontrolüne dayalı bir tabakalaşma, karşıt çıkarların bilincine varılması ve sınıfsal bağlılıkta artış sınıfsal çatışma oranında artış toplumsal değişme toplumlarda statü ayrımlarının göstergesidir (Turner vd., 2010, s.231). İki temel sınıf ayırt edilirse, sermayeye sahip olan rantiyeye ve girişimciler büyük bir ekonomik ve siyasi güce sahip olmak suretiyle mülksüzlerden ayrılır. Mülksüzler ise üretim araçlarına sahip olmamalarına rağmen, modern toplumdaki önemli ekonomik ve siyasal kaynaklardan yoksun değillerdir ve aralarında anlamlı farklılıklar sergileyebilirler. Bu ayrımı belirleyen kriterler ise Weber’e göre, onların hizmetlerinin değeri ve beceri düzeyleridir. Bu iki kriter, insanların konumlara ulaşma, metalleri satın alma ve onlara sahip olma güçlerinin önemli bir göstergesidir (Turner vd., 2010, s.232). Weber’e göre (1996, s.268), “sınıflar topluluklar” değildir”. Onlar, sadece sosyal değişim için sebep olabilecek temelleri temsil eder. Bir sınıfın varlığından üç şekilde söz edebiliriz. Bunlardan birincisi, yaşam şanslarının toplam bileşkesi birbirine yakın bir grup insanın varlığı, ikincisi, bu bileşkenin malların mülkiyetinde var olan ekonomik çıkarlar ve gelir kaynaklı olma durumu, üçüncüsü ise, bu bileşkenin mal veya hizmet pazarı kaynaklı olmasıdır. Tüm bunlar, sınıf durumunu gösteren niteliklerdir. Yaşam şansını yaratan temel, ekonomik gerçek mülkiyet dağılımıdır ki, bu pazardaki değiş tokuş sürecinde otomatikman yaşam şansını yaratır. Zengin olmayanlar bu alışveriş sürecinde yüksek fiyatlı mallara ulaşma olanağından mahrum kalacağından, yüksek fiyatlı mallar otomatikman mülk sahiplerinin erişim tekelinde olacaktır. İlaveten, pazarlık sürecinde mülk sahiplerinin elinde fazlasıyla var olan mallar, onları fiyat pazarlığında,

emeğinden başka pazarlık edecek mülkiyeti olmayan mülksüzlere karşı daha avantajlı kılacaktır. Bu da mülk sahiplerine kolaylıkla ulaşabildikleri mallar üzerinden, bu imkânı kolaylıkla sermayeye dönüştürme şansı sunarak girişimci olarak pazara çıkmalarını kolaylaştırır. İşte bu sebeple, mülk sahibi olmak ve olmamak doğrudan sınıf durumunu etkiler. Ancak, her iki sınıfın içinde de sahip oldukları malın veya hizmetin türüne göre farklılaşmalar mevcuttur. Her koşulda bireyin kaderini belirleyen değiş tokuş piyasasındaki konumudur. Bu sebeple de sınıf durumu bir pazar (piyasa) durumudur ve pazar içinde belirlenir (Weber, 1996, s.282).

Breen'e göre, Weber, kapitalizm koşulları altında aralarında toplumsal geçişliliğin zor olduğu, ancak içlerindeki hareketin yaygın olduğu dört önemli toplumsal sınıfın varlığından söz etmiştir (Weber, 1978, s.928). Bu sınıflar arasındaki ilk ayırım mülkiyet sahibi olup olmamaya göre belirlenirken bu gruplar, mülkiyetin çeşidine ve pazara sunulan hizmetin çeşidine göre daha fazla farklılaşır. Nihai gelinen noktada bu dört sınıf; hakim girişimci ve varlıklı gruplar, küçük burjuvazi, resmi kimlikli işçiler (orta sınıf), ve tek varlığı emek güçleri olan işçi sınıfıdır. Weber'in sosyolojisinde sınıflar, toplumdaki iktidar dağılımının bir yüzüdür. Sınıfların yanında statü grupları ve partiler de toplumda iktidarın dağılımındaki diğer temel olgulardır (Weber,1978, ss.928-932).

Bourdieu'nun sınıf anlayışında ise Marx, Weber ve Durkheim gibi birçok kuramcının etkisini görmek olanaklıdır. Bununla birlikte, bu çalışmadaki tartışma bağlamında, onun daha çok Weber'in sınıf ve statü grupları ile ilgili görüşlerinden etkilendiğini söyleyebiliriz. Bourdieu, Weber'in sınıf ve statü grupları arasındaki ayırımını maddi (ekonomik) ve simgesel etkenler arasındaki bir ayırım olarak yorumlamıştır. Bourdieu bu bağlamda, sınıf ve statünün farklılaşmanın ekonomik ya da simgesel boyutlarına vurgu yapmanın seçimine bağlı olarak nominal birliktelikler olarak kabul edilmesinden ziyade "aynı gerçeklik içinde her zaman bir arada var olan" birliktelikler olarak ele alınması gerektiğini ileri sürer. Ona göre, sınıf ve statü grupları farklılaşmanın ayrı boyutlarına tekabül etmezler; bunlar gerçekte bir arada var olurlar ve bu ikisi arasındaki ayırım yalnızca analitik bir ayırımdır. Buradaki temel vurgu, sınıf çözümlemesinin sadece ekonomik ilişkilerin çözümlemesine indirgenemeyeceği, aynı zamanda simgesel ilişkilerin analizini de içermesi gerektiğidir. Dolayısıyla Bourdieu'nün argümanı, ekonomik farklılıkların kültürel farklılıklar tarafından pekiştirildiği, hatta kültürün kendisinin (düşünceler, simgeler, yaşam koşulları) sınıf farklılıklarının yeniden

üretmesinde önemli bir rol oynadığı düşüncesi üzerine kuruludur. Ekonomik kaynakların aktarılması ekonomik farklılıkların yeniden üretilmesi üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur. Öte yandan, ekonomik düzenin yeniden üretimi yalnızca ekonomik değil, aynı zamanda kültürel kaynakların aktarılmasına dayalıdır. Bu çerçevede, sınıflara özgü farklılıkların nihai olarak ekonomik temelli olduğunu kabul etmesine karşın, Bourdieu bu eşitsizliklerin aynı zamanda kültürel bir form alabildiğini ve böylece sosyal farklılıkların kaynağının, ekonomik alandan eğitim kurumlarını da kapsayacak şekilde kültürel alana taşındığını ileri sürmektedir. Esasen bu noktada farklılaşma ile ilgili olarak, Bourdieu'nün açık bir şekilde Weberci bir görüşü öne çektiğini söyleyebiliriz: Toplumsal aktörler olarak bireyler ve gruplar, kıt kaynaklara sahip olmak ya da denetimleri altına almak amacıyla farklı stratejilerle farklı alanlarda birbirleriyle rekabet ederler. Eğitim bu alanlardan biridir. Daha doğrusu eğitim, "toplumsal yeniden üretimin sağlandığı, bireylerin çeşitli rolleri ve becerileri kazandığı, toplumsal eşitsizliklerin kuşaklar arasında aktarıldığı / pekiştirildiği bir alandır" (Akşit vd., 2000, s.58).

Bourdieu'ya göre fenomenolojik teoriler, bir taraftan insanın bedenselliğini ve alışkanlıklarını çeşitli dışsal dünya ile iletişimi çerçevesinde değerlendirmekte; algı, kavrayış ve uyum modellerine dikkat çekmektedir. Fakat bunun üstünde dururken fenomenolojik yaklaşım "nesnel şartların fail üzerine dayattığı hareketleri" dikkatinden kaçırmakta, çevresel şartlar ile failin hareket dünyasının eş zamanlı olmasını göz ardı etmektedir. Bu sebeple de fenomenolojik sosyoloji fail denemesi ile bu deneyimin yapılandığı nesnel olasılık evreni arasında bir ilişki kurmamaktadır. Buradaki amacı ise, böyle bir ilişkiyi kurarken en dışsal oluşumlarla failin "içsel yapıları" yani anlama ve deneyimi arasındaki ilişkiye işaret etmektir (Bourdieu, 1990, ss.25-26).

Fenomonolojik yaklaşımın başka bir yönü ise sosyal hayatı açığa çıkarmaya destek olan nesnel bir düzen sistemi arayan yaklaşımı yer almaktadır. Bourdieu'nun objektivist önyargı şeklinde isimlendirdiği bu yaklaşım ise teorik açıklamalarla pratik bilgi, diğer bir ifadeyle şartlar baskısı altında eylem oluşturan failin pratik tecrübeleri ile radikal bir kopuş tahmin etmektedir. Böyle bir kopuş sonrasında ise açıklayıcı sistematiklerine uyum sağlamadığı miktarda yasalaştırma, önyargı, ideoloji şeklinde isimlendirmektedir (Bourdieu, 1990, s.30).

2.2. Habitus Kavramı

Habitus, Bourdieu'den daha önce kullanılmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Durkheim, Weber, M. Mauss, T. Veblen gibi ilklerin yanı sıra fenomenolojiden Edmund Husserl ve Alfred Schutz da bu kavramı kullanmıştır. Mauss'a göre habitus, Aristoteles'teki "exis" ve "yetenek" manalarına gelmekte fakat bu anlamlar basit bir alışkanlık tanımından daha fazla ve derin manaları kapsamaktadır (Mauss, 2005, s.471). Edward Thompson da habitusu şöyle ifade eder: Değerler, ne "düşünce"dir ne de "çağrılabilir"; düşüncelerimizde olduğu gibi, maddi yaşamın ve maddi ilişkilerin içinden çıkarlar. Hayat habitusu içerisinde, ilk elde ailede ve dolaysız toplulukta öğrenilen zorunlu normlar, kurallar, beklentilerdir (Thompson,1994, s.279). Yapılan tanımlarda habitusun nesnel ve öznel taraflarına yapılan bir vurguya sahip olduğu gözlenmektedir (Yücedağ, 2016, s.116).

Habitus, nesnel olarak kategorize edilmiş pratikleri yapılandıran unsurlar olarak belirtilebilir. Fakat bunun yanında habitus, pratikleri ketegorilere ayıran bir sistem şeklinde de değerlendirilebilir ve bu sayede birbiriyle ilişkili iki farklı kapasiteyi bünyesinde taşımaktadır (Bourdieu, 1996, s.171).

Habitus kavramında ikinci önemli konu, bu kavramın beğeni ve zevk düzenleri ile olan ilişkisine dikkat çekmektedir. İlişki halinde olan bu iki kapasite doğrultusunda habitus standart bir alanın kendine has sermaye ve sosyal konumlarına uyumlu seçim ve tutumlar için olasılık setleri sunar. Alana angaje failer habitusları yoluyla sosyal bağlamda neyin "yerinde" olup olmadığı farkındalığı ile hem kategorize olmuş hem de kategorize eden pratikler kapsamına dahil olurlar ve oluşan "işaret ve şekiller" sistemi failin bireysel olmakla birlikte aynı zamanda kolektif olarak aidiyet duygusu olduğu toplumsal alana yerleşmesini sağlar. Bu doğrultuda habitus hem bireysel hem de kolektif ait olma hissinin ve sosyal bağlama yerleşmenin temel üretici sistemlerindedir. Bourdieu'nun kendi sözlüğünde "yaşam tarzı" şeklinde isimlendirdiği bu farklılaşma sistemleri belirli bir sosyal sınıf ile diğerleri arasındaki sembolik ve sosyal pratikle alakalı sınırların belirlenmesinde etkili olmaktadır. Yöntemsel olarak bir sınıfa ait olma duygusunun sosyolojik sebebi, sosyal grubun kaynak mücadelesindeki nesnel pozisyonundan çok sınıf habitusunun genel yapısı, oluşturduğu hayat tarzı imkanları ile bunların neden olduğu sembolik oluşumların beslediği "farklılık" algısı şeklinde ele alınmaktadır. Bu

çerçeveden yola çıkarak hayat tarzı “toplumsal olarak kabul edilmiş sınıflandırma şemalarını kullanan habitusun sistematik ürünlerdir” (Bardieu, 1996, s.172).

Habitus, hayat felsefesini meydana getiren kabul edilmiş unsurları üretmek nesnel şartların belirlediği sınırlılıkları öznel tercih ve anlayışlardan şekillenen bir sosyal pratik ve alışkanlıklar düzlemine aktarır. Habitus, yönelimler sistemine dönüşmüş zorunluluk ilişkisi şeklinde tanımlanabilmektedir. Habitus yalın halde “anamlı” sosyal eylem ve yargılar üretme yeteneğine sahiptir. Bu doğrultuda sosyal dünyaya anlam yükleyen algı oluşumlarını da şekillendirmektedir (Budak, 2014, s.32).

2.3. Kültürel Sermaye

Literatürde yer alan iktisat yaklaşımları arasında dört ana üretim unsurundan söz edilir. Bu unsurlar; sermaye (fiziki sermaye), emek, girişimci ve doğa (doğal sermaye) şeklinde ifade edilir. Sermaye; mal ve hizmet üretiminde kullanılan makine, teçhizat, yapı, arazi vb. öğeleri içine alır. Globalleşen dünyada, ülkelerin gelişmesi yalnız bu dört unsurla gerçekleşmesi mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla toplumların gelişmesinde, sosyal ve kültürel unsurlar da sermaye olarak ele alınmaktadır (Orhan ve Erdoğan, 2010, s.582; Kapu, 2008, s.263).

Ekonomik sermaye servet ve mülkiyet sahipliği ile ilgiliyken; sosyal sermaye bireyin içinde bulunduğu alanda sahip olduğu sosyal ilişki ağları, konumu, sahip olduğu ilişkisel ayrıcalıklar ve deneyimlerle ilgilidir. Simgesel sermaye ise, bu üç tür sermayenin bir bileşimi olarak ortaya çıkan tutumlar, edinimler ve sahipliklerle ilgilidir, elde edilen seçkin diplomalar, sahip olunan sanat eserleri, antika merakı, sıra dışı hobiler gibi. Bu sermaye türleri farklı “alan”larda (eğitim, hukuk, aile, sanat gibi) farklı egemenlik ve ayrımların yapılanmasında rol oynar. Bireyler ya da toplumsal grupların toplumsal etkinlikleri birbirinden görece özerk ve farklı sermaye türlerinin rekabet ettiği toplumsal alanlarda gerçekleşir. Dolayısıyla farklı toplumsal sınıflar arasındaki karşılaşma ve mücadele sadece iktisadi alanla sınırlı değildir. Kültürel alanın bütün yönleri, sosyal ilişkiler alanı, spor ve sanat edebiyat dünyası gibi farklı bir alanda süren çatışma diğer alanla her zaman ilişkili değildir, ancak etkileşim içinde olabilir. Kültürel sermaye ise farklı sınıf kültürleri bağlamında bir kuşaktan diğerine aktarılan, örgün ve enformel yolla edinilmiş olan genel kültürel kalıpları (zihinsel alışkanlıklar, davranış kalıpları ve bilgi birikimi) içerir ve üç halde var olur (Bourdieu, 2015, s. 112):

1) Bedenselleşmiş/cisimleşmiş sermaye olarak (hem bilinçli olarak kazanılmış hem de dili kullanma, düşünme ve yazma alışkanlıkları, iletişim ve davranış kalıpları, beden kullanım tarzı gibi “miras alınan” özelliklerden oluşur. Bunlar aile ve çevresindeki toplumsallaşma yoluyla ile zaman içinde kazanılır.

2) Nesneleşmiş kültürel sermaye, ev, araba, sanat eseri, kitaplık gibi sahip olunan maddi şeylerden oluşur. Bu kültürel ürünler hem ekonomik kâr için kullanılır hem de kültürel sermayeyi “sembolik” olarak aktarmayı kolaylaştırır.

3) Kurumsallaşmış kültürel sermaye, çoğu zaman bir bireyin sahip olduğu kültürel sermayenin akademik kimlik, diploma ya da nitelikler biçimindeki kurumsal tanınırlığı ile ilgilidir.

Sosyal bilimciler arasında kültürel sermaye üzerine tartışmalar çıkabilmektedir. Literatüre bakıldığında kültürel sermayeyi tanımlayan çok sayıda ifade karşımıza çıkmaktadır. Çoğunlukla “kültürel sermaye”, belli bir kesimin ortaklaşa yürüttüğü kültürel meyil, davranış, görüş, alışkanlıklar, değer, işyapma biçimi ve ifade sonucunda kazandığı öğretiler şeklinde ifade edilebilir (Aksoy ve Enlil, 2011, s.25). Kültürel sermaye, sosyal hareketliliği ekonomik araçların ötesinde teşvik eden finansal olmayan sosyal varlıkları ifade eder. Bu, kendisine toplumda daha yüksek bir statü kazandıran bir kişinin sahip olduğu beceri, eğitim, bilgi ve avantaj biçimlerini ifade eder.

Kültürel sermaye alan olarak sosyolojide incelenmiş olsa da 1990’lu yıllardan günümüze ekonomiye sağladığı katkılar sebebiyle fiziki ve beşeri sermayeyi tamamlar nitelikte bir faktör olarak ele alınmaktadır (Throsby, 1999, s.6). Ancak kültürel sermayenin başlı başına ekonomik gelişmeyi etkilemesi de söz konusu olmayacaktır. İktisadi açıdan güçlenememiş, her türlü kaynağını dinamik bir şekilde değerlendiremeyen az gelişmiş ülkelerde, yalnız kültürel sermayeye ağırlık verilmesi doğru bir strateji olmamaktadır. Nitekim kültürel sermaye, fiziki ve beşeri sermayenin oran ve kalitesini destekler özellik taşımaktadır.

Kültürel sermaye; bireysel ve toplumsal olarak kazanılan bilgi, beğeni, yetenek, deneyim, sanat, bilim, düşünce, ahlak, etik değerler, gelenek ve törelere yönelik bütün öğeleri içine almaktadır. Bir anlamda kültürel sermaye toplumlarda oluşan kültür birikimini ifade etmektedir. Bu bağlamda insanların bilgi, eğitim ve becerilerini bir araya getirdikleri sermaye çeşidini ifade eder. Ekonomik sermaye türü, insan ve toplumun ekonomik

kaynaklarını kapsarken, kültürel sermaye türü insan ve toplumun kültür ve dil birikimini, inançlarını, dünya görüşlerini içine alır. Bu doğrultuda toplumların eğitim seviyesi güçlendikçe kültürel sermayesinin de güçlendiği görülmektedir (Doğan, 2009, s.11). Bu alanda yürütülen birçok çalışmada, eğitim seviyesinin kültürel sermayeyi belirlemede önemli bir unsur olduğu belirtilmektedir (Kip, 2010, s.50).

Kültürel sermaye öğeleri çeşitli ürün, hizmet, faaliyet, kurum ve uygulayıcıları içine almaktadır. Örneğin; kültürel ürünler, tarihi miraslar, kültür turizmi, kültür giderleri, müzeler, sanat ve müzik faaliyetleri vb. birçok unsur kültürel sermayenin birer parçasını oluşturmaktadır (Ekşioğlu, 2012, ss.14-15). Bu doğrultuda kültürel sermaye fiziki sermayeden tamamen ayrı olarak değişken bir yapıya sahip olma özelliğine sahiptir (Karagül ve Masca, 2005, s.40).

Kültürel sermaye ekonomik gelişmeyi doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir. Yürütülen üretim faaliyetlerinin verimli ve planlı yapılması koşulunda ekonomik kalkınmayı doğrudan etkilemektedir. Toplumların eğitim seviyesinin yükseltilmesi, ahlaki oluşumlar, suçun azalması, kültüre sahip çıkma, kültürün mekanlara yansıtılması vb. unsurlar ise ekonomik gelişmeyi doğrudan etkilemektedir (Işık, 2009, s.862).

Bourdieu'ye göre, sosyal sınıf ve tabakaların karşılaştıkları kültürel alan olarak okuldaki toplumsal ayrışmanın şekillenmesinde özellikle bedenleşmiş kültürel sermaye kilit rol oynar. Çocukların ve gençlerin ait oldukları toplumsal sınıfa özgü düşünme, konuşma ve beden kullanım tarzları arasındaki ayrışmanın, okuldaki otoritenin ve öğretmenlerin temsil ettiği kültürel sermaye ile örtüşen toplumsal sınıflardan (burjuvazi ve orta sınıflar) gelen öğrencilerin avantajlı duruma geçmelerini sağladığını; bu süreçte işçi sınıfından gelen gençlerin diğerlerine göre okul aidiyeti, alan seçimi ve akademik başarı açısından geride kaldıklarını; okullar eşitlik mitini sürdürürken bunun böyle süregitmesinin ise, toplumsal sınıfların yeniden üretimini sağlayan temel mekanizma olduğunu vurgulamaktadır. Bourdieu'ye göre bu yolla okul, kültürel sermayenin dağılımına ve toplumsal uzamın yeniden üretilmesine katkıda bulunur ve toplumsal sınırları yeniden kurar. Bunun sonucunda farklı toplumsal sınıflar ve gruplar entelektüel etkinliğe karşı farklı tutumlar geliştirmekte ve kültür yoluyla aktarılan bu tutumlar zihnin kullanımını da biçimlendirmektedir. Bourdieu'nün toplumsal yeniden üretimin ana mekanizmalarından çoğunun okullarda gerçekleştiğine yaptığı vurgu, 1970'lerdeki eleştirel eğitim

tartışmaları içinde kültürel yeniden üretim yaklaşımlarının ağırlık kazanmasıyla aynı döneme denk geldi. Özellikle farklı bir yönden toplumsal sınıflara özgü dil kodları ve konuşma tarzları ile okuldaki kültürel yeniden üretim/üretim mekanizmasının arasındaki sıkı bağa işaret eden Basil Bernstein'in çalışmalarıyla birlikte toplumsal yeniden üretim sürecinde kültürelci yaklaşımlar ağırlık kazandı (Jourdain, 2016, s.49-72).

3. MEKAN KAVRAMI VE MEKAN-İNSAN ETKİLEŞİMİ

Mekan “var olanların içinde yer aldığı, tüm sınırlı büyüklükleri içine alan uçsuz bucaksız büyüklük. Sınırsız ortam, sınırsız büyük kap ya da hazne. Üç boyutlu, yani eni, boyu ve derinliği olan hacim. Yer kaplama” (Cevizci, 2003, ss.261-262) olarak ifade edilmektedir.

Mekan insan ilişkisi Frederick Jameson’ın söylediği üzere, “gündelik yaşamımızı, ruhsal deneyimlerimizi, kültürel dilimizi belirleyen zamansal kategoriler değil, mekansal kategorilerdir” (Ayman, 2006, s.152). Moles; mekanı insan ilişkileri üstünden, sahip olunan biraz nicelik, tüketilen miktar olarak ifade etmektedir. Der Fischer’a göre ise mekan, dışsal bir bütünlük olmayıp; kişilerin somut oluşumlarının içinde bulunduğu istatistikler bütünüdür (Bilgin, 2007, s.232). Mekan, İngilizce “space” kelimesinden gelmekte ve Türkçe metinlerinde bazen uzam ve uzay olarak kullanılan ve her iki kavramı da içine alan anlamlarda kullanılmaktadır (Akbal Süalp, 2004, s.89). Kentbilim terimleri sözlüğünde uzam kavramı, “insanı çevreden bir ölçüde ayıran ve içinde yaşam etkinliklerini ve eylemlerini sürdürmesine elverişli, toprak, hava ve sudan oluşan çevre” (Keleş, 1998, s.128) şeklinde fiziksel özellikleri öne çıkaran fiziksel mekanı ifade etmektedir.

Bireyler yaşamları boyunca, bütün toplumsal ve kültürel hayatlarını mekanlarda gerçekleştirmektedir. İnsanların tutumlarının mekana gereksinimi sebebi ile mekanlar eylem ve etkinliklerin hammaddesini oluşturmaktadır. Bu doğrultuda mekan olmayan bir dünya düşünmek, insanlık tarihi için imkansız bir olaydır ve kesinlikle her koşulda bir mekana ihtiyaç duyulur (Madi, 2006, s.149).

Simmel’e göre sadece bir mekan yoktur, mekanı oluşturan çok sayıda parça vardır ve bütün parçalar birbirinden farklıdır. Sosyal ilişkileri etkileyen bir özelliği de mekanın bölünmüş parçalarının belli sınırlara sahip olmasıdır. Çünkü mekanlar toplumsal oluşumların öğelerini netleştirme niteliği taşımaktadır. Başka bir ifadeyle, bazı mekanlarda salt izin verilen eylemler gerçekleşir ve bu sayede içerik netleşmiş olur (Simmel, 1997, ss.138-146).

Mekan ve insan ilişkisinde etkili olan unsurlardan biri insandır. Dolayısıyla bu bağlamda insan, hem mekanı kullanan hem de mekanı tasarlayan kimlikleri ile iki rolde yer almaktadır. Fitch (1972, s.32-36), insanın metabolik, algısal ve kas-iskelet olmak üzere

üç sistemden oluştuğunu ifade eder. İnsanın çevresiyle sağladığı iletişimde onun statik ve dinamik antropometrik özellikleri ve algılama sistemi önem teşkil etmektedir.

Sosyal bilimcilerin birçoğu, mekanı ortaya çıkaran ile insan arasında duygusal ve anlam olarak fark bulunduğunu belirtir. Bu sebeple, mekanı inşa eden ile insan arasında sözel anlamda uyumun sağlanması gerekmektedir. Mekan ile insan arasında mekanda ortaya çıkan ilişki aynı zamanda bir iletişimin yoludur. Mekanı tasarlayan ya da inşa eden kişi, planladığı mekanı somutlaştırırken aynı zamanda mekanı kullanacak kişiye de ulaşabilmesi ve düşüncelerini ifade edebilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, mekanı tasarlayan ya da inşa edenin tasarımda yer alan kavramları simgeleyen mekan unsurlarını, toplumun kültüründen, isteklerinden, geleneklerinden alarak kendi bilgi ve deneyimleriyle harmanlayıp somutlaştırması önem teşkil etmektedir. Bu sayede mekanı kullanan kişi ya da kişilerin mekanı anlaması sağlanacaktır. Rapoport (1990, s.13) mekanda kullanılan öğelerin anlaşılır ve güçlü olmaları durumunda mekanla insan arasındaki iletişimin daha kolay olacağını söylemektedir.

Gür (2000, s.17) mekanı, “mekan, kullanıcıya göre insan etkinlikleri ve davranışlar için hazırlanmış göstergelerden oluşur. Konuşulan diller gibi, mimarlık da bilgi ileten bir göstergedir” şeklinde ifade etmektedir. Mekan insan arasında oluşan iletişimde görülen ve anlaşılan, mekanı tasarlayan kişinin duygu ve düşüncelerini bir anlamda somutlaştırmaktadır. Bu doğrultuda, tasarlanan mekanın öğeleri mekanı kullanacak kişinin duygularını etkileyerek olumlu davranışlara yönlendirecektir.

Mekanın temelini meydana getiren birtakım bilinmeyen unsurlar bulunmaktadır ve çoğunlukla bu ayrıntı dikkate alınmamaktadır. Nitekim mekan, her anda ve günlük hayatta meydana gelen çatışmaları ve uyumları kapsamaktadır (Zieleniec, 2007, s.121). Mekan, “toplumsal ilişkilerin yaşandığı genel ortamı karşılayan; yeryüzü, beşeri coğrafya, sokaklar, kent altyapısı, muhit, mahalle ayrımları; gündelik yaşamın, gündelik deneyimlerin oluşturduğu tabaka; mimari ve ekolojik bir ortam” (Akbal, 2004, s.91) şeklinde ifade edilen hem fiziksel hem de akli özellikler taşıyan bir kelimedir.

Mekanı çözümü aranan bir problem şeklinde ele alan yazarlardan olan Foucault (1988), iktidar mücadelesinin bir alanı, düzenleyen ve kurallara göre sıralayan, hareketli ve kendiliğinden ortaya çıkan çatışma alanı olarak ifade etmektedir (Akbal, 2004, s.99). Foucault diğer sosyal bilimcilere göre mekanı farklı değerlendirmiştir. Toplum, iktidar,

güç ve yönetimin mekan olmadan gerçekleştirilen değerlendirmelerine mekanı dahil ederek, tümünün ilişkisi doğrultusunda bir mekan çıkarımı öne sürmektedir. Foucault'a göre mekanın değerlendirilmediği her türlü iktidar ilişkisi analizi yetersiz olmaktadır. Foucault, 19.yy ve sonraki yılları mekan çağı olarak adlandırmaktadır. Bununla birlikte "eş zamanlılık çağı; üst üste çakışmaların, uzak ve yakının, yan yananın, kopuk kopuğun çağı" yorumlarıyla görüşünü vurgulamaktadır (Foucault, 1984, s.7). Bachelard ve fenomenolojistlerin betimlemelerinden yola çıkarak, tekdüze ve boş mekanlar yerine, miktarı olan ve hayali bir mekanda yaşadığımızı anlamını çıkartabiliriz. Bu mekan; benliğimizin dışına çıkmamıza olanak tanıyan, yaşamın, vaktin ve tarihin aşınmasına sahne olan; ayrışık bir özellik taşımaktadır (Foucault, 1984, s.23). Foucault'un mekan hakkında kendine göre farklı yaklaşımları olsa da çalışmalarında mekan daima ön planda yer almıştır. Nitekim ona göre mekan "güç ve bilgiyle ilgili söylemlerin gerçek güç ilişkilerine dönüştüğü yerdir" (Rainbow, 2012, s.11). M. de Certeau da mekanı problem olarak ele alan ve özgün bir yaklaşımla değerlendiren düşünürlerden birisidir. Mekanı gündelik yaşam pratikleriyle ilişkilendirerek, tüm hikayeleri seyahat öyküleri; genel anlamda da mekansal pratikler olarak tanımlamaktadır. Bu sebeple mekansal pratikler, gündelik yaşamla ilişki içerisinde (Certeau, 1984, s.116).

Mekan tarihsel olarak ele alındığında insanlık tarihinden daha eski bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir. Ne kadar eski olsa da, mekanın insanla ilişkisi ele alındığında ilk olarak barınma, sığınma vb. temel gereksinimleri karşılaması özelliği ile bütünüyle fiziksel bir anlama denk gelen bir tarafının olduğu anlaşılmaktadır. Yıllarca fiziksel anlamını koruyan mekan kavramı aslında varlık biliminin kapsamında yer almaktadır. Nitekim insanın yaratılışının temelini mekana dayandırmak mümkün olmamaktadır. Yeryüzünde yaşayan her canlı mekanda bir varoluş mücadelesi içinde yer almaktadır.

3.1. Mekan Türleri

Literatürde yapılmış olan mekan tanımlarının birbirinden farklı olması farklı mekan türlerinin göstergesi olmaktadır. Mekan farklı tanımlarda geçen öğelerin doğrultusunda çok sayıda türe ayrılabilir. Mekan türleri

Norberg-Schulz, mekanı beş sınıfta toplamıştır. Bu mekanlardan ilki, fiziksel eylem olarak ifade edilen "pragmatik mekan"dır. Bu sınıf içinde yer alan mekanlar insanları doğayla bütünleştirerek doğal çevreye taşımaktadır. "Algısal mekan" şeklinde

isimlendirdiği diğer tőr daima değişim gösteren deneyimler ve özel eylemler kanalıyla belirlenen alanlardır. Bireyin kültürel ve toplumsal bir bütünüün parçası olmasını sağlayan “Varoluş mekanı” ise bireyin içinde hayatını devam ettirdiği, çeşitli eylemler yaptığı, çevresiyle iletişim sağladığı mekan türünü ifade etmektedir. “Bilişsel mekan” insanın mekan ile alakalı düşüncelerini somutlaştıran mekan türüdür. Birden fazla duyu organıyla algılanan bu mekan, insanın aklındaki gerçek mekanı ortaya çıkarmaktadır. Akılcı ilişkileri sunan “Soyut mekan” ise dört duvarla tanımlanmış geometrik ve kendi hariç her şeyden bağımsız bir mekanı ifade etmektedir (Norberg-Schulz, 1972, ss.11- 27).

Lefebvre’e (1974, s.39) göre üst üste veya iç içe geçmiş sonsuz sayıda mekan bulunmaktadır ve bunlar: coğrafı, ekonomik, demografik, sosyolojik, ekolojik, politik, ticari, ulusal, kıtasal, dőnyasal vb. unsurlar olarak sıralanabilmektedir. Lefebvre çok sayıda mekan türünüün olduğunu savunsa da mekanı üç tür sınıfta ele almaktadır. Bunlar; “algılanan mekan”, “tasarlanan mekan” ve “yaşanan mekan” olarak ifade edilmektedir. Algılanan mekan, mekansal pratiklerle somutlaştığı için toplumlara göre değişiklik oluşturmaktadır. Tasarlanan mekan, mekan temsiline karşılık gelmekte ve bir soyutluğa atıfta bulunmaktadır. Bu mekan toplumun egemen üretim tarzına göre belirlenmektedir. Yaşanan mekan ise, yaşanır; konuşur; duyumsal bir merkeze sahip olan mekanı ifade etmektedir.

Şengöl (2010, ss.528-538) “somut” ve “soyut” olmak üzere iki tür mekandan söz eder. Somut mekanlar mevcut yaşamda bir karşılığı olan mekanları ifade eder. Somut mekanlar da kendi içinde kullanımına göre açık/geniş/dış, kapalı/dar/iç mekan, genel ve özel mekan olarak sınıflandırılmaktadır. Açık/geniş/dış mekanlar, insanların hareket edebilmesi için fırsat veren ülke, deniz, dağ, kırsal, şehir, park gibi alanları kapsamaktadır. Kapalı/dar/iç mekanlar ise ev, apartman, okul, işyeri, otel vb. daha küçük alanları göstermektedir. Genel mekanlar ise herkese hitap eden hastane, okul, dersane, kafe, restoran vb. kamusal alanları içine almaktadır. Kişisel ve toplumsal çatışmanın yansıtıldığı, toplumsallaşma ölçütlerini gösteren alanlardır. Özel mekanlar ev, mutfak, bahçe vb. bir kişinin ya da ailenin kullandığı alanlardır. Soyut mekanlar ise bireylerin hayallerini, özlemlerini, isteklerini karşılayan alanlardır. Ütopik, fantastik ve metafizik ölçütlerle ele alınmaktadır. Mekan “sınırlı” ve “sınırsız” şeklinde de sınıflandırılabilir. Sınırlı mekan, uzayın insan eliyle sınırlandırılmış parçası (Tanyeli, 1997, s.1193) iken, sınırsız mekan ise somut

olan bütün objeleri içine alan ve çevreleyen sınırlandırılmamış ve belirlenmemiş bir yaygınlıktır.

İçgüdülerin mekanı olan “ilkel mekan”, görülen ve algılanan mekanları ifade eden, kişiden kişiye göre içeriği değişen “algısal mekan”, yaşanan, dinamik bir niteliği olan “varoluşsal mekan”, dinler aracılığıyla oluşan “kutsal mekan”, zamana bağlı olmayan “mutlak mekan”, kendine özgü olan “coğrafi mekan”, kavramsal ilişkilerin mekanı olan “soyut mekan” (Durmaz, 2008, ss.13-27) mekan türlerine örnek verilebilmektedir.

Diğer mekan türleri arasında da, ölçülebilen ve geometrik kavramlar aracılığıyla belirlenen “fiziksel mekan”; algılanan, düşünceye iten, izlenimler neticesinde kişinin zihninde canlanan “kavramsal mekan”; insanlar tarafından gözlenen, yaşanan “algısal mekan” türleri bulunmaktadır (Göler, 2009, ss.8-9).

Bütün mekan sınıflandırmaları ele alındığında, çok çeşitli çok sayıda mekan türü ile karşılaşılsa da esasında fiziksel mekan ve zihinsel mekan olmak üzere iki temel ayırmadan söz etmek mümkündür. Ortaya çıkan bütün mekansal ilişkiler iki mekan üzerinde ortaya çıkmaktadır (Erol, 2016, s.45).

3.1.1. Fiziksel Mekan

Kentsel mekanları ihtiva eden fiziksel mekan “bulunulan yer” anlamına karşılık gelmektedir. Bu tür mekanlar, özellikleri itibari ile somutturlar ve coğrafi alan şeklinde ele alınırlar. Kişilerin gündelik hayatlarını yaşadıkları, hareketlerini gerçekleştirdikleri fiziksel çevre ve bunların arasında kalan bütün alanı içine alan kentsel mekanlardır. Lefebvre (1974, s.42) ilk olarak fiziksel mekanın ortaya çıktığını ifade eder. Sonrasında ise mantıksal ve biçimsel soyutlamaları içine alan zihinsel mekan oluşmaktadır. Bu bağlamda fiziksel mekan olarak bahsedilen alan, bir gerçeklik; fiili bir durum ve somutluk özelliği taşımaktadır (Lefebvre, 1974, s.60). Bu sebeple mekansal pratiklerin meydana getirdiği ve algıya dayanan zihinsel ve toplumsal mekana varabilmek amacıyla ilk olarak fiziksel mekanın anlaşılması önemli bir rol oynamaktadır.

3.1.1.1. Kentsel Mekan

Kentler, toplumların tarih birikimleri ile birlikte zaman yer alan, kendi kendini yöneten ve bir arada yaşayan bir topluluğun yer ettiği ve kapladığı yerden dolayı, örgütlerin olduğu mekanlardır (Kılıçbay, 2000, s.129). Kentsel mekanlar fiziksel mekanların

somut halleridir ve insanlar arasındaki sosyal ilişkiler sayesinde kendiliğinden oluşmaktadır.

Yaşanan mekan ile planlanan mekan gerçekliğinin bir ürünüdür. Bu gerçeklik doğrultusunda hangi unsurların korunacağı, yeniden üretileceği, hangilerinin eleneceği konuları bulunmaktadır ve bu aşamalar siyasi ve ideolojik yaklaşımlarla sağlanmaktadır (Keskinok, 2012, ss.108-112). Böyle bir sürecin nedeni ise kentsel mekanların onları kullananlar ile birlikte ortaya çıkmasıdır. Dolayısıyla kentsel mekanlar ancak onları kullananlar ile anlam kazanmakta ve devamlı olarak aralarında bir etkileşim olmaktadır (Eşkinat, 1992, s.37).

Lefebvre (1970, ss.48-49), kentsel mekanların ticari pazar yerlerini, tarım pazarlarını, sanayi ürünleri pazarlarını, sermaye pazarlarını ve bunlar ile birlikte mesken ve inşaat arazisi pazarlarını kapsadığını belirtmektedir.

Sennett'e göre kentsel mekanlar, farklı insanları ortak bir yerde toplayarak sosyal hayatın karmaşıklığını yoğunlaştırmakta, insanları birbirine yabancı olarak vermektedir (Sennett, 2010, s.20). Bu doğrultuda kentsel mekan, kalabalıkları, pazarlardaki ürünleri, eylem ve simgeleri bir arada toplamakta, bunları yoğunlaştırmakta ve biriktirmektedir (Lefebvre, 1974, s.126). Kentsel mekan saf bir formdur. Yani karşılaşma noktası, birleşme noktası ve eşzamanlılıktır. Her şey ona gelir ve onda yaşar. Kentsel mekan bütün içeriklerin toplamıdır (Lefebvre, 1970, s.114).

Kentsel mekanlar, pozitif öğeler şeklinde ifade edilen binalar ile negatif öğeler şeklinde tanımlanan dış mekanlardan oluşmaktadır. Binaların sınırlandırmış olduğu dış mekanlar, yani kentsel dokunun negatif öğeleri kentsel mekanı meydana getirmektedir (Türkün, 2007, ss.21-48). Unutulması gereken bir nokta vardır ki o da, kentsel mekanların fiziksel mekanların somut halleri olsa da, yalnız yapılardan meydana gelen bir "yer" olmadığıdır. Aynı zamanda toplumsal olayların yaşandığı, insan ve çevre arasında iletişimi imkan veren sosyal ve kültürel alanlardır (Erol, 2016, s.46).

3.1.1.2. Kamusal Mekan

Arendt, kamu kavramını "herkes tarafından görülebilir ve duyulabilir; mümkün olan en geniş açıklığa sahip" şeklinde ifade etmektedir (Arendt, 2011, ss.92-95). Kamusal alan, kamunun görünmez bir küre içinde konuştuğu, pazarlığa giriştiği, uzlaştığı ya da çatıştığı

anlamaların alanı iken; kamusal mekan ise kamunun ortaklaşa kullandığı, içinde kamuya açık binalar gibi fiziksel yapıları tanımlamaktadır (Yanıkaya, 2004, ss.67-68). Tanyeli (2010, s.47) bu konuya anlaşılır bir dille değinerek; “kamusal mekana çıkabilmek, başkalarıyla paylaşılan bir ortamda bulunabilmek demek. Kamusal alana çıkabilmekse orada kendisi olarak temsil edilebilmek demektir” şeklinde ifade etmiştir.

Bu doğrultuda, kamusal mekanlara örnek olarak; kent meydanları, sokaklar, caddeler, parklar, kafeler ve bunları çevreleyen binalar vb. mekanlar gösterilebilmektedir (Güleç, 2014, s.66). Dolayısıyla kamusal mekan denilince akla her bireyin ulaşabileceği, kullanabileceği kentsel veya kırsal alanları kapsayan alanlar gelmektedir (Vural ve Yücel, 2006, ss.97-106). O halde kamusal mekanlarda öncelikli ihtiyaçların rahatlık, dinlenme, aktif/pasif katılım, keşfetme ve insani ihtiyaçlar olduğunu söylenebilmektedir (İnceoğlu ve Aytuğ, 2009, ss.131-146).

Kamusal mekan kavramının, bazı durumlarda kamusal alan kavramı ile karıştırıldığı görülmektedir. Halbuki iki kavram arasında ince bir fark bulunmaktadır. İki kavram arasında yaşanan bu karışıklık dil çevirilerinde anlam olarak bir kavram olarak geçmesinden kaynaklanmaktadır. Bunun yanında iki kavramın karıştırılmasının sebeplerinden biri de metodolojiktir. Bunun nedeni ise kamusal mekan dendiği zaman neyin anlaşıldığı ya da neyin anlatılmak istendiği net olmamaktadır. Bu sorun ancak uzman kişilerin bu konu hakkında açık cevaplar vermesiyle çözülebilecektir (İnceoğlu ve Aytuğ, 2009, ss.131-146).

Kostaff, kamusal mekanı “insanların günlük normal rutinlerinde ya da dönemsel şenliklerinde (festival, bayram) fonksiyonel ve törensel aktiviteleri gerçekleştirdikleri, toplumu birbirine bağlayan ortak bir zemin” şeklinde ifade etmektedir (Erdönmez ve Akı, 2005, ss.67-87). Kellner ise “fikir ve ifadelerin açığa çıktığı, paylaşıldığı, müzakere edilme görevlerinin yanı sıra, kültür ve tecrübeyi de tanımlayan” bir alan olarak değerlendirmektedir (Özbek, 2004, s.24). Zukin, kamusal mekanı, kentlerde ve gündelik hayatın yaşandığı meydanlarda, caddelerde, işyerlerinde, park ve kafelerde ortaya çıkan çok sayıda sosyalleşmenin ürünü olarak ifade eder (Erdönmez ve Akı, 2005, ss.67-87). Bu doğrultuda, kamusal mekan denildiği zaman, bütün insanların kullanımına yönelik, toplumda yaşayan herkesin ortak bir amaç doğrultusunda kullandığı, çeşitli fonksiyonları

olan, herkesin dahil olabileceği çok sayıda etkinliğin gerçekleştiği, bütün insanların eşit olduğu ve farklı insanları bir araya getiren alanlar akla gelmektedir (Özbek, 2004, s.41).

Kamusal mekanlar; açık kamusal mekanlar ve halka açık kamusal mekanlar olmak üzere iki türde ele alınmaktadır. Kentlerin sınırları içinde bulunan, topluma doğrudan ya da dolaylı olarak çevresel, sosyal ya da ekonomik katkıları olan; park, bahçe, yeşil alan, oyun alanları, spor tesisleri vb. alanlar açık kamusal mekanlara örnek verilebilmektedir. Halka açık kamusal mekanlar ise, halka hizmet eden; kent meydanları, pazar yerleri, kaldırımlar, gezinti yerleri vb. (Erdönmez ve Akı, 2005, ss.67-87) herkesin hizmetine sunulan alanlardır (Oktay, 2001, ss.45-49).

3.1.1.3. Özel Mekan

Kamusal alan ile kamusal mekan tanımlarında yaşanan karışıklık özel alan ve özel mekan arasında da yaşanmaktadır. Kamusal-özel ayrımı yapan Arendt, özel alanı, mekansal anlamda aileye ait olan mülkiyetle eşitlemektedir (Arendt, 2011, s.102). Özel mekanlar, kişinin kendi denetiminde olan ve böylelikle kişisel kullanımları içine alan mekanlardır. Habermas'a göre özel kavramı, "devlet aygıtı alanı" dışında olmayı ifade etmektedir. Çünkü kamusal, mutlakiyetçilikle birlikte egemenin şahsından bağımsızlaşarak nesnelleşmekte olan devlete ilişkindir (Habermas, 2010, s.71).

Georges Duby özel kavramını, "mahrem, geri çekilebileceğimiz veya kaçabileceğimiz bir bağımsızlık alanı, kamusal alanda ihtiyaç duyduğumuz silah ve zırhları bir kenara bıkabileceğimiz, gevşeyebileceğimiz, rahatımıza bakabileceğimiz ve dış dünyada korunmak için giyilen çalımlı kabuğu çıkarıp attığımız bir yer için berraklıkla tanımlanmış bir alan" olarak tanımlamaktadır (Lyon, 1997, s.253).

Arendt özel alana negatif anlamlar yükleyerek kavramın kökeninde mahrum kılıcılık olduğunu şu sözlerle ifade etmektedir (2011, s.104):

"...Özel alanda (yaşam) başkaları tarafından görülmenin ve duyulmanın sağladığı gerçeklikten, başkalarıyla ortak bir şeyler dünyası aracılığıyla birleşmenin ve ayrılmanın sağladığı "nesnel" bir ilişkiden, yaşamın kendisinden daha kalıcı bir şeyler başarma olanağından yoksun kalmak demektir. Özeldeki yoksunluk, anlamını başkalarının yokluğunda bulur, özel insan başkalarının gözüne görünmez, o nedenle sanki yokmuş gibidir."

Sennett özel mekanı, bireyin ailesi ve arkadaşları ile sınırlanan, onları dış etkenlerden koruyan konut şeklinde ifade etmektedir (Sennett, 2010, s.32). Bu çerçevede yapılmış özelliğe sahip özel mekanlar; konut, işyeri, tarım, sanayi yapılarını işaret etmektedir. Yapı içermeyen özel mekanlar ise; arsa, bahçe gibi bireye özel mekanları ifade eder (Çınar Altınçekiç, 1997, ss.201-228).

Özel mekanların kullanım amacı çerçevesince, mahrem alanı yani yasaklanmış alanı çağrıştırmakta, diğer insanların dahil olamayacağı, içsel alanları ifade etmektedir. Bu içsellik Sennett'in belirttiği gibi, kamusal mekanın insan yaratımı; özel mekanın ise insanlık durumu (Sennett, 2010, s.138) olmasından yola çıkmaktadır. Özel ihtiyaçların giderildiği özel mekanları kamusal mekandan ayıran başlıca özellik ise özel mekanın kişiye ait olmasının tersine kamusal mekanın bütün insanlara açık olmasıdır (Erdönmez ve Akı, 2005, s.74). Özel mekan, kişisel sınırlar içinde denetime olanak tanıyan, kamunun takip ve denetimi dışında kalan, devlet kontrolünden uzak, bireylerin kontrolü altında olan alandır (Madanipour, 2003, s.35).

3.1.2. Zihinsel Mekan

Bachelard (1957, s.135), mekanı zihinsel bir ürün olarak kabul eder ve onun insan ile doğanın eline verildikten sonra yeniden tasarlanarak, kendine has bir hayat çizgisi çıkardığını, bu sebeple de canlı olduğunu ifade eder. Zihinsel mekanlar, fiziksel mekanın algılanarak somutlaştırılması veya zihinde olduğundan çok farklı bir mekan tasarlanması yoluyla ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda zihinsel mekanlar, bireyler arasında farklı olmakla birlikte bazı koşullarda somut dünyada bir özdeşi olmamaktadır.

Zihinsel mekan, soyut olarak tasarlanmasa da (Lefebvre, 1974, ss.294-312) zihnin bir ürünüdür. Hayatın geçtiği alanlar olarak iktisadi, teknoloji, mimaride, sanatta, kentlerin sokak ve meydanlarında, vb. birçok mekanda bilişsel anlamda bir tasarım sözkonusudur (Akbal, 2004, s.91). Mekanın insan tarafından algılanması dahi onun zihinsel tarafının olduğunu ispatlar niteliktedir. Bununla birlikte, mekanın sınırsız olması, bu algılama şeklinin fiziksel olmadığı noktasına da dikkat çekmektedir.

Zihinsel mekan, doğal, dinamik ve değişken bir alanla özdeşleşmektedir. Bir anlamda aralıksız süren hayatın nabzı niteliğinde sayılabilmektedir. Mekanı boş ve içeriksiz, onu salt fiziksel bir obje olarak ele almak yanıltan bir yaklaşım olacaktır. Nitekim zihinsel mekan, hareketli, canlı ve tarihsel bir ürünü ifade etmektedir (Kurtar, 2013, s.353).

Mekanın hayali bir tarafı bulunmaktadır. Onun hayali olması çözümlenmesini güçleştirse de zihinde somutlaşan hayaller bu güçlüğü kolaylaştırmaktadır. Hayal etme ya da imgeleme demek, birbirine bağlı unsurları standartlara göre düzene katmak olmayıp, doğada olmayanları bulmaktır (Baudelaire, 1956, s.43). Bu sebeple mekanın fiziksel özelliğinin yanında doğanın vermediği öğelerin ortaya çıkarılması ancak zihinsel güçle olabilecektir.

Mekan algısında öncelikle fiziksel mekan ortaya çıkar ve sonrasında zihinsel mekan oluşur (Lefebvre, 1974, s.42). Bu sebeple fiziksel mekanlar, zihinsel mekanların somutlaşmasında büyük rol almaktadır. Zihinsel mekanın soyut bir özelliğe sahip olması onun gerçek olmadığını ifade etmemektedir. Zihinsel mekan duyumsal olanla, doğa algısıyla tanımlanabilmektedir (Lefebvre, 1974, s.57).

Bireyin hayatında mekanın kapladığı alan, somut haliyle de soyut haliyle de her koşulda önemini muhafaza etmektedir. Bireyin mekanıyla özdeşleşmesi, mekanın o kişinin kimliği ile alakalı izlere sahip olması bu önemi ispatlamaktadır (Şengül, 2010, ss.528-538). Mekan çoğunlukla zihinsel olanla kültürel olanı, toplumsal olanla tarihsel olanı birbiri ile özdeşleştirmektedir (Lefebvre, 1974, s.25). Bu bağlamda mekan ne salt bir soyutlama ve nesne, ne de yalnız somut, fiziksel bir üründür. Her iki özelliği ile hem kavram hem de gerçekliktir (Arslan Avar, 2009, s.8).

3.2. Bireyde Mekan Kavramının Gelişimi

“Bilgi nedir?” sorusunu, “Bilgi edinme nasıl olur?” sorusuna cevap bularak açıklamaya çalışan Jean Piaget’nin kuramı bilişsel mekanizmaların oluşumunu ve gelişimini açıklığa kavuşturur niteliktedir. Piaget, bireyin zihinsel olarak gelişiminin, onun dünyaya gelmesinden itibaren yaşayacağı zihinsel gelişim ile aynı doğrultuda olduğunu savunur. Piaget’ye göre gelişim, kazanımların birikmiş bir ürünü değildir. Gelişim, kişinin dünyaya gelmesi ile birlikte öncelikle içgüdüleri sayesinde gerçekleştirdiği tutumlar, sonrasında örnekler kanalıyla sistemli, örgün hareketler sağladığı, bu davranışların da zamanla bireyi içsel, diğer hayatlarla tamamlanmış ve tersine-çevrilebilirlik niteliğine sahip soyut hareketlere, yani işlemsel düşünmeye sevk eden kademeli bir oluşumdur. Piaget’nin kuramında zihin gelişimi, duyuşal-devinimsel (0-2 yaş), işlem öncesi (2-6), somut işlemler (6-12) ve formel işlemler (12 + yaş) olarak dört ana dönemden oluşmaktadır. İlk iki dönem, duyuların, algıların ve sezginin baskın olduğu, son iki dönem

ise uyarıcılar sayesinde etkileşime giren bireyin görelî bir özerklik ve bağımsızlık kazanarak düşünebilme kabiliyetini geliştirdiği dönemlerdir (Akarsu,1984, s.31).

Piaget'ye göre, bir objeyi tanımak ve anlamak, eğer bu objeyi yeniden meydana getirmek demek ise, bu bilginin, biçimsel ve işlemsel olarak iki tarafının olduğunu gösterir. Biçimsel taraf, tamamen duyular ile alakalıdır. İşlemsel taraf ise, objeyi yeniden meydana getirmek için gerekli dönüşümlere imkan verecek şekilde onun üzerinde gerçekleşen hareket ya da işlemler ile alakalıdır. Bu bağlamda, zihinsel seviye ne olursa olsun, algı ile zeka arasında bir ayırım oluşturulduğu görülmektedir. Bu ayırımın aynısı mekan konusuna da, algısal ve zihinsel mekan olarak yansımaktadır. Piaget'nin (Piaget, vd., 1960, s.42) mekan kavramına karşıt olarak, mekansal algı, her zaman bağıl özelliğini korur ve algısal yapılarda yer almayan tersine-çevrilebilirlik niteliğinden eksik olması sebebi ile hiçbir zaman belli sistematik çarpıtmalardan bütünüyle arınmaz. Zihinsel mekan ise, işlemsel düşünebilme devresinin öncesine ve sonrasına denk gelecek biçimde, duyuşal-devinimsel mekan ve yeniden-canlandırılan mekan aşamalarını kapsamaktadır. Bireyin dünyaya gelmesinden itibaren ilk iki yılında görülen duyuşal-devinimsel mekan anlayışı, o döneme ait en önemli zihinsel kazanımlarındandır. Mekan algısına ek olarak, uygulamalı yaşanmış, düzenlenmiş, tutum ya da davranış düzeyinde dengelenmiş bu mekan kavramı, yine de zihinsel olarak canlandırılma evresine henüz ulaşmış değildir. Yeniden canlandırılan mekan kavramı, bireyde genellikle iki yaşında başlar ve tam anlamıyla on iki yaşlarında ulaşır. Yeniden-canlandırma; mekanı zihinde yeniden canlandırma, kurgulama ve yeniden üretmeye denmektedir. Bu doğrultuda duyuşal mekandan işlemsel yani somut mekana geçiş yavaş ilerleyen süreçlerden oluşmaktadır.

Piaget'nin (Piaget ve Inhelder, 1967, s.49) dikkat çektiği konu, bireyde mekan kavramının, tarihsel olarak matematiğin ortaya çıkışında görülen aşamalara ters yönde gelişmesidir. Çünkü, topolojik ilişkiler mekan kavramının zeminini meydana getirmektedir. Perspektif ve Euclidci yapılar, topolojik yapılar üzerine kuruludur. Piaget ve Inhelder'in çocuklarla gerçekleştirdiği deneyler, topolojik mekanın zihinsel olarak yeniden canlandırılmasının önce ortaya çıktığını göstermektedir.

Topolojik Mekan dendiğinde, ilk algıların ve çocuğun objeler karşısında gerçek, somut eylemlerinin, yani eşya ve objelerle oynamanın, sezgisel mekanın, yapılandırılmış, sistemli ve düzenli yeniden canlandırılması için kullanılan bir sıçrama tahtası oluşturduğu

anlaşılmaktadır. Burada bahsedilen topolojik algılar; yakınlık, kopukluk, mekansal ardışıklık, çevreleme, süreklilik ilişkilerini kapsamaktadır (Holloway, 1967, s.40). Bireyde oluşan bu algılar yaklaşık yedi yaşına gelinceye kadar sezgisel mekanın boyutlarını oluşturur. Bu süreçten sonra ki dönemde ise içselleştirilmiş ve tersine çevrilebilir işlemlere dönüşebilme imkanı ile yeni bir sisteme geçilir. Bu sistem, parçalara ayırma (partition), parçaları toplama (partitive addition), doğrusal ya da döngüsel (eyclical) sıraya dizme, komşuluk alanlarının karşılıklılığı, simetrik ilişkiler ile elemanların ya da ilişkilerin tümünü kapsamaktadır. Bunların yanında, projektif mekanda objelerin veya bir objenin elemanlarının yerlerinin, diğerleri ile ilişkileri doğrultusunda ve belli bir perspektif içerisinde belirlenmesi gerekmektedir. Öncelikle bütünüyle duyuşal-devinimsel olan algısal faaliyetler, sonrasında yeniden-canlandırmalar ile perspektif ve uzaklığın değışkenliğinden meydana gelen çarpıtmalara karşılık, şekil ve boyutların değışmezliği gibi kazanımlarla, sonuçta, perspektiflerin koordinasyonunda ve bakış noktasının tersine-çevrilebilirliğinde yetkinliğe varabilmektedir. Örneğin, perspektifin ortaya çıkması, doğrusal sıralamanın, doğru parçalarından meydana gelen düzenleme kavramına dönüşmesine neden olur. Sonuç olarak mekansal kavramların gelişiminde Piaget'nin geliştirdiği üç önemli (Flavell, 1963, s.171) katkı önümüze çıkmaktadır:

1. Bireyin hareketleri çevre ile etkileşerek, önce devinimsel hareketlere, devamında içselleştirilmiş eyleme ve sonrasında ise işlemsel eyleme dönüşmektedir. Kavramların temelinde eylem vardır.
2. Kabul edilenin aksine, mekansal kavramlar, sadece algı düzeyinde meydana gelmemekte, mekan hayat boyu zaten var olan bir veri gibi görünse de, kavram, zihinsel alanda değışerek kazanılmaktadır.
3. Piaget'nin mekan konusundaki ana hipotezi şöyle özetlenebilir: Çocukta mekan kavramı, tarihi oluşumun tersine, mantıksal bir gelişim izlemektedir.

3.2.1. Mekan Algısı

Mekansal algı, bireyin kafasında oluşan zihinsel haritayı ifade eder (Gezer, 2012, ss.1-10). Mekanın sosyal bir ürün olarak anlaşılması mekansal algının da toplumsal olduğu neticesini çıkarmaktadır. Mekan algısı “nesnelerin şekli, boyutu, uzaklığı da dâhil olmak üzere nesnelerin birbirleriyle ilişkilerini ve nispi yönelimlerini, hareket ilişkilerini vb. algılama yetisidir” (Budak, 2009, s.480).

Bireyin çevreyle olan ilişkisinde en önemli unsurlardan biri mekansal algılamadır. Mekansal algı öncelikle insanların mekanın fiziksel özellikleri ile alakalı bilgi seviyesini ölçerek o mekanı değerlendirmesinde etkin bir rol almaktadır. Bu ölçümler ise, bireyin o mekandaki eylemini ve tutumlarını etkileyerek şekillendirmektedir (Özen, 2011, ss.137-148). Bu değerlendirmelerin sonrasında toplumsal boyutları olan ilişkileri kapsayan zihinsel algı yerini almaktadır. Bu değerlendirme aşamaları bireyin yaşadığı toplum, kültür, dönem aracılığıyla belirlenmekte ve algısını etkilemektedir. Göka (1998, s.17) meydana gelen bu etkileşimi mekan duygusu şeklinde tanımlamaktadır. Bu sayede algıların desteği ile her kişi için kendini az da olsa ifade eden, tanınmasını sağlayan bir mekandan söz edilmektedir.

İnsanın duygularıyla ve gündelik hayatındaki davranışlarıyla oluşan dünya, kabaca ele alınınca dünyanın en yalın ve tamamlanmış hali gibi görülmekte, onu anlamak için birtakım araç ve hesaplara ihtiyaç yokmuş gibi anlaşılmaktadır. Bir anlamda insanın dünyaya dahil olmak için gözlerini açıp kendisini hayata bırakması yetecekmiş gibi bir düşünce ortaya çıkmaktadır (Merleau-Ponty, 1948, s.11). Fakat algılar dahil olduğunda, zaten karmaşık bir kavram olan mekan daha da karmaşık bir hale gelmektedir. Ancak buna rağmen algının bu etkileşimde yerini alması mekanı somutlaştırdığı için anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

İnsanın mekanı algılaması, öncelikle dünyaya gelmesinden itibaren başlamakta ve yaşlı ilerledikçe kendisinin geliştirdiği sistemler ile zihninde yoğunlaşarak gerçekleşmektedir (Özen, 2011, ss.137-148). İnsanlar mekansal deneyimlerini bu doğrultuda oluşturmaktadırlar. İnsanın mekan algısı, mekan içinde ya da çevresinde kısa veya uzun süreli deneyim edinmesi ve bu şekilde mekanın hatırlanması ile alakalıdır.

Lefebvre'ye göre her toplum kendi mekansal pratiğini meydana getirmektedir. Mekansal pratik için bir beden kullanımının olması gerekmektedir. Ellerin, organların, bedenin her parçasının, çalışma hareketlerinin ve çalışma dışı faaliyet hareketlerinin kullanılması vb. mekansal pratiğin kullanımında etkili olan parçalardır (1974, ss.68-69). Öyle ki mekanın hayali bir tarafının olması demek, onun algılanabilir bir özelliğe sahip olması demektir. Çünkü hayal (imge), zihinde algı yoluyla meydana gelen gerçekliğin yansımasıdır. Bu doğrultuda, deneyimler sonucunda somutlaşan mekan, hayal gücüyle zihinde yer almaktadır (Uysal, 2009, ss.6-7).

Mekan algısına kent ölçeğinde yaklaşan Lynch ise, kentsel algının önemine dikkat çekerek, algılamayı kentte yaşayan insanların kenti algılama ve anlamlandırma süreci üstünden değerlendirmiştir (Lynch, 1960, s.51). Mekanın biçimsel olarak ne tür malzemedен, nasıl bir ortamda üretildiğinden öte önemli olan, o mekanın nasıl bir algı ile meydana geldiğidir. (Yırtıcı, 2005, s.1).

Mekan algısı üzerine yapılan tanımlar birbirinden farklı olsa da ortak noktaları da bulunmaktadır. Örneğin duyu organlarının etkinliği ve geçmiş bilginin algılamayı kolaylaştırması bütün tanımların ortak bir sonucudur. Geçmiş bilgi aynı zamanda mekanın önemli bir parçasını meydana getiren gündelik işlerle alakalıdır. Porter'a göre; dış ve iç mekana yönelik deneyimsel algı, eylemi de içine alan duygusal bir olaydır. Farklı deneyimler sahip olan mekanlara, duyu organları kanalıyla beyin, farklı tepkiler göndermektedir (Başkaya, 2001, s.68). Bunun sonucunda beden mekan ilişkisinde somutlaşmakta dolayısıyla mekansal pratiğin bedensel temsilinde kendini göstermektedir.

3.2.2. Mekanda Anlam

Semantik ve fenomolojinin ana unsurlarından biri olan anlamın, çeşitli disiplinler içinde ele alınması mekanda algı konusuna duyulan ilginin ispatı niteliğindedir. Anlam kavramına olan ilgiye, örneğin antropoloji içinde sembolik antropolojinin gelişiminde, metafor çalışmalarında, yapısalcılığın gelişimiyle ilgili çalışmalarda rastlanmaktadır. Ayrıca coğrafyada ve mimarlıkta, objelerin kullanım ve işlevliği ile alakalı olarak psikolojide yeniden canlanan anlam çalışmalarında da karşılaşılmaktadır (Rapoport, 1990, s.35).

Mekansal anlam; anlamsal objelerde, simgelere yönelik çalışmalarda, antropoloji, psikoloji ve etnolojide geçen sözsüz iletişimine dayalı çalışmalarda fazlaca yer almaktadır (Rapoport, 1990, s.36). Mekanın anlamı, mekan kimliği (place identity), yere bağlılık (place attachment) ve yer duygusu (sense of place) gibi çevre psikolojisiyle ilgili ampirik çalışmalarda büyük bir yere sahip olmaktadır (Gustafson, 2001, s.7).

Yaşam mekanları ve bu mekanlara yüklenen anlamlar, insan ve toplum arasında oluşan ilişkinin ve çevre ile insan arasındaki ilişkinin etkili faktörlerindedir. Fiziksel çevre, orada yaşayan insanların alışkanlıklarını, kültürlerini, değerlerini, inançlarını, dünya görüşlerini aktaran ve etkileyen bir alandır ve çok sayıda anlamı yansıtmaktadır. İnsanın

yaşadığı mekan ile olan ilişkisi tamamen bireyseldir. Bu sebeple mekana yüklenen anlam da zamana, duruma ve kişilere göre değişiklik göstermektedir. Mekanın anlamı, çoğunlukla fiziksel olarak işaretlerle, malzemeyle, renklerle, şekillerle, büyüklükle, mobilyalarla, peyzaj vb. somut parçaların etkisiyle meydana gelmektedir. Somut bir niteliğe sahip olan bu unsurlar zihinsel haritalara yerleşirken psiko-sosyal açıdan yorumlanarak hem kişilerin, hem de kentlerin ortak hafızasında mekanın anlamını şekillendirmektedir. İnsan ve çevresi arasında gerçekleşen çift taraflı aşamalar neticesinde anlamlandırılan mekanlar çevresel imgeler halini almaktadır. Çevresel imge ise kimlik, yapı ve anlamdan oluşan üç bileşenden meydana gelmektedir (Lynch, 1960, s.8).

İnsanın, dar anlamda yaşadığı mekana (ev, iş vb.) geniş anlamda yaşadığı kente değer yüklemesi, o mekanın birey için taşıdığı anlamla ilişkilidir. Başka bir ifadeyle, birey mekanı yalnız ilişkilendirilmiş görsel ya da şekiller yoluyla yaşamazlar, aynı zamanda anlam oluşturarak ve bilişsel süreçlerin yoluyla mekanın anlamını dinamik bir biçimde oluştururlar (Pløger, 2001, s.64).

Bir mekan; fiziksel olarak, yorumlanarak, hissedilerek, algılanarak, imgelenecek vb. özetle yaşanarak oluşturulmaktadır. Bu da bir mekanın, kişiler tarafından adlandırılmadan, kimliğe büründürülmeden, tanımlanmadan bir mekan olamayacağı sonucunu çıkarmaktadır (Gierny, 2000, s.465). Bu da mekanın anlamının sosyal çeviri, dönüşüm ve deneyimin sonucu olarak oluştuğunu ifade etmektedir (Soja, 1989, ss.79-80).

Norberg-Schulz'un Genius Loci adlı eserinde mekanda anlam kavramına dikkat çekmektedir. Anlam, bir kentsel mekana kimlik kazandıran, orada yaşayan insanların doğrudan açıklayamadıkları, ancak varlığının farkında oldukları bir anlama çıkmaktadır. Bu sebeple anlamın modern dinamizm içinde saf olarak enstrümental ve belirgin işlevinin çok fazlası olduğuna ve anlamın doğanın nasıl işlediğini algılama da merkezi bir konumda bulunduğunu göstermektedir. Bu sebeple, fiziksel çevre, giysiler, eşyalar, konutlar, bahçeler, sokaklar, limanlar vb. çok sayıda ögenin mekan kimliğinin meydana gelmesinde ve bireylerin çevresindeki kültürü özümsemesinde etkili olduğu savunulmaktadır (Rapoport, 1990, s.15).

3.2.3. Mekan Aidiyeti ve Mekansal Deneyim

Aidiyet ve kimlik kelimeleri çoğunlukla birbirinin yerine kullanılabilir (Youkhana, 2015, s.12). Yuval-Davis (2006, s.199) aidiyeti;

- a) Farklı güç eksenleri ve sosyal gruplaştırmalarla oluşan çeşitli sosyal statülerle,
- b) Kişilerin tanımlamaları ve duygusal bağlılıklarıyla,
- c) Ortak etik ve siyasi değer olgularıyla alakalı, olarak ifade etmektedir.

Aidiyet, “sınıf, ırk, cinsiyet, yaşam döngüsü evresi, cinsellik ve yetenek gibi farklı birden fazla eksen boyunca inşa edilmiş ve müzakere edilmiş dinamik bir süreçtir” (Yuval-Davis, 2006, s.200). Yuval-Davis’in yapmış olduğu bu tanım, aidiyetin kategorik eksenlerine, inşa edilmişliğine ve hareket şekline önem vermiştir. Sosyal bilimciler de aidiyetin yer ve mekanla olan ilişkisine dikkat çekmektedirler. Anthias, aidiyetin; yerel ve küresel arasındaki arayüzde yer aldığını ifade etmektedir.

Anthias (2006, s.65), aidiyet kavramının içsel mekana itiraz etmek, içsel sosyal farklılık gruplaştırmalarına karşı durmak ve ötekileştirmenin çoğalan karışıklığına dikkat çekmek amacıyla “translokasyonel konumlar” (translocational positionalities) kavramını tanıtmıştır. Bu tanımda mekansal referans iki taraflıdır ve bir yönden mekan etkileşimin önemini, diğer yönden de eylemin önemini gösterir. “Translokasyonel konumlar” kavramı aynı zamanda kişinin karmaşık ve değişken hayatları içindeki insanların konumlarını ifade etmektedir (Youkhana, 2015, s.12).

Antonsich’de aidiyetin mekansal boyutuna dikkat çeken sosyal bilimciler arasında yer almaktadır. Antonsich’e göre mekan aidiyeti “evinde hissetmek” duygusuyla ilişkilidir. Bu doğrultuda, “ait olmak” demek, kişinin kendisini evinde hissedeceği bir yer bulması demektir (Antonsich, 2010, s.646). Antonisch’in üstünde durduğu mekansal referans, maddi bir niteliği olabileceği gibi olmama ihtimali de bulunmaktadır. Burada bahsedilen maddi nitelik, coğrafi bir alan, alışkanlık, emniyette hissetme ve Yuval-Davis’in tabiriyle, duygusal bağlılık, “evde olma hissi” şeklinde tanımlanan sembolik bir alana işaret etmektedir. İnsanın hayatını idame ettirdiği evi, mahallesi, sokağı, kaldığı öğrenci yurdu ya da daha genel olarak ulusu, memleketi vb. birçok öge mekan aidiyetinin konusu içine girmektedir. Antonsich ise aidiyeti, sınırları belirlemek için sözlü olarak kullanılan sosyal bir kaynaktan öte kişisel, samimi ve varoluşçu bir boyut tarafından anlatılan bir “benlik duygusu” ile yakından ilişkilidir şeklinde ifade eder (Antonsich, 2010, s.647).

Lefebvre toplumsal iletişimi ve üretimi incelerken sosyal gerçekliğin üçlü bir akıl yürütmeden bahseder: sosyal düşünce, sosyal pratik ve şiiresel-yaratıcı eylem. Toplumsal hayatlar uzayda bir yer kaplar, yaşanır, algılanır ve düşünülür (Youkhana, 2015, s.15). Buna göre aidiyet de uzayda bir yer kaplar, meydana gelir. Bu sebeple sabit olmayan değişken bir niteliğe sahiptir.

Cuba ve Hummon (1993, s.112)'a göre meskenlerde yaşayanların nüfus özellikleri, yaşadığı alanın kimliğinde önemli bir yer tutarken yerel topluluk eylemlerine katılım da topluluk kimliğinde büyük rol almaktadır. Bununla birlikte, ortaklaşa kullanılan mekan eylem unsurları da bölgesel bir kimlik oluşturur (Proshansky vd., 1983, s.58).

Sosyal bilimciler, mekan kimliği üzerine, bireylerin özelliklerini kendi benliklerine ya da diğerlerine aktarmak amacıyla mekanın kullanma şekillerine dikkat çekmişlerdir. Yine aidiyet konusunda araştırmacılar, bireylerin bağlanma ya da ev duygusu meydana getirmek için alanları kullanma şekillerini inceleme konusu yapmışlardır. İnsan ile mekan arasında oluşan kaynaşma, mekanda duygusal bağları barındırmakla birlikte ihtiyaç ve değerleri de kapsamaktadır. Mekanla insan arasında oluşan bütünleşme, sık sık “evde” olma, alanda rahatlık, tanıdık ve “gerçekten ben” hissi şeklinde yaşanır. Her koşulda, mekan aidiyeti önemli alanlarla bütünleştirir ve bu da kişinin sosyo-mekansal dünyasına bir düzen getirir (Cuba ve Hummon, 1993, s.113).

Mekan tanımlarında aidiyet bireylerin hayatına pozitif katkılar sağlayan bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu doğrultuda mekansal aidiyet ve bağlılıktan eksik kalmak ise negatif sonuçlar doğurur anlamına gelmektedir. Antonisch, insanın mekan aidiyetinden yoksun olması halini, “yalnızlık, yalıtılmışlık, yabancılaşma ve yer değişim duygusu olarak tanımlamakta ve bunun motivasyon, mental sağlık problemlerine yol açabileceğini ifade etmektedir (2010, s.650). Ait olabilmek için “insanların kendi kimliklerini ifade edebildiklerini, yaşadıkları topluluğun ayrılmaz bir parçası olarak kabul gördüklerini, seslerinin duyulduğunu ve değer verildiklerini hissetmeleri gerekir” (Antonisch, 2010, s. 252).

Favell (1999), aidiyet duygusunu “sınırları korumanın çirkin yüzü” şeklinde ele alır. Bu yaklaşımda geçen sınırlar, genel olarak siyasal topluluğun aidiyet sınırlarıdır ki “bu sınırlar bazen fiziki olarak ve daima sembolik olarak dünyayı ‘biz’ ve ‘onlar’ olarak ayırır”.

Mekana aidiyet konusuna dikkat çekmek isteyen Baumeister ve Leary, çok sayıda erken uygarlığın sürgün etmesini örnek vermiş ve bunu ölüme eşdeğer görmüşlerdir. Buna benzer olarak yine modern uygarlıklar ise cezaevini insanları cezalandırmak için kullanmışlardır. Her iki koşulda da varılmak istenen yer, insanın hayatının ancak ait olduğu topluluk ve ilişkiler içinde anlamlı olduğudur. Bir insanı kendisi ait olduğu ve bağlı hissettiği alanlardan alıkonulması ona verilebilecek en ağır cezadır (Baumeister ve Leary, 1995, s.521).

Mekansal aidiyet ile güvende hissetme duygusu arasında da yakın bir bağ kurulmaktadır. Çünkü insanların, kendilerine tanıdık gelen mekanlarda kendilerini daha iyi hissettikleri ve bu hisle birlikte aidiyet duygusu ve bağlılık geliştirdikleri savunulmaktadır (Solak, 2017, s.21).

Mekanlar ve bunlarla bütünleşen anlamlar insanlara karmaşık yollarla katkı sağlasa da, mekanın görüntülenmesi ve alana olan aidiyet hissi kullanım sonucunda yaşanan deneyimin etkileridir. Sosyal bilimciler mekanın görüntülenmesi üzerine, kişilerin benliğin özelliklerini kendi benliklerine ya da diğerlerine iletme amacıyla mekanı kullanma şekillerine dikkat çekmişlerdir. Araştırmacılar, insanların mekanlara olan aidiyet duygusunun da yaşanan deneyimler neticesinde oluşma aşamalarını incelemişlerdir. Mekan ile insan arasında oluşan bütünleşme, mekana karşı gelişen duygusal bağları, ihtiyaçları ve değerleri içermektedir. Mekanda yaşanan deneyimle birlikte ortaya çıkan bütünleşme, sık sık “evde” olma, tanıdık ve “gerçekten ben” hissi olarak yaşanır. Her iki durumda da, mekan kimlikleri benliği önemli mahallerle birleştirir ki bu da kişinin sosyo-mekansal dünyasına bir aidiyet duygusu ve düzen getirir (Cuba ve Hummon, 1993, s.113).

3.2.3.1. Mekanı Kendileme

Kendileme, bir kişinin kendi çabasıyla ortaya somut ürünler çıkarması ve bunları kendi ihtiyaçları doğrultusunda kullanması anlamına gelmektedir. Kendileme, oluşturulan ve devam ettirilebilen mekansal alanın niteliklerini barındırmaktadır (Graumann, 2002, s.104). Mekanın kendilenmesi, örgütün gereksinimlerini ve isteklerini gidermek için modifiye edilmiş doğal mekanı ifade etmektedir. Bu da bir mülk ile aidiyet duygusunu gerçekleştiren en iyi ve en gerekli yol olarak ele alınmaktadır (Lefebvre, 1995, s.165).

Graumann, mekanın kendileme modelini; tarihi ve psikolojik olarak iki açıdan bakarak değerlendirmektedir. Tarihi açıdan bakış, mekanı işaretleme, isimlendirme, anlamlandırma, gruplandırma ve mekanı çeşitli şekil, sözcük, kural, düzenleme ve kanunlarla uygun ya da uygun olmayan biçimiyle şeklinde değerlendirmeyi ifade etmektedir. Ayrıca bu yaklaşım, şehir düzenlemesi, tabiatın işlenebilir duruma gelmesi, kaynakların varlığı ve tedarigi, hayvanların yetiştirilmesi, farklı ulustan insan ve toprakların fethedilmesi, yerleşim yerlerinin kurulması, mekanın bilimsel ve sanatsal sunumu ve iletişim kanalıyla mesafelerin yakınlaşması konularını da içine almaktadır (Graumann, 2002, s.104).

Mekan perspektifinde kendileme yaklaşımları, bu yaklaşımların kişinin veya bir örgütün sosyal kimliğinin meydana getirilmesi, devam ettirilmesi ve mekana duyulan aidiyetlik duygusu diyalektik bir sürecin neticesidir. Ayrıca bu süreç; mekanın hareketleri, değişimi, uyumu, bölgesel dönüşümü ve bireyin kimliğinin bütünleşmesindeki şekilsel tanımlamasını da içine almaktadır (Pol, 2002, s.16).

Kendileme kavramı, yapma (making) ve eylemi (acting) kapsamı sebebi ile dönüştürme ve değiştirme süreci olarak ifade edilmekte, onay ve niyet etmeyi de temelinde tutmaktadır (Göregenli, 2010, s.124). Kendilemenin, bir alanın ya da mekanın dönüştürülmesinde oluşan bir yetki ve kontrol göstergesi olduğuna da işaret etmektedir. Kendileme sürecinin oluşması için mekanı kabullenme önemli bir faktörken zorunlu bir koşul olmamaktadır (Bilgin, 2011, s.177). Çünkü şehirlere, caddelere ya da birtakım genel mekanlar sahiplenilmez ama insan bu mekanlara kendinden bir şeyler katabilir. Bu özellik kendilemenin somut olarak direkt mekanın kendisi ile alakalı olmamasından, mekanın manası ve sağlanan ilişkileri belirtmektedir (Göregenli, 2010, s.124). Bu doğrultuda, kendilemenin kimlik oluşumunda bir süreç olduğu da anlaşılmaktadır. Öyle ki kendileme sürecinde birey, tarihsel olarak şekillendirilmiş olan insani fonksiyonlarını ve becerilerini yeniden üretirken bununla beraber kendini üreterek dönüştürür (Bilgin, 2011, s.177).

Mekan kendilemesi, insanların çevrelerine karşı olan sorumluluklarını da olumlu olarak etkilemektedir (Pol, 2002, s.11). Kendine has özelliklerin yansıtılması ile meydana gelen özgürlük alanı aitlik duygusunu ve mekana bağlılığı da desteklemektedir. Bir mekanın kendilenmesi için üç faktörün gerçekleşmesi gereklidir; sahiplenme hissi, korunan mekan

ve yer aidiyeti (İlgin ve Hacıhasanoğlu, 2006, s.60). Sahiplenme, kişisel özgürlük alanlarının denetiminin kendileri aracılığıyla yapılarak oluşmaktadır. Sahiplenme hissi ile psikolojik ve fizyolojik risklere karşı savunulan mekan korunan mekanı ifade eder. Mekanlar, sahiplenildikleri kadar korunmakta, kullanılmakta ve böylelikle yer aidiyeti ile bağlılık çoğalmaktadır.

3.3. Mekan ve İnsan Etkileşimi ile İlgili Temel Yaklaşımlar

Mekanın anlamı, işaret, malzeme, renk, şekil, büyüklük, mobilya, peyzaj vb. somut unsurların katkısıyla meydana gelmektedir. Bu unsurlar zihinsel haritalarda oluşurken psiko-sosyal olgularla algılanarak hem kişilerin hem de kentlerin toplu olarak hafızasında mekanın anlamını meydana getirmektedir. İnsan ve çevresi arasında cereyan eden iki taraflı bir süreç neticesinde ortaya çıkan ve anlam yüklenen mekanlar çevresel imgelere dönüşmektedir. Çevresel imgeler de kimlik, yapı ve anlamdan meydana gelen bileşenlerden oluşmaktadır (Lynch, 1960, s.8).

İnsanın, dar manada yaşadığı mekana (ev, iş yeri...) geniş manada yaşadığı şehre değer yüklemesi, o mekanın insan için taşıdığı anlamla ilişkilidir. Diğer bir ifadeyle, kişiler mekanlarını yalnız ilişkilendirilmiş görsel ya da şekiller yoluyla yaşamazlar, bununla birlikte yorumlayarak ve bilişsel süreçlerin kanalıyla mekanın anlamını dinamik biçimde oluştururlar (Pløger, 2001, s.64).

Bir mekan oluşturulurken hissedilir, algılanır, yorumlanır ve imgelenir. Bütün bu unsurlar mekanın inşa sürecinde büyük rol almaktadırlar. Bu doğrultuda, bir mekanın kişi tarafından isimlendirilmeden ve tanımlanmadan oluşamayacağı anlaşılmaktadır (Gierny, 2000, s.465). Bir mekanın kişi tarafından isimlendirilmeden ve tanımlanmadan oluşamayacağı durumu, bir yerin anlam ve düzenlemesinin mekansallaşmanın ürünü olarak karşımıza çıktığını ifade etmektedir (Soja, 1989, s.79-80). Anlam, kentsel mekanların kimliğini oluşturan, o alanda yaşayıp da tam ifade edemedikleri ancak varlığının farkında oldukları bir olguya işaret etmektedir. Bu sebeple fiziksel çevre, giysiler, mobilyalar, konutlar, bahçeler, sokaklar, limanlar vb. çok sayıda alan ve mekanın kimliğinin ortaya çıkarılmasında ve insanların çevresindeki kültürü özümsemesinde etkili olduğu belirtilmektedir (Rapoport, 1990, s.15).

3.3.1. Fenomonolojik Yaklaşım

Fenomonolojik yaklaşım, literatürde geniş bir anlama sahip olması sebebiyle mekan ve insan ilişkilerinin anlaşılması için etkili bir yol olarak ele alınmıştır (Manzo, 2003, s.48). Yunancadan gelen Phenomenon/fenomen kelimesi; görünen, dış görünüş, görüngü, olay anlamlarını taşımaktadır. Fenomenoloji ise insan ve onun deneyimleri ile başlayan, önceden ortaya çıkmış kabuller, ön yargılar ve felsefi öğretilerden geri durmaya çabalayan bir yöntemdir ve olayları toplumsal aktörler kanalıyla “doğrudan doğruya” anlaşıldığı biçimde analiz etmektedir (Wallace ve Wolf, 2004, s.297).

Fenomenolojinin kurucusu olarak Edmund Husserl kabul edilmektedir. Husserl’e göre, fenomenoloji, bir varlığın herhangi bir durumu yerine bütünü ele almaktadır. Algıları algı olarak, yargıları yargı olarak, duyguları duygu olarak değerlendirir ve fenomenoloji de bütün disiplinlerde etkinliği olan bir alandır (Öktem, 2005, s.28). Husserl’in “şeylere dönelim yeniden” çağrısı fenomenolojinin sloganı olmuştur (Wolff, 2002, s.499). Bu çağrı, kabul ettirilen düşüncelerimizi, kültürümüzü sorgulama, askıya alma çağrısıdır. Dolayısıyla bu çağrı ile bizden yapmamızı istediği; kabul ettiklerimizi, inandıklarımızı, dünya bakış açımızı sorgulamamız gerektiğidir (Wallace ve Wolf, 2004, s.297). Fenomenoloji, fiziksel dünyanın bilinen dünyanın aslında “gerçek” bir dünya olmadığını, insanların düşüncelerine göre şekillenen görelî bir dünya olduğunu savunmaktadır (Eyce, 2011, s.6). Bu yaklaşım, hayatı yoruma dayalı bir şekilde analiz etmektedir. Bu da fenomenolojinin bir felsefi sistem olmayıp, şeyler’in içinde gizli öz’ün bilgisine varmaya çalışan bir yol olarak ileri sürüldüğünü kabul etmektedir (Erbaş, 1992, s.160). Fenomonolojinin ana gayesi ise gündelik hayatı ve gündelik hayatta gerçekleşen iletişimde kullanılan bilinç sürecini incelemektir.

Fenomenolojinin çalışma alanı insanların kişisel deneyimlerinin meydana geldiği gündelik hayat pratikleri ile sosyal ilişkilerin insanlar üzerindeki etkilerini incelemesi üzerinde gerçekleşmektedir (Ersoy, 2007, ss.297-298). Fenomenoloji, mekan ile insan ilişkilerinde bir felsefe disiplini olarak değil, mekanın somut yansıması olan mimari formun anlamını ve insan-mekan ilişkilerinin anlamını sorgulama doğrultusunda uygulanan bir sistemdir. Ayrıca fenomenoloji, kentsel mekanı anlamada kaynağa varmak, özü bulmak ve belirli kavramlara netlik kazandırmak gayesi ile son zamanlarda, en çok da kuram ve pratik arasındaki ilişkiyi geliştirme gayretinde olan tasarımcılar aracılığıyla

kullanılan, felsefe boyutu kadar psikolojik yanları da olan bir yaklaşım olarak ele alınmaktadır (Olgun, 2009, s.86).

Fenomenolojik olarak mekan, gündelik hayatın hammadde olarak ve bu çerçevede bir nicelik şeklinde ele alınmaktadır. Nitekim mekan, insan hareket ve uygulamaları için gereksinim duyulan bir alan, bir hammadde ve her varlık, zaten var olarak bir mekanı işgal etmektedir. Bu sebeple mekan varoluşun ve eylemin hammadde olarak da değerlendirilmektedir (Bilgin, 1990, s.63). Bu doğrultuda mekan yeniden düzenlenmiş, “ev” ve “konut” gibi kavramlardan yola çıkarak “kavramsal mekan” ve “yaşanan mekan” arasındaki ayırım çeşitli çalışmaların ana konusu olmuştur (Göregenli, 2010, s.123).

Martin Heidegger ve Gaston Bachelard, mekanı fenomenolojik olarak ele alan isimlerdendir. Bachelard, Mekanın Poetikası isimli eserinde, mekanı ve insanın mekanla olan ilişkisini fenomenoloji esaslarına göre değerlendirmektedir. Burada, insanın yaşadığı mekanı (evini) insan ruhunun keşfedilme yolu olarak kullanmaktadır. İmgelemeyi, insan tabiatının önemli bir unsuru olarak ele almakta ve bir imgelem metafiziği kurma da nedenselliğin yeterli olmayacağını, bunun da ancak fenomenolojinin yani insanın zihninde imgenin oluşmasını analiz ederek yapılabileceğini savunmaktadır (Bachelard, 1957, s.198).

Martin Heidegger, mimarlığı bir düşünme konusu şeklinde ele alarak, mekan ve insan arasındaki ilişkiyi fenomenolojik yönden incelemiştir. Heidegger, mekanın yalın bir yapı olmaktan öte götürmüş, bir etkileşim ve deneyim alanı şeklinde değerlendirmiştir. Heidegger’in “Dünya içinde olmak” söylemi, insanların mekanla olan ilişkisine işaret etmektedir (Bolak, 2007, s.25).

3.3.2. Sosyolojik ve Sosyo-Psikolojik Yaklaşımlar

Sosyoloji, psikoloji ve sosyal psikolojide mekan ve insan ilişkisi bazı teorilerle değerlendirilmiş ve mekan insan ilişkisi hakkında davranış bilimlerini de kapsayan çok sayıda yaklaşım öne sürülmüştür. Mekanın insan davranışı üstündeki etkileri, mimarlıktan, kent sosyolojisine, şehir planlamasına, siyasete, eğitime değin çok sayıda alan içerisinde değerlendirilmektedir.

Sembolik ilişki yaklaşımı içeriği ile alakalı diğer yaklaşımlara zemin hazırlamakta kendisinden beslenmelerini sağlamaktadır. Sembolik etkileşim yaklaşımı Chicago Okulu’ndan Herbert Blumer’in geliştirdiği ve temeli psikolojik alışkanlıklara dayanan bir

Amerikan sosyoloji akımıdır. Sembolik etkileşim yaklaşımı, toplumun şekillere verdiği anlamlar ve bu anlamların tutumlara olan etkisine dikkat çekmektedir. Bu yaklaşımı kabul eden sosyal bilimciler yaşadıkları yerin “sembollerle” kurulduğunu, insanların da bu sembolleri okuyarak anlam oluşturduklarını ve bu doğrultuda kendisi için bir “durum tanımlaması” (Poloma, 1993, s.221) yaparak hareket ettiklerini savunmaktadırlar. Bu anlam yükleme ve harekete geçme sürecinin özünde “bireyin kendisi” bulunmaktadır (Wallace ve Wolf, 2004, s.226).

Sosyal ve fiziksel çevrede insan ile mekanlar arasında bir ilişki meydana gelmektedir. Bu sebeple insan ve mekan ilişkisi sembolik etkileşim kuramcılarının çalışma konusu olmaktadır. İnsan ile mekan ilişkisine karşı oluşan bu ilgi sonucunda çeşitli çalışmalar yürüten Chicago Okulu ilk kent bilim okulu olma özelliğine sahip olmuştur (Duru ve Alkan, 2002, s.11). Chicago Okulu’nda şehirler hakkında yürütülen çalışmalar, sembolik etkileşim yaklaşımının mantığıyla “kentlerin mekansal düzenleme biçiminin toplumsal ilişkilere etkisi” ve “kentlilerin yaşam biçiminin geleneklerinin oluşturduğu kültürel yaşam” konularını kapsamıştır (Duru ve Alkan, 2002, s.12).

Sosyolojik ve psikolojik anlamda sembolik etkileşim yaklaşımı mekanın anlaşılıp okunmasına olumlu katkılar sağlamıştır. Sembolik Etkileşimci Yaklaşım (Smith, 2006, s.124), planlanmış fiziksel çevre ve “ben ”in, “ötekini etkilediği ve bu sebeple de anlamının gerçekleştiği üstünde durmaktadır. Planlanmış fiziksel çevrenin, insanların paylaşılan şekillerini ve anlamlarını yansıttığını göstermektedir. Planlanmış fiziksel çevrenin yalnız tutum ve davranışların kaynağı olmadığını, tersine bazı tasarlanmış fiziksel mekanların, alanların ve objelerin, düşünceleri ve hareketleri belirleyen ajanlar gibi öz yansıtmaya (self reflection) yönlendirdiğini söylemektedir.

3.3.3. Marksist Yaklaşımlar

Mekan ve insan ilişkileri üzerine yapılan araştırmaların çoğunlukla toplum ve mekan arasında oluşan ilişkilerden yola çıkarak gelişmiştir. Bu alanda her ne kadar çok çeşitli tanımlamalar yapılmış olsa, ilgi alanları farklı olsa da tümü mekanın sosyal, politik, kültürel ve ekonomik şartlar neticesinde şekillendiği onaylamıştır. Marxizm’in mekan üzerine yaptığı incelemeleri sınıf mücadelesi ve sermaye birikim süreçleri ile bağlanırken, Marksist teori, kent ile olan ilişkisini Marx ve Engels’den başlayarak bugüne değin eleştirel bir tutumla analiz etmiştir. Marx’ın incelemelerinde kent mekanının sınıf

bilinci tarafından ehemmiyetine göndermeler yapılmasına rağmen, incelemelerinin düzenli bir değerlendirme veya teorileştirme olmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca Engels'in "İngiltere'de İşçi Sınıfının Durumu" isimli çalışması, kent mekanına ilgiliye işaret etmektedir. Marxizm'in mekana olan özeni, hatta kent mekanına yönelik analizleri 1960'lı yılların sonlarına doğru Marxist coğrafyacı ve sosyologların değerlendirmeleriyle beraber çoğalmıştır. Marksist coğrafya bilimcileri, mekanın toplumsal yapılarla ilişki halinde ve mekansal süreçlerin arkasında bulunan sosyal, iktisadi ve sosyal ilişkilerin değerlendirilmesinin önemini belirtmişlerdir (Işık, 1994, s.17).

Mekan sosyolojisinde, Henri Lefebvre, David Harvey, Manuel Castells, Edward Soja, Michael Foucault, Doreen Massey, Martina Löw ve John Urry literatürde ilk akla gelen isimlerdir. Lefebvre, Harvey, Castells ve Soja'yla başlayan mekansallık sorunsalı, onlarla beraber ve onlardan sonra mekan çerçevesinde gelişmiş ve mekan, kentselleşmede kapitalist ilişkilerde tekrar tanımlanmıştır. Mekanın bu süreçteki yükselişi Marxist yaklaşım doğrultusunda mekanın kapitalist üretim zincirinde nasıl bir yol izlediği, bunun üretim yolu olmakla birlikte aynı zamanda kontrol ve ideoloji yolu şeklinde kullanılma şekilleri ile alakalı yeni yorumlar kapsamında gerçekleşmiştir.

Özetle yapısalcı-Marksist kuramla beraber mekan, toplumsal olay ve olguların meydana geldiği alan olması ile birlikte başlı başına bir etken olarak da değerlendirilmektedir. Bu yaklaşımla birlikte sosyal bilimlerde mekan, sosyal süreçlerde hem etkili hem de onlarla birlikte şekillenen bir "yapı", "ajan" ve "etken" olarak ele alınmaktadır (Kaygalak, 2011, ss.1-10).

Henri Lefebvre

Fransız felsefeci Henri Lefebvre, kent sosyolojisi yazısında ilk kez kentsel mekan haricinde "mekan" kelimesini kullanmış ve modern dönemin Fordist-kapitalist mekanı için gerçekleştirdiği incelemeler ile Marxist yaklaşıma mekansallık kazandırmıştır. Lefebvre, mekanın pasif coğrafi bir alan olgusundan çıkıp daha fonksiyonel bir niteliğe sahip olduğunu savunmakta ve incelemelerinde mimari yapı ve kent planının vasıtasıyla mekanın politik kimliğine dikkat çekmektedir (Lefebvre, 1995, s.92).

Lefebvre'in kentsel mekan konusunda yapmış olduğu çalışmalarını kapitalizm üzerinden yapmaktadır. Filozofa göre kapitalist düzende, sermaye mekanı bir mal haline getirmiştir. Kapitalizm, metaların mekansal yerleşmede üretildiği aşamadan, mekanın kendisinin az

bir kaynakla üretildiği bir sisteme dönüşmüştür. Başka bir ifadeyle, malların mekanda üretiminden, mekanın mal olarak üretimine geçilmiştir (Lefebvre, 1995, s.116).

David Harvey

Mekan ve insan ilişkisini Marksist bir yaklaşımla ele alan başka bir filozof da David Harvey'dir. Coğrafya bilimi ile uğraşan Harvey, mekan ve iktidar ilişkilerini Lefebvre'in analizleri doğrultusunda geliştirmiştir. Ancak farklı olarak da Lefebvre'nin mekansal ilişkiler için öne sürdüğü bağımsız ve belirleyici özellikleri kabul etmemiştir. Harvey'e göre mekan, ontolojik bir sınıf olmayıp, bireyi şekillendiren ve birey aracılığıyla şekillendirilen toplumsal bir durumdur. Mekansal semboller, içinde toplumsal süreçlerin meydana geldiği cansız objeler olmayıp, toplumsal süreçleri, bu süreçlerin mekansal özelliğiyle benzer özellik taşıyan boyutlar şeklinde ele almaktadır (Harvey, 2003, s.11).

Harvey'in yaklaşımında kentsel mekanın önemi kapitalist üretim ilişkilerinin tanımıyla yapılmaktadır. Harvey, kenti; toplumsal bir oluşum, ekonomik gruplaşmaların özgür hali ve toplumun mekansal örgütlenmesi arasındaki ilişkiler olarak değerlendirmiş ve kenti sermaye birikim bağlamında tanımlamıştır (Harvey, 2003, s.12). Harvey'e göre kent toplumsal mekanlarla birlikte coğrafi düşünceleri de içine almaktadır ve bu doğrultuda ortaya çıkan kavramsal bir çerçeve ile gerçekleşeceğini savunmaktadır (Harvey, 2003, s.58-61).

Manuel Castells

Manuel Castells de kentsel mekan değerlendirmelerini Marksist bir yaklaşımla yapan düşünürlerdendir. Toplumların meydana gelme süreçlerini, fikri ve siyasi boyutta ele alır ve bu unsurların kentsel mekanda anlam kazandığını belirtir. Castells'in kentsel mekanlar üzerine sağlamış olduğu en önemli yarar, yeniden üretim süreçlerinin neden olduğu belirsizlikleri kentsel seviyede düzenli ve anlaşılır bir şekilde kavramsallaştırması olmuştur. Castells, kent ve kentsellik kavramlarının ideolojik bir içeriğe sahip olduğunu savunur. Bu teori de mekanın şekillenmesinin, kentsel hayatın ve yarattığı problemlerin ancak kapitalizm ile kentsellik arasındaki ilişkiler boyutunda anlaşılabilirliğini savunmaktadır (Castells, 1997, s.28).

Castells, kentsel mekanın iktisadi, politik, anlamsal boyutta ekonominin belirleyiciliği ile meydana geldiğini belirtmektedir (Ertürk, 1997, s.113). Bu doğrultuda, gelişmiş kapitalist ülkelerde kentsel mekanların, üretim ve dağıtım fonksiyonlarıyla ifade edilemeyeceğini,

tüketim fonksiyonu ile açıklanacağını öngörmektedir. Burada bahsedilen tüketim özelliğini de emeğin yeniden üretimi ile bütünleştirerek ifade etmektedir. Ayrıca, Castells'e göre kent bir tarih ürünüdür ve toplumsal oluşumların görüntüsüdür (Bal, 2002, s. 156).

Edward Soja

Edward Soja Lefebvre'nin yolundan giden, mekanı onun mantığıyla yorumlayan bir isimdir. Soja (1996, s.92), "The Thirdspace" isimli eserinde Lefebvre'yi "metafilozof" şeklinde adlandırır ve mekanın disiplinler arası özelliğini ortaya çıkaran ve mekan incelemelerine en fazla katkı sağlamış kişi olarak sunar. Mekanın toplumsal bir gerçeklik içinde olduğu, toplumsal gerçekliğin de tesadüfen oluşan mekansallığının olmadığı savunulmaktadır. Diğer bir ifadeyle, ona göre mekan hem sosyal yaşamın bir aracı hem de bir sonucudur. Soja mekanın inşa edilerek oluştuğunu söyleyerek üç kategoride ele alır. Gerçek mekan (birinci mekan), üzerinde yaşanan doğa, kainat yani fiziksel mekandır. Mantıksal ve formel soyutlamaları kapsayan zihinsel mekan ise imgelenen yani hayal edilen mekandır (ikinci mekan). Algılanan mekan (üçüncü mekan) ise sosyal (üretilen) mekandır. Burada bahsedilen birinci mekanın gerçek, ikinci mekanın ise imgesel olduğunu ve coğrafik oluşumun iki mekan düşüncesi çerçevesinde süregeldiğini savunmaktadır (Çetin, 2010, s.84). Üçüncü mekan ise birinci ve ikinci mekandan tamamen ayrı olarak bir mekansallığa denk gelmekte ve Soja bu mekanı sosyal mekan olarak ele almaktadır (Soja, 1996, s.11). Ayrıca, Soja da mekanı bir ideolojik yapılanmanın oluşumu şeklinde savunmaktadır (Soja, 1989, s.80).

3.4. Kültürel Sermaye Yansıması Olarak Kafeler

Kent alanlardaki tüketim mekanları bir tiyatro sahnesi gibi bireylerin rol ve rol performanslarını sergiledikleri zaman ve mekan örgütlemesi olarak öne çıkmaktadır (Harvey, 1997, ss.17-18). Bireylerin beğenilerine hitap edecek görünümde donatılan mekanlar kentin içerisinde belirlemektedir. Mekan, çekicilik ve hoş gitme hedefleri bağlamında topluluğun amaçlarının bir kenara bırakılması sonucu sadece güzellik ve ilgi çekicilik bağlamında şekillendirilmektedir. Bu bağlamda kent, bireylerin nesnelere ya da formlara ulaşabilmeleri için mekanlar sunmaktadır. Hayat tarzının inşası sürecinde birey söz konusu mekanlar içerisindeki semboller, göstergeler üzerinden yaşam biçimlerini şekillendirmektedir (Harvey, 1997, s.84-107).

Mekan tüketim ediminin merkezi olarak öne çıkmaktadır. Mekanın ve içindeki nesnelere sembolik değeri ve gösteri mantığı doğrultusunda tüketim araçları ya da tüketim katedralleri olan mekanlar, bireylere ürün veya hizmetleri tüketmelerine olanak sağlayan yerler olmaktadır (Ritzer, 2019, s.21-22). Kent mekanlarında bu tüketim ortamlarının önemli bir kısmı kafelerden oluşmaktadır. Bireylerin gün içinde yeme, içme ve giyinme gibi gündelik pratikleri, vakit geçirdikleri mekanlar, oturdukları yerler, gittikleri okullar gibi özellikler sosyal ve sembolik sermayelerin yansımasını oluşturmaktadırlar. Gündelik yaşamda önemli bir yere sahip olan kafeler, sermaye yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır (Çakı ve Kızıltepe, 2017, s.191).

Yabancı kökenli bir kelime olan kafe sözcüğü Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde "içecek ve hafif yiyeceklerin satıldığı, bazılarında kapı önlerinde oturacak yerlerin bulunduğu ayaküstü yiyecek yerleri" olarak tanımlanmıştır (TDK, 2020). Kültürden kültüre, ülkeden ülkeye değişiklik gösteren çok sayıda kafe bulunmaktadır. Sosyalleşme olgusunun gerçekleştiği mekanlar arasında bulunan kafeler topluma, coğrafyaya ve kültüre göre farklılıklar gösterirken bu niteliklere göre değişen yeme-içme davranışları kafe mekanlarının oluşumunda da etkili olmaktadır. Kafeler bir taraftan herkesin rahatça girip çıkabilmesini sağlarken diğer taraftan da sosyal farklılaşmayı barındıran mekanlar olmuştur. Kafelerin sahip olduğu modernlik imgesi (mekan tasarımı, ürün çeşitliliği gibi) beraberinde markalaşma ve tüketim kültürünü getirmiştir ve bunun bir sonucu olarak kafeler, farklı toplumsal yapının yeni simgesel göstergeleri olmuştur (Çağlayan, 2012, s.96-109). Mekana gitmek, ürünleri tüketmekten öte mekanın tüketilmesini içerir hale gelmiştir. Nitekim "toplumsal gösterimde sınıflararası farklılaşmayı belirgin bir şekilde ortaya çıkaran kafeler; kendilerine özgü bir müşteri görünüşü yaratırken, sınıflararası statü ayırımını da beraberinde getirmiştir" (Sami, 2010, s.170). Bu bağlamda gidilen mekanlar sembolik bir değere dönüşmekte ve sembolik sermayeye hizmet etmektedir. Bourdieu'nün de belirttiği üzere sembolik sermaye bütün sermayelerde görülebilecek, bireyin sahip olduğu toplumsal ağlar ile desteklenen ve ekonomik olarak görünebilen sermayedir (Bourdieu, 2007, s.68).

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEM VE TEKNİKLERİ

4.1. Araştırmanın Amacı

Sosyal bilimler alanında yapılan araştırmalar bireyin günlük giyindiği kıyafetlerde, yediği yemeklerde, arkadaşlık edindiği kişilerde ve içinde bulunduğu mekanlarda kültürel sermayenin etkisini ortaya çıkarmıştır. Aile ve eğitim ile edinilen kültürel sermaye bireyin tercih ve beğenilerinin temelini oluşturmaktadır. Gündelik yaşamın şekillenmesinde önemli rolü olan kültürel sermayenin ev, iş, eğlence vb. olarak tanımlananı mekanların şekillenmesi ve tercih edilmesine etkisini göz önünde bulunduran bu araştırmada üç temel soruya yanıt aranmaktadır.

1-Mekanın bir ihtiyaç ürünü olarak ortaya çıktığı düşüncesi bağlamında, günümüzde kullanım amacı aynı olan mekanların farklı nitelikler taşımasının nedeni nedir?

2-Bireylerin mekan tercihlerine aile ve çevre faktörü etki etmekte midir?

3- Bireyin mekan beğenilerinin eğitimi seviyesi ile ilişkisi bulunmakta mıdır?

Araştırmanın amacı; kültürel sermayenin mekan tercihine etkisi bağlamında mekansal ayrışmanın farklılıkları ne şekilde inşa ettiğine dair veriler sunarak literatüre katkı sağlamak ve sosyalleşme aracı olarak görülmekte olan mekanlarda farklılıkların ortadan kalkmasını hedefleyen kurum/ kuruluşlara araştırma sonuçları ile kaynak sağlamaktır.

4.2. Araştırmanın Önemi

Araştırma mekan ve kültürel sermaye bağlamında sosyalleşme aracı olarak kullanılan mekanların şekillenmesini ve toplumsal farklılıkların bu mekandaki işleyişini incelemektedir. Literatürde eğitimden hukuka, mimarlıktan müziğe birçok alanda kültürel sermaye odaklı araştırmalar yer alırken, kültürel sermaye ve mekan ilişkisiyle toplumsal farklılaşmayı ele alan sosyolojik araştırmalara çok az rastlanmıştır. Türkiye’de üniversiteler tarafından hazırlanan yüksek lisans ve doktora tezlerinin yer aldığı veri tabanı YÖK TEZ internet sitesinde “kültürel sermaye ve mekan” araştırması yapılırken üç araştırma ile karşılaşmaktadır. Bu araştırmalar;

1- Enes Yalçın, 2016 yılı, “Ekonomik, Sosyal ve Kültürel Sermayenin Kişisel Tercihlere Yansıması: Güvenlikli Sitelerin İzmir Örneğinde Değerlendirilmesi.” Yüksel lisans tezi.

2- Yavuz Acungil, 2017 yılı, “Kentsel Mekanın Hızlı Dönüştüğü Süreçlerde “Kültürel Sermaye” ve “Ekonomik Sermaye” İlişkisi: Tokat’ta 2000 Yıllarda

Kentsel Mekanın Dönüşümü ve “Bağ Evleri” Örneğinde Bir İnceleme.” Doktora tezi.

- 3- Cansu Kiremitçi Güler, 2020 yılı, “Yeni Orta Sınıf ve Kültürel Sermaye Ekseninde Mekanın Dönüşümü: Kadıköy Tarihi Çarşı ve Moda Örnekleri.” Yüksek lisans tezi.
- 4- Esra Özturhan, 2021 yılı “Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Değerlendirme Etkinliklerinde Mekân Tüketimi: Kafe Örneği” Yüksek lisans tezi.
- 5- Merve Kaplan, 2018 yılı “Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Bağlamında Çalışanların Kültürel TüketimPratiklerinin Bourdieu Perspektifinden İncelenmesi: Nitel Bir Araştırma” Yüksek lisans tezi.
- 6- Serap Kayalı, 2021 yılı “Mekân Sosyolojisi Bağlamında Kitap Kafelerin İnsan Ve Mekân Etkileşimi Açısından İncelenmesi: Ankara Örneği” Yüksek lisans tezi.
- 7- Hülya Özkan, 2022 yılı “ Kadıköy’de Kafelerin Tercih Sebepleri (Osmanağa ve Caferağa Mahallesi Örneği)” Yüksek lisans tezi.
- 8- Rüya Yurdum, 2018 yılı “Günümüzdeki Kamusal Örüntülerinin Kahve Zincir Dükkânları Bağlamında İrdelenmesi” Yüksek lisans tezi.
- 9- Duygu Kahraman, 2019 yılı “Gençler ve Yaşlıların Mekânsal Ayırışma Pratiklerinin Sosyal Hizmet Açısından Değerlendirilmesi: Caferağa Mahallesi Örneği” Yüksek lisans tezi.
- 10- Umut Erdoğan, 2018 yılı “Ekonomik ve Kültürel Sermaye Bağlamında Sosyal Sınıfların Farklılaşması: Ankara Örneği” Yüksek lisans tezi.

Bu tez araştırması, kafeler gibi toplumsal özelliklerin yansıması olan mekanlarda habituslara bağlı oluşmuş kültürel sermaye birikimlerinin mekan tercihlerine etkisi üzerine odaklanmıştır. Araştırma bireylerin sosyalleşme alanları olarak mekan tercihlerinin alt hikayesinde, sahip oldukları kültürel sermayenin mekansal nitelikleri belirlemesi ve bu niteliklerin mekanlarda toplumsal farklılıklara etkisine dair veriler toplamıştır. Bu nedenle mekanların salt fiziksel niteliklerle ayırışmadığı ve toplumsal özellikler barındırdığına dair yapılacak olan araştırmalara ve Türkiye’de son dönemlerde mekan sosyolojisine ilginin artması nedeniyle bu alanda yapılacak çalışmalara kaynak sağlaması açısından önem taşımaktadır.

4.3. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

- 1- Bu araştırma, 2019-2021 yıllarında covid-19 salgını nedeniyle oluşan pandemi döneminde sınırlı koşullarda yapılmıştır. Araştırmanın örneklemini Konya Meram ilçesinde bulunan ve kafeleri kullanan yaşları 18-40 aralığında bulunan 30 kişiden oluşmaktadır. Araştırma 30 kişinin yarı yapılandırılmış sorulara verdikleri cevaplarla gerçekleşmiştir.
- 2- Araştırmanın konusu, bireylerin tercih ettikleri mekanlarda hangi nitelikleri aradıkları, aranan niteliklerin kişileri hangi açıdan temsil ettiği sorularıyla sınırlı tutulmuştur.
- 3- Araştırma, bireyin tercihlerine etki eden faktörlerden kültürel sermaye faktörünün etkisini, mekan tercihleri ile sınırlamıştır.

4.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma mekanı kullananların “kim” olduğunu ve bu kişilerin “neden” bu mekanı kullandıklarını, mekanda farklılıkların “neden” kaynaklandığı bilgisini elde etmek istemektedir. Bu bilgiler sonucunda mekan ve mekanda bulunan kişilerin oluşturduğu toplumsal farklılığın etkisi tasvir edilecektir. Sosyal gerçekliğin ve insan davranışlarının arkasında yatan nedenlerin anlaşılmaya çalışıldığı ve gözlem, görüşme, doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı araştırmalar nitel yönelimli araştırmalardır (Gürbüz ve Şahin, 2017, s.103). Araştırmada nitel araştırmalarda sıkça kullanılan tekniklerinden mülakat (görüşme) tekniği kullanılmıştır. Mülakat (görüşme) sırasında yarı yapılandırılmış sorular sorulmuştur. Yarı yapılandırılmış sorularla yapılan görüşmelerde araştırmacıya görüşme öncesi belirlediği bir dizi soru rehberlik etmektedir. Görüşme sırasında katılımcıya görüşme rehberi dışına çıkmasına sınırlı düzeyde izin verilir. Yarı yapılandırılmış sorularla görüşme hem görüşme rehberi doğrultusunda ilerlemeye hem de ihtiyaç duyulduğunda derinlemesine gidilebilmesine olanak sağlar (Gürbüz ve Şahin, 2017, s.184).

Araştırma iki aşamalı olarak gerçekleşmiştir ve birincil veri kaynakları kullanılmıştır. İlk aşamada nitel yöntem tekniklerinden mülakat (görüşme) tekniği kullanılarak, belirlenen “kafe” mekanlarını kullanan birincil kaynaklara yarı yapılandırılmış sorular yönlendirilmiştir; kişilerin gelir, meslek vb. özellikleri ile ilgili veriler elde edilmiştir. Ayrıca bu görüşme formunda mekan ile ilgili sorulara yer vererek kişilerin mekandan

beklentileri ortaya çıkarılmıştır. Görüşmede elde edilen bilgiler içerik analizi tekniği uygulanarak düzenlenmiştir. Bu nitel yöntem tekniğiyle, mekanı kullanan kişilerin ortak bir ekonomik ve kültürel özellik taşıyan sınıfa tabi olup-olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırmanın veri analizinin ilk adımı olarak araştırma kapsamında yapılan görüşmelere dair tutulan sesli kayıtların tamamı okunmuş ve yazılı hale getirilmiştir. Verilerin kategorilere ve temalara göre ayrıştırılabilmesi adına yazılan veriler anlamlı bölümlere ayrılarak kodlama sürecine tabi tutulmuştur. Benzer cümleler, benzer kelimeler, tekrar eden kelimeler ya da ifadeler aynı kodlar altında toplanmıştır. Verilerin kodlanması sürecinde araştırma kapsamında yer verilen literatürden, kavramsal ve kuramsal çerçeveden faydalanılmıştır. Kavramların tespit edilmesine yardımcı olan açık kodlama ve kodları kategoriler altında birleştirmeye yönelik olarak eksen kodlamadan faydalanılan kodlama sürecinin ardından, kategoriler ve temalar oluşturulmaya geçilmiştir.

Kodlar ve temalar ekseninde oluşturulan kategorilerin ardından, araştırmanın problem cümlelerinden de faydalanılarak veri analizinde ana temalar ele alınmıştır. Oluşturulan temalarla uyumlu biçimde ilerleyen analiz sırasında araştırmanın betimleyici analiz amacını destekleyecek biçimde katılımcıların doğrudan ifadeleri verilerin analize katkı sağlaması amacıyla kullanılmıştır.

Araştırmanın ikinci aşamasında ise katılımcıların mekan beklentilerinin, araştırma sırasında buldukları mekanlarla ilişkisini ortaya çıkarabilmek için mekanın fotoğrafları çekilmiştir. Katılımcıların mekandan beklentilerini ifade ettikleri verileri desteklemek için araştırmada bu fotoğraflar kullanılmıştır.

4.5. Araştırmanın Veri Toplama Süreci

Araştırmanın sahasını Konya ili Meram ilçesi oluşturmaktadır. Son TÜİK verilerine göre 344.549 nüfusıyla Konya'nın en büyük 2. İlçesi olan Meram; kültürel ve ekonomik sermaye bağlamında çeşitlilikler barındırmaktadır. Bu çeşitlilikler göz önünde bulundurularak heterojen bir örneklem yöntemi olan maksimum çeşitlilik örnekleme ile Meram ilçesinde sosyo-ekonomik olarak değişik nitelikleri bulunan on farklı kafe belirlenmiştir. Görüşmeler on beş dakika ile kırk dakika arasında sürmüştür. Görüşmeler sırasında araştırmacı kimliğini gizlememiştir. Görüşmelere başlamadan önce katılımcılara yapılacak olan görüşmenin hangi amaçla yapıldığı ve görüşmenin içeriği hakkında bilgi verilmiştir. Katılımcılarının gönüllü katılımlarının esas olduğunun

vurgulandığı görüşmeler öncesinde katılımcıların rızası alınmış, gönüllü katılım formu imzalatılmıştır. Katılımcılara, araştırma boyunca ve araştırma sonrasında da kimliklerinin açıklanmayacağına, araştırma kapsamında kişisel bilgilerinin korunacağına dair teminat verilmiş, bu konuda gerekli bilgilendirme yapılmıştır.

4.6. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Türkiye'nin yüzölçümü bağlamında en büyük şehri olan 2.250.020 nüfuslu Konya ilinin 344.549 nüfuslu Meram ilçesindeki kafeler oluşturmaktadır (TÜİK, 2020). Çalışma için özellikle ele alınan Meram ilçesi kültürel ve ekonomik sermaye bağlamında çeşitlilikler barındırmaktadır. İlçe kentin sanayi ve hizmet sektöründe üst seviyede gelir elde eden ve daha lüks yaşam tercihi bulunan, ilçe sınırları içerisinde villa tipi evlerde yaşayan nüfusun büyük bir kısmına ev sahipliği yapmaktadır. İlçenin diğer bir özelliği ekonomik seviyede asgari ücretin altında kalan, müstakil tarzı evlerin bulunduğu belli bir nüfusa sahip olmasıdır. İlçenin sınırları içerisinde tarz ve konum olarak çok sayıda kafe mevcuttur. Bu çeşitlilikler göz önünde bulundurularak probleme yönelik olarak ve kendi içinde benzeşik, değişken ve farklı durumlardan oluşan maksimum çeşitlilik örnekleme seçilmiştir (Grix, 2010, s.102). Maksimum çeşitlilik yöntemi olgu ve olayla ilgili farklılıkları kapsayan ana temaları keşfetme ve tanımlamayı amaçlamaktadır (Neuman 2014, s.48). Bu bağlamda araştırmada Meram ilçesinde bulunan farklı gelir ve tarzlara hitap eden, ilçenin farklı noktalarında bulunan on kafe belirlenerek tesadüfi yöntemle belirlenen toplam otuz katılımcı ile yarı yapılandırılmış sorularla mülakat (görüşme) yapılmıştır.

4.7. Araştırmanın Etik Kurul Kararı

KTO Karatay Üniversitesi İnsan Araştırmaları Etik kurulunda 19.12.2019 tarihinde, araştırmanın uygunluk kararı alınmıştır. Sosyo ve ekonomik farklılık amacına yönelik örneklem seçimi yapılarak belirlenen kafelerde günün farklı saatlerinde kafelerde bulunan kişilerle görüşmeler yapılmıştır.

4.8. Araştırmanın Bulguları ve Analizi

Yarı yapılandırılmış sorularla yapılan mülakatlardan (görüşmeler) elde edilen bulguların sonuçları çalışmanın bu bölümünde yer almaktadır. Elde edilen bulgulardan ilk olarak katılımcıların profillerine ait demografik özelliklerin yer aldığı tabloya yer verilmiştir.

Daha sonra Kültürel Sermayesinin Bireyin Mekan Tercihine Etkisi:Konya/Meram İlçesi Kafe Örneği ile ilgili yapılan mülakattan (görüşmeden) elde edilen veriler sunulmuştur.

4.8.1. Bulgular

Bu araştırma, Konya ili Meram merkez ilçesinde yaşayan yetişkinler (18-40 yaş) arasında “Kültürel Sermayenin Mekana Yansıması: Konya/Meram İlçesi Kafe Örneği”nin tespitine yönelik yarı yapılandırılmış mülakat (görüşme) tekniği gerçekleştirilmiştir. Bu başlık altında araştırma problemine açıklık getirmesi adına yapılan görüşmelerden elde edilen bulgular sunulmuştur. Katılımcı profilleri sırasıyla K1’den K30’a kadar kodlanmıştır. Katılımcılara ait demografik bilgiler aşağıda şekil 3’de verilmiştir.

Şekil 3. Katılımcı profili

Kişi Kodu	Cinsiyet	Yaş	Eğitim Durumu	Meslek	Anne Eğitim Durumu	Baba Eğitim Durumu	Gelir Seviyeniz
K1	Erkek	21-25 Yaş	Lisans	Hırdavatçı	İlkokul	İlkokul	Alt
K2	Erkek	21-25 Yaş	Lise	Sanayi işçisi	İlkokul	İlkokul	Alt
K3	Erkek	18-20 Yaş	Lise	Çiftçi	Ortaokul	Ortaokul	Alt
K4	Erkek	21-25 Yaş	Lise	Garson	İlkokul	İlkokul	Alt
K5	Erkek	21-25 Yaş	Lise	Garson	İlkokul	İlkokul	Alt
K6	Kadın	21-25 Yaş	Lise	Kasiyer	İlkokul	İlkokul	Alt
K7	Kadın	26-30 Yaş	Lise	Kasap	Okul yok	Okul yok	Alt
K8	Kadın	21-25 Yaş	Lise	Ev kızı	İlkokul	İlkokul	Alt
K9	Kadın	31-35 Yaş	Ön Lisans	Tekniker	Okul yok	Okul yok	Alt
K10	Kadın	26-30 Yaş	Lise	Ev kızı	İlkokul	İlkokul	Alt
K11	Erkek	18-20 Yaş	Ön Lisans	Tekniker	Ortaokul	Üniversite	Orta
K12	Erkek	26-30 Yaş	Lisans	Muhasebeci	İlkokul	Lise	Orta
K13	Erkek	26-30 Yaş	Lisans	Memur	Üniversite	Lise	Orta
K14	Erkek	31-35 Yaş	Lisans	Avukat	İlkokul	İlkokul	Orta

K15	Erkek	31-35 Yaş	Lisans	Dış ilişkiler uzmanı	İlkokul	Lise	Orta
K16	Kadın	26-30 Yaş	Lisans	Öğretmen	Lise	Lise	Orta
K17	Kadın	26-30 Yaş	Lisans	Halkla ilişkiler	Lise	Lise	Orta
K18	Kadın	31-35 Yaş	Lisans	Gazeteci	İlkokul	Lise	Orta
K19	Kadın	26-30 Yaş	Lisans	Hemşire	İlkokul	İlkokul	Orta
K20	Kadın	26-30 Yaş	Lisans	Öğretmen	İlkokul	İlkokul	Orta
K21	Erkek	31-35 Yaş	Yüksek Lisans	Mühendis	Lise	Lise	Üst
K22	Erkek	31-35 Yaş	Lisans	Galerici	İlkokul	İlkokul	Üst
K23	Erkek	26-30 Yaş	Lisans	Mühendis	İlkokul	Lise	Üst
K24	Erkek	31-35 Yaş	Yüksek Lisans	Mühendis	Üniversite	Üniversite	Üst
K25	Erkek	36-40 Yaş	Yüksek Lisans	Müteahhit	Lise	Üniversite	Üst
K26	Kadın	26-30 Yaş	Yüksek Lisans	İşletmeci	İlkokul	Üniversite	Üst
K27	Kadın	31-35 Yaş	Yüksek Lisans	Mimar	Üniversite	Üniversite	Üst
K28	Kadın	26-30 Yaş	Yüksek Lisans	Psikolog	Üniversite	Üniversite	Üst
K29	Kadın	26-30 Yaş	Lisans	Sağlık yöneticisi	Lise	Üniversite	Üst
K30	Kadın	31-35 Yaş	Lisans	Doktor	Üniversite	Üniversite	Üst

Katılımcılar on beş kadın ve on beş erkekten oluşmaktadır. Katılımcılardan iki kişi 18-20 yaş, altı kişi 21-25 yaş, on iki kişi 26-30 yaş, dokuz kişi 31-35 yaş ve bir kişi 36-40 yaş aralığındadır. Eğitim durumları ise sekiz katılımcı lise, iki katılımcı ön lisans, on dört katılımcı lisans ve altı katılımcı yüksek lisans mezunudur. Katılımcı kadın ve erkekler yirmi dört ayrı meslek grubundan oluşmaktadır. Gelir seviyelerine göre katılımcıların üçte biri alt gelir seviyesi, üçte biri orta gelir seviyesi ve diğer üçte biri ise üst gelir seviyesindedir. Katılımcıların ebeveynlerinden annelerinin eğitim durumları, dört katılımcının annesinin okul eğitimi almadığı, on dört katılımcının annesinin ilkokul, iki katılımcının annesinin ortaokul, beş katılımcının annesinin lise ve diğer beş katılımcının annesi ise üniversite mezunudur. Ebeveyn babaların eğitim durumları ise iki katılımcının

babasının okul eğitimi almadığı, on bir katılımcının babasının ilkokul, bir katılımcının babasının ortaokul, sekiz katılımcının babasının lise ve diğer sekiz katılımcının babası ise üniversite mezunudur.

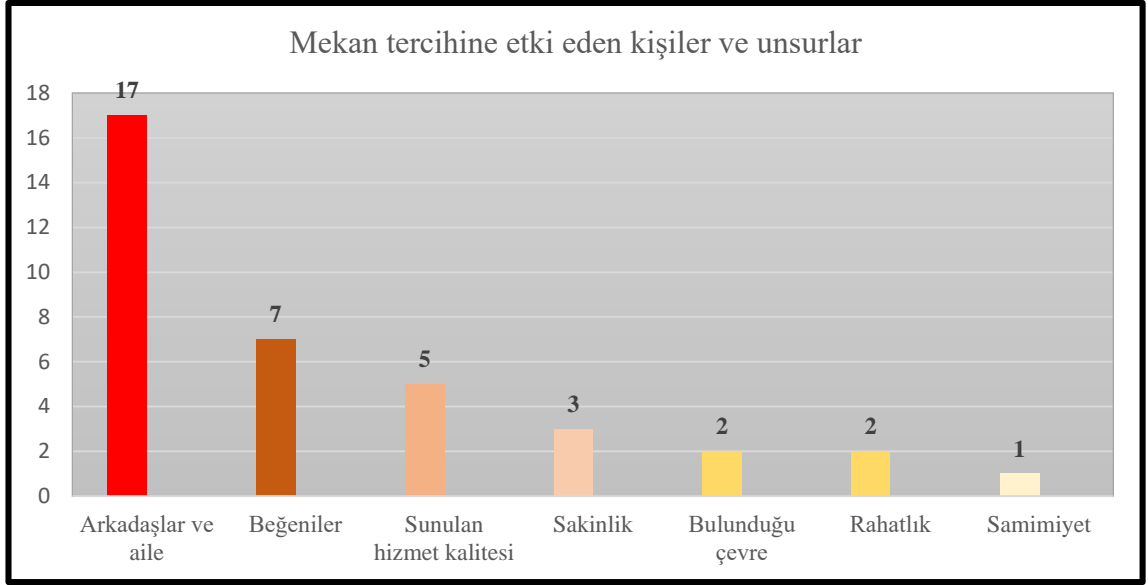
Yapılan araştırmada katılımcılara yirmi yarı yapılandırılmış soru sorulmuştur. Bu sorulardan on tanesi demografik bilgiler elde etmeye yöneliktir. Araştırmanın diğer on sorusu ise katılımcıların mekan beklentileri ve kültürel sermayeleri arasındaki ilişkiye yönelik sorulardır. Katılımcılara demografik bilgilerinden sonra aşağıda şekil 4'te belirten sorular sorulmuştur.

Şekil 4. Kategori soruları

- a. Mekan tercihinde etki eden kişiler ve unsurlar
- b. Zaman geçirmek istediğiniz mekanın bulunduğu konum
- c. Mekandan beklenen hizmetler
- d. Mekanın fiziksel özellikleri
- e. Mekanda çalışanlardan beklenen hizmetler
- f. Mekanın müziği
- g. Mekanı paylaşan diğer kişiler
- h. Mekana bağlılık, müdavimlik
- i. Çocukluk döneminde aile ile birlikte gidilen mekanlar
- j. Ailelerin eğlence mekanları tercihleri

4.8.1.1. Mekan tercihinde etki eden kişiler ve unsurlar

Çalışmanın ilk teması olan mekan tercihinde etki eden kişiler ve unsurlar temasına ait hiyerarşik alt kod modeli Şekil 5'de gösterilmiştir. Mekan tercihinde etki eden kişiler ve unsurlar teması katılımcı ifadeleri doğrultusunda yedi başlık altında toplanmıştır. Bunlar, arkadaşlar-aile, sakinlik, beğeniler, sunulan hizmet kalitesi, bulunduğu çevre, samimiyet ve rahatlıktır.



Şekil 5. Mekan tercihine etki eden kişiler ve unsurlar

Mekan tercihine etki eden kişiler ve unsurlar temasında mekan tercihinde, katılımcılar arasında arkadaşlar ve aile üyeleri en önemli etkidir. Katılımcıların mekan tercihinde arkadaşlar ve aile etkisinin hakkındaki görüşleri şöyledir:

K1 : “Abim ve yakın arkadaş çevrem etkin, onlarla geçirdiğim vakitten keyif alıyorum..”

K2 : “Genellikle kuzenim ve arkadaş çevrem ile beraber gideriz. Kadın ortamlarının güzel olması lazım o kadar para veriyoruz. İlgi, samimiyet ve sıcaklık arıyorum.”

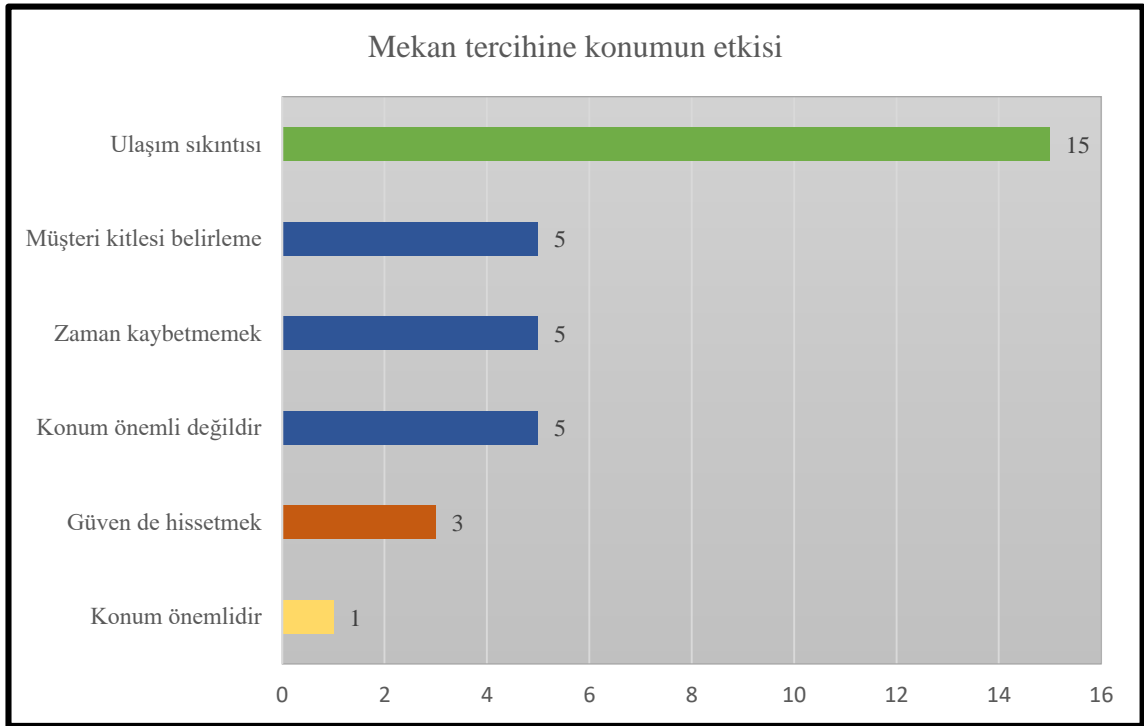
K28: “Mekanı sosyalleşme alanı olarak görüyorum bu yüzden arkadaşlarımla bulunacağım ya da arkadaşlarımla tavsiyesi olan yerler.”

K30: “Mekan tarzı bana hitap etmeli ve zaman zaman arkadaşlarımla tercih ettiğim mekanlar.”

Katılımcı K1 lisans mezunu, anne baba ilkokul mezunu ve kendini alt gelirli olarak tanımlamaktadır. Katılımcı K2 lise mezunu ve anne-babası ilkokul mezunudur. Kendisini ve ailesini alt gelir seviyesinde tanımlamaktadır. İki katılımcı da aile bireyleri ile doğrudan mekanda bulunmaktadır. Katılımcı K28 yüksek lisans, katılımcı K30 lisans mezunudur. İki katılımcı da kendisini ve ailesini üst gelirli olarak tanımlamıştır. Kültürel ve ekonomik sermayeleri birbirinden farklı olan katılımcıların ortak verdiği cevaplar arasında mekan tercihlerinde arkadaş ve ailenin etkisi bulunmaktadır. Bu veri bireylerin kültürel sermayesinde aile ve çevrenin etkisini desteklemektedir.

4.8.1.2. Zaman geçirmek istediğiniz mekanın bulunduğu konum

Çalışmanın ikinci teması olan mekan tercihinine etki eden zaman geçirmek istediğiniz mekanın bulunduğu konum temasına ait hiyerarşik alt kod modeli Şekil 6'da gösterilmiştir. Mekan tercihinine etki eden mekanın bulunduğu konum teması, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda altı başlık altında toplanmıştır. Bunlar, ulaşım sıkıntısı, müşteri kitlesini belirlemesi, zaman kaybetmemek, mekanın konumu önemli değildir, güvende-hissetmek ve konum önemlidir.



Şekil 6. Mekan tercihinde konumun etkisi

Mekan tercihinine etki eden mekanın konumu temasında katılımcılar arasında en önemli etken ulaşım sıkıntısı olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların mekan tercihinde mekanın konumunda ulaşım sıkıntısının etkisi hakkındaki görüşleri şöyledir:

K7 : “Tabii ki önemli evim zaferde yürüme gidip gelmem lazım o yüzden burada bir yerde olmalı.”

K9 : “Evet önemli. Kendi aracım olmadığı için uzak bir yere gidemem şehrin merkezinde olmalı.”

K10: “Önemli çünkü otobüs dolmuşla gidip geliyorum duraklara yakın olması lazım.”

Katılımcı K7 lise katılımcı K9 ön lisans mezunudur, katılımcıların anne- babası okul eğitimi almamıştır. Katılımcı K10 lise, anne-babası ilkokul mezunudur. Üç katılımcı da gelir düzeyi olarak hem kendini hem ailesini alt gelir grubunda tanımlamaktadır. Kültürel ve ekonomik sermaye bağlamında değerlendirildiğinde bu katılımcıların araç ve mesafe sorununun olduğu, gelir ve eğitim seviyesi artan gruplarda ise bu sorunun ifade edilmediği tespit edilmiştir.

K15: *“Evet her mekanda zaman geçirmek hoşuma gitmez. Benim gittiğim mekanlar ana caddelerde ulaşımı kolay olmalı her an işim çıkabiliyor bu nedenle merkezi yerlerde olması önemli.”*

K26: *“Evet. Çok yoğun çalışıyorum kendime ayırdığım vakitler az onu da yolda tüketmek istemem daha merkezi ve ulaşılabilirliği kolay yerler olmalı.”*

Katılımcı K15 lisanas mezunudur. Anne ilkokul ve baba lise mezunudur. Katılımcı hem ailesini hem kendisini orta gelirli olarak tanımlamaktadır. Katılımcı K26 yüksek lisans, annesi ilkokul babası lisans mezunudur. Hem ailesini hem kendisini üst gelirli olarak tanımlamaktadır. Her iki katılımcının mekan-konum beklentisi iş yaşamıyla bağlantılı olarak ifade edilmiştir.

K30: *“Önemlidir çünkü kaliteli yerler daha çok merkezi caddeler üzerinde bulunuyor ve genelde bu mekanları kullanıyorum. Uzakta ulaşımı zor olan ya da تنها yerleri tercih etmem. Görünür mekanlar daha çok tercihim.”*

Katılımcı K30 lisans mezunudur. Anne ve babası da lisans mezunudur. Katılımcı ailesini ve kendisini üst gelirli olarak tanımlamaktadır. Katılımcının mekan- mesafe ilişkisinde kalite ve görünürlük ifadeleri yer almaktadır.

Mekan tercihinin etki eden mekanın konumu temasında katılımcılar arasında diğer önemli etken mekanın müşteri kitlesini belirleme olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların mekan tercihinde mekanın konumunun müşteri kitlesini belirlemesi hakkındaki görüşleri şöyledir:

K4 :*“Çok önemli çünkü müşteri kitlesindeki kişiler ortamın durumunda fark ettiriyor.”*

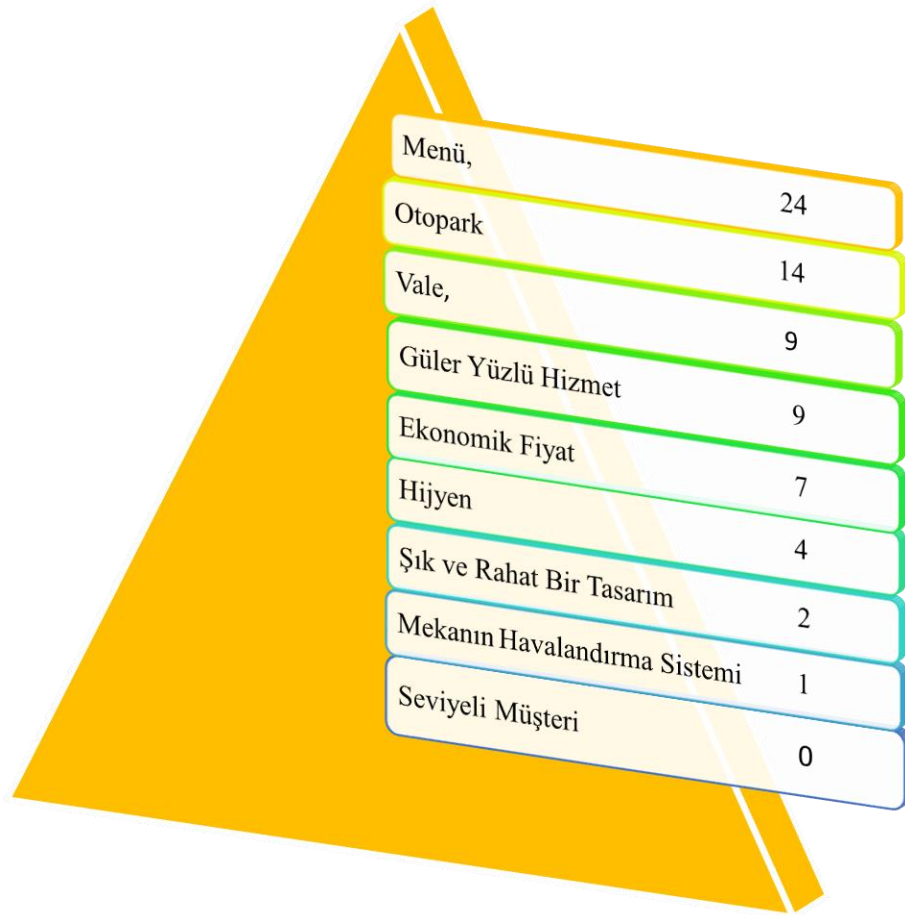
K21: *“Önemli konum kimliktir.”*

Katılımcı K4 lise mezunu, anne babası ilkokul mezunudur. Kendisini ve ailesini alt gelir grubunda tanımlamaktadır. Katılımcı K21 yüksek lisans mezunu anne ve babası lise

mezunudur. Kendisini ve ailesini üst gelirli olarak tanımlamıştır. Farklı kültürel ve ekonomik sermaye sahibi olan bu iki katılımcının mekanı paylaştıkları diğer kişilerin toplumsal statüleri nedeniyle farklı olabileceği bu nedenle mekan konumuna önem verdikleri belirtilmiştir.

4.8.1.3. Mekandan beklenen hizmetler

Çalışmanın üçüncü teması olan mekan tercihinin etki eden mekandan beklenen hizmetler temasına ait hiyerarşik alt kod modeli Şekil 7’de gösterilmiştir. Mekan tercihinin etki eden mekanın bulunduğu konum teması, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda dokuz başlık altında toplanmıştır. Bunlar, menü, otopark, vale, güler yüzlü hizmet, ekonomik fiyat, hijyen, şık ve rahat bir tasarım, mekanın havalandırma sistemi ve ahlak kurallarına uyan kişileri kabul etmesidir. Mekandan beklenen hizmetlerden sekiz tema hakkında katılımcılar yorum belirtirken, ahlak kurallarına uyan kişileri kabul etmesi hakkında yorumda bulunmamışlardır.



Şekil 7. Mekandan beklenen hizmetler

Mekan tercihine etki eden mekandan beklenen hizmetler temasında katılımcılar arasında en önemli etken mekanın menüsü olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların mekan tercihinde mekandan beklenen hizmetler de menü hakkındaki görüşleri şöyledir:

K1 : “Vale, otopark ve ulaşılabilirlik önemsemem. Benim için kesinlikle menü içeriği ve fiyatı önemli.”

K3 : “Ulaşılabilir olmasını isterim ve menü çeşidinin zengin olup uygun fiyat sağlanmasını da beklerim.”

K5 : “Aracım olmadığı için şuan vale ve otopark beklentim yok. Menü içeriği, hizmet kalitesi ve uygun fiyat beklentilerimdir.”



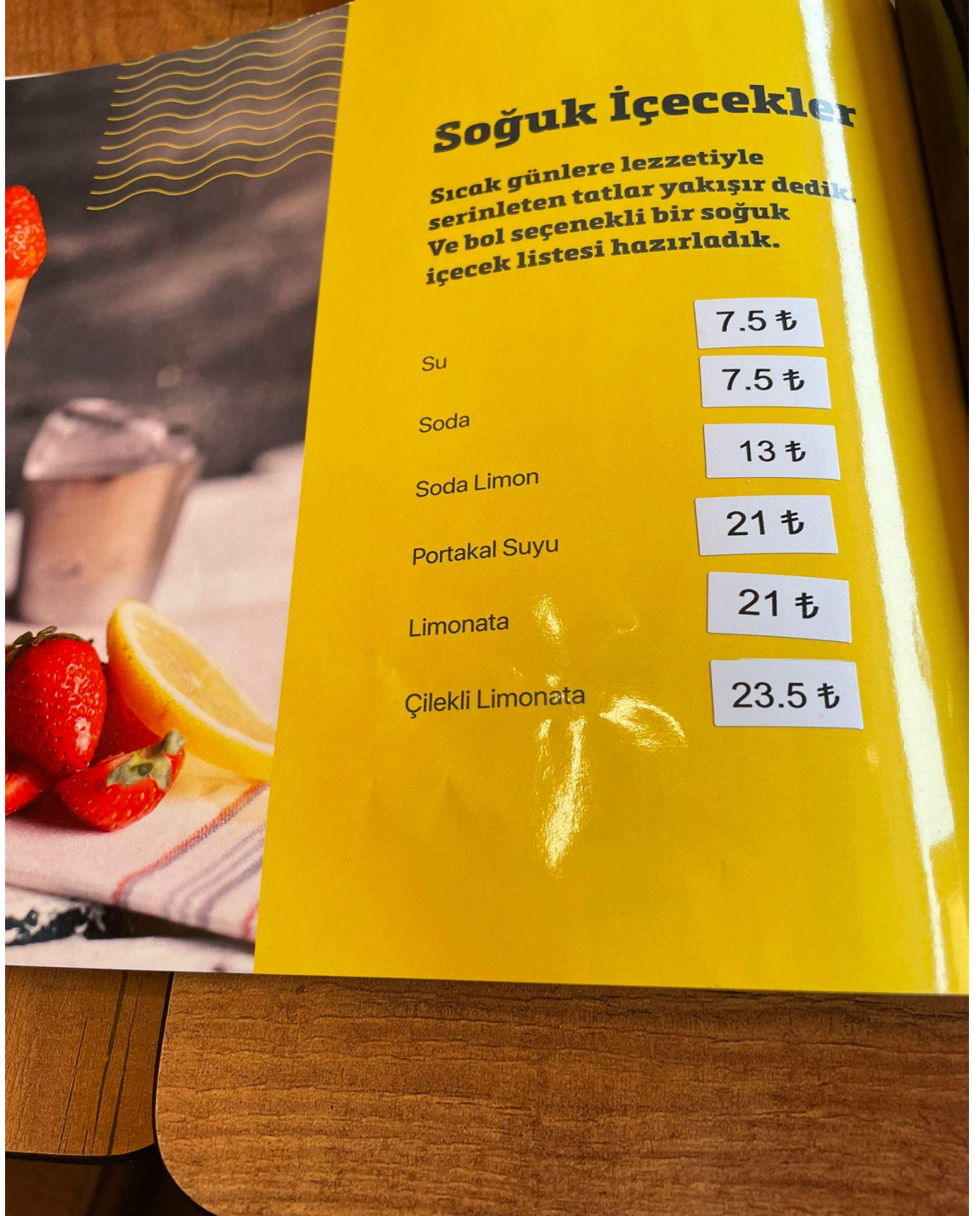
Şekil 8. Menü (a)

Katılımcı K1 lisans mezunu, anne babası ortaokul mezunudur. Katılımcı k3 lise mezunu, anne babası ortaokul mezunudur. Katılımcı K5 lise mezunu, anne ve babası ilkokul mezunudur. Üç katılımcı kendisini ve ailesini alt gelirli olarak tanımlamaktadır. Katılımcıların mekan beklentileri arasında menü ve uygun fiyat ifadeleri bulunmaktadır. Katılımcıların ikisinin bulunduğu kafedeki menü şekil 8’de gösterilmiştir. Şekil 8’de gösterilen menü kafe camına asılı olarak bulunan A4 kağıdına renkli çıktı şeklindedir.

K11: *“Kapsamlı ve kolay anlaşılabilir bir menü güzel olurdu eğer ki aracımla gitmiş olursam araçlar için rahat bulunabilir bir park yeri güzel olurdu kendi otoparkı gibi.”*

K12: *“Menü mekanın olmazsa olmazıdır mekanın bize sunduğu içerikleri tanımamız için en önemli hizmettir. Vale ve parkta kaliteli hizmet göstergesi olduğu için tercihimdir.”*

K16: *“Mekanda çalışanların samimi olması. Menü içeriğinin mutfak ile uyumlu olması, sigara içilebilir alan olmasına dikkat ederim.”*



Şekil 9. Menü (b)

Katılımcı K11 ön lisans, anne ortaokul ve baba lisan mezunudur. Katılımcı K12 lisans, anne ilkokul ve baba lise mezunudur. Katılımcı K16 lisans, anne-babası lise mezunudur. Üç katılımcı kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamaktadır. Katılımcılardan birinin bulunduğu kafenin menü içeriği şekil 9'da gösterilmiştir. Menü tel dikiş menü

olup kuşe kağıda bastırılmıştır. Menüün her sayfasında farklı yiyecek ve içecek katagorileri fiyatları ile bulunmaktadır.

K24: “Mekanda kişiye hizmet kadar kişiye ait eşyalara da verilen hizmet önemlidir. Aracı teslim alan valesi ceketini bıraktığın vestiyer her biri ayrıca oturduğun süre boyunca yeme-içme durumun var bu yüzden menü içeriği çok önemli damak tadıyla uyumlu olmalı. Menüde filtre kahvesi olmayan bir mekanda bulunmam.”

K27: “Mekan içine gitmeden kendini tanımlar, konumu- dış görünümü- boyası- ışıklandırması- karşılaması ve her detay içinin yansımadır. Rahat ulaşım, kolaylaştırıcı park ve vale, dikkat çekici görünüm merak uyandırır ve bir an önce içeri gitmek istersin. Bende içerisini görmek için heyecanlandığım bir mekan isterim. İçerisi ise menüsü- çalışanları dizaynı ile bütünlüklü olmalı, belli bir kültürü yansıtmalı,”

İÇECEKLER

ÇAY
bardak
= 06,00
büyük bardak
= 06,00



bitki çayları

18,00 ada çayı	18,00 zencefil & limon
18,00 ihlamur	18,00 yeşil çay
18,00 kaş çayı	18,00 rezene çayı
18,00 elma & tarçın	18,00 nane & limon



ÖZEL KAHVELER

18,00 espresso
18,00 duble espresso
18,00 cafe americano
18,00 cafe latte
18,00 cappucino
18,00 cafe mocha
18,00 machiato

FİLTRE KAHVE
= 18,00

SICAK SÜT
= 10,00

SAHLEP
16,00 klasik
22,00 dondurmali

SICAK ÇİKOLATA
14,00 klasik
21,00 dondurmali



TÜRK KAHVESİ

klasik = 15,00
damla sakızlı = 15,00

SOĞUK KAHVELER

18,00 ice latte
18,00 ice cappucino
18,00 ice mocha white chocolate
18,00 ice mocha
18,00 ice americano

Şekil 10. Menü (c)

Katılımcı K24 ve K27 yüksek lisans mezunudur. İki katılımcının anne ve babaları lisans mezunudur. Her iki katılımcı kendisini ve ailesini üst gelirli olarak ifade etmiştir. Katılımcılardan birinin bulunduğu kafenin menü içeriği şekil 10'da gösterilmiştir. Menü için masa üzerinde karekod bulunmaktadır. Elektronik cihazla karekod okutulması sonucu şekil 10'da bulunan menü açılmaktadır. Menü içeriğinde yiyecek ve içecek çeşitliliği fazla olan bu kafede araştırmanın yapıldığı diğer kafelere oranla daha yüksek fiyat listesi olduğu gözlemlenmiştir.

Mekantercihine etki eden mekandan beklenen hizmetler temasında katılımcılar arasında diğer önemli etken mekânın vâle hizmeti vermesi olarak değeriendirilmiştir. Katılımcıların mekân tercihinde mekandan beklenen hizmetler de mekânın vâle hizmeti verilmesi hakkındaki görüşleri şöyledir:

K17: *“Menü içeriği en önemlisi. Mekânın kapısından girmeden mekân kalitesi ortaya çıkar bu yüzden otopark ve vâlede önemli.”*

K22: *“Vâlesi mutlaka olmalı, güler yüzlü personel.”*

K28: *“Mekânın önüne geldiğimde aracımı alacak bir vâle, beni güler yüzle karşılayan çalışanlar, içinde kendimi rahat hissedeciğim bir dekor ve lezzet dolu bir menü.”*



Şekil 11. Vâle hizmeti

Katılımcı K17 lisans mezunu, anne-babası lise mezunudur. Kendisini ve ailesini orta gelirli olarak belirtmiştir. Katılımcı K22 lisans mezunu anne ve babası ilkokul

mezunudur. Katılımcı K28 yüksek lisans mezunu, anne ve babası lisans mezunudur. İki katılımcı kendisini ve ailesini üst gelirli olarak tanımlamıştır. Eğitim durumu ve gelir seviyesi arttıkça araç park alanı ve vale hizmeti beklentisinin arttığı ortaya çıkmıştır. Katılımcılardan ikisinin bulunduğu kafde şekil 11’de vale için özel alan olduğu gözlemlenmiştir.

Mekan tercihinde etki eden mekandan beklenen hizmetler temasında katılımcılar arasında diğer bir etken mekan da verilen hizmetlerde hijyen koşullarına dikkat edilmesi olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların mekan tercihinde mekandan beklenen hizmetlerde mekanda verilen hizmetlerde hijyen koşullarına dikkat edilmesi hakkındaki görüşleri şöyledir:

K6 : *“Temiz olması ve uygun fiyat olmasını beklerim.*

K9 : *“Ekonomik olması-temiz olması.”*



Şekil 12. Hijyen ve temizlik (a)

Katılımcı K6 lise mezunu, anne ve babası ilkokul mezunudur. Katılımcı K9 önlisans mezunu, anne ve babası okul eğitimi almamıştır. İki katılımcı kendisini ve ailesini alt

gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcılardan birinin bulunduğu kafede kullanılan lavabo şekil: 12’de gösterilmiştir. Lavaboda peçete bulunmamakta, su kesintilerine tedbir amaçlı farklı boyutlarda su şişeleri bulunmaktadır. Lavaboda kötü koku olduğu gözlemlenmiştir.

K29: “Kaliteli havalandırma (içerideki havayı sürekli dışardan temiz hava alarak yenileyen bir sistem) karanlık olmaması, mesafelere dikkat edilmeli, masalar iç içe olmamalı, wc sürekli temiz olmalı, sade ve göz yormamalı”

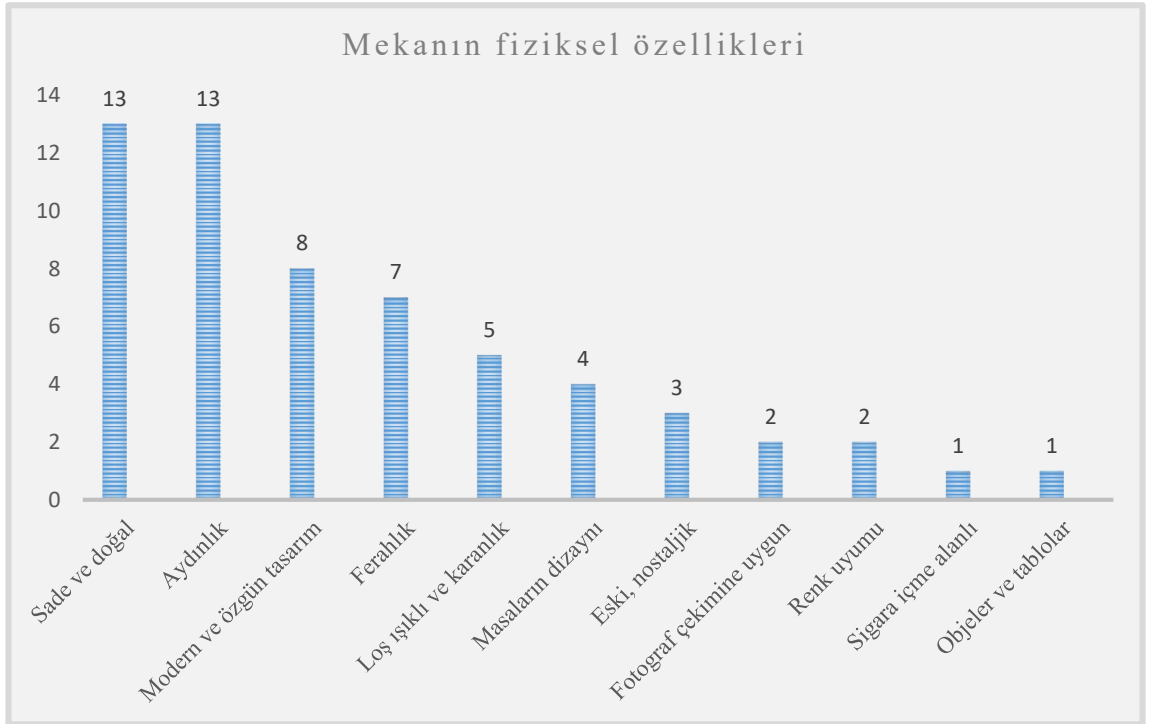


Şekil 13. Hijyen ve temizlik (b)

Katılımcı K29 lisans mezunu, anne lise babas lisans mezunudur. Kendisini ve ailesini üst gelirli olarak tanımlamıştır. Araştırmanın yapıldığı sırada katılımcının bulunduğu kafenin lavabosu şekil 13’de gösterilmiştir. Lavaboda iki çeşit (köpük ve sıvı) sabun olduğu, hijyen göstergesi olarak çiçek objesi ve parfüm kullanıldığı gözlemlenmiştir.

4.8.1.4. Mekanın fiziksel özellikleri

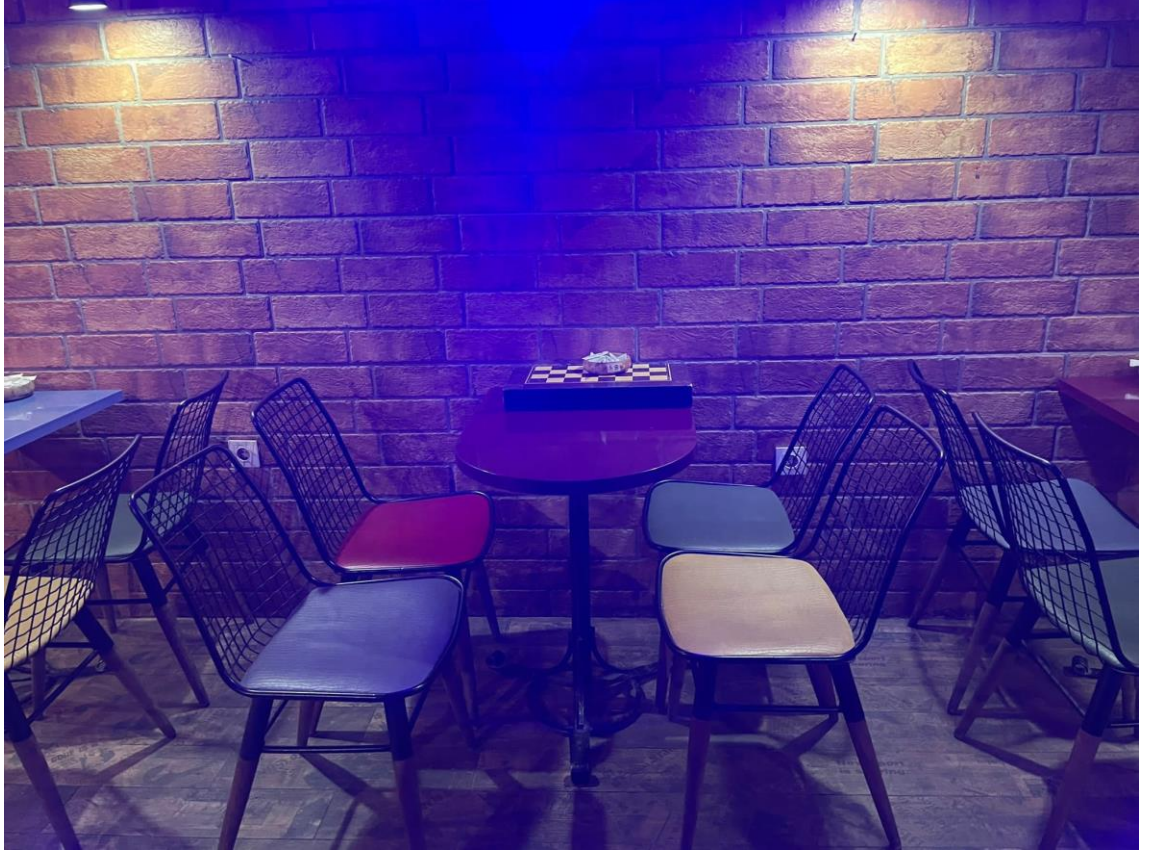
Çalışmanın dördüncü teması olan mekan tercihinin etki eden mekanın fiziksel özellikleri temasına ait hiyerarşik alt kod modeli Şekil 14’de gösterilmiştir. Mekan tercihinin etki eden mekanın fiziksel özellikleri teması, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda on iki başlık altında toplanmıştır. Bunlar, sadelik ve doğallık, aydınlık, modern- özgün tasarım, ferahlık, loş ışıklı ve karanlık, masaların yakınlığı ve uzaklığı, eski-nostaljik dizayn, fotoğraf çekimime uygunluk, renk uyumu, sigara içme alanı, objeler ve tablolar ve göz alıcı dekordur. Mekanın fiziksel özelliklerinden on bir tema hakkında katılımcılar yorum belirtirken, göz alıcı dekor hakkında yorumda bulunmamışlardır.



Şekil 14. Mekanın fiziksel özellikleri

Mekan tercihinin etki eden mekanın fiziksel özellikleri temasında katılımcılar arasında en önemli etken mekanın sadelik ve doğallığı olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların mekan tercihinde mekanın fiziksel özelliklerinde mekanın sadelik ve doğallığı hakkındaki görüşleri şöyledir:

K5 : “Işıklıdırmanın bir önemi yok. Sade ve eskitme ortamlar tercihimdir.”



Şekil 15. Loş mekan

Katılımcı K5 lise, anne babası ilkokul mezunudur. Kendisini ve ailesini alt gelirli olarak tanımlamıştır. Görüşmenin yapıldığı sırada bulunduğu kafe şekil 15’de gösterilmiştir. Kafe ortamının loş ışıklı, masaları küçük ve oturma alanlarının birbirine yakın olduğu gözlemlenmiştir.

K12: “Nostaljik görünümlü sade ve loş ışığa sahip mekanlar olmalı.”



Şekil 16. Nostaljik mekan

Katılımcı K12 lisans mezunu, annesi ilkokul babası lise mezunudur. Kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamıştır. Araştırmanın yapıldığı sırada bulunduğu kafe şekil 16’da gösterilmiştir. Kafede loş ışık, eski dönem geleneksel kültürü yansıtan obje ve dekorun kullanıldığı özellikler gözlemlenmiştir.

K18: “Sarı – yoğun olmayan ışık. Modern, sade dekorasyon tercih sebepimi olumlu yönde etkiler.”



Şekil 17. Modern mekan

Katılımcı K18 lisans mezunu, annesi ilkokul babası lise mezunudur. Kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamıştır. Araştırmanın yapıldığı sırada bulunduğu kafe şekil 17’de gösterilmiştir. Kafenin aydınlık ve ferah bir ortamı bulunduğu, modern ve sade dekorun kullanıldığı gözlemlenmiştir.

K28: “Dekorda sadelik ve ferahlıktan yanayım özellikle beyaz-mavi ve yeşile boyanmış küçük tablo ya da belli konseptle dekore edilmiş mekanlar.”

K30: “Işıklıandırmaya çok önem veririm hatta aplik ve avizeye bile bakarım. Aydınlık ışıık ve minimaliz detaylarla dolu bir mekan beni cezbeder. Ferahlatan bir ortam olmalı geniş ve rahat.”

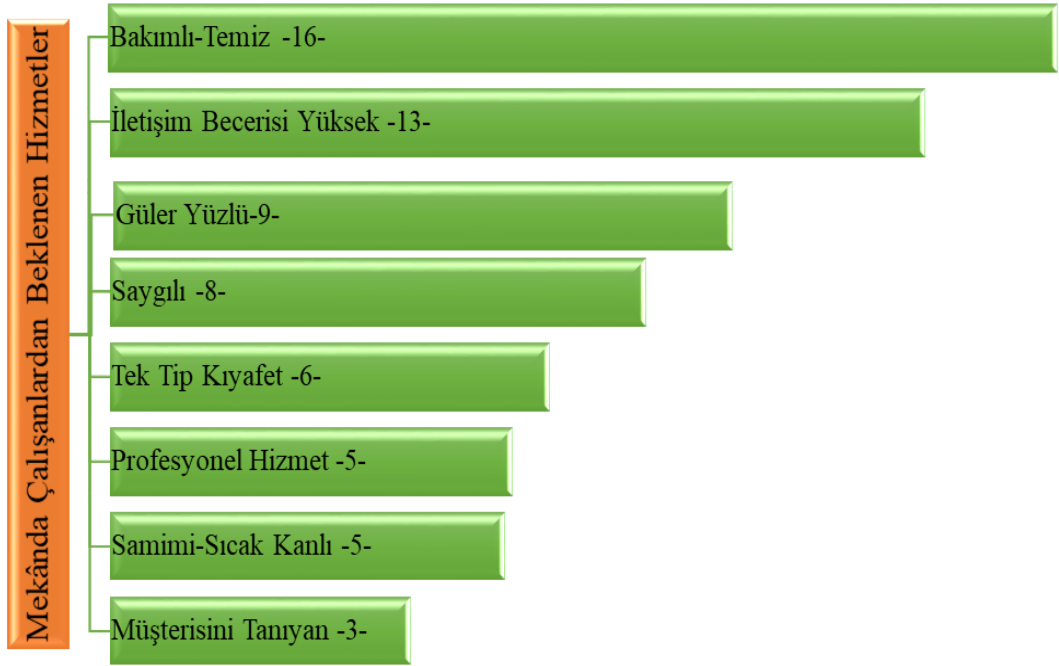


Şekil 18. Aydınlık mekan

Katılımcı K28 yüksek lisans, katılımcı K30 lisans mezunudur, iki katılımcının da anne-babası lisans mezunudur. İki katılımcı kendisini ve ailesini üst gelirli olarak tanımlamıştır. Araştırmanın yapıldığı sırada buldukları kafe şekil 18’de gösterilmiştir. Kafenin yoğun, mekan ve kişileri görünür kılan ışıklandırmasının bulunduğu, modern ve klasik dekorun iç içe kullanıldığı, dekoratif objeleri masa üzeri ve duvarlarda kullanıldığı gözlemlenmiştir.

4.8.1.5. Mekanda çalışanlardan beklenen hizmetler

Çalışmanın beşinci teması olan mekan tercihi etki eden mekanda çalışanlardan beklenen hizmetler temasına ait hiyerarşik alt kod modeli şekil 19’da gösterilmiştir. Mekan tercihi etki eden mekanda çalışanlardan beklenen hizmetlerin bulunduğu konum teması, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda sekiz başlık altında toplanmıştır. Bunlar, bakımlı ve temiz, iletişim becerisi yüksek, güler yüzlü, saygılı, tek tip formalı, mesafeli ve profesyonel hitap ve hizmet, samimi ve sıcakkanlı ile müşterisini tanıyan çalışan olmasıdır.



Şekil 19. Mekanda çalışanlardan beklenen hizmetler

Mekan tercihinin etki eden mekanda çalışanlardan beklentiler temasında katılımcılar arasında en önemli etken mekan personelinin bakımlı ve temiz olması olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların mekan tercihinde mekanda çalışanlardan beklentilerinde mekan personelinin bakımlı ve temiz olması hakkındaki görüşleri şöyledir:

K20: “Mekana giriş yaptığım anda orda bulanacağım süre içindeki en dikkat ettiğim unsur çalışanlarla kuracağım iletişimidir. Ne istediğimin anlaşılmadığı ve karşılanmadığı bir ortamda gerilirim. Devamında iletişime geçtiğim kişinin bakımlı ve temiz olması o mekana duyduğum güveni etkiler. Tek tip forma, kıyafet vs. mekana artı puan katan durumlardan bazıları.”

Katılımcı K20 lisans, anne-babası ilkokul mezunudur. Kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamıştır. Mekan kadar mekanın içinde aldığı hizmeti önemli bulduğunu ifade etmiştir. Beklentileri ile güven kavramını bir arada kullanmıştır.

Mekan tercihinin etki eden mekanda çalışanlardan beklentileriniz temasında katılımcılar arasında diğer önemli etken mekan personelinin iletişim becerisinin yüksek olması olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların kişinin mekan tercihinde mekanda çalışanlardan

beklentilerinde mekan personelinin iletişim becerisinin yüksek olması hakkındaki görüşleri şöyledir:

K3 : *“İletişim becerisi yüksek olan çalışanlar ile daha kolay iletişim kurma rahatlığı sağlarım. Kendisine bakımlı olmasına dikkat ederim.”*

K13: *“İletişim becerisi yüksek olmalıdır, sabit giyimli çalışanlar dikkatimi çekmez ,temiz olması yeterlidir.”*

Katılımcı K3 lise, anne-babası ortaokul mezunudur. Kendisini ve ailesini alt gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcı K13 lisans mezunu, annesi lisans babası lise mezunudur. Kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamıştır. Bu katılımcıların çalışanlardaki iletişim yeteneğini samimiyet gibi duygu ifadeleri ile anlattığı gözlemlenmiştir.

Mekan tercihine etki eden mekanda çalışanlardan beklentileriniz temasında katılımcılar arasında diğer önemli etken, mekan personelinin kıyafetinin tek tip olması olarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların mekan tercihinde mekanda çalışanlardan beklentilerinde mekan personelinin tek tip kıyafetli olması hakkındaki görüşleri şöyledir:

K24: “Kesinlikle formalı olmaları ayırt edilebilmeli çalışanlar. Müşteri ile nasıl konuşacağını nasıl servis yapacağını ve saygılı olmayı bilmeli.”

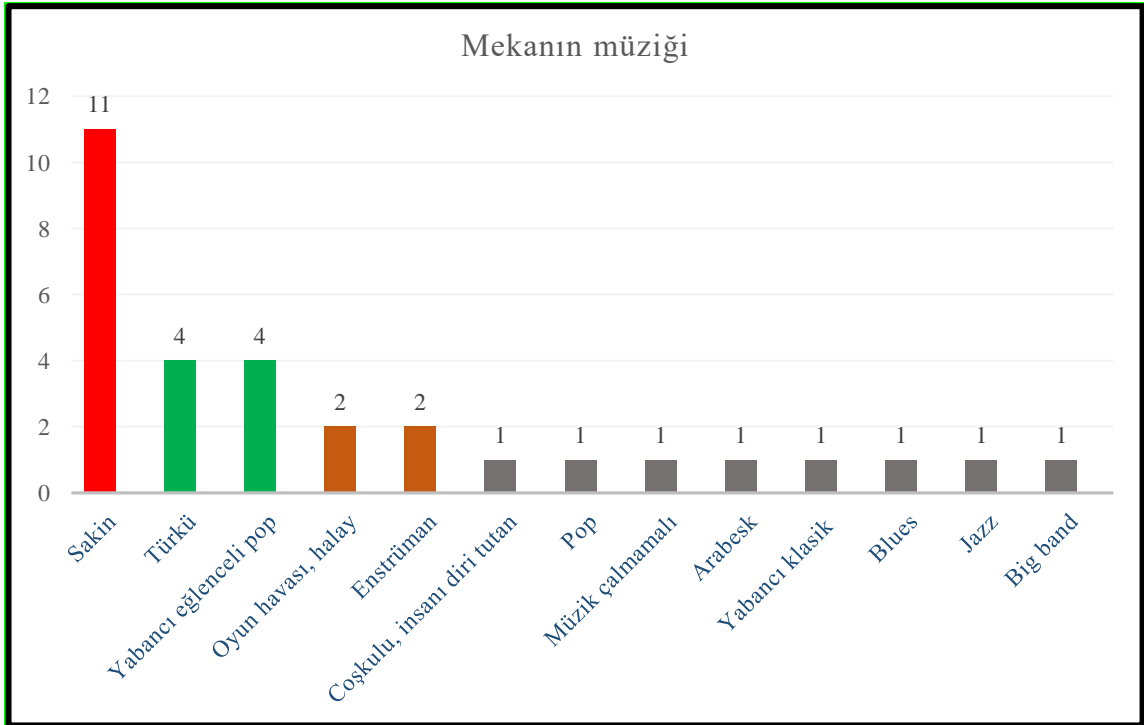


Şekil 20. Tek tip kıyafet

Katılımcı K24 yüksek lisan, annes- babası lisans mezunudur. Kendisini ve ailesini üst gelirli olarak tanımlamıştır. Çalışanlarla müşterilerin ayrıştırılmasını kesinlik ifadesi ile açıklamıştır. Kendisine hizmet alan kişi olarak ayrıcalıklı bir iletişim dili gerekliliği beklentisi olduğu gözlemlenmiştir. Katılımcı K24 ile görüşmenin yapıldığı kafe çalışanlarının kıyafeti şekil 20’de gösterilmiştir. Eğitim ve gelir seviyesi artan katılımcılarda Tek tip kıyafet beklentisi daha fazla ifade edilmiştir.

4.8.1.6. Mekanın müziği

Çalışmanın altıncı teması olan mekan tercihinin etki eden mekanın müziği temasına ait hiyerarşik alt kod modeli şekil 21’de gösterilmiştir. Mekan tercihinin etki eden mekanın müziği konum teması, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda ön dört başlık altında toplanmıştır. Bunlar, sakin, türkü, yabancı-eglençeli-pop, oyun havası-halay, enstrüman, coşkulu-insanı diri tutan, Türkçe pop, müzik hiç çalmamalı, arabesk, yabancı klasik, blues, jazz, bigband ve Türkçe müzik türleridir. Katılımcılar mekanlarda Türkçe müziğin çalınıp çalınmaması hakkında görüş bildirmezken, bir katılımcı ise mekanlarda hiç müzik hizmeti verilmemesinin gerektiğini belirtmiştir. Katılımcıların ifadeleri ise şöyledir:



Şekil 21. Mekanın müziği

Mekan tercihine etki eden mekanın müziği temasında katılımcılar arasında en çok sakin dinlendirici müziğin tercih edildiği değerlendirilmiştir. Katılımcıların mekan tercihinde mekanda sakin ve dinlendirici müzik çalınması hakkındaki görüşleri şöyledir:

K4 : *“Rahatsız etmeyecek şekilde her tarz olur ama kafa ağrıtmazın yeter zaten dert, sıkıntı kafa ağrısı geçmiyor.”*

K10 : *“Bana kalırsa arabesk çalsın ama genelde türkü çalıyor.”*

Katılımcı K4 ve K10 lise, anne ve babaları ilköğretim mezunudur. İki katılımcı da kendisini ve ailesini alt gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcılar arabesk, dert gibi ifadelerle mekamlarda dinledikleri şarkılarda kendi durum ve duyu hallerine karşılık gelen şarkıları dinlemek istedikleri gözlemlenmiştir.

K18: *“Çalışmayı da engellemeyecek, kısık, konsantrasyon sağlayacak müzikler gittiğim mekandan beklentimdir.”*

Katılımcı K18 lisans, annesi ilköğretim babası lise mezunudur. Kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcının ifadelerinde kafe mekamlarında iş yaşamına yönelik çalışmalarını sürdürdüğü gözlemlenmiştir.

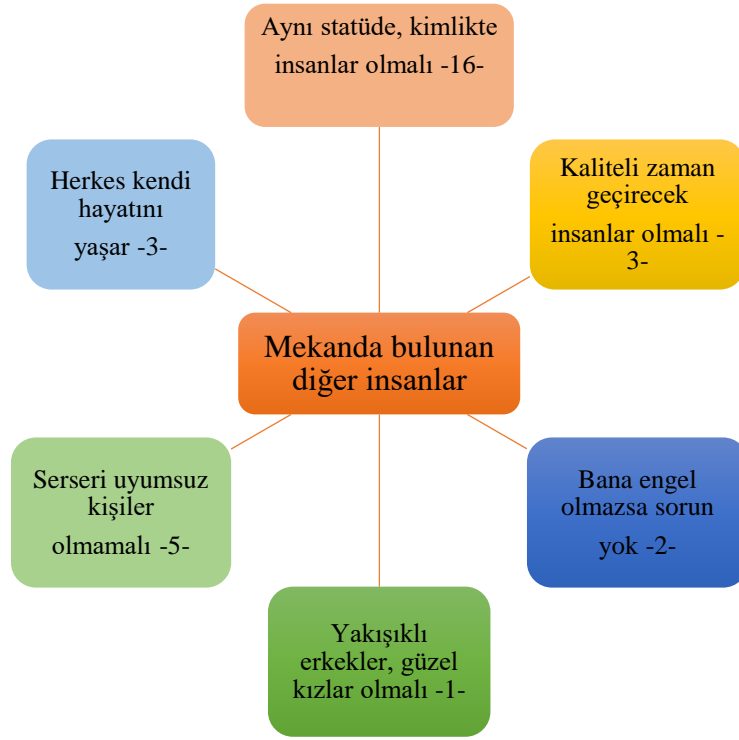
K27: *“Blues müzikler tercihim dinlendiriyor ama tabii ki her mekana bu müzik gitmiyor. Her mekan kendine uygun müzikler çalmalı”*

K29: *“Mekanın kendisi ile çelişmemesi lazım müzik konusunda”*

Katılımcı K27 yüksek lisans, anne- baba lisans mezunudur. Katılımcı K29 lisans, anne lise babası lisans mezunudur. K27 ve K29 katılımcıları kendilerini ve ailelerini üst gelirli olarak belirtmiştir. Katılımcılar mekanda dinledikleri müzikleri kendilerinin duyu ya da iş durumu ile değil mekanın tarzıyla eşdeğer bulmak istediklerini ifade etmiştir.

4.8.1.7. Mekanı paylaşan diğer kişiler

Çalışmanın yedinci teması olan mekan tercihine etki eden mekanı paylaşan diğer kişilerin temasına ait hiyerarşik alt kod modeli şekil 22’de gösterilmiştir. Mekan tercihine etki eden mekanı paylaşan diğer kişiler altı başlık altında toplanmıştır. Bunlar, aynı statü-kimlikte insanlar olmalı, serseri-uyumsuz olmamalı, herkes kendine göre yaşar, kaliteli zaman geçirmek için, bana engel olmazsa sorun yok, yakışıklı/güzel-kız /erkek olmalı ve mekan paylaşımın önemli olup olmadığına hayır diyenlerdir. Katılımcıların ifadeleri ise şöyledir:



Şekil 22. Mekanın paylaşımı

Mekan tercihinde etki eden mekanın paylaşan kişiler temasında, katılımcılar arasında en çok aynı statü de ve kimlikte insanların olması tercih edildiği değerlendirilmiştir. Katılımcıların mekan tercihinde mekanda aynı statü ve kimlikte insanların bulunması hakkındaki görüşleri şöyledir:

K6 :*“Yakışıklı erkekler olması tercihim.”*

K7 :*“Evet var. Serserilerin çok olduğu yere gitmem.”*

Katılımcı K6 lise, anne-babası ilköğretim mezunudur. Katılımcı K7 lise, anne-babası okul eğitimi almamıştır. İki katılımcı kendisini ve ailesini alt gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcılar mekanı paylaştıkları diğer kişiler için “kendisi” gibi olma özelliğinden bahsetmemiş farklı nitelikteki kişi beklentilerini ifade etmişlerdir.

K12:*“Önemlidir. Her mekanda ortalama statü ve seviyede insanlar bulunur. Benim gibi insanların olmadığı bir mekan beni rahatsız eder.”*

Katılımcı K12 lisans, anne ilköğretim babası lise mezunudur. Kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcı mekanda bulunan diğer kişiler için benim gibi, statü, seviye ifadelerinde bulunarak mekan ve mekan kullanıcıları arasında kurduğu ilişkiyi ifade etmiştir.

K25: “Evet- aynı ortamda birlikte bulunan kişiler mekan seçimimde en büyük etkenlerden biridir. Elit bir topluluk içinde kendimi daha rahat hissederim.”

K26: “Tabii ki. Kendimle aynı kültür seviyesinde insanlarla bir arada olmayı tercih ederim.”

Katılımcı K25 yüksek lisans, anne lise baba lisans mezunudur. Katılımcı K26 yüksek lisans, anne ilkokul babası lisans mezunudur. İki katılımcı kendisini ve ailesini üst gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcılar elit, kültür gibi ifadelerle kendileri ve mekanı kullanan diğer kişileri özdeşirme durumlarını açıklamıştır.

K1 : “Yoktur çünkü hepimiz insanız hepimizin kendimize göre dertlerimiz var kimse kimseye karışamaz.”

K10: “Bana dokunmayan yılan bin yaşasın. O yüzden önemli değil kimin gelip gittiği.”

Katılımcı K1 lisans, katılımcı K10 lise mezunudur. İki katılımcının anne-babası ilkokul mezunudur. İki katılımcı kendisini ve ailesini alt gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcıların ifadelerinde mekanda bulunan diğer kişilerde nitelik aranmadığı gözlemlenmiştir.

Eğitim ve gelir seviyesi arttıkça katılımcıların mekanı kullanan diğer kişiler hakkında kendi gibi olma beklentisinin arttığı gözlemlenmiştir.

4.8.1.8. Mekana bağımlılık, müdavimlik

Çalışmanın sekizinci teması olan mekan tercihinin etki eden mekana bağımlılık, müdavimlik temasına ait hiyerarşik alt kod modeli şekil 23’de gösterilmiştir. Mekan tercihinin etki eden mekana bağımlılık, müdavimlik teması, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda yedi ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar, daha rahatım ve alışım, uygun fiyat, kaliteli hizmet, mekanda tanınıyor olmak ve mekanda kendim gibi insanların olmasıdır. Katılımcılarınmekana bağımlılık ve müdavimlik hakkındaki görüşleri ise şöyledir:



Şekil 23. Mekana bağımlılığa etki eden unsurlar

Mekan tercihinde etki eden mekana bağımlılık, müdavimlik temasında, katılımcılar arasında en çok mekana alışılması ve rahat edilmesi mekan tercihinde önemli olarak değerlendirilmiştir. Katılımcılar mekan tercihinde mekana alışılması ve rahat edilmesi hakkındaki görüşleri şöyledir:

K8 : “*Evet cafe var çünkü cafede oturup etrafı seyretmek huzur veriyor kafamı dağıtmamı sağlıyor.*”



Şekil 24. Klasik mekan

Katılımcı K8 lise, anne-babası ilkokul mezunudur. Katılımcı kendisini ve ailesini alt gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcı ile görüşmenin yapıldığı kafe şekil 24’de gösterilmiştir. Sade masaların iç içe bulunduğu, dar alana sahip bu kafede katılımcının mekanı uygun fiyat nedeniyle tercih ettiği, mekanı sürekli kullanımının nedeninin mekanı dışı faktörlerin olduğu gözlemlenmiştir.

K20 : *“Evet var. Alışkanlıklarına uzun süre değiştirmeden devam eden biri olarak kendimi tanıttığım ve tanıdığım bir mekanda bulunmak bana daha çok güven ve huzur verir.”*

K30: *“Evet var. Bana hitap ettiği ve kendim gibi birçok insanla bir arada olduğum hissinden dolayı. Ayrıca sürekli gittiğim için tanınmış olmak iyi hissettiriyor.”*

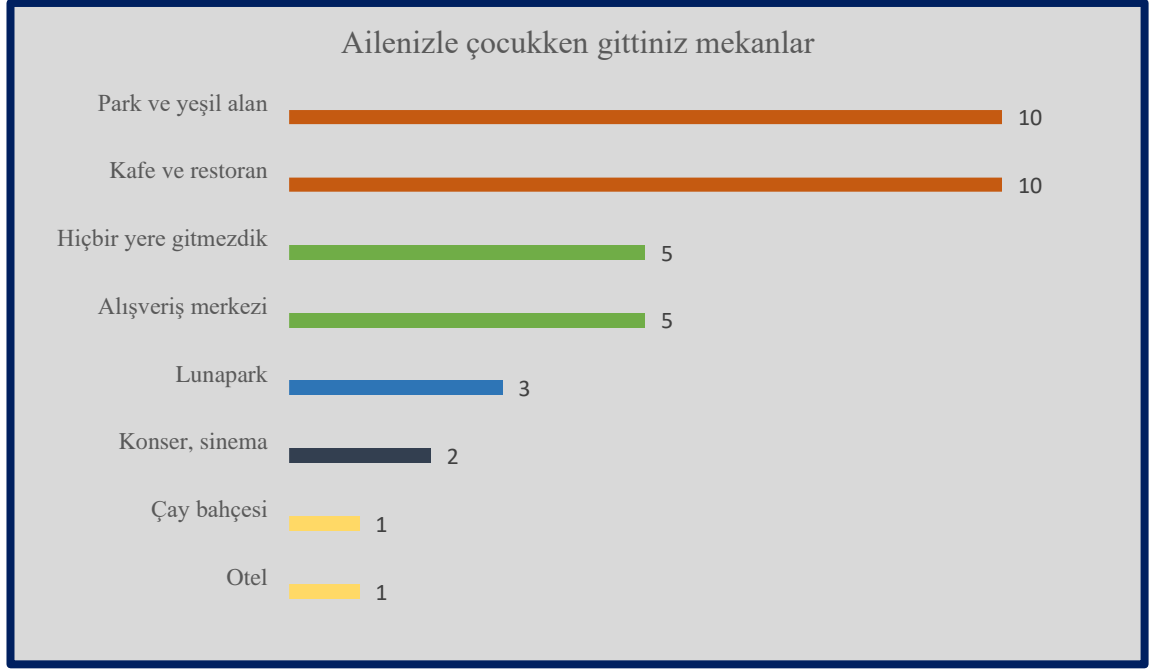


Şekil 25. Albenili mekan

Katılımcı K20 yüksek lisans, anne-babası ilkokul mezunudur. Katılımcı kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcı K30 lisans, anne-babası da lisans mezunudur. Katılımcılar mekanı sürekli kullanmasının nedenini tanınmışlık, kendim gibi olanlar ve güven ifadeleriyle açıklamıştır. Bu durum mekan ile bireyin özdeşlik kurduğunu göstermektedir. Eğitim ve gelir seviyesi arttıkça tanınmışlık ve güven ifadesini kullanan katılımcı sayısı artmıştır.

4.8.1.9. Çocukluk döneminde aile ile birlikte gidilen mekanlar

Çalışmanın dokuzuncu teması olan mekan tercihinin etki eden çocukluk döneminde aile ile birlikte gidilen mekanlar temasına ait hiyerarşik alt kod modeli şekil 26'da gösterilmiştir. Mekan tercihinin etki eden çocukluk döneminde aile ile birlikte gidilen mekantar teması, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda sekiz ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar, park ve yeşil alan, kafe-restoran, gitmezdik, alışveriş merkezi, lunapark, konser-sinema, çay bahçesi ve otellerdir. Katılımcıların çocukluk döneminde aileleri birlikte gittikleri mekanlar hakkındaki görüşleri ise şöyledir:



Şekil 26. Çocukluk döneminde aile ile birlikte gidilen mekanlar

Mekan tercihinine etki eden çocukluk döneminde aile ile birlikte gidilen mekanlar temasında, katılımcıların aileleri ile birlikte park ve yeşil alanlara gittiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların görüşleri şöyledir:

K3 : “Köyden ihtiyaçlarımız almak için geldiğimizde alışveriş merkezleri içinde hem ihtiyaçlarımızı giderir hem de kafelerde zaman geçirirdik ayrıca Meram Bağları gibi tarihi mekanların çevresindeki kafeler ile tarihle iç içe olmayı isterdim.”

K5 : “Maalesef ailem ile o dönem gittiğim bir mekan yoktu.”

Katılımcı K3 lise, anne-babası ortaokul mezunudur. Katılımcı K5 lise, anne-babası ilkokul mezunudur. İki katılımcı kendisini ve ailesini alt gelirli olarak tanımlamıştır. Aile ile bir sosyal mekanda bulunmama durumu eğitim ve gelir seviyesi azaltıkça artmaktadır.

K16: “Hep gittiğimiz bir pastane vardı. Tatlılarını çok sevdiğimiz için haftada iki gün mutlaka uğrardık. Mekan küçük ama bir o kadar da şık bir mekandı.”

K26: “Haftanın bir günü mutlaka restorana yemeğe giderdik bir de yaz aylarında şehir dışında tatile.”

K30: “Türkiye’de daha çok lüks restoran ve cafeler. Yurt dışında ise her yer.”

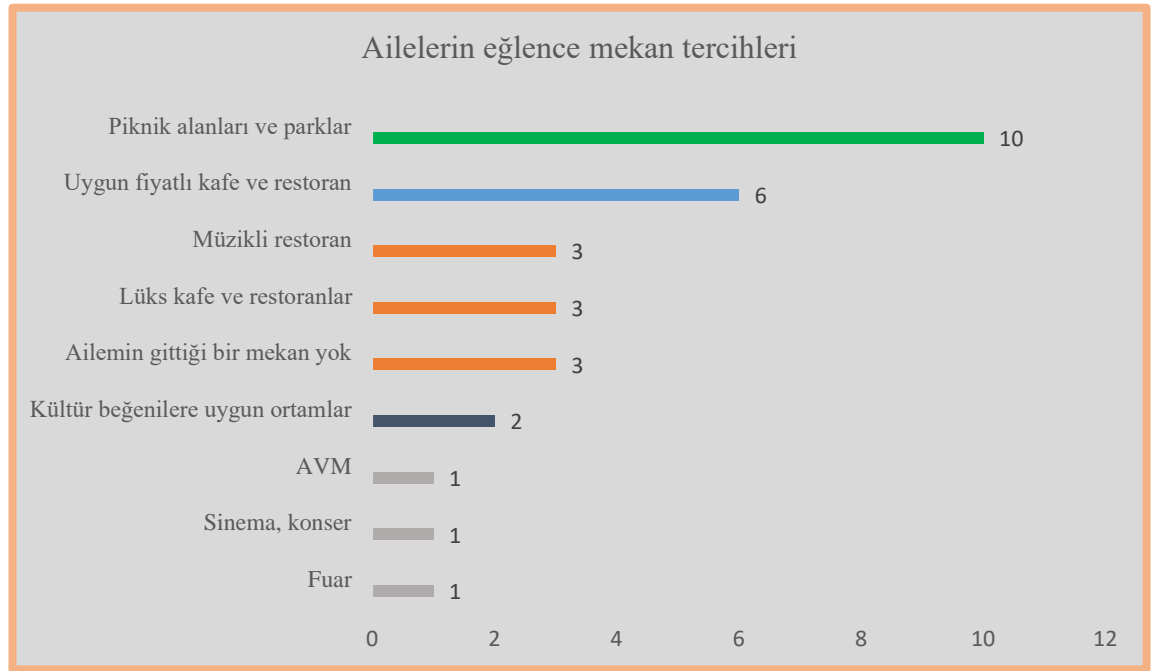
Katılımcı K16 lisans, anne-babası lise mezunudur. Kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcı K26 yüksek lisans, annesi ilkokul babası lisans mezunudur.

Katılımcı K30 lisans, anne-babası da lisans mezunudur. K26 ve K30 katılımcıları kendilerini ve ailelerini üst gelirli olarak tanımlamıştır.

Eğitim ve gelir seviyesi artan ailelerde, birlikte zaman geçirilen sosyal mekanlarda seçenek ve nitelikler artmaktadır.

4.8.1.10. Ailelerin eğlence mekanları tercihleri

Çalışmanın onuncu teması olan mekan tercihinin etki eden ailelerin eğlence mekan tercihleri temasına ait hiyerarşik alt kod modeli şekil 27’de gösterilmiştir. Mekan tercihinin etki eden ailelerin eğlence mekan tercihleri mekan teması, katılımcıların ifadeleri doğrultusunda sekiz ana başlık altında toplanmıştır. Bunlar piknik alanları, yeşil alanlar ve parklar, uygun fiyatlı kafe ve restoranlar, müzikli restoranlar, kafeler ve restoranlar (lüks), ailemin gittiği bir eğlence mekanı yok, kültür beğenilere uygun ortamlar, AVM ile sinema ve konserlerdir. Katılımcıların ailelerinin eğlence mekanları tercihleri hakkında ki görüşleri ise şöyledir:



Şekil 27. Ailelerin eğlence mekanları tercihleri

Mekan tercihinin etki eden ailelerin eğlence mekanları tercihleri temasında, katılımcılar aileleri ile birlikte piknik alanlarına, yeşil alanlara ve parklara gittiklerini ifade etmişlerdir. Katılımcıların görüşleri şöyledir:

K1 :“*En fazla pikniğe gidebiliyoruz maddi durum olmadığı için sadece tavuk eti yiyebiliyoruz onda da.*”

K4 :“Sessiz sakinliğin olduğu ve bahçeli uygun fiyatlı kafe, restoranlara gittik bunların hepsi belediyenin kenara köşede yerleri zaten.”

K15: “Beraber olunca eğleniyorlar. Bu nedenle genelde birlikte açık hava restoran veya sinemaya gideriz.”

K24: “Canlı müzikli- müzikalli restoran ve oteller.”

K27: “Farklı kültürler tanıyacıkları mekanlar ya da canlı müzikli eğlence mekanları.”

Katılımcı K1 lisans, K4 lise mezunudur. İki katılımcının anne-babası ilkokul mezunudur. İki katılımcı da kendisini ve ailesini alt gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcı K15 lisans, anne ilkokul baba lise mezunudur. Katılımcı kendisini ve ailesini orta gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcılar K24 ve K30 yüksek lisans, anne-babaları lisans mezunudur. Katılımcılar kendilerini ve ailelerini üst gelirli olarak tanımlamıştır. Katılımcıların çocukken aileleri ile gittikleri sosyal mekan verileri ile ailelerle şuan birlikte gidilen eğlence mekanları verileri benzerlik göstermektedir. Eğitim ve gelir seviyesi artan ailelerde birlikte zaman geçirilen mekanlarda seçenek ve nitelikler artmaktadır. Eğitim ve gelir seviyesi azaldıkça imkan ve uygunluk ifadeleri kullanılmış ve bu niteliklerle bağdaşan mekanlar tercih edilmiştir.

5. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

Değerlendirme

İnsan yaşamını anlamlandırmanın, anlamının ve düzenlenmenin önemli bir parçası olan kültür, bireyin tercih ve beğenilerinin oluşmasına etki eden önemli faktörler arasında bulunmaktadır. Bireyin ailesi ve içerisinde bulunduğu çevresinin etkisiyle oluşan kültür bilgisi ve birikimi zamanla kişinin birçok alanının şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Bireyin giyimi, yediği yemekler, edindiği arkadaşlar, eğitim hayatındaki başarısı ve sahip olduğu meslek gibi birçok unsurda kültürel sermayenin etkisi bulunmaktadır. Bourdieu'nun teorik olarak açıkladığı kültürel sermaye kavramı, bireylerin sahip olduğu habitusun niteliğinin etki ettiği yeterlilik ve yatkinlikleri kapsamaktadır. Kültürel sermaye belli kaynaklara, imkanlara, şartlara ve çevrelere yakın olmakla doğrudan ilgili bir durumdur. İyi okullarda okumak, kültürel dünyaları deneyimlemek, yetenekleri ilerletebilmek şeklinde gelişen kültürel sermaye, diğer sermaye biçimlerinden bağımsız değildir. Kültürel sermaye insanın toplumsal alanda yer almasına etki eden önemli unsurlar arasındadır.

Bourdieu'ya göre kültürel sermayenin çeşitli boyutları vardır. Bu anlamda, güzel sanatlara ve kültüre ilişkin nesnel bilgi; kültürel beğeniler ve tercihler; biçimsel nitelikler (örneğin, üniversite derecesi, müzik eğitimi); kültürel beceriler ve teknik ustalık (örneğin, bir müzik aleti kullanma yetisi); zevk sahibi olma ve iyi ve kötü arasında ayırım yapma yetisi. Bu anlamda Bourdieu'nun kültürel sermayeyi daha geniş bir habitusun bir boyutu ve bu nedenle ona sahip olanların toplumsal konumlarını yansıtan bir olgu olarak gördüğü söylenebilir (Smith, 2006, .190). Eğitim seviyesi daha yüksek anne-babaların çocuklarının eğitim düzeyinin de yüksek olması ve çocuklarının yeteneklerinin ortaya çıkarılarak desteklenmesi örneği gibi aile ve birey arasında ilişki kültürel sermaye teorisi açıklamaktadır.

Toplumsal konum ve nitelikleri içinde barındıran alanlardan biri olan mekan, farklı kültür ve beğenilere göre şekillenerek çeşitlilik göstermektedir. Bu nedenle bireyin tercih ettiği mekan salt fiziksel nitelik taşımamakta aynı zamanda toplumsal ve kültürel sermayenin etkisini yansıtmaktadır. Kişilerin kullandıkları mekanların, yaşadıkları toplumun kültürlerini yansıtmaları onların davranışlarını sergilemede, iletişimde, mutlu olmalarını sağlamaktadır (Günel ve Esin, 2007, s.22). Heidegger, bir mekanın o mekanı

kullanıcıların niteliklerine uygun şekilde inşa edildiğini, yer aldığı fiziksel ve beşeri topografya ile şekil aldığını, mekanların soyut objelerden çok onun içinde yaşayanlarla alakalı olduğunu belirtmektedir (Sharr, 2013, s.10). Çünkü mekanı canlandıran en önemli unsurların başında, mekanda hareketliliği sağlayan insanlar gelmektedir. Gündelik hayat Heidegger için önemli bir yer tutmaktadır. Nitekim insanların hayatta kalabilmek ve özel istekleri için kullandığı araç gereçlerle, hem fiziksel hem de zihinsel olarak gündelik hayattaki pratiklerinin önem arz ettiği savunulmaktadır (Sharr, 2013, s.31). Ayrıca mekan “gereksinim için yeterli olma yeteneği veya kullanıma uygunluk” niteliği taşımalıdır (Özsoy vd., 1995, s.26). Mekanda sadece teknik unsurlar yetersiz kalacaktır. Mekanı kullanacak kişilerin duygusal ihtiyaçları yönünden tasarım ve şekillendirmelerin oluşması önem taşımaktadır (Altaş, 1994).

Bu araştırma; bireyin aile ve çevresinin etkisiyle oluşan ve her bireyde farklılık gösteren kültürel sermayesinin mekan-insan ilişkilerinde mekanın kullanımındaki etkisini incelemektedir. Mekanların çeşitlilik göstererek ayrışmasında kültürel sermaye faktörün etkisine dair veri sunmaktadır.

Sonuç

Bireylerin mekan tercihlerine kültürel sermaye etkisini incelemek amaçlı yapılan bu nitel araştırmada yarı yapılandırılmış sorularla mülakat (görüşme) tekniği uygulanmıştır. Sorulan sorularla katılımcıların ve ailelerinin demografik özellikleri, mekan tercihlerine etki eden faktörler ve mekan beklentilerine ait veriler elde edilmeye çalışılmıştır. Araştırma Konya/Meram ilçesinde bulunan on farklı kafede, otuz katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Katılımcıların yarısı erkek yarısı kadındır. Katılımcıların yaşları yirmi beş- otuz beş yaş aralığında bulunmaktadır.

Araştırma verileri sonucunda; anne baba eğitim seviyeleri ile bireyin eğitim seviyesi arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Anne-babanın eğitim seviyesi arttıkça kişinin eğitim seviyesi artmıştır. Kültürel sermayede önemli yeri bulunan eğitim durumunun aile ile ilişkisi anne-babanın eğitim seviyesi arttıkça çocuğunun eğitimine verdiği önemin arttığı verisi ortaya çıkmıştır.

Eğitim seviyesi ile anne-baba mesleği/çalışma durumu ve ekonomik seviye arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Lise ve üniversite mezunlarının anneleri ev hanımı, yüksek lisans mezunlarının annelerinin yarısı ev hanımı diğer yarısı kamu çalışanıdır.

Lise ve üniversite mezunlarının babaları genelde orta gelirli serbest meslek, yüksek lisans mezunlarının babaları ise sanayici ve mühendis yüksek gelir seviyesindedir. Bu veriler anne baba eğitim seviyesi ve ekonomik sermaye ilişkisinde eğitim seviyesi arttıkça ailelerin gelir seviyesinin arttığı görüşüne destek sağlamaktadır. Aile gelir seviyesi: lise mezunlarında alt, üniversite orta, yüksek lisans grubunda ise üst seviyedir.

Ailelerin kültürel sermayesi bağlamında eğitim seviyesi ve mekan tercihleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ailesinde lise mezunu anne/baba bulunan katılımcıların ailelerinin yarısı hiçbir yere gitmezken, yarısı yeşil alan parklara gitmekte, üniversite ve yüksek lisans mezunları çocukluklarında ise tüketim ağırlıklı, zevk için para harcanan yerle gitmek tercih edilmiştir. Habitus kavramında anne babanın sahip olduğu kültürel sermayenin çocuğa aktarıldığı görüşü bu veriyle ilişkilendirilerek açıklanmıştır.

Katılımcılardan lisans ve yüksek lisans mezunları mekanlarda; menü, otopark ve vale olmasını önemsemişler ve bu özelliklere öncelik vermişlerdir yani bireysel rahatlık, aydınlık, görünür olma gibi özellikler mekan beklentilerinde önemli olmuştur. Lise mezunlarının ise mekanlarda önceliği ekonomik fiyatlar olmuştur. Bu durum; gelir bağlamında kendini üst sınıf olarak tanımlayan katılımcılarda mekan beklentilerini kültürel sermayenin etkilediği, kendini ekonomik olarak alt sınıf olarak tanımlayan katılımcıların mekan beklentisini ise ekonomik gelirin etkilediğini açıklamaktadır.

Lisans ve yüksek lisans mezunu katılımcılar mekanlarda modern ve özgün tasarımlar ararken, lise mezunlarında bu durum dağınmıştır.

Lise mezun katılımcılar mekanda bulunan diğer kişiler ile ilgili özellikleri önemsemezken, lisans ve yüksek lisans mezunu katılımcılar mekanda bulunan diğer kişilerin statülerini ve kendi toplumsal kimliklerine yakın kişiler olmasını önemli bulmuştur. Bu durum habitusla oluşan çevre ve ilişkilerin kendini üst sınıf olarak tanımlayan katılımcılar tarafından daha fazla önemsendiğini göstermektedir.

Araştırmada elde edilen veriler, kültürel sermayenin ekonomik sermayeyi etkilediği görüşünü desteklemektedir. Katılımcıların ve ailelerinin eğitim durumları verileri kültürel sermaye bağlamında değerlendirildiğinde eğitim seviyesi artan anne-baba çocuklarında eğitim durumunda artış gözlemlenmiş ve bu anlamlı artış gelir seviyesindeki artışı da anlamlı olarak etkilemiştir. Eğitim ve gelir hem ailede hem katılımcı da arttıkça mekan beklentilerindeki niteliklerde çeşitlilik artmıştır. Kendini alt gelirli olarak

tanımlayan ve eğitim düzeyi lise olan katılımcılar mekan beklentilerinde daha sade, ışıksız, uygun fiyatlı, türkü tarzlı müziği bulunan yerler ve güler yüzlü samimi çalışanlar aramaktadır. Kendini üst gelirli olarak tanımlayan, lisans ve üstü eğitimi olan katılımcılar ise daha aydınlık, geniş, farklı tarz ve objelere yer verilmiş, vale-otopark hizmeti bulunan, mekanın tarzı ile özdeş müzik çalan, daha görünür mekanları kullanmaktadır. Bu katılımcıların mekanları kullanan kişi ile çalışanları ayıran tek tip kıyafetleri bulunan samimi olamayan fakat iletişimi güçlü çalışanların olması beklentisi bulunmaktadır.

Araştırmanın bulguları; Özkan (2022)' in "Kadıköy'de Kafelerin Tercih Sebepleri: Osmanağa Ve Caferağa Mahallesi Örneği" yüksek lisans tezinin; müşteri kimliği ile mekan kimliğinin benzer kategorileri oluşturduğunu gösteren verilerini desteklemektedir. Araştırmanın bulgularının desteklendiği diğer bir araştırma; Kayalı (2021)'nin "Mekân Sosyolojisi Bağlamında Kitap Kafelerin İnsan Ve Mekân Etkileşimi Açısından İncelenmesi: Ankara Örneği" yüksek lisans tezidir. Araştırmada kafelerde var olan mimari yapının, kitapların diziliş şeklinin, kullanılan dekoratif eşyaların bireyler üzerindeki etkisinin yadsınamaz bir önem arz ettiği, birey-mekân etkileşiminde tasarımsal konfigürasyonların sosyal etkileşimi beraberinde getirdiği sonucuna ulaşmıştır.

Tarihin birçok döneminde olduğu gibi günümüzde de insanlar farklı imkanlara sahip olarak yaşamaktadır. Bu farklılıkların temelinde ne olursa olsun sonuç olarak bir birinden daha iyi ya da daha kötü yaşayan köle-efendi, zengin-fakir gibi altlık üstlük ilişkisini barındıran toplumsal bir yaşama sebep olmaktadır. Bu durum insanların yaşam kalitesini, beklenti ve zevklerini doğrudan etkilemektedir. Araştırma kapsamında incelenen bireyler ve ailelerinin eğitim seviyesi, eğitimin kültürel sermayenin önemli bir faktörü olarak toplumsal farklılaşmayı etkilediği hakkında veri sunmaktadır. Toplumsal yaşamda eğitim hakkını herkesin faydalanabileceği hale getirmek ve eğitim kalitesini eşitlemek toplumdaki eşitsiliklerin azalması/sonlanması açısından önem taşımaktadır. Toplumsal yaşamın önemli bir parçası olan kamusal mekanların (kafe vb.) kamu destekli olması, içerik ve tarz bağlamında uygun fiyat ve kolay ulaşılabilir hale getirilmesi mekan kullanımında farklılıkların devam etmesi ve yeniden üretilmesini engelleyecektir.

KAYNAKLAR

- Akarsu, F. (1984). Piaget'ye Göre Çocukta Mekan Kavramının Gelişimi. *Mimarlık*, 22 (9), 31-33.
- Akbal Süalp, Z. T. (2004). *Zamanmekan. Kuram ve Sinema* (1. Bs.). İstanbul. Bağlam Yayıncılık.
- Aksoy, A. & Enlil, Z. (2011). *Kültür Ekonomisi Envanteri İstanbul 2010*. İstanbul. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Aktan, C. C.& Tutar, H. , (2007). Bir sosyal sabit sermaye olarak kültür. *Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi*, 6(20), 1-11.
- Alver, K. (2016). Kültür sosyolojisi ve kültürel çalışmaları ders notları. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi Felsefe Lisans Programı. İstanbul.
- Altaş, N. E. (1994). Kalite kavramı üzerine bir inceleme: Fiziksel çevrede kalite parametreleri modeli. *Journal of İstanbul Technical University*, 52, 3-48.
- Ansart, P. (1990). *Les sociologies contemporaines*. Paris: Le Seuil, 41.
- Anthias, F. (2006). *Belongings in a Globalising and Unequal World: Rethinking Translocations*. In N. Yuval-Davis, K. Kannabiran & U. Vieten (Eds.), *The Situated Politics of Belonging*. London: Sage Publications Ltd.
- Antonsich, M. (2010). Searching for belonging—An analytical framework. *Geography Compass*, 4(6), 644-659.
- Arendt, H. (2011). *İnsanlık durumu* (5. Bs.). (B. S. Şener, Çev.). İstanbul. İletişim Yayınları.
- Aron, R. (1992). *Sınıf Mücadelesi* (E. Güngör, Çev.). İstanbul. Dergah Yayınları.
- Aron, R. (2010). *Sosyolojik düşüncenin evreleri*. (K. Alemdar, Çev.). İstanbul. Kırmızı Yayınları.
- Arslan Avar, A. (2009). *Lefebvre'in üçlü-algılanan, tasarlanan, yaşanan mekân-diyalektiği*, Dosya 17, 7-16, Mimarlık ve Mekân Algısı, Ankara. TMMOB Mimarlar Odası.
- Arslantürk, Z. & Amman, T. M. (2001). *Sosyoloji – Kavramlar Kurumlar Süreçler Teoriler* (4.Bs.). İstanbul. Çamlıca Yayınları.
- Aslan ,E. A. (2019). Kültürel sermaye ve sınıf içi farklılaşma: Orta sınıfların kültürel sermaye yatırımı olarak özel okul tercihleri. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Ateş, Y. (2010). *Sosyal tabakalaşma ve siyaset ilişkisi: Türkiye örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Avcı, Y. E. & Yaşar, M. (2014). Kültürel Sermaye Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *International Journal of Social Science Research*, 3(1), 1-13.
- Avcı, Y. E. (2015). Öğretmenlerin Kültürel Sermaye Yeterliklerinin İncelenmesi. Doktora Tezi. Gaziantep Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Gaziantep.

- Ayman, Z. (2006). Bellek mekânı olarak sınır ve ötekilik: Kars şehri. *Toplum ve Bilim Dergisi*, sayı 107, 145-189.
- Bachelard, G. (1957). *Mekânın poetikası* (1. Bs.). (A. Derman, Çev.). İstanbul. Kesit Yayıncılık.
- Bahar, H. İ. (2005). *Sosyoloji* (1. Bs.). Ankara. USAK Yayınları.
- Bal, H. (2002). *Kent Sosyolojisi*. Isparta. Fakülte Kitabevi.
- Baudelaire, C. (1956). *The mirror of art*, (J. Mayne, Çev.). New York. Doubleday.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 521.
- Başkaya, A. (2001). Yalın bir işaret dizgesi. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 16(2), 68.
- Bektaş, E. (2012). *Kültür endüstrisinin alt gelir grubu üzerindeki dönüştürücü etkisi*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- Bilgin, N. (2007). *Sosyal psikoloji sözlüğü, kavramlar, yaklaşımlar* (2. Bs.). İstanbul. Bağlam Yayıncılık.
- Bilgin, N. (1990). Fiziksel mekândan insani ya da insanlı mekâna. *Mimarlık Dergisi*, 241, 28(3), 63.
- Bilgin, N. (2011). *Eşya ve insan* (2.Bs.). İstanbul. Gündoğan Yayınları.
- Bolak Hisarlıgil, B. (2007).“*Yerleşmenin Düş(üm)lenmesi: Geleneksel anadolu yerleşmelerinde “ara”lar*”. Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Bottomore, T. B. (2000). *Toplumbilim*. (Ü. Oskay, Çev.). İstanbul. DerYayınları.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a theory of practice*. London. Cambridge Press, University of Cambridge.
- Budak, S. (2009). *Psikoloji sözlüğü* (4. Bs.). Ankara. Bilim ve Sanat Yayınevi.
- Bourdieu, P. (1990). *The logic of practice*. Oxford. Polity Press.
- Bourdieu, P. (1996). *State nobility: Elite schools in the field of power*. New York. Cambridge, Polity Press.
- Bourdieu, P. (1996). *Distinction: A social critique of the judgment of taste*. London. Routledge Press.
- Bourdieu, P. (2007). *Düşünümsel bir antropoloji için cevaplar*. (Çev. N. Öktem), İstanbul: İletişim Yayınları.
- Bourdieu, P. & Passeron, J. C. (2015). *Yeniden üretim: Eğitim sistemine ilişkin bir teorinin ilkeleri* (1. Bs.). Ankara. Heretik Yayınları. (Reproduction in Education: Society and Culture. Sage Pub., London: 1977).
- Budak, H. (2018). Sosyal Medya iletişimde mahremiyetin serüveni. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 146-170.
- Budak, Ö. (2014). *Kültür, sınıf ve sosyal sınırlar: Türkiye’de kapitalist yöneticiler sınıfı üzerine bir inceleme*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

- Budak, H. (2021). Darağacında bir serdengeçti davası: Medeniyet ve mekân bağlamında Ayasofya. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 18(39), 856-894.
- Castells, M. (1997). *Kent, sınıf, iktidar*. Ankara. Bilim ve Sanat Yayınları.
- Cengiz Yıldız, M. (2013). *Türk kültür tarihinde kahve ve kahvehane*. Erişim adresi: kahveolog.blogspot.com/2013/04/turk-kultur-tarihinde-kahve-ve-kahvehane. Erişim tarihi:07.04.2020.
- Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life* (1. Bs.). Berkeley. University of California Press.
- Cevizci, A. (2003). *Felsefe terimleri sözlüğü* (2. Bs.). İstanbul. Paradigma Yayınları.
- Cuba, L., & Hummon, D. M. (1993). A place to call home: Identification with dwelling, community, and region. *The Sociological Quarterly*, 34(1), 112–113.
- Çağlayan, S. (2012). Anadolu'nun ilk kamusal mekânı: Kahvehane. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 29, 95-110.
- Çakı, F. ve Kızıltepe, B. (2017). *Üçüncü yerler olarak kafeler ve gençlik: Balıkesir örnek olay incelemesi*. Akademik İncelemeler Dergisi, Sayı 1, 173-202.
- Çelebi, S. (2009). *Hindistan: Güney Asya'nın güncel jeopolitiği bağlamında uluslararası politikada mevcut ve muhtemel yeri*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Çetin, İ. (2010). *Gecekonduyunun kentle bütünleşme sürecinde alan-Mekân faktörü: İzmir örneği*. Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Çınar Altınçekiç, S. (1997). Kentsel alanlarda mekân organizasyonu ve Bayezıt çevresinin irdelenmesi. *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 47(2), 201-228.
- Doğan, E. (2009). *Tüketim toplumunda müzelerde yaşanan değişimlerin devlet müzeleri ve özel müzeler bağlamında değerlendirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Dönmezer, S. (1994). *Toplumbilim* (11. Bs.). İstanbul. Beta Basım.
- Durmaz Irmak, Ö. (2008). *Antik dönemden günümüze mimari mekân anlayışı; Behruz Çinici ve Şevki Vanlı eserlerinin mekânın algılanmasını sağlayan öğeler açısından irdelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Duru, B. & Alkan, A. (2002). *20. Yüzyıl kenti*. Ankara. İmge Kitabevi.
- Edney, J. J. (1976). Human territories: Comment on functional properties. *Environment and Behavior*, 8(1), 42.
- Ekşioğlu, Ş. Z. (2012). *Kültürel sermaye ve ekonomik kalkınma arasındaki ilişkinin girdi çıktı analizi ve fayda maliyet analizi yöntemleri ile Türkiye için değerlendirilmesi*. Doktora Tezi, Kadir Has Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Erbaş, H. (1992). Sosyolojide Fenomenoloji. *Araştırma Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi*, 14, 160.

- Erdenoğlu, F. (2014). Sosyal tabakalaşma & eşitsizlik. (2016, 29 şubat). https://www.academia.edu/7259472/Sosyal_Tabakala%C5%9Fma_ve_E%C5%9Fitsizlik, Erişim tarihi: 29.02.2016.
- Erdoğan, U. (2018). Ekonomik ve Kültürel Sermaye Bağlamında Sosyal Sınıfların Farklılaşması: Ankara rneği”, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erdönmez, M. E., & Akı, A. (2005). Açık Kamusal Kent Meknlarının Toplum İlişkilerindeki Etkileri. *Megaron*, 1(1), 67-87.
- Erol, M. A. (2016). *Klasik ve modern topyalarda mekân tasavvurları*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ersoy, M. (2007). *Kentsel planlama kuramlarına eleştirel bakışlar: Planlama Kuramları*. Ankara. İmge Kitabevi.
- Ertürk, H. (1997). *Kent Ekonomisi*. Bursa. Ekin Yayınları.
- Eşkinat, Y. (1992). *Kent planlama ve tasarım arasında gerekli ara ölçek: kentsel tasarım*. 2. Kentsel Tasarım ve Uygulamaları Sempozyumu Post-Urbanizm ve Kentsel Tasarım. İstanbul: Mimar Sinan Üniversitesi.
- Eyce, N. (2011). *ağdaş mimarlıkta mekân, yer ve meknsallık tartışmaları – Cermodern rneği*. Yüksek Lisan Tezi, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Favell, A. (1999). *To Belong or not to belong: The postnational question, the politics of belonging: Migrants and minorities in contemporary Europe*. (A. Geddes & A. Favell Eds). Aldershot, Ashgate.
- Fitch, J. M. (1972). *The American building: Environmental forces that shape it*. New York. Schocken Books.
- Flavell, J. A. (1963). *The developmental psychology of jean piaget*. USA. D. van Nostrand Company.
- Foucault, M. (1984). Öteki meknlara dair. (Burak Boysan, Deniz Erksan ev.). *Defter Dergisi*, 4.
- Gerni, M. G. (2013). *İlişkilerin maddi yönü - sosyal sermaye ve örgütsel boyutu* (1. Bs.). İstanbul. Beta Yayıncılık.
- Gezer, H. (2012). Mekânı kavrama sürecinde algılama bileşenleri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, 1-10.
- Giddens, A. (2000). *Sosyoloji*. (H. . Güzel, ev.). Ankara. Ayraç Yayınevi.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. (Komisyon ev.). İstanbul. Kırmızı Yayınları.
- Gierny, T. F. (2000). A space for place in sociology. *Annual Review of Sociology*, 26, 465.
- Göka, ř. (1998). *İnsan ve Mekân*.(1. Bs.). Ankara. Yrtrk Yrk Türkmen Vakfı Yayınları.
- Güler, S. (2009). *Biçim, renk, malzeme, doku ve ışığın mekân algısına etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Göregenli, M. (2010). *Çevre psikolojisi: İnsan mekân ilişkileri*. İstanbul. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Graumann, C. F. (2002). *The phenomenological approach to people-environment studie: Handbook of environmental psychology*, (Robert B. Bechtel And Arza Churchman, Ed.). New York, By John Wiley & Sons, Inc.
- Grix, J. (2010). *The Foundations Of Research*. London: Palgrave Macmillan
- Gustafson, P. (2001). Meanings of place: Everyday experience and theoretical conceptualizations. *Journal Of Environmental Psychology*, 21(1), 5-16.
- Günel, B. & Esin, N. (2007). İnsan – Mekân iletişim modeli bağlamında konutta psikososyal kalitenin irdelenmesi. *İTÜ Dergisi A: Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 6(1), 19-30.
- Gür, Ö. Ş. (2000). *Konut kültürü*. İstanbul. YEM Yayın.
- Habermas, J. (2010). *Kamusal yaşamın yapısal dönüşümü*. (9. Bs.). (T. Bora, M. Sancar, Çev.). İstanbul. İletişim Yayınları.
- Harvey, D. (1997). *Postmodernliğin durumu*. (Çev. Savran, S.). İstanbul. Metis Yayınları.
- Harvey, D. (2003). *Sosyal adalet ve şehir*. (M. Morali, Çev.). İstanbul. Metis Yayınları.
- Holloway, G.E.T.(1967). *An Introduction to the child's conception of space*. Further Aspects of Piaget's Work. London: Routledge and Kegan Paul, published in conjunction with the National Froebel Foundation.
- İlgin, C. ve Hacıhasanoğlu, O. (2006). Göç – Aidiyet ilişkisinin belirlenmesi için model: Berlin / Kreuzberg örneği. *İTÜ Dergisi/A Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 5(2), Kısım:1, 60.
- Işık, O. (1994). Değişen toplum/mekân kavrayışları: Mekânın politikleşmesi, politikanın mekânsallaşması. *Toplum ve Bilim Dergisi*, Sayı:64-65, 17.
- Işık, A. (2009). Kültür ve kalkınma: Vergi kültürü örneği. *Ege Akademik Bakış*, 9(2), 862.
- İçli, G. (2011). *Sosyolojiye Giriş* (5. Bs.). Ankara. Anı Yayıncılık.
- İnceoğlu, M., & Aytuğ, A. (2009). Kentsel mekânda kalite kavramı. *Megaron Dergisi*, 4(3), 131-146.
- İzgi, U. (1999). *Mimarlıkta süreç, kavramlar ilişkiler*. İstanbul, YEM yayın.
- Jameson, F. (2009). *Ütopya denen arzu* (1. Bs.). (F. B. Aydar Çev.). İstanbul. Metis Yayınevi.
- Jourdain, A. & Naulin, S. (2016). Pierre Bourdieu'nün kuramı ve sosyolojik kullanımları. İstanbul. İletişim Yayınları.

Kafe. (t.y.). Erişim adresi: <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim tarihi: 12 Aralık 2020.

Kahraman, D. (2019). Gençler ve Yaşlıların Mekânsal Ayırışma Pratiklerinin Sosyal Hizmet Açısından Değerlendirilmesi: Caferağa Mahallesi Örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

- Kaplan, M. (2018). Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Bağlamında Çalışanların Kültürel Tüketim Pratiklerinin Bourdieu Perspektifinden İncelenmesi: Nitel Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Kapu, H. (2008). Sosyal sermaye ve organizasyonların öngörü yeteneğini geliştirme gücü, *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 263.
- Karagül, M., & Masca, M. (2005). Sosyal sermaye üzerine bir inceleme. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Bahar (1), 40.
- Karayaka, B. (2006). *Sosyal tabakalaşma kuramlarının Türkiye'deki sosyo-ekonomik statü bölümlendirme çalışmalarıyla etkileşimi*. Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kayalı, S. (2021). Mekân Sosyolojisi Bağlamında Kitap Kafelerin İnsan Ve Mekân Etkileşimi Açısından İncelenmesi: Ankara Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kaygalak, İ. (2011). Postmodern eleştirilerin coğrafi düşünce ve yeni mekân kavrayışları. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 9(1), 1-10.
- Keleş, R. (1998). *Kentbilim terimleri sözlüğü*. (2. Bs.). Ankara. İmge Kitabevi.
- Kerbo, R. H. (1976). Marxist and functionalist theories in the study of stratification: A comment. *Social Forces*. Sep. 55(1), 191-192.
- Kerbo, R. H. (2000). *Social stratification and inequality: Class conflict in historical, comparative, and global perspective*. McGraw-Hill. New York.
- Keskinok, H. Ç. (2012). *Siyasi iktidar, kentsel rantlar ve çılgın projeler, Dosya 28 Çılgın Projeler*. Ankara. TMMOB Mimarlar Odası, 108-112.
- Kılıçbay, M. A. (2000). *Şehirler ve kentler*. (2. Bs.). İstanbul. İmge Kitabevi.
- Kip, S. (2010). *Kültürel sermaye ve televizyon izleme alışkanlıkları*. Doktora Tezi, İzmir: Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Klamer, A. (2004). *Cultural goods are good for more than their economic value: Culture and public action* (R. Vijayendra, W. Michael, Ed.). Stanford, California. Stanford University Press. 138-162.
- Kurtar, S. (2013). *Mekânı yaşamak, Lefebvre ve mekânın diyalektik oluşumu*, TÜCAUM Kongresi. 349-356.
- Kültür (2022, 05 Ocak). Erişim adresi: <http://www.etimolojiturkce.com/kelime/k%C3%BClt%C3%BCr>. <https://sozluk.gov.tr/>. Erişim Tarihi 05 Ocak 2022.
- Laurendeau, M. (1970). *The development of the concept of space in the child*. New York. International Universities Press, Inc., 1970.
- Lefebvre, H. (1995). *The production of Space* (D. N. Smith, Çev.). Oxford. Blackwell.
- Lefebvre, H. (2006). *Die Produktion des Raums* (In J. D., S. Günzel, Eds. Raumtheorie. Grundlagentexte aus Philosophie und Kulturwissenschaften. Frankfurt am Main, Germany: Suhr-kamp Taschenbuch Verlag.
- Lefebvre, H. (1970). *Kentsel devrim* (2. Bs.). (S. Sezer, Çev.). İstanbul. Sel Yayınları.

- Lefebvre, H. (1974). *Mekânın üretimi* (1. Bs.). (I. Ergüden, Çev.). İstanbul. Sel Yayınları.
- Lodrik, S. H. (2013). *Ekonomik ve kültürel sermaye sahibi sınıfın 1980-2000 arası tüketim pratikleri*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Lynch, K. (1960). *Kent imgesi* (1. Bs.). (İ. Başaran, Çev.). İstanbul. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Lyon, D. (1997). *Elektronik göz gözetim toplumunun yükselişi* (1. Bs.). (D. Hattatoğlu, Çev.). İstanbul. Sarmal Yayınları.
- Madanipour, A. (2003). *Public and private spaces of the city*. London And New York, Routledge, 20.
- Madi, B. (2006). *Öğrenme beyinde nasıl oluşur* (1. Bs.). İstanbul. Morpa Kültür Yayınları.
- Manzo, L. C. (2003). Beyond house and haven: Toward a revisioning of emotional relationships with places. *Journal of Environmental Psychology*, 23(1), 48.
- Mauss, M. (2005). *Sosyoloji ve antropoloji* (Ö. Doğan, Çev.). Ankara. Doğu Batı Yayınları.
- Melikeoğlu Eke, A. S., & Fitöz, İ. (2014). Mekânın yaşanabilirliği üzerine sistematik bir çözümleme. *Tasarım Kuram Dergisi*, 10(18), 137-148.
- Merleau-Ponty, M. (1948). *Algılanan dünya*. (4. Bs.). (Ö. Aygün, Çev.). İstanbul. Metis Yayınevi.
- Mumcu Uçar, Ö. & Özsoy, A. (2006). Sınır kavramına mekânsal bir yaklaşım: Bahçelievler örneği. *İTÜ Dergisi/A Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 5(2)-1,14.
- Norberg-Schulz, C. (1972). *Existence, space and architecture*. London. Studio Vista.
- Neuman, W. L., & Robson, K. (2014). *Basics of social research*. Toronto: Pearson Kanada.
- Oktay, D. (2001). Kentsel tasarımın kuramsal çerçevesine güncel bir bakış: Kentlerimiz, yaşam kalitesi ve sürdürülebilirlik. *Mimarlık*, 302, 45-49.
- Olgun, İ. (2009). *Kentsel değişim sürecinde kentsel okuma ve bellek ilişkisi*. Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Orhan, O., & Erdoğan, S. (2010). *İktisada giriş*. Ankara. Palme Yayıncılık.
- Öktem, Ü. (2005). Fenomenoloji ve Edmund Husserl'de apaçıklık (Evidenz) problemi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 45(1), 28.
- Özbek, M. (2004). *Kamusal alanın sınırları, kamusal alan içinde* (1. Bs.). İstanbul. Hill Yayınları.
- Özen, Y. (2011). Kişisel, sosyal, ulusal ve küresel sorumluluk bağlamında toplumun yeniden inşası: mekân. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8, 137-148.
- Özkan, H. (2022). *Kadıköy'de Kafelerin Tercih Sebepleri (Osmanağa ve Caferağa Mahallesi Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bilecik.

- Özpinar, C. (2014). *Sunuş, Henri Lefebvre, mekânın üretimi içinde*, (1. Bs.). (I. Ergüden, Çev.). İstanbul. Sel yayınları.
- Özsoy, A., Altaş (Esin), N., Ok, V. & Pulat, G. (1995). *Toplu konutlarda davranışsal verilere dayalı nitelik değerlendirmesi*. Araştırma Raporu TUBİTAK, INTAG 102, İstanbul.
- Özsöz, C. (2007). Pierre Bourdieu'nün temel kavramlarına giriş. *Sosyoloji Notları Dergisi*, 1, 15-21.
- Özturhan, E. (2021). Üniversite Öğrencilerinin Boş Zaman Değerlendirme Etkinliklerinde Mekân Tüketimi: Kafe Örneği. Yüksek Lisans Tezi, KTO Karatay Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Konya.
- Palabıyık, A. (2011). Pierre Bourdieu sosyolojisinde "Habitus", "Sermaye" ve "Alan" Üzerine. *Liberal Düşünce*, 16 (61-62), 128-129.
- Piaget, J., Inhelder, B. & Szeminska, A. (1960).: *The child's conception of geometry*. New York. Basic Books. Inc., Publishers.
- Piaget, J. B., & Inhelder, A. (1967). *The child's conception of space*. New York: W.W. Norton and Company Inc.
- Pløger, J. (2001). Millennium urbanism -discursive planning. *European Urban And Regional Studies*, 8(1), 64.
- Pol, E. (2002). The theoretical background of the city-identity sustainability network. *Environment And Behavior*, 34(1) January, 11-16.
- Poloma, M. (1993). *Çağdaş sosyoloji kuramları*. İstanbul. Gündoğan Yayınları.
- Proshansky, H. M., Fabian, A. K., & Kaminoff, R. (1983). Place identity: Physical world socialization of the self. *Journal of Environmental Psychology*, 3(1), 57-83..
- Rainbow, R. (2012). *Michel Foucault ile söyleşi: mekân, bilgi ve erk* (M. Adam, Çev.). Dosya 30 Mimarlığı Sosyolojik Olarak Anlamak, Ankara: TMMOB Mimarlar Odası.
- Rapoport, A. (1990). *The meaning of the built environment: A nonverbal communication approach*. Tucson, The University Of Arizona Pres.
- Rapoport, A. (1990). *History and precedent in environmental design*. Plenum Press, N.Y.
- Ritzer, G. (2019). *Büyüsü bozulmuş dünyayı büyülemek*. (Çev. Payzın, F.). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- Sami, K. (2010). Halk kültürü bağlamında kahvehanelerin toplumsal ve mekânsal dönüşümleri Diyarbakır kent örneği. *Millî Folklor Dergisi*, 85, 159-172.
- Sennett, R. (2011). *Ten ve taş: batı uygarlığında beden ve şehir* (4. Bs.). (T. Birkan, Çev.). İstanbul. Metis yayınları.
- Sennett, R. (2010). *Kamusal insanın çöküşü* (3. Bs.) (S. Durak, A. Yılmaz, Çev.). İstanbul. Ayrıntı Yayınları.
- Sharr, A. (2013). *Mimarlık için Heidegger* (1. Bs.) (V. Atmaca, Çev.). İstanbul. Yem Yayınları.
- Simmel, G. (1997). *Sociology of space: Simmel on culture: selected writings* (D. Frisby, Ed.) M. Featherstone, London: Sage Publications.

- Smith, R. W., & Bugni V. (2006). Symbolic interaction theory and architecture. *Symbolic Interaction*, 29(2), 124.
- Soja, E. W. (1989). *Postmodern Geographies*. London, New York, Verso.
- Soja E. W. (1996). *Thirdspace, journeys to los angeles and other real-and-imagined places*. Blackwell, Cambridge.
- Solak, S. G. (2014). *Mekân kimlik-etkileşimi ve kentsel mekândaki tezahürleri*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Solak, S. G. (2017). Mekân-kimlik etkileşimi: Kavramsal ve kuramsal bir bakış. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(1), 21.
- Stea, D. (1970). *Space, Territory and human movements*. In *environmental psychology: man and his physical setting*. (H. M. Proshansky, W. H. Ittelson & L. G. Rivlin Ed.). New York, Holt, Rinehart and Winston, 37.
- Sözen, M., & Tanyeli, U. (2005). *Sanat, kavram ve terimleri sözlüğü*. (8. Bs.). İstanbul. Remzi Kitabevi.
- Şengül, M. B. (2010). Romanda mekân kavramı. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(11), 528-538.
- Tanyeli, U. (1997). *Ezcacıbaşı sanat ansiklopedisi*, içinde (Cilt 2, s. 1193). İstanbul. Yem Yayınları.
- Tanyeli, U., & Taptık, A. (2010). *Türkiye'nin görsellik tarihine giriş* (1. Bs.). İstanbul. Akın Nalça Kitapları.
- Thompson, E. (1994). *Teorinin sefaleti* (A. F. Yıldırım, Çev.). İstanbul. Alan Yayıncılık.
- Throsby, D. (1999). Cultural capital. *Journal of Cultural Economics*, 6(7), 23-31.
- Turner, H. J., Beeghley, L., & Powers, C. H. (2010). *Sosyolojik teorinin oluşumu* (Ü. Tatlıcan, Çev.). Ankara. Sentez Yayıncılık.
- TÜİK (2020, 31 Aralık). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçları, Aralık 2020* [Basın bülteni]. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2020-7210#:~:text=T%C3%9C%C4%B0K%20Kurumsal&text=T%C3%BCrkiye'de%20ikamet%20eden%20n%C3%BCfus,698%20bin%2037%20ki%C5%9Fi%20oldu>. Erişim tarihi: 01 Ocak 2022.
- Türkün Dostoğlu, N. (2007). Kentler ve meydanları. *Mimarlık Dergisi*, Ankara. Mimarlar Odası Yayınları Sayı:334, 21-48.
- Uysal, M. A. (2009). *Sanatta mekân algısı (mekânla oynamak)* (Sanatta Yeterlilik Çalışması Raporu).Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Heykel Anasanat Dalı, Ankara.
- Ünal, A. Z. (2004). *Sosyal tabakalaşma bağlamında Pierre Bourdieu'nun kültürel sermaye kavramı*. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ünal, A. (2011). *Toplumda tabakalaşma ve hareketlilik*. İstanbul. Birleşik Yayınevi.
- Vural, T., & Yücel, A. (2006). Çağımızın yeni kamusal mekânları olan alışveriş Merkezlerine eleştirel bir bakış. *İTÜ Dergisi/Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 5(2), 97-106.

- Wallace, R. A., & Wolf, A., (2004). *Çağdaş sosyoloji kuramları* (L. Elburuz, M. R. Ayas, Çev.) İzmir. Punto Yayınları.
- Weber, M. (1996). *Sosyoloji yazıları*. İstanbul. İletişim Yayıncılık.
- Weber, M. (1978). *Economy and society* (Ed. Roth G.& Wittich C.). USA: Regents of the University of California.
- Wolff, K. H. (2002). *Fenomemoloji ve sosyoloji* (H. Rızatepe, Çev.). Sosyolojik Çözümlemenin Tarihi, (T. Bottomore, R. Nisbet, Ed.) Mete Tuncay ve Aydın Uğur, Ankara. Ayraç Yayınevi.
- Yanıkaya, B. (2004). *Kentte kadın sesleri: 1990 sonrasında İstanbul'da kentli kadının kültürel ürünler aracılığıyla kendini ifadesi (bir örnek tür olarak rock müzik)*. Doktora Tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Yırtıcı, H. (2005). *Çağdaş kapitalizmin mekânsal örgütlenmesi*, (1. Bs.). İstanbul. Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Youkhana, E. (2015). A conceptual shift in studies of belonging and the politics of belonging” *Social Inclusion* (ISSN: 2183-2803), 3(4), Doi: 10.17645/si.v3i4.12,15.
- Yörükhan, T. (2012). *Sosyolojik ve sosyal psikolojik görüş açısıyla şehir, konut ve mahremiyet* (1. Bs.), Ankara. Atatürk Kültür Merkezi Yayını.
- Yurdum, R. (2018). *Günümüzdeki Kamusal Örgütlerinin Kahve Zincir Dükkânları Bağlamında İrdelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Yuval-Davis, N. (2006). Belonging and the politics of belonging. *Patterns of Prejudice*, 40(3), 199-200.
- Yücedağ, İ. (2016). “Habitus” tan “Mutatlaştırma” ya Toplumsalın İnşası. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (37), 111-133.
- Zieleniec, A. (2007). *Space and social theory* (1. Bs.). SAGE Publications, ix.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Berivan BAYKAL

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyoloji Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi : KTO Karatay Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Sosyoloji (Tezli)

Bildiği Yabancı Diller : İngilizce (Orta seviye)

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurumlar : İpekyolu Belediyesi Sosyolog (2014-2016),
Üçgen Çocuk Kulübü PDR Uzmanı (2017-2018),
Yalçın Özel Öğretim Kursu PDR Uzmanı (2018-2021),
Form Kampüs Fen ve Anadolu Lisesinde PDR uzmanı
(2021- Devam ediyor)

Tarih : 14 Şubat 2022

EK-1. ANKET SORULARI

1- Lütfen size uygun cevabı işaretleyiniz ve boş yerleri doldurunuz.

KİŞİSEL BİLGİLER						
1	Adınız nedir?					
2	Soyadınız nedir?					
3	Cinsiyetiniz nedir?	Erkek ()	Kadın ()			
4	Yaşınız kaç?	18-20 ()	21-25 ()	26-30 ()	31-35 ()	36 -40 ()
5	Eğitim durumunuz nedir?	Lise ()	Ön lisans ()	Lisans ()	Yüksek Lisans ()	
6	Mesleğiniz nedir?					
7	Annelerinizin eğitim durumu nedir?	Okul yok	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite
8	Babanızın eğitim durumu nedir?	Okul yok	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite
9	Gelir seviyeniz nedir?	Alt	Orta	Üst		

1. Mekan tercihlerinize etki eden kişi\unsurlar nelerdir?
2. Zaman geçirmek istediğiniz mekanın bulunduğu konum önemli midir? Niçin?
3. Mekandan beklediğiniz hizmetler nelerdir? (menü-vale-otopark-ulaşılabilirlik)
4. Tercih ettiğiniz mekanın fiziksel özellikleri nasıl olmalıdır? (ışıklandırma- süsleme)
5. Gittiğiniz mekanda çalışanlardan beklentileriniz neler? (forma-dil-bakım-iletişim becerisi)

6. Tercih ettiğiniz mekanın müziği nasıl olmalı?
7. Eğlence ve sosyal bir mekan tercih ederken mekanı kullanan diğer kişilerin sizin için önemi var mıdır? Niçin?
8. Sürekli olarak gittiğiniz (müdavimi olduğunuz) mekan var mı? Niçin?
9. Çocukluk döneminde ailenizle gittiğiniz eğlence ve sosyal mekanlar nerelerdi?
10. Anne ve Babanızın meslekleri nelerdir?
11. Ailenizin eğlence mekan tercihleri genellikle ne tür yerlerdir?

EK-2. ETİK KURUL KARARI

T.C.
KTO KARATAY ÜNİVERSİTESİ
İNSAN ARAŞTIRMALARI ETİK KURUL KARAR SURETİ

Toplantı Sayısı: 8	Toplantı Tarihi: 19.12.2019
--------------------	-----------------------------

Karar Sayısı: 2019/08/03: Dr. Öğr. Üyesi Hatice BUDAK'ın "Kültürel Sermayenin Mekâna Yansması" isimli araştırma projesi çalışması ile ilgili dilekçesi görüşüldü.

Görüşme sonunda ilgili araştırma projesi çalışmasının Dr. Öğr. Üyesi Hatice BUDAK'ın sorumluluğunda yürütülmesinin uygun olduğuna oy birliği ile karar verilmiştir.

I

Sorumlu Araştırmacı : Dr. Öğr. Üyesi Hatice BUDAK

Yardımcı Araştırmacılar: Berivan GÜLMEZ

Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN
Başkan