

Bir Alışveriş ve Yaşam Merkezi Sonrasında Mekânsal Pratiklerde Değişim: İstanbul Örneği

Büşra Turan Tüylüoęlu¹
Kırklareli Üniversitesi

Öz: Mekân, kullanıcılarının pratiklerini belirleme potansiyeline sahiptir. Bir kentin ya da kentsel bölgenin barındırdığı mekânlar, o kentte ya da kentsel bölgede yaşayanların gündelik yaşamını şekillendiren önemli unsurlardandır. Son yıllarda kentlerde en büyük alanları işgal eden mekânlardan biri olan alışveriş merkezleri, kent sakinlerinin mekânsal pratikleri üzerinde oldukça etkili olmaktadır. Bu durum alışveriş merkezlerinin pek çok açıdan tartışılmasını da beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada açık cadde konseptinin yanında eğlence ve yaşam kompleksi niteliğiyle diğer pek çoğundan ayrılan bir alışveriş merkezi olma özelliğine sahip İstanbul'un hizmete açılmasının ardından bölgede yaşayan kent sakinlerinin günlük kentsel mekân kullanım pratiklerindeki değişimlerin anlaşılması amaçlanmıştır. Nitel araştırma tekniklerinin kullanıldığı çalışmada görsel tekniklerden de yararlanılmıştır. Sonuç olarak İstanbul'un, söz konusu kent sakinlerinin kentsel pratiklerinde dikkate değer değişiklikler yaptığı anlaşılmıştır. Bu değişikliklerin yorumlanması, öznel pratiklerinin şekillenmesinde mekânın rolünün anlaşılması ve yeni kamusalılıkların sorgulanması açısından önem taşımaktadır. Mekânın kent yaşamındaki belirleyiciliğinin anlaşılması ve günümüzün önemli tartışma başlıklarından biri olan alışveriş merkezlerinin toplumsal anlamının sorgulanması bu çalışmanın temel tartışma konularıdır.

Anahtar Kelimeler: İstanbul • mekânsal pratik • kentsel pratik • alışveriş merkezi • yaşam merkezi • tema park

1 Büşra Turan Tüylüoęlu, Kırklareli Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakóltesi, Sosyoloji Bölümü, Kırklareli. Eposta: bsrturan91@gmail.com

Atıf: Turan Tüylüoğlu, B. (2020). Bir alışveriş ve yaşam merkezi sonrasında mekânsal pratiklerde değişim: İstanbul örneği. *Toplumsal Değişim*, 2, 97–117.

Kapitalist tüketim toplumunun gelişmesiyle kapalı mekânlar halinde inşa edilen ve tüketim kültürünün simgeleri olarak ele alınan alışveriş merkezleri, alışverişin bir eğlence deneyimine dönüştüğü mekânlar olarak işlev kazanmıştır (Özcan, 2007). Bu durumda bizzat alışveriş eyleminin kendisi haz duyulan bir deneyimi ifade eder olmuştur. Nitekim alışveriş merkezleri literatürde bu yönleri vurgulanarak tüketim mekânları olarak ele alınmaktadır. Kaldı ki alışveriş merkezlerinin sunduğu eğlence imkânları da yine tüketim metası (Özcan, 2007) olarak ele alınmaktadır.

Alışveriş merkezlerinin herhangi bir kökenleri olmaksızın, modern kapitalist zihniyetin bir yansıması olarak inşa edilen yapay mekânlar olarak nitelendirilebilecekleri söylenmiştir (Yırtıcı, 2009, s. 98). Bu açıdan alışveriş merkezleri tüketim odaklı mekânsal örgütlenmeler olarak ele alınmaktadır. Buna göre bu mekânlar insanların ihtiyaçlarının değil uyarılmış arzularının karşılandığı, bu arzularının yönlendirildiği mekânlardır. Bu yönüyle alışveriş merkezlerinin birincil işlevinin sermaye dolaşımının hızlandırılması olduğu belirtilmekte, insanların kullanımı açısından işlevsel olmaları “ikincil sonuçlar” olarak değerlendirilmektedir (Yırtıcı, 2009, s. 134–135). Alışveriş merkezleri Tauber (1972), Feinberg ve arkadaşları (1989), Bloch ve arkadaşları (1991) tarafından “kamusal mekânın anlamını dönüştüren”; Abaza (2001) ve Salcedo (2003) tarafından ise “küreselleşme sürecinde, yerel sosyalleşme pratiklerine ve kent mekânına alternatif” mekânlar olarak da değerlendirmişlerdir (akt., Vural Arslan, 2009).

Sanayi toplumunun bir ürünü olan alışveriş merkezleri büyük metropollerin önemli unsurları haline gelmiştir. Gottdiener “çokmerkezli metropol bölge” olarak adlandırdığı bu yeni kent örgütlenmesinde alışveriş merkezlerinin toplumsal hayatın önemli bir gediğini doldurduğunu ifade etmektedir. Buna göre “düzensiz gelişmenin ürünü olarak ortaya çıkan suç ve hastalıklar, günlük yaşamda parklar, plazalar ve kamu alanlarının kullanımından zevk alınmasını engellemektedir.” Gottdiener (2005, s. 124) bu noktada oluşan toplumsallaşma mekânı ihtiyacının kapalı ve klimalı alışveriş merkezleri aracılığıyla giderildiğini ifade etmektedir.

Modern dönemlerde kentlerde meydana gelen “merkezsizleşme” perakendecilik uygulamalarının kendisine alternatif merkezler üretmesini mümkün kılmıştır (Şan ve ark., 2017). Böylece alışveriş merkezlerinin yeni alternatif kent merkezleri ürettiği de söylenebilir. Alışveriş merkezleri, tüketim alışkanlıklarını değiştirmenin yanında “yeni bir kentsel yaşam önerisi” (Vural Arslan, 2009) de getirmiştir.

Alışveriş merkezleri şehir caddelerine benzer bir sosyalliği barındırmaları dolayısıyla aktörler tarafından şehirlere benzetilmektedir. Bir başka ifadeyle alışveriş merkezleri kentin *simülasyonlarını* meydana getirmektedir. Alışveriş merkezlerinin bu özelliği, kamusal mekânlar olarak tanımlanmalarını da beraberinde getirmektedir. Ayrıca alışveriş merkezlerinin kontrole tâbi giriş çıkışları ve sunduğu serbestçe gezinmeye uygun mülkiyet algısı, buralara özel mekân niteliği de kazandırmaktadır. Bu

anlamda alışveriş merkezleri için en uygun tanımlamanın “yarı kamusal nitelikli özel mekânlar” olduğu da ifade edilmiştir (Özcan, 2007).

Alışveriş merkezlerinin yalnızca satın alma eyleminin gerçekleştirdiği tüketim mekânları olarak kabul edilemeyeceği, aynı zamanda “eğlence ve boş zaman değerlendirme merkezleri” olduğu ifade edilmiştir. Ancak bu haliyle de alışveriş merkezleri kapitalizmin simgesi olarak değerlendirilegelmektedir. Bir başka ifadeyle alışveriş merkezlerinin eğlence ve boş zaman etkinliklerine dönük yüzü, kapitalizmin dönüşen uygulamalarının bir parçası olarak ele alınmaktadır. Zira “her şeyin bir arada bulunuşu, otopark ve servis imkânlarının olması, kaliteli ürünlerin bulunması rasyonel tüketici imajına uygun öğelerken, mekânın sağlamış olduğu eğlence ve kültür hizmetleri ise modern hedonist ya da boş zaman tüketicisi şeklindeki imaja uygun öğeler” olarak değerlendirilmektedir (Özcan, 2007).

“Klimalı, çekici ve baştan çıkarıcı ortamıyla birlikte kapalı alışveriş merkezi” alışveriş eyleminin niteliğini de dönüştürmüştür. Alışveriş merkezleri insanlara mal satın almanın yanı sıra “yeme içme, eğlence, insanlarla bir araya gelme ve görülme” imkânı da sunmaktadır (Thorns, 2010, s. 133).

Alışveriş merkezleriyle ilgili çalışmasında insanların bir araya gelebilecekleri daha güvenli bir yer olmamasının hatta bir araya gelebilecekleri başka bir yer olmamasının onları bu mekânlara mecbur bıraktığını ifade eden Gottdiener, yine de bu mekânların deneyimlenmesi sonucunda “ekonomik buyrukların zincirlerinden kurtulmuş bir kamu insanının” değil “eğlence toplumunun sanal benliğinin” yaratıldığını ve yeniden üretildiğini vurgular. Bu açıdan alışveriş merkezleri “bozulmakta olan kent yaşamı içerisinde insanlığın ve kamusal yaşamın yoksullaşmasının” bir bileşenidir (Gottdiener, 2005, s. 146–147).

Gottdiener, insanların belli bir “kent ortamına” duydukları özlemi alışveriş merkezleri aracılığıyla giderebildiklerinden bahsetmiştir. Bu açıdan müşteriler yalnızca satıcıların müşterileri değil, aynı zamanda “bu yarı-kamu mekânın müşterisidirler.” Gottdiener (2005, s. 127), bu ikinci oluş halinin de tüketim ideolojileriyle eklemlendiğini belirterek, müşterilerin “incelikle” sermayenin dolaşımına yönlendirildiğini dile getirir.

Alışveriş merkezleriyle ilgili bu eleştirel yaklaşım, literatüre büyük ölçüde hâkimdir. Bu yaklaşıma göre “alışveriş merkezlerinin tüm dizaynı kitlelerde algı yanılsaması oluşturmak, kitleleri içerde daha uzun süre tutabilmek ve sürekli tüketime teşvik etmek” (Şan ve ark., 2017) amacıyla kurgulanmaktadır. Açık alanlar genellikle geleksel perakendeciliğin mekânları (Özcan, 2007) olarak değerlendirilirken alışveriş merkezleri büyük çoğunlukla kapalı mekânlar şeklinde tasarlanmış ve inşa edilmişlerdir. Alışveriş merkezleriyle ilgili eleştirel yaklaşımda bu mekânların kapalı mekânlar olmasının özel bir anlamı vardır. “Çünkü alışveriş merkezleri dışarı ile ilişki kurmayı

reddeder ve içeriği kendi kuralları ile işleyen kapalı bir mekân haline getirir. Bu kapalı mekânda zamanın geçtiğine dair herhangi bir işaret yoktur ve ışık miktarı hep sabittir. Buna ilaveten mevsimle ilgili de herhangi bir işaret yoktur, içeriği sabit bir sıcaklıkla sonsuz bir bahar ve sonsuz bir gündüz yaşamaktadır” (Şan ve ark., 2017). Böyle bakıldığında alışveriş merkezleri tüketim toplumlarının “ütopyası” (Yırtıcı, 2009) olarak tanımlanmaktadır. Alışveriş merkezlerinin tüketim çılgınlığıyla özdeşleştirilen bu kapalı yapısının yerini açık bir mimariye bıraktığında söz konusu “ütopya” tanımının yeniden tartışılması ihtiyacı doğduğu söylenebilir. Açık cadde konseptli bir alışveriş merkezi her ne kadar sınırları çizilmiş bir kapalılık içerse de klasik *kapalı ve iklimli* mekânların dışında bir görünüme sahiptir. Nitekim bu alternatif görünüm, böylesi bir mekânın inşa ettiği kamusallığın yeni baştan tartışılmasını anlamlı kılabilir.

Özetle, alışveriş merkezleri kapitalizmin yaygınlaşmasıyla değişen tüketim alışkanlıklarının kristalize olduğu mekânlar olarak değerlendirilmektedir. Bu anlamda alışveriş merkezleri genel itibarıyla negatif bir değerlendirmeye tabi tutulmaktadır. Ancak özellikle bazı mekânsal niteliklere sahip alışveriş merkezlerinin birtakım sosyal gereksinimleri karşıladıkları fikri, üzerinde durulması gereken bir fikir olarak karışımıza çıkmaktadır. Bu noktada açık çarşı konsepti önemli bir yer tutmaktadır.

Türkiye 1988’de açılan Galleria aracılığıyla alışveriş merkezleriyle tanışmıştır (Vural Arslan, 2009). Galleria’nın ardından büyükşehirlerde ya da diğer kentlerde açılan irili ufaklı çok sayıda alışveriş merkezleriyle ülke bu tanışıklığı artırmıştır.

Bu çalışmada 2013 yılında İstanbul Eyüp’te “Dünya’da ve Türkiye’de bir Tema Park’ı, AVM ve gösteri merkeziyle birleştiren ilk alışveriş, eğlence ve yaşam kompleksi” (İstanbul, t.y.) olarak tanımlanan İsfanbul’un hizmet vermeye başlamasıyla bölge sakinlerinin günlük kentsel mekân kullanım pratiklerindeki değişimlerin anlaşılması amaçlanmıştır. İş ya da yaşam merkezi olarak kabul edilmesi güç olan ve kent merkezine hatırı sayılır mesafede bulunan bir bölgede inşa edilen ve burada alternatif kentsel pratiklerin şekillenmesine olanak tanıyan İsfanbul açık cadde konseptinin yanında eğlence ve yaşam kompleksi niteliğiyle diğer pek çoğundan ayrılan bir alışveriş merkezi olma özelliğine sahiptir. Onun bu özellikleri, konumlandığı bölge sakinlerinin kentsel pratiklerinde dikkate değer değişiklikler yapmıştır. Bu değişikliklerin anlaşılması, öznelerin pratiklerinin şekillenmesinde mekânın rolünün anlaşılması ve yeni kamusalılıkların sorgulanması açısından önem taşımaktadır. Bir başka ifadeyle kentin merkezinden görece uzak bir konut alanına inşa edilen bir tüketim kompleksi-nin bölge sakinlerinin günlük yaşamındaki yeri, mekânın kent yaşamındaki belirleyiciliği hakkında anlamlı sonuçlar ortaya koyabilecektir.

Yöntem

Araştırma nitel yöntemle, fenomenolojik yaklaşımla gerçekleştirilmiştir. Öznelerin ilgili değişimi nasıl deneyimlediklerini ve bu deneyimi nasıl algıladıklarını keşfetmek amacıyla derinlemesine mülakatlar yapılmış, ayrıca araştırmacı tarafından araştırma süreci boyunca İstanbul’da sık sık vakit geçirilerek mekânın nasıl deneyimlendiğine ilişkin gözlem yapılarak fotoğraflar çekilmiştir. Araştırmanın evrenini İstanbul’un konumlandığı bölge sakinleri oluşturmaktadır. Çalışma grubuna İstanbul’un açıldığı 2013 yılının en az 3 yıl öncesinden beri yakın çevrede oturan ve İstanbul’u aktif bir şekilde deneyimleyenler dahil edilmiştir.

Çalışma Grubu

Çalışma grubu beşi erkek, yedisi kadın olmak üzere on iki kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların yaşları 18 ile 60 arasında değişmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğunu oluşturan 7 kişi İstanbul’un bulunduğu Yeşilpınar semtinde ikamet ederken kalan 5 katılımcı farklı semtlerde ikamet etmektedir. Burada dikkat edilen, farklı semtlerde ikamet edilse dahi katılımcıların İstanbul’a olan mesafelerini yürüme mesafesi olarak değerlendirmeleri olmuştur. Bu koşullarda tek istisnayı Kağıthane’de ikamet eden katılımcı oluşturmaktadır. Ancak söz konusu katılımcının İstanbul’a özel aracıyla geliyor olması ve kendisini trafiksiz bir güzergâh kullanabilme imkanından dolayı İstanbul’a yakın mesafede olarak tanımlaması dolayısıyla çalışma grubuna dahil edilmesinde bir sakınca görülmemiştir.

Tablo 1

Katılımcıların Takma İsimleri, Yaşları ve İkamet Ettikleri Semtler

Katılımcılar ²	Yaş	Semt
Arif	46	Kağıthane
Berrak	24	Alibeyköy
Burak	18	Yeşilpınar
Dilan	53	Yeşilpınar
Feride	57	Yeşilpınar
Mustafa	60	Yeşilpınar
Nergis	47	Yeşilpınar
Necdet	44	Küçükköy
Ozan	40	Yeşilpınar
Sevim	30	Küçükköy
Şermin	54	Gazi Mahallesi
Yeliz	37	Yeşilpınar

2 Katılımcılar için takma isimler kullanılmıştır.

Katılımcılardan ilk beşine Yeşilpınar bölgesinde ikamet eden bir kişi ve bu bölgede öğrenim gören bir kişi olmak üzere iki aracı yardımıyla ulaşılmıştır. Bu katılımcılar belirlenirken dikkat edilen iki temel kriter katılımcıların en az 10 yıldır bu bölgede oturuyor ve sıklıkla İstanbul’da vakit geçiriyor olmalarıdır. Bu mülakatlardan sonra çalışma grubuna dahil edilen katılımcılar doğrudan İstanbul’da yapılan gözlemler sırasında belirlenmiştir.

Söz konusu gözlemlerde burada dinlenmek, vakit geçirmek amacıyla “banklarda” oturduğu tespit edilen kimselere iki ön soru sorulmuştur. Buna göre civar semtlerde oturduğu ve yıllardır İsfanbul’da vakit geçirdiğı anlaşılan kimseler çalışma grubuna dahil edilmiştir. İsfanbul’da yapılan gözlemler sırasında çalışma grubuna dahil edilmeleri amacıyla ön soru sorulan kimseler, gözlemler sırasında dikkat çeken yaygın deneyimler dikkate alınarak belirlenmiştir. Söz gelimi A deneyiminin yaygın bir deneyim olduğunun gözlemlenmesinin ardından A’yı deneyimlediğı fark edilen kimselere ön sorular sorulmuş ve uygun olması durumunda bu kimseler çalışma grubuna dahil edilmiştir.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada iki tür veri toplanmıştır. Bunlardan biri yarı yapılandırılmış mülakat tekniğıyle gerçekleştirilen mülakatlarken diğeri İsfanbul’da yapılan gözlemler ve bu sırada çekilen fotoğraflardır.

Yarı yapılandırılmış mülakatlarda kullanılan mülakat formu araştırma kapsamında hazırlanmıştır. Uzman görüşlerinden yararlanılarak geliştirilen formda toplamda 16 soru yer almıştır. İlk olarak sosyodemografik özelliklerin ve yerleşikliklerin sorgulandığı formda katılımcıların İsfanbul’a ilişkin deneyimlerinin, İsfanbul öncesindeki mekânsal pratiklerinin ve İsfanbul’a dair öznel değerlendirmelerinin anlaşılmasına çalışıldığı sorular bulunmaktadır.

İsfanbul’da yapılan gözlemler sırasında toplamda 225 fotoğraf çekilmiş, bu fotoğraflar mülakatlarda elde edilen verilerin analiz edilmesi sürecinde kullanılmıştır. Söz konusu fotoğrafların büyük kısmı deneyimlerin fotoğraflarıyken daha az sayıda olmak üzere mekânın fotoğrafları da çekilmiştir.

Veri Toplama Süreci

Mülakatların tamamı 2018 yılı bahar aylarında yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Mülakatlardan birinde katılımcının izin vermemesi dolayısıyla ses kaydı alınamamış, ancak bunun dışında mülakatların tamamında ses kaydı alınmıştır. Mülakatların ilk dördü katılımcıların evinde gerçekleştirilirken kalanların tamamı İsfanbul’da gerçekleştirilmiştir. Burada araştırma bulguları açısından önemli bir nokta, İsfanbul’da gerçekleştirilen mülakatların hemen hemen tamamının İsfanbul’un açık alan caddelerindeki banklarda gerçekleştirilmiş olmasıdır. Mülakatlar iki gün içerisinde yapılmış, bunlardan biri yoğunluk ve deneyim çeşitliliğı potansiyeline binaen özellikle güneşli ve sıcak bir pazar gününe denk getirilmiştir. Gözlemler ise mülakatların gerçekleştirildiğı bu iki günle birlikte farklı günlerde³ İsfanbul’da vakit geçirilerek yapılmış, gözlemlerle eş zamanlı olarak fotoğraflar çekilmiştir.

3 Araştırmacının İsfanbul’a yakın çevrede ikamet ediyor olması araştırma öncesinde ve sırasında sık sık gözlem yapmasına olanak tanımıştır.

Verilerin Analizi

Mülakatlarda alınan ses kayıtları analizin daha sağlıklı gerçekleştirilebilmesi amacıyla deşifre edilmiş, analizler deşifre metinleri üzerinden gerçekleştirilmiştir. Ses kaydı alınamamış olan tek mülakat ise mülakat sırasında ve sonrasında alınan notlar ile analize dahil edilmiştir. Analiz sürecinde ilk olarak deşifre metinleri okunmuş, gözlem notları ve fotoğraflar incelenmiştir. Buna göre erken örüntüler tespit edilerek ana temalar belirlenmiştir. Ana temaların belirlenmesinin ardından veriler derinlemesine incelenerek alt temalar belirlenmiştir. Bu sırada ortaya çıkan örüntüler üzerinde çalışılarak alt temaların içeriği genişletilmiştir. Bu aşamada Microsoft Excel programından yararlanılmış ve alt tema içeriklerinin genişletilerek netleştirilmesinin ardından analiz tamamlanmıştır.

Bulgular

İstanbul Deneyimi

Katılımcıların İstanbul deneyimlerinde sorgulanan ilk şey, burada vakit geçirmeye ne zaman başladıklarıdır. Dikkat çekici şekilde katılımcıların neredeyse tamamı, hiç düşünmeden İstanbul “açıldığından beri” buraya gittiklerini dile getirmiştir. Hatta katılımcılar arasında evi İstanbul’a en yakın olan Yeliz, ilk olarak İstanbul’un açılışına gittiğini ve o günden beri “sürekli” İstanbul’a gittiklerini gülererek ifade etmiştir. “Açıldığından beri” yanıtını görece net bir şekilde dile getirmeyen birkaç katılımcıdan biri olan Berrak ise bu konuda şöyle demiştir:

Buranın varlığından haberdar olduğumdan beri (geliyorum), yaklaşık olarak açıldığından beri diyebiliriz... Daha burası yeniydi, çok mağaza açılmamıştı. [Berrak]

Katılımcıların İstanbul’a gelme sıklıkları arasında bu denli bir ortaklık olmasa da kendisi şehir dışında yaşayan ve Yeşilpınar’daki oğlunu ziyarete geldikçe (yılda 3-4 kez) buraya da geldiğini belirten Mustafa dışında, katılımcıların en seyrek olarak “bazen ayda bir bazen iki ayda bir” [Arif, Şermin] yanıtını verdikleri görülmüştür. Bu en seyrek aralığın, görece uzak mesafelerde ikamet eden Arif ve Şermin tarafından verilmiş olması anlamlı sayılabilir. Bu iki katılımcı dışındaki katılımcıların yanıtları arasında *on günde bir*, *haftada bir* ve *iki üç günde bir* şeklindeki sıklıklara tekabül eden yanıtlar ağırlık kazanmaktadır. Bu noktada katılımcıların önemli bir kısmı tarafından kullanılan “canımız sıkıldıkça”, “işimiz ne zaman olursa”, “fırsat buldukça” ifadeleri de dikkat çekmektedir.

Katılımcılar İstanbul’a ağırlıklı olarak aileleriyle, eşleriyle, çocuklarıyla ve arkadaşlarıyla gelmektedir. Bu noktada ayrıca bahsedilmesi gereken nokta, bazı katılımcıların *uzaktan* gelen akrabalarıyla ya da yalnız başlarına da İstanbul’a geliyor olmalarıdır. Ayrıca kendisi şehir dışında yaşayıp yılda üç dört kez oğlunu ziyarete gelen

Mustafa'nın torunlarıyla vakit geçirmek için İstanbul'a geliyor olması da önemli bir noktaya işaret etmektedir.

Katılımcıların İstanbul'daki pratiklerine bakıldığında ilk olarak dikkat çeken şey, burayı alışveriş yapmaktan ziyade vakit geçirmek için tercih ediyor olmalarıdır. Yemek yemek, kahve içmek, arkadaşlarla buluşmak, sinemaya gitmek, kafede oturmak, oyun alanlarında eğlenmek ve hatta "kafa dağıtmak", "hava almak" İstanbul'un kullanım amaçları arasında önemli yerler işgal etmektedir. Alışverişin bu noktada ikincil bir pratik olduğunu söylemek dahi mümkündür.

Hava almak için gidiyoruz. Yani en azından bir yirmi dakika yürüyorum zaten, yürüyüşümü yapmış oluyorum, dinlenmek için kafede oturuyorum, eksikim gediğim varsa alışverişimi yapıyorum. [Dilan]

İstanbul'da yapılan gözlemler durumu daha da anlamlı kılmaktadır. Güneşli bir pazar günü, İstanbul'un kullanım amaçlarındaki çeşitliliği görmek için oldukça uygundur. Böylesi bir günde İstanbul bir alışveriş merkezinden ziyade sokaklarında yürüyüş yapılan, bisiklete ya da *scootera* binilen, paten kayılan hareketli bir "şehir"



Fotoğraf 1. İstanbul caddesinde birlikte top oynayan biri çocuk iki kişi.

görünümü veriyor. Üstelik İstanbul'daki bu durumun yalnızca güneşli bir pazar günü için geçerli olmadığını Berrak'ın İstanbul'da neler yaptığını anlatırken kullandığı bazı ifadelerden anlamak mümkündür:

Burada mesela canlı müzik var akşamları bir kafede. Biz o kafede oturmasak bile o diyelim müziği dinleyerek sokaklarda yürüyoruz. Yani burası benim için AVM'den öte bir şehir gibi. Farklı bir ambiyansa sahip bir ortam, bir şehir, aynen! [Berrak]

İstanbul'un bir yaşam merkezi olduğunu doğrulayan başka pek çok pratiği burada gözlemlemek mümkündür. Söz gelimi 65 yaş üzeri olduğu anlaşılan ve elindeki tespihi çekerken etrafı izleyen bir *amcanın*, bir mahalle kahvesinde değil de burada olmasına şaşırmayacak düzeyde bir şehir hareketliliği söz konusudur. Üstelik İstanbul, bu *amca* için bir *karşılaşma* mekânı. Kendisi etrafı izlerken yol üzerinde yürüyen bir başka *amca* kendisini görüyor, hemen tokalaşıp yanına oturuyor ve sohbet etmeye başlıyorlar. Bu, yapılan gözlemlerde karşılaşılan örneklerden yalnızca biri.



Fotoğraf 2. Önlerindeki bisikletlerle torunlarını bekleyen dedeler.

Koltuk değneğiyle İsfanbul sokaklarında yürüyüş yapan yaşlı bir *teyze*, bankta oturup dondurmasını yiyen iki küçük kız çocuğu, torunlarıyla gezmeye gelen Mustafa, tekerlekli sandalyesindeki büyüğüyle birlikte etrafı dolaşan bir aile, paten kayma alıştırımları yapan bir baba ve kızları, akülü arabalarıyla etrafı gezen küçük kardeşler, basketbol topunu sektirip smaç denemesi yapan genç ve karşıındaki çocukla top oynayan (Fotoğraf 1) bir yetişkin. Tüm bunlar, İsfanbul’da aynı anda görülebilecek pratiklerden yalnızca birkaçına işaret ediyor.

Tüm bu hareketli tablo içerisinde banklar da önemli bir yer tutmaktadır. İsfanbul sokaklarını vakit geçirilecek şehir sokakları yapan önemli mekânsal unsurlardan birinin bu banklar olduğu söylenebilir.

Kafama göre arkadaşım olursa (banklarda) baya otururuz. Yarım saat falan otururum, bir saat otururum mesela. [Nergis]

Bankların varlığı ve sayıca çokluğu İsfanbul’u oturup vakit geçirmeye müsait bir mekâna dönüştürmektedir. Sohbet etmelerin, karşılaşmaların, dinlenmelerin, koşturmacadan ve herhangi bir amaçtan uzak vakit geçirmelerin merkezinde bankların yer aldığını söylememek eksik olacaktır. Ailelerin, çiftlerin, arkadaşların oturduğu banklar, yalnız başına burada vakit geçirenlerin de uğrak noktalarını oluşturuyor. Necdet zaman zaman İsfanbul’a “kafa dağıtmak” için geldiğini ve banklarda oturduğunu dile getiren katılımcılardan biridir:



Fotoğraf 3. Seyir balkonunda vakit geçirenler.

Ne yaparım (yalnızken), kafa dağıtırım. Hoşuma gidiyor burası. Havası mesela, oturmak için, nefes almak için güzel bir ortam yani. [Necdet]

Necdet İstanbul’da yaygın olan bir başka pratiğe daha dikkat çekiyor. Bu pratiğin daha iyi anlaşılabilmesi için Fotoğraf 3’ün incelenmesi gerekmektedir. İlgili fotoğrafta görüleceği üzere İstanbul’da büyükçe bir alanı yüksekten seyretme imkânı sunan, seyir balkonu denebilecek açık bir mekân bulunmaktadır. İstanbul’da pek çok kişi bu mekânda, ayakta durarak mevcut manzarayı seyretmektedir. Söz konusu manzara İstanbul’un bir bileşeni olan Temapark’tan, büyükçe bir apartman bölgesinden ve İstanbul’a ait, daha alçaktaki bir inşaat alanından oluşmaktadır. Bu açık alanın manzaralı bir seyir balkonuna dönüşmesinin belki de en temel sebebi, İstanbul’un bu açıdan oldukça yüksek bir topoğrafya üzerinde konumlanmış olmasıdır. Bu yükseklik, mekâna çok geniş bir seyir açısı kazandırmaktadır. Söz konusu seyir balkonunu boş görmek neredeyse imkansızdır.

...Hoşuma gidiyor yani. Sessizlik yani, nasıl diyeyim, trafikten uzak, stresten uzak bir yer gibi geliyor bana. Mesela şuradan (seyir balkonundan) baktığımda da hoşuma gidiyor. Boşluklara bakarım, hoşuma gidiyor bu ortam. Nefes alma amaçlı. Oturduğum yer biraz da basık diye. Nefes alıyorum. Yaş gereği de, 45 yaş, az değil yani. İnsan doğayı böyle, ferahlığı, nefes almayı hissediyor yani. İstanbul’un o trafiğinde, o betonların arasında nefes alıyorsun, hoşuma gidiyor. [Necdet]

Necdet’in İstanbul ile ilgili yaptığı bu değerlendirmeler kentsel yaşamda mekânın aranan özelliklerine vurgu yapması dolayısıyla ayrıca önemlidir. Bu konu ileride daha ayrıntılı bir şekilde incelenmeye çalışılacaktır.

Katılımcıların vakit geçirmek için İstanbul’u tercih etme sebeplerine bakıldığında çok temel iki unsur göze çarpmaktadır. Bunlardan ilki bölgede vakit geçirilebilecek başka bir mekânın olmadığını düşünmeleridir. Katılımcılar Yeşilpınar bölgesinde küçük mahalle parkları dışında vakit geçirebilecekleri bir yer olmadığını ifade etmişlerdir. Ancak bunun kadar, belki daha temel diğer sebep İstanbul’un açık cadde konseptine sahip bir mekân olmasıdır. Katılımcıların hemen hemen tamamının özellikle vurguladığı şey, İstanbul’un açık mekân oluşudur. Katılımcılar arasında, kendisine daha yakın bir bölgede fakat kapalı bir mekân inşa edilmesi durumunda yine İstanbul’u tercih edeceklerini belirtenler de olmuştur.

Sürekli bir basık ortamda kalmaktansa, havasız ortamda kalmaktansa (*İstanbul*’da) güneşin tadını çıkarabiliyorsun, dışarıda oturabiliyorsun, çocuklar koşturabiliyor. [Ozan]

İstanbul’un açık mekân olmasının yanında alçak mimariye sahip olması, geniş ve rüzgârlı bir alana inşa edilmiş olması, iyi güneş alıyor olması da katılımcıların burayı tercih etme nedenleri arasındadır. Katılımcılar İstanbul’un kendilerine “doğaya” yakın hissettiren niteliğini vurgulamışlar, buraya gelmelerinde bu hissin de etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Bunlar dışında ücretsiz otopark imkânı ve çok çeşitli alternatifler sunuyor olması da İstanbul’u tercih sebepleri arasında dile getirilmiştir.

İstanbul Sonrası Değişim

Katılımcıların mekânsal pratiklerinde İstanbul'un açılmasından sonra meydana gelen değişikliklerin anlaşılması için İstanbul öncesi deneyimleri de sorgulanmıştır. Buna göre katılımcıların önemli bir kısmı İstanbul öncesinde gittikleri alışveriş merkezlerinden bahsetmiştir. Bunlar arasında Cevahir (Şişli) ve Forum İstanbul (Beyrampaşa) neredeyse tüm katılımcıların dile getirdikleri alışveriş merkezleri olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca bazı katılımcılar İstanbul açılmadan önce gittikleri mekânlar arasında piknik alanlarını ve deniz kenarlarını da zikretmiştir. Bunun dışında katılımcılar arasında bir çay bahçesini ya da Taksim semtini zikredenler de olmuştur.

Katılımcılara dile getirdikleri bu mekânlara İstanbul'un hizmete girmesinin ardından gidip gitmedikleri sorulmuştur. Katılımcılar en iyi ihtimalle bu gidiş gelişlerin çok azaldığını söylemiş veya artık söz konusu mekânlara gitmeyi tamamen bıraktıklarını dile getirmiştir.

Cevahir'e yılda bir veya iki defa gidiyorsam buraya on defa geliyorum. [Arif]

Çok nadir. Yani önceden o çay bahçesi eşimle ve arkadaşımın bizim buluşma noktamızdı, saatlerce otururduk. Şimdi yılda belki bir kez belki iki kez gidiyorumdur. Arkadaşımın buluşma noktamız orasıydı, burası açıldıktan sonra burası oldu. [Berrak]

İstanbul açıldı açılalı oraları unuttuk, hiç yolumuz düşmüyor açıkçası. İstanbul yeterli oluyor bize, yani aradığın her şeyi bulabiliyorsun. [Ozan]

İstanbul'un kendilerine yettiğini dile getiren Ozan, katılımcılardan diğer pek çoğunun düşüncelerini de bu şekilde özetlemiş sayılabilir. Ozan'ın İstanbul'un açılmasıyla birlikte Yeşilpınar semtinden taşınma kararından vazgeçmiş olması konusu, bölge sakinlerinin hayatında meydana gelen değişimlerin çarpıcı bir örneği olmuştur. Ozan İstanbul'un açılmasıyla bölgeden taşınmasına gerek kalmadığını düşünmektedir. Zira İstanbul, Ozan'ın çocuklarına vakit geçirebilecekleri bir alan açmıştır.

Çünkü bu civarda gidebilecek bir yer yok, çocukları sokağa çıkaramıyorum ben açıkçası. Yani benim bu civarda oturmanın tek nedeni İstanbul'dur. Çünkü çocukları çıkarabildiğim tek mekân burası. [Ozan]

İstanbul'a torunlarıyla gezmeye gelen Mustafa'nın dile getirdiğı değişim de yine bölge sakinlerinin hayatında meydana gelen değişime ışık tutmaktadır. İstanbul açılmadan önce İstanbul'a geldiğı zamanlarda Taksim'e gittiğini belirten Mustafa'ya oraya da İstanbul'da olduğı gibi torunlarıyla gidip gitmediğı sorulmuştur. Mustafa'nın verdiğı "*Yok, o zaman kendim giderdim.*" yanıtı katılımcıların İstanbul sonrasında ailecek vakit geçirme deneyimlerinin kolaylaştığının bir örneğini teşkil etmektedir. Zira Mustafa, mesafenin küçük torunlarıyla seyahat etmede önemli bir unsur olduğunu ifade etmiştir.

Başka bir açıdan Nergis, İstanbul öncesinde çocuklarının dışarı çıkma taleplerini karşılama noktasında zorluk çektiğini, onlara eşlik etme durumunda kaldığını ifade etmiştir.

Çok iyi oldu bizim için çünkü sürekli hani çocuklar evde oturmak istemiyor ya. Peşinde gitmek zorundayız. Ama buraya gönderebiliyoruz kendimiz gitmeden de. Ama git bir Cevahir’e, eskiden Cevahir’e gönderirdik, nereye göndereceğiz başka, gönderemiyorduk vesait mesait olunca. Kendimiz gitmek zorunda kalıyorduk mesela, bir günümüzü alıyordu. Ama buraya çocukları beraber gönderebiliyoruz çok hoşumuza gidiyor o yüzden. Ben (eskiden) sinemaya para ver-meyeyim diye kendim girmiyordum. Çocukları gönderiyorduk, ben dışarıda bir buçuk saat beklemek zorunda kalıyordum, şimdi kendileri gidip giriyorlar mesela sinemaya. [Nergis]

Katılımcıların mekânsal pratiklerinde meydana gelen bu belirgin değişimin önce-likle mesafe ile ilgili olduğu söylenebilir. İkamet bölgelerine yakın bir yaşam alanı-nın varlığı, onları önceki pratiklerinden uzaklaştırmıştır.

İstanbul’un Anlamı

Katılımcıların oldukça sık bir şekilde ve bazen yalnızca “kafa dağıtmak”, “nefes al-mak” için İstanbul’u tercih ediyor olmaları, onlar için burayı farklı yapan şeyi anlamayı gerektirmektedir. Katılımcılar İstanbul’u diğer alışveriş merkezlerinden ayıran şeyin en temelde açık mekân olduğunu ifade etmişlerdir. Bu açıklık, beraberindeki genişlik ve alçak mimari katılımcılar açısından İstanbul’un en ayırt edici özellikleridir.

Açık oluşu diğerlerine göre daha iyi bence, özgürlükle ilgili herhalde. [Burak]

Sıkıcı değil, ferah, mekân olarak. Sıkılmıyorsun. Yeşillik koymuşlar. [Şermin]

Tek katlı olduğu için mi, bir huzur veren yanı var, hep sevmişimdir. [Feride]

“Ferah”, “rahat”, “havadar” olması, “özgür” hissettirmesi, “huzur” vermesi İstanbul’un mekânsal özelliklerinin katılımcılardaki karşılığını ifade etmektedir. Ka-tılımcılar buranın mekânsal özelliklerinin onlara “nefes alma” imkânı sunduğunu, “kentin stresinden uzaklaşma”, “doğaya yakınlık” hissi yaşattığını dile getirmişlerdir.

Oralar şehir içinde, burası şehir dışı. Yani ne diyorum böyle boşluğa (seyir balkonundan) bakınca insana denize bakarsın da rahat hissedersin öyle ferahlık veriyor. Güzel bir yer, nefes alma yeri. [Necdet]

Ben mesela İstiklal Caddesi’nde yürürken tam tersi boğuluyorum çok yoğun olması (dolayı-sıyla). Ve orada mesela hiçbir zaman şu an hissettiğim güneşi hissettiğimi hatırlamıyorum. Ya da yeşillik yok. Yazın geldiğini hissediyorum mesela şu anda (İstanbul’da). [Berrak]

Katılımcılar için İstanbul’un anlamı mülakatın sonunda sorulan kışkırtıcı bir soruyla daha da belirginleşmiştir. Buna göre katılımcılara İstanbul’un kapatılacağını duymala-rı durumunda ne düşünecekleri sorulmuştur. Katılımcıların neredeyse tamamı bu soru karşısında telaşa benzer bir tepki vererek üzüleceklerini dile getirmişlerdir.

Ben çok üzülürdüm. Kapanmasını da kesinlikle istemem. Niye kapansın yani güzelim yer. Kapanmasın, yok. [Nergis]

Katılımcılar için İsfanbul'un kapatılması "büyük bir kayıp" olacaktır. Büyük bir imkân olarak gördükleri İsfanbul'un kapatılması durumunda başka yerlere gitmek "zorunda kalacaklarını" düşünmektedirler.

Üzülürdüm. Kampanya başlatılacak olsa hemen katılırdım. Niye kapatılsın?! Uzak yerlere gitmek zorunda kalırız bu sefer. [Şermin]

Katılımcılar arasında alışveriş merkezleri hakkındaki eleştirel tartışmanın farkında olarak ve buna rağmen İsfanbul'un kapatılmasını istemeyeceklerini dile getirenler de olmuştur. Bu noktada özellikle Feride'nin ifadeleri dikkat çekicidir:

Kapatılmasın derim, bir zararı yok, insanlarımız burada faydalıyor, çalışanlar var, bana göre bir şey yok ama onlar açısından da öyle. Alışveriş merkezlerinin çok olması fazla iyi değil de burada da gerekiyordu bir tane. Doğru değil mi? [kakhaha] [Feride]

Katılımcıların önemli bir kısmının mülakat sonunda eklemek istedikleri bir şey olup olmadığının sorulması üzerine yine heyecanla İsfanbul'un kapatılması istemediklerini dile getirmeleri bu konudaki görüşlerini özetlemektedir.

Tartışma

İsfanbul, konumlandığı bölge sakinleri için bir alışveriş merkezinden ziyade yaşam alanı işlevi görmektedir. Bir mekân olarak İsfanbul'un sunduğu imkânlar, çevresinde alternatif kamusal yaşam alanlarının olmamasının da etkisiyle katılımcılar tarafından oldukça pozitif karşılanmaktadır.

Katılımcıların İsfanbul'a ilişkin pozitif değerlendirmeler yapmasına sebep olan nitelikler, mekânsal pratiklerinde de belirgin değişikliklere sebep olmuştur. Buna göre katılımcıların İsfanbul öncesindeki mekânsal pratikleri, yerini büyük ölçüde İsfanbul deneyimlerine bırakmıştır. Katılımcılar kentin farklı bölgelerinde vakit geçirme pratiklerini bir kenara bırakarak İsfanbul'da vakit geçirme alışkanlığı kazanmıştır. Bunda İsfanbul'un kendilerine yakın bir konumda yer almasının dışındaki bazı sebepler de etkili olmuştur. Bu anlamda öne çıkan en temel başlık İsfanbul'un açık cadde konseptine sahip, büyük ve "ferah" bir mekân olmasıdır. İsfanbul'un bu niteliği katılımcılara kentin dışında bir doğallık hissi vermektedir. Özellikle İstanbul'un trafik ve betonlaşma sorunu düşünüldüğünde İsfanbul'un, katılımcılar için bir eksikliği kapatma, boşluğu doldurma işlevi gördüğü söylenebilir. Bu anlamda İsfanbul'u yalnızca bir alışveriş merkezi olarak tüketim kültürünün bir parçası şeklinde değerlendirmek, mekânın insan yaşamındaki yerini görmezden gelmek anlamında eksik bir okuma yapmaya sebep olacaktır. İsfanbul'da alışveriş ve tüketim kültürünün önüne geçtiğini düşündürebilecek birtakım mekânsal kullanımlar söz konusudur. Bu anlamda İsfanbul'un kendi mekân pratiklerini ürettiğini söylemek de mümkündür. Dolayısıyla bir kültür eleştirisi yapılacaksa bunun, kent insanının tüketim mekânlarına mecbur

bırakılması üzerine geliştirilecek bir eleştiri olması çok daha uygun olacaktır. Zira eğer İstanbul'u "bir tüketim mekânı" olarak nitelemek bir zorunluluksa bu nitelemenin "kentsel ihtiyaçların çok iyi karşılandığı bir tüketim mekânı" olarak genişletilmesi de bir zorunluluktur. Bu anlamda İstanbul tüketim kültürünün ne denli büyüdüğüne değil kentin insani ihtiyaçlar düşünülerek inşa edilmekten ne denli uzaklaştığının bir göstergesi kabul edilebilir. Öyle ki bölge sakinleri stresten uzaklaşmak ve "nefes almak", "huzur" bulmak, "kafa dağıtmak" için bir alışveriş merkezini tercih etme ihtiyacı hissetmektedirler.

İstanbul'un sunduğu alternatiflerin çeşitliliği ve "şehir" hayatı yaşamayı mümkün kılan mekânsal nitelikleri, bölge sakinlerinin daha önce sahip olmadıkları fırsatlara erişebilmelerine olanak tanımıştır. Söz gelimi babalar kızlarıyla paten çalışabilmiş, dedeler torunlarını bisiklete bindirebilmiş, eşler canlı müzik eşliğinde akşam yürüyüşüne çıkabilmiş, şehrin gürültüsünden kaçanlar rüzgârı ve güneşi hissedebilmişlerdir. İstanbul gibi yüksek nüfus yoğunluğuna ve yetersiz arazi imkânlarına sahip bir kent için tüm bunlar, bir romantizmin ötesinde kaybedilmesi "büyük bir kayıp" sayılacak niteliklerdir. Bu noktada İstanbul'un konumlandığı topoğrafyanın inşa edilen mekâna en başından birtakım avantajlar sağladığı bir gerçektir. Bu anlamda kentte inşa edilecek tüm yeni kamusal mekânların İstanbul'un karşıladığı sosyopsikolojik ihtiyaçları karşılayabileceğini ve dolayısıyla yeni imar planlarının buradaki örüntüyü örnek alabileceklerini söylemek güçtür. Ancak İstanbul'un bu avantajlı konumunun yanında sahip olduğu açıklık, genişlik ve alçak mimari gibi mekânsal nitelikler bir kentsel yaşam alanının sahip olması gereken niteliklere dair önemli ip uçları vermektedir.

Changes in Spatial Practices Following a Shopping and Life Center: The Case of İstanbul

Büşra Turan Tüylüoęlu¹
Kırklareli University

Abstract: Shopping centers, which are one of the locales occupying the greatest areas in cities in recent years, have been quite impactful on the spatial practices of city residents. This situation has also brought together discussions on shopping centers from many perspectives. This study aims at understanding the changes in the daily urban spatial-usage practices of the city residents living in the region following the opening of İstanbul, which has the quality of being a shopping center distinct from many others through its entertainment and living-complex characteristics, aside from being an open-street concept. The study, which uses qualitative research techniques, also benefits from visual techniques. As a result, İstanbul is understood to have made significant changes in the urban practices of these city residents. The main topics of discussion in this study are how the locale's decisiveness in urban life is understood and how the social meaning of shopping centers, which are one of today's important topics of debate, is questioned.

Keywords: İstanbul • spatial practices • urban practices • shopping centers • life centers • theme parks

1 **Correspondence:** Büşra Turan Tüylüoğlu, Department of Sociology, Kırklareli University, Kırklareli Turkey. Email: bsrturan91@gmail.com

To cite this article: Turan Tüylüoğlu, B. (2020). Changes in spatial practices following a shopping and life center: The case of İstanbul. *Toplumsal Değişim*, 2, 97–117.

A critical approach has largely prevailed in the literature on shopping centers. According to this approach, all shopping center designs are constructed with the purposes of creating the illusion of perception in the masses, being able to hold masses inside longer, and encouraging continuous consumption (Şan et al., 2017). While open spaces are usually evaluated as traditional retail spaces (Özcan, 2007), most shopping centers are designed and constructed as indoor spaces. In the critical approach related to shopping centers, having these locales be indoor spaces has a special meaning. This is because shopping centers refuse to relate with the outside and have become a covered space that function with their own rules inside. In this covered space, no sign of the passing of time exists and the amount of light is always constant. In addition, no indication is found in terms of season; the inside experiences an endless spring and an eternal day with a constant temperature (Şan et al., 2017). When looked at this way, shopping centers are defined as the utopia of consumer societies (Yırtıcı, 2009). When shopping centers are left to an open architecture instead of this closed structure that has been identified with the consumption craze, this definition of utopia can be said to bear need for re-discussion. A shopping center with an open-street concept, although containing a confined boundary, has an appearance apart from classic *indoor* and *air-conditioned* spaces. In fact, this alternative appearance makes discussing anew the public realm where such a locale is built meaningful.

This study aims to understand the changes in daily urban spatial-usage practices of regional residents in İstanbul's Eyüp district in 2013 when İsfanbul, which is defined as "the first shopping, entertainment, and living complex in Turkey and the world to combine a theme park, shopping mall, and show center," (İsfanbul, n.d.) started offering services. İsfanbul has made significant changes in the urban practices of the residents of the region where it is located. Understanding these changes is important in terms of understanding the role space has in shaping the subjects' practices and in questioning new public realms. In other words, the place a space has in the daily life of the regional residents of a consumption center that has been built in a remote residential relative to the city center will be able to produce meaningful results about the determinants of locales in urban life.

Method

The research has been conducted using a qualitative method with the phenomenological approach. In-depth interviews have been performed with the purpose of discovering how the subjects have experienced the related changes and how they perceived these experiences; in addition, the researcher took photos while making observations on how space is experienced by frequently spending time in İsfanbul during the research process. The universe of the research is comprised of the residents of the region where İsfanbul is located.

Study Group

The study group is formed of 12 people, five males and seven females. While determining the participants, two basic criteria were taken into consideration: participants are to have lived in this region for at least 10 years and are to have frequently spent time at İstanbul.

Table 1

Participants' Pseudonyms, Ages, and Residential Neighborhoods

Participants ²	Age	Neighborhood
Arif	46	Kağıthane
Berrak	24	Alibeyköy
Burak	18	Yeşilpınar
Dilan	53	Yeşilpınar
Feride	57	Yeşilpınar
Mustafa	60	Yeşilpınar
Nergis	47	Yeşilpınar
Necdet	44	Küçükköy
Ozan	40	Yeşilpınar
Sevim	30	Küçükköy
Şermin	54	Gazi Mahallesi
Yeliz	37	Yeşilpınar

2 Pseudonyms have been used for the participants.

Data Collection Tool

Two types of data have been collected in the research. While one of these is interviews performed with the semi-structure interview technique, the other is the observations made in İstanbul and the photographs taken at that time. The interview form used in the semi-structured interviews was prepared in the scope of the research. A total of 16 questions have been included on the form, which was developed by benefiting from the views of experts. In addition, a total of 225 photographs were taken during the observations.

Data Collection Process

All interviews were conducted face-to-face in the spring of 2018. While the first four interviews were conducted in the participants' homes, the remaining interviews occurred in İstanbul.

Data Analysis

The interview records, analyzed texts, observation notes, and photographs have been analyzed using Microsoft Excel.

Findings

The İstanbul Experience

The first thing the participants were asked regarding their İstanbul experiences was when they started to spend time there. Remarkably, almost all the participants stated without thinking that they had been going to İstanbul “since it opened.”

Aside from Mustafa, who lives outside of the city itself and stated coming there 3-4 times a year while visiting his son in Yeşilpınar, participants are seen to respond infrequently [Arif, Sermin] with “sometimes once a month, sometimes once every two months,” even though the participants had not much in common between the frequency with which they come to İstanbul. Responses among the participants corresponding to frequencies of *every ten days*, *once a week*, and *once every two or three days* come to the forefront. On this point, the statements used by a significant number of participants also draw attention: “when we get bored,” whenever we have work,” and “when we find the opportunity.” The participants mainly come to İstanbul with family, spouses, children, and friends.

When looking at the participants’ practices in İstanbul, the thing that draws attention first is that they prefer spending time there rather than shopping. The most important places occurring among the purposes for using İstanbul are for eating, drinking coffee, meeting friends, going to the cinema, sitting at the café, and having fun at the playgrounds. On a sunny Sunday, İstanbul shows the nature of a *meeting* place and gives the appearance of a vivid “city” where people walk in the streets instead of a shopping center, riding bicycles or *scooters*, going skating, or watching the city view.

Among the reasons for participants choosing İstanbul are its low architecture, its construction on a wide and breezy area, and its good sunshine. The participants emphasized that İstanbul’s characteristics makes them feel close to nature and stated that this feeling affects their coming there.

Changes Following İstanbul

The participants were asked about the places they had spent time before İstanbul and whether or not they had gone to those places after İstanbul first opened. The participants said that at best these trips had decreased a lot, or they said that anymore they had completely stopped going to those places. This pronounced change that had occurred in the participants’ spatial practices can be said to primarily be related to distance. The presence of a living area close to their areas of residence had taken them away from their previous practices.

The Significance of İsfanbul

The participants stated the thing that most basically distinguishes İsfanbul from other shopping centers to be its open space. This openness together with its width and low architecture are the most distinguishing features of İsfanbul from the participants' perspectives. The participants' responses expressed İsfanbul's characteristics as being "spacious", "comfortable", and "airy"; making one feel "free"; and providing "tranquility". The participants stated that the spatial qualities there offered them the opportunity "to breathe", "to get away from the stress of the city", and to experience the feeling of being "close to nature".

The significance of İsfanbul for the participants became further evident with a provocative question asked at the end of the interview. Accordingly, the participants were asked what they would think if they heard that İsfanbul was going to be closed. Almost all participants expressed sadness with an anxious manner.

Discussion

İsfanbul appears to function as a living space rather than a shopping center for the residents of the region where it is located. The opportunities İsfanbul offers as a venue are quite positively welcomed by the participants through the impact of the lack of alternative public living spaces in the area.

The participants' spatial practices prior to İsfanbul have largely replaced with their experiences at İsfanbul. The participants had gotten used to spending time in İsfanbul while leaving aside their practices of spending time in different parts of the city. Other reasons apart from İsfanbul being located near them had also been impactful. The most basic heading that stands out in this sense is that İsfanbul is a large and "spacious" venue possessing an open-street concept. This quality of İsfanbul gives participants a sense of naturalness apart from the city. When considering Istanbul's problems of traffic and dense housing in particular, İsfanbul can be said to serve the functions of covering a deficiency and filling a gap for the participants. In this sense, evaluating İsfanbul just as a shopping center in the form of a part of consumption culture would result in a false reading in the sense of ignoring the place this locale has in human life. İsfanbul has a number of spatial uses able to suggest that shopping and consumption prevail there. In this sense, İsfanbul can also be said to produce its own spatial practices. Therefore, if a cultural critique were to be made, having this critique be developed over urban peoples' compulsion for places of consumption would be more appropriate. This is because, if defining İsfanbul as a place of consumption is necessary, expanding this characteristic as a place of consumption that meets urban needs very well would also be necessary. In this sense, İsfanbul can be accepted not by how much consumer culture has grown but as an indicator of how much the city's construction has become distant from the consideration

of human needs. So much so that regional residents feel the need to get away from stress and choose a shopping center for “breathing”, finding “peace”, and “chilling out”.

The variety of alternatives İstanbul offers and the spatial qualities that make experiencing “city” life possible have allowed the regional residents to be able to reach opportunities they didn’t have before. For example, fathers can skate with their daughters, grandfathers can ride bikes with their grandchildren, spouses can walk in the evening accompanied by live music, and those escaping the noise of the city can feel the wind and the sun. For a city like İstanbul that possesses a high population density and insufficient land facilities, losing all of these are qualities that would be considered a great loss beyond romanticism. On this point, that is a reality the topography upon which İstanbul is located has provided a number of advantages to its construction. In this sense, saying that all these new public spaces being built in the city will be able to meet the socio-psychological needs that İstanbul meets and that as a result the new zoning plans will be able to exemplify the pattern there is difficult. However, the spatial qualities that İstanbul possesses aside from its advantageous position, such as its openness, width, and low architecture, provide important points about the qualities that an urban living area needs to possess.

Acknowledgements: This is an extended abstract of the article entitled “Bir alışveriş ve yaşam merkezi sonrasında mekânsal pratiklerde değişim: İstanbul örneği” published in *Toplumsal Değişim*.

Conflict of interest: The author declares no potential conflicts of interest with respect to the research, authorship, and/or publication of this article.

Grand support: The author received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Kaynakça/References

- Gottdiener, M. (2005). *Postmodern göstergeler: Maddi kültür ve postmodern yaşam biçimleri*. İmge Kitabevi.
- İstanbul. (t.y.). *Hakkımızda*. <https://www.isfanbul.com/hakkimizda-2-a> adresinden edinilmiştir.
- Özcan, B. (2007). «Rasyonel satın alma» ve «boş zaman sürecine ait alışveriş» eylemlerinin birlikte sergilendikleri mekânlar: Alışveriş merkezleri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(2), 39–68.
- Şan, M. K., Hira, İ. ve Saraçoğlu, A. D. (2017). Kentlerin yeni tüketim mabetleri: alışveriş merkezleri. *Sosyal ve Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(5), 149–169.
- Thorns, D. C. (2010). *Kentlerin dönüşümü: kent teorisi ve kentsel yaşam*. Soyak Yayınları.
- Vural Arslan, T. (2009). Türkiye’deki alışveriş merkezleri incelemelerine eleştirel bir bakış: Yorumlar, eleştiriler, tartışmalar. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 14(1), 147–159.
- Yırtıcı, H. (2009). *Çağdaş kapitalizmin mekânsal örgütlenmesi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.