



Article Info/Makale Bilgisi

✓Received/Geliş: 02.09.2024 ✓Accepted/Kabul: 28.01.2025

DOI:10.30794/pausbed.1542276

Research Article/Araştırma Makalesi

Sofuoğlu Demirbaş, Ü., Çelebi Şeker, N. N. (2025). "Aidiyet Olgusu Bağlamında Tüketim Kültürünün Hedef Gruplar Üzerindeki Etkisi Ve Konut Kullanımındaki Değişim", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 67, ss. 451-462.

AİDİYET OLGUSU BAĞLAMINDA TÜKETİM KÜLTÜRÜNÜN HEDEF GRUPLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ VE KONUT KULLANIMINDAKİ DEĞİŞİM

Ümran SOFUOĞLU DEMİRBAŞ*, Nuriye Nida ÇELEBİ ŞEKER**

Öz

Dünyada küreselleşmeyle artan tüketim olgusunun/kültürünün yaşam biçimlerini değiştirmesi, konut mekânlarında fiziksel ve anlamsal birtakım değişikliklere sebep olmuştur. Bu doğrultuda değişen konut kullanımlarına dikkat çekmek ve mevcut kullanım biçimlerini değerlendirmek önemlidir. Çalışmanın amacı, tüketim nesnesi haline gelen konut kavramının değişen kullanımları üzerinden birey-mekân arasındaki aidiyet hissinin oluşumunun incelenmesidir. Çalışma kapsamında değerlendirilen kullanıcılar tüketim kültürüne ayak uyduran gelir grubudur. Çalışmada günümüzde konut kullanımının, kullanıcı profilinin ve konut arzının çeşitliliği üzerinden konutta aidiyet hissinin oluşumuna orta üst ve üst gelir grupları üzerinden eleştirel bir değerlendirme yapılmıştır. Genel olarak bu doğrultuda çalışma; değişen konut kullanım biçimlerinde aidiyet oluşumunun nasıl geliştiği ve nelere bağlı olduğu sorularına cevap aramaktadır. Sonuç olarak, günümüzde kullanıcıların konutla kurdukları bağın bireysel aidiyetten sosyo-kültürel aidiyete dönüştüğünü söylemek mümkündür.

Anahtar kelimeler: Konut, Ev, Aidiyet, Konutta aidiyet, Tüketim kültürü, Orta üst-üst gelir grupları.

THE INFLUENCE OF THE CONCEPT OF BELONGING ON TARGET GROUPS WITHIN THE FRAMEWORK OF CONSUMER CULTURE AND THE TRANSFORMATION OF HOUSING PRACTICES

Abstract

The phenomenon of consumption, which has intensified globally with the advent of globalization, has brought about both physical and semantic transformations in residential spaces, fundamentally altering lifestyles. In this context, it becomes imperative to investigate the evolving patterns of housing use and critically assess current practices. This study aims to explore the formation of a sense of belonging between individuals and spaces through the changing uses of housing, which has increasingly been commodified as a consumer object. The analysis focuses on user groups belonging to income brackets that have adapted to consumer culture. It offers a critical evaluation of the formation of belonging in housing through the diversity of housing usage, user profiles, and housing supply, particularly within the upper middle and upper income groups. This study seeks to address how the sense of belonging develops in response to evolving housing practices and identifies the underlying factors influencing this process. Ultimately, the findings suggest that the connection users establish with their living spaces has shifted from an individual sense of belonging to one that is increasingly socio-cultural in nature.

Keywords: Housing, Home, Belonging, Belonging in housing, Consumption culture, Upper middle-upper income groups.

*Doktora Öğrencisi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İç Mimarlık Bölümü, İSTANBUL.
e-posta: umransofuoğlu@gmail.com, (<https://orcid.org/0000-0001-5475-0462>)

**Dr. Öğr. Üyesi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık Bölümü, İSTANBUL.
e-posta: nida.celebi@msgsu.edu.tr, (<https://orcid.org/0000-0003-3965-5744>)

1. GİRİŞ

Konut kavramı, barınma ihtiyacını gidermenin ötesinde bireylerin yaşam biçimini düzenleyen ve toplumsal ilişkilerini şekillendiren çok yönlü bir sistemdir. Konut bireyle etkileşim halindedir. Konutun anlamı ve ruhu bireyin yaşam biçimini ifade eden en özel kimliğidir (Altman, 1993). Konut sahip olduğu bu değerlerle ve bireyin konutun içerisinde yaşadığı her şey ile eve dönüşmektedir. Fakat dünyada küreselleşmeyle artan tüketim olgusunun/kültürünün yaşam biçimlerini değiştirmesi, konut mekânlarında fiziksel ve anlamsal birtakım değişikliklere sebep olmuştur. Tüketim kültürünün etkisiyle onun bir nesnesi haline gelen konut kavramı, bireylerin satın alarak tüketme eyleminden etkilenmektedir. Artık günümüzde sahip olunan konut; bireyin sosyal statüsünün, ait olduğu grubun ve ekonomik varsılığının göstergesidir. Bu durumda seri üretim şeklinde yapılan konutlarda, ev ile sahibi arasındaki bağ kopmaktadır. Bireyler artık evleri düşlemeyip, evleri sadece satın almaktadır (Kuban, 2000; akt. Alver, 2013). Aynı doğrultuda, kentlerde oluşan farklı konut örüntülerindeki konforlu yaşam biçimleri, toplumdaki kültürel değerleri etkileyerek, aidiyet duygusu silikleşmeye başlamaktadır (Bali, 2002).

İnsanlar yaşamı boyunca bir konuta ihtiyaç duymakta ve bu ihtiyacını satın alma veya kiralama yoluyla gidermektedir. Bu sebeple konutlar farklı kullanım amaçlarına hizmet edebilmektedir. Kullanıcıların oturdukları kendi konutları, farklı amaçlar doğrultusunda sahip olduğu kendi konutu dışındaki mülk konutlar ve kullanım süresi içerisinde kiralanan kamuya ya da özel sektöre ait olan kiralık konutlar kullanım amaçlarını içermektedir. Gelir düzeyi ne olursa olsun, herkesin sahip olduğu bu temel ihtiyaç, diğer varlıklardan farklı olarak tüketicilerin satın alma davranışlarını birçok faktöre bağlı olarak değişken hale getirebilmektedir. Bu durum, bireysel ve çevresel etkenlerin konut tercihlerine etkisini ortaya koymaktadır (Yalçın, 2023). Sosyal yapının değişimi ve teknolojik gelişmelerin etkisiyle yaşamdaki hızlanma ve değişkenlik, bireylerin konut değiştirme ihtiyacını da etkilemektedir. Mevcut iş gücü piyasası ve toplumsal yaşamdaki değişimler, konut fiyatlarındaki artış ve konut kredisi faiz oranları, esnek yaşam anlayışı, bireylerin kısa süreli iş değişiklikleri sebebiyle iş yerlerine yakın konumlarda yaşam sürmek istemeleri konut kiralamalarını arttıran durumlardır (Hargreaves, 2002; Kiracı ve Akdemir, 2020; Knight ve Eakin, 1997). Fakat bu sorun, toplumda satın alınmaya karşı bir tutumla çok fazla sayıda kiralama gerçekleştirilerek tüketimi destekleyen bir eylem haline gelebilmektedir. Aslında sahip olunan ya da kiralanan konutlar, bireylerin tüketime yönelik ihtiyaçlarına hizmet etmesiyle tüketim kültürünün bir parçası haline gelerek kullanıcının konutla kurduğu bağı ve ona yüklediği anlamı etkilemektedir.

Bu doğrultuda, değişen konut kullanımlarına dikkat çekmek ve mevcut kullanım biçimlerini değerlendirmek önemlidir. Literatür taraması doğrultusunda yapılan çalışmanın amacı, tüketim nesnesi haline gelen konut kavramının değişen kullanımları üzerinden kullanıcı-mekân arasındaki aidiyet hissinin oluşumunun incelenmesidir. Bu kapsamda çalışmada; konut-ev kavramları, konutta aidiyet kavramı ve tüketim kültüründe değişen konut oluşumları konularına değinilmektedir. Bu bağlamda; değişen yaşam biçimlerinde orta üst ve üst gelir gruplarının farklı konut kullanımlarındaki aidiyet oluşumu çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır.

2. KONUT-EV KAVRAMLARI

İnsan yaşamının devam edebilmesi ve barınma gereksiniminin giderilmesi açısından konut zorunlu bir ihtiyaçtır. Konut sözlükte; “İnsanların içinde yaşadıkları ev, apartman vb. yer, mesken, ikametgâh.” şeklinde tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Başka bir tanımlamada konut, hane halkı için tanımlı ve sınırlı fiziksel mekân, eylemlere imkân vererek korunma ve barınak işlevi taşıyan, psikolojik, sosyo-demografik, siyasi ve ekonomik faktörler gibi birçok bileşenden oluşmaktadır (Lawrence, 1987). Bir mekân olarak konut; iletişim, etkileşim, mekân, zaman ve anlamın örgütlü bir örüntüsüdür. Aynı zamanda hem ait olduğu kültür ya da etnik grubun karakteristik özelliklerini, yaşam biçimini, çevresel tercihlerini, davranış kurallarını, imgelerini, mekân ve zaman taksonomilerini yansıtırken, hem de kullanıcının özümü ilgili imgelerinin, kendini kanıtama ve donanımı ile kullanıcının kişiliğinin ve ayrıcalığının göstergesidir (Gür, 2000). İnsan yaşamının her anına tanıklık eden konut kavramı, kullanıcıların ait olduğu toplumla ilgili bilgileri de içinde barındırır.

İnsanın fiziksel bir strüktür, bir kabuk olarak konutla kurduğu etkileşim süreciyle konutun anlamı değişmektedir. Konut, insanla kurduğu bu anlamlı etkileşimle eve dönüşmektedir. Ev, evin kullanıcısı ve konut arasındaki dinamik etkileşimlerin bütünüdür. Kültürel bir bileşke olan ev; fiziksel süreçler, mekân, zaman ve hepsinin transaksyonel olarak tamamıdır, farklı bileşenlerden oluşan, ancak birbiriyle ilişkili etkenlerin birleşimidir (Altman, 1993). Başka

Celebi Şeker

bir tanımlamada ev kavramı geçmiş deneyimlerin, anıların, düşünce ve hayallerin günümüze olan yansıması olarak ifade edilmektedir (Bachelard, 1969). Bachelard, *Mekânın Poetikası* adlı kitabında, insanın evle kurduğu bağı fenomenolojik bir yaklaşımla ele almaktadır. Ona göre, ev, insan ruhunun derinliklerini çözümlemek için bir anahtar niteliği taşır. Bachelard, imgelem gücünü insan doğasının temel bir özelliği olarak görür ve bir imgelem metafiziği oluşturmanın, yalnızca nedensellik ilkelerine dayanarak mümkün olmayacağını savunur. Bunun yerine, bireyin bilincinde imgelerin nasıl doğup şekillendiğini incelemeyi esas alan bir fenomenoloji yaklaşımıyla bu hedefe ulaşılabilirliğini belirtir (Bachelard, 1969). Benzer bir bakış açısıyla, psikolojik olarak ev kavramına yaklaşılmakta ve ev kavramının düşünce yoluyla görülen, yaşanılan ve yapılan bütün evlerin toplu anlamını içerdiği savunulmaktadır (Harries, 1993).

Ev ve konut kavramları arasındaki farklara odaklanan araştırmalar, genellikle evin, konuta kıyasla daha kişisel, özel ve sembolik bir anlam taşıdığı sonucuna varmaktadır (Tognoli, 1987). Moore (2000), Tognoli'nin (1987) "ev" kavramı için belirttiği beş temel özelliği vurgulamıştır: merkezilik (centrality), devamlılık (continuity), mahremiyet (privacy), kendini ifade (self-expression)/kimlik (personal identity) ve sosyal ilişkiler (social relations). Moore'a göre, konut ile ev arasındaki farklar, bu özelliklerden kaynaklanmaktadır. Somerville (1997) ise ev kavramını, temel düzeyde sosyolojik olan ve sosyolojik olmayan olarak ayırmıştır. Mahremiyet, kimlik ve aşinalık gibi özellikler sosyolojik yaklaşımların ev olgusuna yüklediği anlamlardır. Evin ontolojik önemini anlatabilmek için ise cinsiyet, sınıf, yaş, kullanım ve tutum hakkı gibi konular üzerinde durulmuştur. Evin bölgesel olarak çekirdek olması, psikolojik ihtiyaçlar, bağlanma kuramı, çevre psikolojisi ve kimlik teorileri gibi kavramlarla olan ilişkisine ise sosyolojik olmayan yaklaşımlarda odaklanılmıştır (Akt. Arslan Taç, 2022).

Göregenli (2010), bu bakış açısından hareketle, ev kavramının, mekânın fiziksel özelliklerinden ziyade, o mekânda yaşanan deneyimleri tanımlamak için kullanıldığını belirtmiştir. Ayrıca, evin anlamında fiziksel ve mekânsal unsurlardan çok, bireysel deneyimlerin ön planda olduğunu vurgulamıştır. Bu bağlamda içinde yaşanmışlıklar ve anılar konutu eve dönüştürür. Bu nedenle kullanıcının konutla etkileşim içinde olduğu ve onunla duygusal bir bağ kurduğu noktada, konuta anlamlar yüklediği görülmektedir. Kullanıcının yaşam biçimiyle, oradaki eylemleriyle kullanıcıya aidiyet hissi kazandırır. Kullanıcı sadece bedenen değil, duyguları ve düşünceleri ile konutta var olarak ona bağlanır. Kullanıcısıyla kurulan birliktelikle, konut ve anlam kavramlarıyla ruhu olan bir eve dönüşmektedir (Sofuoğlu Demirbaş, 2023).

3. KONUTTA AİDİYET KAVRAMI

Aidiyet, bir yere ya da bir kişiye ait/ilişkin olma durumu olarak tanımlanmaktadır. İnsanın temel gereksinimlerinden biri olan aidiyet duygusu soyut bir kavramdır. Bu ihtiyaç yerine getirilmediğinde, insanlarda yalnızlık veya toplumsal olmayan birtakım davranışlar doğabilmektedir (Maslow, 1954). Bu doğrultuda bireysel aidiyet duyu, etki, duygu, deneyim, algı, eylemler ve davranışlar gibi niteliklerle oluşmaktadır (Altman ve Low, 1962).

İnsan sosyal bir varlık olması sebebiyle çevresiyle iletişim halindedir. Mekânsal aidiyet üzerine yapılan çalışmalarda, insanın var olması ile bir yere sahip olmadığı aslında kendine ait mekânı oluşturduğu belirtilmiştir. Fiziksel mekân ile bireyler arasında, doğal ya da insan kaynaklı birtakım yapılandırmalarla duygusal bir bağ kurulmaktadır. Mekâna atfedilen bu duygu ile bireyin mekâna karşı farkındalığı oluşarak aidiyet hissi ortaya çıkmaktadır (Enachea ve Craciun 2013; Kyle vd. 2004; Pretty vd. 2003). Mekânsal aidiyet duygusu; mekânın ölçeğine, büyüklüğüne, fiziksel ve sosyal özelliklerine, mekânı kullanan bireylere göre değişmektedir. Aidiyeti etkileyen diğer faktörler ise sosyal ve ekonomik durumlar, mekânda geçirilen süreler, eylemler ve sosyal ilişkiler, yaş, güvenlik duygusu gibi kavram ve durumlardır (Scannell ve Gifford, 2010). Literatürde aidiyet ve mekân ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar ise çevresel psikolojiyle ilişkilendirilerek yerin ruhu, yere bağlılık ve bağımlılık, yerin kimliği kavramları altında incelenmiştir.¹ Bu kavramlar duygusal, davranışsal, bilişsel değişkenler olarak tanımlanmakta ve anlamlandırılmaktadırlar (Jorgensen ve Stedman, 2001; Şentürk ve Gülersoy, 2019).

Psikolojik ve sosyal açıdan bireyin ait olduğu toplum, toplumun fiziksel ve kültürel özellikleri mekâna bağlanma duygusunu etkileyen unsurlardır. Bu doğrultuda bireylerin mekânda geçirdiği anılar, hisler, yaptığı tercihler, mekâna ait düşünceleri, mekâna karşı tutumları da aidiyet oluşumunu doğrudan etkilemektedir. Bireyin

¹ Schulz, C. N. (1985). *The Concept of Dwelling on the Way to Figurative Architecture*. Rizzoli International Publications Inc., New York.

Çelebi Şeker

mekânda kendine ait izler görmesi, kimliğini yansıtan nesnelere kullanması; kısaca mekândaki fiziksel özellikler bazı araştırmalarda yere bağlılığı pekiştiren en önemli ilke olarak belirtilmiştir (Sancar ve Severcan, 2010). Özellikle de bu durumların izini sürmek, bireylerin kimliğini yansıtan en özel parçası olan konut mekânlarında oldukça mümkündür. Bireyin kendini yaşadığı mekâna yansıtması, kendisine ait izleri mekânın taşıdığını görmesi, kimliğini o mekânla beslemesi varlığını o yerle ortaya koyabilmesi ve sonsuza kadar sürdürmesi düşüncesini güçlendirmektedir (Şengül, 2010).

Çevre psikolojisi sosyo-mekânsal davranışlar özelinde aidiyet oluşumunu kendileme, egemenlik alanı, savunulan alan ve mahremiyet kavramlarıyla açıklamaktadır. Bu kavramlar iç içe geçmiş ve etkileşim halindedirler. Kendileme, yapma (making) ve edim/eylem (acting) içeren dönüştürme ve değiştirme sürecidir. Birey, kendine ait hale getirdiği mekânı düzenler ve bu düzenleme süreci, diğerlerinin mekânlarından ayrılarak özgün bir kimlik kazanır. Kendileme eylemi, mekânın birey tarafından dönüştürülmesiyle anlam kazanır ve bu durum, birey diğer insanlarla bir çeşit sınır düzenlemesi olarak görülebilir. Mekâna yaptığı müdahalelerle birey, kültürel özellikleriyle gizli potansiyellerini ortaya çıkararak ve çevresinde değer kazanarak, kendi kimliğini ve özünü yeniden üretmektedir (Bilgin, 2003; Göregenli, 2010). Egemenlik alanı ise bireyin ya da grubun kullandığı mekânı denetleme hakkı edindiği, dış etkenlere karşı koruduğu/savunduğu, kişiselleştirmelerle birlikte gereksinimlerini karşıladığı, sınırları olan ve dolayısıyla mahremiyet ihtiyacına hizmet eden bir kavramdır (Gür, 2000). Savunulan alan kavramı da egemenlik alanından beslenerek birtakım fiziksel ve sembolik sınırlar ile oluşturulur. Fiziksel açıdan güvenliği arttıran kilitler ve duvarlar, hırsızlığa karşı dirençlilik gibi engelleri, psikolojik açıdan ise özel veya sınırlı olduğuna dair mesajlar içeren evin çevresindeki peyzaj, tabelalar ve toprak işaretleri gibi engelleri içermektedir (Newman, 1972). Günümüzde sosyal statünün önem kazandığı ve güvenlik ihtiyacının fazlasıyla ön planda tutulduğu özellikle metropollerde yoğunlaşan dışa kapalı konutlar ve rezidanslar, bu kavramların örneklerinin görüldüğü yerlerdir. Sosyal sınıflaşmanın korunaklı duvarlarla inşa edildiği bu yapılarda, dışarının daha konforsuz ve güvensiz, içerisinin daha konforlu ve güvenli olduğu algısı yaratılmaktadır. Bir gereksinim olarak görülen ve gizliliğe hizmet eden mahremiyet kavramı ise istenildiği zaman dış dünyayla iletişim haline geçilme mekanizması olarak tanımlanmaktadır (Rapoport, 2004). Birey istediği ölçüde diğer insanlarla ilişki kurabilir ya da yalnız kalabilir. Konutta bu ihtiyaç kişisel açıdan sağlık, hijyen gibi konularla ilgiliyken, bireysel açıdan aile ve diğer yakın ilişkilerle ilişkilidir (Mumcu Uçar ve Özsoy, 2006; akt. Güleç Solak, 2017). Konutta birey yalnız yaşamıyorsa, kendine ait özel mekânlarda mahremiyetini sağlamaktadır. Bu mekânlara fazlasıyla anlam yüklenerek, mekânlarda aidiyet duygusu yoğun olarak yaşanmaktadır. Bütün bu kavramlar özelinde konutlar, kendileme ile kişisel alanın maksimum düzeyde kullanıldığı mekânlardır. Birey sahiplenme ile egemenlik alanını oluştururken, konutunu bu çerçevede düzenlemektedir. Kimliğini ve özünü yansıtan mobilyalar, eşyalar kullanarak konutuyla bir bağ kurar, o yeri kendine ait kılıp 'evim' diye nitelendirebilmektedir.

Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle artan tüketim kültürü çerçevesinde, iletişim teknolojileriyle yaşamda hızlanma söz konusudur. Kentlerde oluşan mekânlardaki aynılık ve yaşamdaki hızlanma, insanların mekânlarla kurduğu ilişkileri zayıflatmaktadır (Hay, 1998; Meyrowitz, 1985). Gür (2000), insanın bazen kendini olduğunun dışında, aslında olmak istediği şekilde yansıttığını belirtmektedir. Konutlar da bu yansımanın çok güçlü bir parçası olarak, kullanıcısının olmak istediği yansımanın göstergesidir. Bu doğrultuda bireyler, konut aracılığıyla sahip olmak istedikleri nitelikler uğruna konutunu değiştirme yoluna gidebilmektedirler. Her değişim bireyle konut ve çevresi arasındaki ilişkilerin yeniden kurulmaya çalışılması anlamına gelebilmektedir.

4. TÜKETİM KÜLTÜRÜNDE DEĞİŞEN KONUT OLUŞUMLARI

Tüketim denince ilk akla gelen isimlerden biri olan filozof ve toplumbilimci Jean Baudrillard (2002: 67-72), tüketimi "çeşitli ileti ve nesnelere belirli bir söylem çerçevesinde bir araya gelerek oluşturduğu sanal bir toplam" şeklinde tanımlamaktadır. Bocoock (2009) da tüketimin farklı boyutlarına dikkat çekerek, tüketimin bireyin benliğinin yaratılmasındaki etkisini "Tüketim, artık insanların kim oldukları, kim olmak istedikleriyle ilgili duyarlılıklarını ve bu duyarlılıkları korumalarını sağlayan yöntemleri etkilemekte olup kimlik duygusunun gelişimini çevreleyen olgularla çok iç içe geçmiş bir durumdur. Bu nedenle tüketim, ekonomik olduğu kadar, aynı zamanda toplumsal, psikolojik ve kültürel bir olgu olmaya da devam edecektir" şeklinde ifade etmektedir.

Çelebi Şeker

İstek (want), ihtiyaç (need) ve arzu (desire), tüketimi yönlendiren ve şekillendiren temel unsurlardır. Ancak, postmodern tüketim anlayışında en belirleyici faktör arzudur. Geleneksel toplumlarda tüketim genellikle ihtiyaçlarla sınırlı kalmış ve ihtiyaç fazlasını tüketmek hoş karşılanmazken, günümüz toplumlarında kimliklerin tüketim yoluyla inşa edildiği bir anlayış hâkim olmuştur. Bu yeni yapı, bitmeyen arzuların belirleyici olduğu hedonist bir tüketim kültürüne dönüşmüştür. Artık tüketim, yalnızca ihtiyaçları karşılamakla sınırlı bir eylem olmaktan çıkmıştır. Bu durum, hiçbir kural tanımadan satın alma ve tüketme arzusuyla hareket eden bir birey profili ortaya çıkarmaktadır (Özcan, 2011). Baudrillard'ın (2012) "arzunun metaforik ya da dolaylı olarak dışavurumu, farklılaştırıcı göstergeler üzerinden toplumsal değerler kodunun üretilmesi" şeklinde açıkladığı bu durum, tüketimi bir iletişim kanalı olarak görülmesi gerekliliğinin yanı sıra, tüketim-haz ilişkisini de bir sorun olarak tanımlamaktadır. Farklılık ihtiyacı, tüketimde hazın giderilmesine yönelik değil, yadsınamaz bir gerçektir. Bauman (1997) bu durumu, insanların sadece tüketmek için değil ihtiyaç ve hazın ötesinde farklı görünmek için tükettiğini açıklamaktadır.

Modern toplumların tüketimcilik yoluyla elde ettiği göstergelerin etrafında biçimlendiği, sosyal statü ve sınıf yapısının bu göstergeler üzerinden belirlendiği ifade edilmektedir (Baudrillard, 2012; Bourdieu, 1995; Lefebvre; 1998). Featherstone'a göre tüketim kültürü; kültürel göstergeler ve toplumsal değerler üzerinde tüketim merkezli bir oluşumun varlığının değer kazandığı kültürel yapı olarak tanımlanmaktadır. Bu kültüre sahip toplum ise tüketim toplumu adıyla anılmaktadır. Tüketim toplumunda sosyal sınıf farkları, farklı yaşam standartlarını tanımlamaktadır. Bu ayrımın keskinleştiği toplumsal yapı da modern kapitalist toplumdur. Günümüz toplumunun anlaşılması açısından "tüketim kültürü" teriminin kullanılması ürünler dünyasının ve bunların yapılanma ilkelerinin merkezi bir yer işgal etmesi sebebiyledir (Featherstone, 2013).

1980'li yılların ortasından itibaren medyada yaygın olarak "lifestyle" ifadesiyle kullanılan yaşam biçiminin önemli göstergelerinden biri de konutlardır. Konut, bütün işlevleriyle sosyal bir rol de üstlenerek, toplumsal yaşamda bir kimlik ve statü aracı olarak kabul görmekte, piyasadaki diğer metalar arasında, bireyin kimliğini teşhir edebileceği, sosyal statüsünü sergileyebileceği, süreç içerisinde toplumsal ve ekonomik gücünün varlığını ortaya koyan en önemli araç olma halini almaktadır (Akyol Altun, 2008). Bu çerçevede doğan yeni ihtiyaçlar, konutu bir tüketim nesnesi haline getirmiştir. Tüketim kültürünün yarattığı talep sonucu konut tasarımları dönemin getirilerine ve gelişen yapım teknolojilerine göre değişmiştir. Konutun sembolik anlamlar taşıması, konutu pazarlanabilir hale getirmiş ve yeni konut sunum biçimlerinin gelişimini etkilemiştir.

1980'lerden sonra Türkiye'de liberalleşme süreciyle sosyo-kültürel ortamın değişmesi ile orta sınıfın yaşadığı kimlik sorunları kentin merkezden uzak yerlerinde hızla gelişen kapalı konut yerleşkelerinin oluşumunu etkilemiştir. Bu durumda yeni orta sınıflara düşledikleri statü, prestij, lüks, gösteriş, konfor gibi özellikler sunularak, özel ve steril hayat olanağı mümkün kılınmıştır (Şahin ve Şener 2018). Kapalı siteler kentin (tekinsiz) kalabalığından uzak ama karayoluna bağlı görece ulaşım kolaylığı gibi kentin olanaklarına yakın olmalarını; kapalı devre kamera sistemi, özel güvenlik görevlileri ve duvarlarla çevrelenmiş olmaları gibi güvenli olmalarını; spor alanları, yeşil alanlar, sosyal tesisler gibi içerdikleri kimi ortak kullanım hizmetlerini ve son olarak eğer varsa orman alanlarına yakın olma ya da örneğin Boğaziçi ve deniz manzarası gibi konumsal özelliklerini son teknoloji, depreme dayanıklı, modern, çağdaş ya da geleneksel detaylara sahip inşaat kalitesiyle birleştirmekte ve bunları bir prestij öznesine dönüştürerek pazarlamaktadır (Firdin Özgür, 2006). Bu yaşam biçimiyle yeni sığınağını bulan üst gelir grubu, toplumun geri kalanından ve geleneksel bağlarından sıyrılmıştır. 2000'lere gelindiğinde, kentsel mekânlarda yaşanan ayrışmalar daha da gözle görülür hale gelmiştir. Türkiye'nin yeni sosyo-politik yapısı, toplumsal muhalefetin cemaat temelli bir zeminde şekillenmesine yol açmış ve bu durum, yeni söylemlerin ortaya çıkışını beraberinde getirmiştir. "Kendi gibi" olanlarla birlikte yaşama fikri bu mekânlarda etkin bir rol oynarken, medyadaki stratejiler de bu söylemler üzerinden şekillenmiştir. Sosyo-ekonomik düzeyle ilişkili olarak statü, seçkinlik, zenginlik gibi reklam söylemlerinin yanına sosyo-politik söylemler ("kendi gibi" vb.) de ilave edilmiştir (Şahin ve Şener, 2018). Bu yıllarda konut üretimi yapan sermaye grupları da kent içerisinde değer artışı sağlayan bölgeler üzerinde rant uğruna büyük ölçekli üretimler yapmaya başlamıştır. Dönem içerisinde ekonomik politikalarla birlikte kentsel planlama düzenlemeleri süreci desteklemiştir. Özellikle 1999 Gölcük depremi sonrası yaşanan konut stoğu kaybı, bu stoğun yenilenmesini beraberinde getirmiştir (Genç, 2008). 2000'li yılları kent merkezinin yeniden ele alındığı dönem olarak belirtmek gerekirse, daha önce yaşanan kent merkezinden kaçışlar devam ederken, aynı zamanda toplumdaki bireyselleşme ve aile yapısındaki değişimler kent merkezinde yaşama anlayışını geri getirmiştir. Kent merkezinde yükselen çok katlı ve otel konforu vadeden rezidans olarak adlandırılan bu oluşumlar, kentlerin bir dönüşüm içine girmesine sebep olmuştur (Şahin ve Şener, 2018).

Celebi Şeker

Rezidans sözlükte; “yüksek devlet görevlileri, elçiler vb.’nin oturmalarına ayrılan konut ve saray konut” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2023). Hasol’un (2010) mimarlık sözlüğünde ise “residence” kelimesinin Türkçe karşılığı ‘konak, konut, ikametgâh, apartotel’ şeklinde ifade edilmiştir. Kentin dışındaki yerleşimlere bir seçenek olarak gerçekleştirilen, modern yaşam sonrası yeni bir barınma biçimi olarak sunulan çok katlı yapılar olarak yapılan rezidanslar, kent merkezinden uzaklaşmak istemeyen kullanıcılar için lüks güvenli konut sitelerinden farklılaşmaktadır. Çünkü genelde güvenli sitelerin kent dışında olması kullanıcılar için dezavantaja dönüşmüştür. Eviyle işi arasında her gün trafiğe maruz kalan kullanıcılar ise zamandan tasarruf etmek amacıyla düşük sirkülasyonda yapılan çok katlı rezidanslara yönelmiştir. Kent merkezinde geniş ölçekte boş arsaların bulunmaması ve yüksek maliyetlerle yapılması sebebiyle, rezidanslar daha küçük arazilerde düşük yönde çok katlı bir biçimde inşa edilmektedir. Karma işlevli olan bu yapılar, kullanıcıların iş yerlerine yakın ve merkezi olarak konumlanarak, kentten kopmak istemeyenlere konforlu ve güvenli bir yaşam sunmaktadır. Rezidanslar, barınma işlevinin yanı sıra eğlence, alışveriş, ofis yapıları, spor merkezi gibi çok sayıda yapı grubunu içerebilmektedir. Yüksek gelire sahip, hızlı yaşama adapte olmuş, tek yaşamı seçen ya da sürekli seyahat eden kullanıcılara otel konforu ve imkânlarının yanında, güvenlik, danışmanlık hizmetleri (concierge), günlük temizlik servisi (housekeeping), vale hizmeti (vale parking), kuru temizleme gibi işlevler sunulmaktadır. Bu konutların hızlı ve konforlu yaşam imkânlarını barındırması sebebiyle stüdyo tipinde tasarlanmış olmaları beklenmektedir, ancak büyüklükleri 70 m²-532 m² arasında değişebilmektedir. Kendi gibi ‘seçkinlerle’ yaşama isteği taşıyan kullanıcılar için bu konut ve yaşam biçimi bir arzu nesnesine dönüşmektedir (Bilgin, 2006; Çerçi, 2010; Danış ve Prouse, 2005; Görgülü, 2007).

21. yüzyılın başından itibaren Amerika ve Kanada’da geçici süre konaklamak amacıyla inşa edilen çok katlı, apartman blokları, Türkiye’de ‘üst tabakanın’ sürekli konut alanı haline gelerek, geçici süre konaklama amacından çıkmıştır. Kent merkezindeki kültürel ve sosyal aktivitelerden, iş ve ulaşım olanaklarından yararlanmak isteyen, zamanı değerli olan üst gelir grubunun talepleri rezidans oluşumlarının artmasına neden olmuştur (Zengel ve Deneri, 2007). Özellikle yaşam tarzları ve tüketim alışkanlıkları doğrultusunda İstanbul’da yoğun olarak üretilmeye başlanan bu yeni konut oluşumları; kentin silüetini de değiştirmektedir. Sunduğu hizmetler ve ortaya koydukları lüks konut özellikleriyle toplumsal değişimin öncülleri Akmerkez Kompleksi ve Süzer Plaza / Ritz Carlton Residence’tır (Erdoğan ve Öymen Gür, 2017).

5. YÖNTEM

Yapılan çalışmada, öncelikle kavramsal çerçeve oluşturulmuştur. Literatür taraması ile konut-ev kavramları, konutta aidiyet kavramı ve tüketim kültüründe değişen konut oluşumları konularına değinilmiştir. Çalışmanın ikinci aşamasında günümüzde konut kullanımının, kullanıcı profilinin ve konut arzının çeşitliliği üzerinden konutta aidiyet hissinin oluşumuna eleştirel bir değerlendirme yapılmıştır. Genel olarak bu doğrultuda çalışma; değişen konut kullanım biçimlerinde aidiyet oluşumunun nasıl geliştiği ve nelere bağlı olduğu sorularına cevap aramaktadır. Bu bakımdan, teorik çalışmanın soruları literatürdeki bilgiler doğrultusunda tümevarımcı yaklaşımla değerlendirilmektedir. Çalışma, tüketime ayak uyduran gelir grupları üzerinden şekillenmiştir. Bu sebeple orta üst ve üst gelir grubu çalışmanın odak noktasıdır. Bu grupların kullandığı konutlarda aidiyet gelişiminin, sahiplik ve kiralama durumlarıyla ilişkisi tartışılmaktadır.

6. BULGULAR VE DEĞERLENDİRMELER

Türkiye’de 1980 sonrası küreselleşmeyle yaşanan değişim ve dönüşümler ile tüketim kültürü çerçevesinde farklı konut sunum biçimlerini beraberinde getirmiştir. Üst gelir grupları, konut sunum biçimlerinin belirleyicileridir (Uğurlar ve Özelçi Eceral, 2014). Üst ve orta üst gelir gruplarına bağlı olarak değişen tüketim eylemi pratiklerinin hedef alınması konut kullanımını çeşitlendirirken, konut arzını da etkilemektedir. Tüketim odaklı lüks konutları tercih eden kullanıcı profilinin çeşitliliği ile kullanıcı-konut arasındaki ilişki de değişim göstermektedir.

Kullanım amacına ve alım gücüne bağlı olarak barınma ihtiyacı, yatırım ve prestij amaçlı nitelikleri açısından konutlar talep edilmektedir (Eke ve Özdemir, 2004). Bu çerçevede konutlar; kullanıcıların oturdukları kendi konutları, yatırım amaçlı edindiği kendi konutu dışındaki mülk konutlar ve belli bir süre içerisinde kullanılan kamuya ya da özel sektöre ait olan kiralık konutlar aracılığıyla farklı kullanım amaçlarına hizmet edebilmektedir. Yatırım modelleri, tüketicilerin özelliklerinden ziyade yatırım kararı verme süreçlerine odaklanır. Bu modellere

Celebi Şeker

göre, bireylerin kiracı olarak kalmayı tercih etmelerinin temel nedeni finansal faktörlerdir. Bu yaklaşım, bireylerin veya hane halklarının yaşam boyu konut sahibi olma maliyeti, kiralamaya göre daha düşükse konut sahibi olmayı; tersi bir durumda ise kiracı olmayı tercih edeceğini içermektedir (Carne, 2004; Tipu, 2005).

Tercih edilen yaşama birimleri konutu kullanacak kişilerin yaş, medeni durum gibi sosyo-demografik yapısına, eğitim, meslek, gelir düzeyi gibi sosyo-ekonomik durumuna ve ekonomik güvence, prestij, huzur ortamı, özgürlük alanı gibi konutu algılama biçimine göre değişim gösterebilmektedir. Konutun sahip olduğu yapısal durumu, fiziki ve sosyal konumu ile ekonomik erişilebilirlik özellikleri o konutun seçilmesi için aranılan kriterlerdir (Beamish, Goss ve Emmel, 2001).

Günümüzde bu çerçevede, çalışmanın eksenindeki tüketim kültürünün hedef aldığı gelir grupları, dışa kapalı konuş yerleşmelerini tercih etmektedir. İyi bir yatırım aracı olmalarının yanı sıra konutla kullanıcının sahip olmaya çalıştığı seçkin olma, saygınlık gibi özelliklerle, moda ve sosyal eğilimlere bağlı olarak konut piyasasını şekillendirmektedirler. Bu konutları tercih eden kullanıcılar, konutların çevresiyle birlikte sunduğu imkanlarla statü ve prestij kazanmaktadır. Konut üzerinden statüsünü dış dünyaya aktarabilen bireyler, konutu birer sosyal kimlik göstericisi olarak kullanmaktadır (Sadıkoğlu ve Özsoy, 2016). Bireyler, özgürce ve kendi iradeleriyle seçim yaptıklarını düşündükleri durumlarda dahi, sistemin kontrol ettiği sınırlar içinde şekillenen imajlar ve dayatılan kalıplar doğrultusunda hareket etmektedir. “Toplumsal hiyerarşi”, tüketim alışkanlıkları ve kültürel değerlerle belirlenen “yaşam tarzları”nın çizdiği sınırlarla bireylerin davranışlarını ve seçimlerini çerçevelemektedir (Erdoğan ve Öymen Gür, 2017). Maslow (1999) da bu noktada, bireyin “ait olma” duygusunun önemine dikkat çekmiş ve bu hissin, fiziksel güvenlikten öte, kişiye sosyal bir güvenlik ve haz duygusu sağladığını ifade etmiştir.

Konutun anlamsal bütünlüğünün ve ev olarak nitelendirilen duysal özelliklerinin yeri, gün geçtikçe güvenlik, statü, mahremiyet, sosyal imkânlar ve iyi bir sosyal çevre gibi ihtiyaçlarla bağdaştırılmaya çalışılmaktadır. Konutla kurulan duygusal bağlılığın fiziksel bağlılığa dönüştüğü söylenebilir. Konutu dönüştüren kullanıcı değil, artık tercih ettiği mekânla kullanıcı kendi istediği profile uygun mekânı seçerek bir aidiyet oluşturmaya çalışmaktadır. Bunların yanında kullanıcılar oturduğu kendi konutlarını ihtiyaçları özelinde değiştirebilmektedir. Mekânda geçirdiği süreyle doğru orantılı olarak mekânı paylaştığı kişiler, çevresi ve oluşturduğu anılar aracılığı ile konutuyla bağ kurabilmektedir. Konutunu kendi zevkleri çerçevesinde değiştirmek, eşyalarını düzenlemek ve mekâna kimliğinden birtakım özellikler katarak aidiyet hissedebilmektedir. Konut sunumlarının esnek plan tasarımları, kullanıcıya kişiselleştirme imkânı tanıyarak mekânsal düzenlemelerde kolaylık tanımaktadır (Schneider ve Till, 2007). Bu açıdan giderek bireyselleşmenin önem kazanması sebebiyle mekânda oluşturulabilecek bireysel alanlar konutla kurulacak ilişki açısından önemlidir. Kurgusal güvenli yapı gereği kendi içinde oluşturduğu toplulukla bağ kurabilmesi ve kullanıcıların istediği ölçüde diğer gruplarla temas geçebilmesi mahremiyeti sağlama açısından da olumlu görülebilir. Bütün bunların yanında yatırımını iyi tasarlanmış donanımlı bir konuta yatırmak isteyen ve tüketim alışkanlıklarıyla ilgilenmeyen kullanıcı için farklı bir konut biçimi yok denebilir. Hepsini bir şekilde tüketim kültürünün etkisi altında biçimlenerek kullanıcıyı bir sisteme dâhil etmeye çalışmaktadır.

Bireylerin yatırım amaçlı edindiği mülk konutlar, ihtiyaçlar dâhilinde kiralama aracılığıyla kullanıcıya sunulabilmektedir. Günümüzde Türkiye’de kiralık konut talebi (devlet tarafından yapılan konutlar hariç) çoğunlukla özel kiralık konutlarla sağlanmaktadır (Uğurlar ve Özelçi Eceral, 2014). Bireyler ve şirketler çerçevesinde özel sektör tarafından konut üretimi yapılmaktadır. Ev sahipleri, yatırım amacıyla satın alınan, iş nedeniyle yapılan geçici yer değişiklikleri veya değişen konut ihtiyaçları gibi bireysel nedenlerle kullanmadıkları konutları kiraya vermektedir. Konut satın alabilirlik, başta konut fiyatı ve gelir olmak üzere, faiz oranları ve vergi oranları gibi ekonomik göstergelere karşı oldukça hassastır. Bunun yanı sıra, planlama süreçleriyle de doğrudan bağlantılıdır (Quigley ve Raphael, 2004). Ancak kiralık konutlar, bazı hanehalkları için geçici bir çözüm sunarken, bazıları için uzun vadeli bir taahhütten kaçınma veya sürekli hareket halinde olma isteği doğrultusunda tercih edilen bir yaşam biçimi olabilmektedir (UN&Habitat, 2004). Genellikle üst gelir grubuna mensup ev sahiplerinin kiracıları da genellikle aynı gelir düzeyindeki bireyler veya hane halkları ve bunun yanında da kendini üst sınıfta görmek isteyen orta üst gelir grubu olabilmektedir. Bu doğrultuda, mülk sahibi olan ev sahipleri, konutun kullanım hakkını devrederek değişim değerinden faydalanırken, kiracılar ise konutu kiralayarak hem kullanım hem de prestij değerinden yararlanmaktadır. Konutun sahip olduğu özelliklerle, statü ve prestij değeri öne çıkmaktadır (Çizmeci & Çınar, 2007). Bu durum, konutun finansallaşarak bir tüketim nesnesine dönüşmesine ve kullanıcıların kiraladığı eviyle kurduğu aidiyet bağının koparılmasına sebep olabilmektedir.

Celebi Şeker

Bir bireyin mekân üzerinde ne kadar fazla kontrol sahibi olduğu, kendini o kadar güvende hissetmesiyle ilişkilendirilmektedir. Bu durum, hayattan alınan tatmini artırırken evdeki huzuru da olumlu yönde etkilemektedir. Ancak, kişinin konut üzerindeki kullanıcı statüsünün bu deneyimlerde belirleyici olduğu ve gerçek anlamda bir tatminin ancak ev sahipliği durumunda sağlanabileceği dikkat çekmektedir. Ev sahibinin, konut üzerindeki nihai kontrol gücüne sahip olması, kiracılar üzerinde sembolik bir otorite oluşturmada ve bu durum, kiracıların kendilerini evlerinde tam anlamıyla özgür ve rahat hissetmelerini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, kiracılar için mekânda uzun vadeli bir aidiyet ve süreklilik sağlamak genellikle güç olmaktadır (Arslan Taç, 2022). Yapılan çalışmalara göre, ev sahibi olan kullanıcıların kiracılara göre evinde daha fazla değişiklik yaptığı gözlemlenmiştir. Ancak kiracıların ev sahiplerine kıyasla çoğunlukla dekoratif değişikliklerle konutunu kişiselleştirdikleri ve aidiyet oluşturmaya çalıştıkları belirlenmiştir (Babacan ve Kısar Koramaz, 2021). Bunun nedeni, dekoratif değişikliklerin daha kolay ve düşük maliyetle yapılabilmesidir. Yapısal değişiklikler ise daha zahmetli ve özellikle kiracılar için tercih edilmeyen bir süreçtir. Ev sahipleri, konutlarını uzun süre kullanacaklarını düşündüklerinden bu tür büyük değişiklikleri geleceğe yönelik bir yatırım olarak gerçekleştirebilmektedir.

Aidiyet eksikliği, kiracılar için mekânda süreklilik ve bağlılık kurmayı güçleştirirken, ev sahipleri genellikle mekâna daha derin bir bağ geliştirir ve bu bağ, yalnızca mülk sahipliği değil, aynı zamanda o mekânın sosyal, kültürel ve duygusal anlamlarıyla da şekillenir. Aidiyet duygusunun gelişimi, bireyin mekânda ne ölçüde kendini ifade edebildiği, mekânı kişiselleştirebildiği ve güvende hissettiği ile doğrudan ilişkilidir. Üst gelir grubunu hedefleyen karma işlevli ve çok katlı konut oluşumları olan rezidanslar da kiralamanın yoğun görüldüğü oluşumlardır. Bireyselleşmenin önem kazandığı bu dönemde rezidanslar, genellikle kentte belirli bir süre kalacak olan veya kent merkezinde çalışan üst gelir grubu tarafından tercih edilmektedir. Bu oluşumlar, hedeflenen grup tarafından yatırım aracı olarak satın alınıp, kiralama faaliyetleri için ev sahibi tarafından kiralık konut piyasasına eşyalı ya da eşyasız olarak sunumu da yapılmaktadır (Koca, 2015). Boş zamanın artık kalmadığı mecburi zaman içinde her şeyi sıkıştırmaya çalışan bireyler için hızlanan yaşamda konforlu bir hayat sunan konut yapılarıdır. Bazı üst gelir grupları için ise konut bir yatırım aracı olarak görülmemekte ve bireyler öz sermayelerini farklı alanlarda değerlendirmektedir. Esnek yaşam anlayışı, değişen estetik değerler ile bireysel, toplumsal ve çevre faktörleriyle bu grup konutunu değiştirme yoluna gidebilmektedir. Yine bu durum, üst gelir grubunun konutu tüketme pratikleri çerçevesinde aidiyet oluşumuna engel olabilmektedir. Genellikle bu üst grup istediği tasarımda ve iç mekan düzenlemelerine sahip farklı büyüklüklerde eşyalı sunulan rezidans konut birimlerini tercih etmektedir. Özellikle yalnız ve geçici süre yaşayacak kullanıcı için her imkâna kolay ulaşabileceği bir seçenek olarak görülebilmektedir. Eşyasız kiralanan konutlarda kullanıcı kendi eşyalarıyla ve ekonomik durumuna bağlı ölçüde alacağı eşyalarla konutun mekânsal organizasyonunu yapabilmektedir. Bu durum kullanıcının konutla kurduğu ilişkiyi güçlendirmektedir. Kiralık konutlara yapılabilecek müdahalelerin sınırlı olması sebebiyle yapılacak değişiklikler kısıtlıdır. Mevcut mekânsal durumun sahiplenilmesi aidiyet bakımından önemlidir. Fakat eşyalı kiralık konutlarda bu durumun daha zayıf olacağı düşünülmektedir. Hazır sunulan iç mekân tasarımının kullanıcı tarafından sahiplenilmesi ve kullanıcının konutla kuracağı ilişkinin kurulması daha zor, mekânda kendileme ve kişiselleştirmelerin yapılması daha kısıtlı olabilmektedir. Bu yüzden eşyalı kiralık konutlarda aidiyet oluşturmak kullanıcı için sorun teşkil edebileceği düşünülmektedir. Fakat kullanıcının konutunu deneyimlenmesi, içindeki yaşanmışlıklarıyla ve çevresiyle kurduğu bağlılıkla aidiyet hissetmesi mümkündür. Kullanıcının konutunu sahiplenmeyi ve ait hissedebilmeyi seçmesiyle eve dönüştürmesi gerçekleşebilmektedir. Bir yandan da kullanıcının beğenileri ölçüsünde istediği konutu iç mekânıyla tercih etmesi bakımından hazır bir seçenek durumundadır.

Bütün bu değerlendirmeler, orta üst ve üst gelir grupları için konut kavramının tüketim kültürüyle kurduğu ilişkiye vurgu yapmaktadır. Konutun sahip olduğu anlamla bir eve dönüşmesini gittikçe zorlaştıran seçeneklerin çoğalması dikkat çekmektedir. Tüketim odaklı konut birimlerindeki kullanım çeşitliliğiyle ve kullanıcı profiline farklılaşmasıyla bu mekânlarda aidiyet kavramının farklı boyutları olduğunu söylemek mümkündür.

7. SONUÇ

Konutlar yaşam hakkında bilgiler veren en önemli mekân birimidir. Kullanıcısının kimliği, beğenileri ve hayat tarzı ile şekillenerek birey-mekân arasındaki etkileşimin net bir şekilde ortaya koyulabildiği yapılardır. Konut birimleri yapısal oluşumları sebebiyle tarih boyunca değişim ve dönüşüm halindedir. Küreselleşmeyle gelişen tüketim kültürünün etkisiyle değişen konutlar ise birçok yönden sorgulamayı gerektiren mekânlar olarak literatüre konu olmaktadır.

Celebi Şeker

Bu çalışmada, tüketim nesnesi haline gelen konut kavramının değişen kullanımları üzerinden birey-mekân arasındaki aidiyet hissinin oluşumu incelenmiştir. Tüketim odaklı değişen konut oluşumlarının özellikle üst gelir grubunu hedef aldığını söylemek mümkündür. Üst gelir grubunun tüketim alışkanlıkları, diğer gelir gruplarını da etkilemektedir. Konutun halen sahip olunmak istenen, bu çerçevede egemenlik alanı kurularak, kendileme ve kişiselleştirme ile konutta aidiyet oluşturulmaya çalışıldığı görülmektedir. Fakat kullanıcıların konutla elde etmeye çalıştıkları seçkinlik, statü ve bir gruba ait olma gibi özelliklerin yanında işlevsellik, konfor ve sunduğu imkânlarla bir anlam oluşturdukları görülmektedir. Marcus'un (1997) belirttiği üzere, üst gelir grubu için konut, yalnızca bir barınma mekânı olmanın ötesinde, yaşam tarzlarını yansıtan, sembolik değer taşıyan, prestij göstergesi olan ve kimlik unsurlarını barındıran bir niteliğe sahiptir. Ayrıca, ekonomik güçlerini ve erişebildikleri statü seviyesini ortaya koyan bir araç olarak da önemli bir rol oynamaktadır. Yaratılan bu anlamlar ile konut-kullanıcı arasındaki aidiyet hissi şekillenmektedir. Günümüzde kullanıcıların konutla kurdukları bağın, bireysel aidiyetten sosyo-kültürel aidiyete dönüştüğünü söylemek mümkündür.

Aidiyet oluşturmada konutta sahipliğin etkili bir durum olduğunu fakat kiracı olan kullanıcıların da aidiyetini çeşitli yollarla sağladıklarını söylemek mümkündür. Kiralama aracılığıyla da konutun sahip olduğu sembolik değerleri bireylerin kullanabilmesi tüketim için bir seçenek olarak görülebilmektedir. Dışa kapalı konutların çevresiyle ve sunduğu imkânlarla tercih edilmesi sosyal bir statü göstergesidir. Yaşam biçimlerinin değişmesi, konut kullanımını da değiştirdiğini göstermektedir. İş/egitim sebebiyle geçici yer değişiklikleri, estetik değerlerin hızlı değişimi, bireyselleşmenin önem kazanması, yaşamın hızlanması gibi sebeplerle kullanıcı konutu kiralayabilmektedir. Bireyler ait olma hissini, istedikleri çevre ve imkânları kullanma yoluyla gösterebilmektedir. Bu nedenle kiracılar için konutların sınırlı değişiklik imkânı tanınmasının, esnek konut plan tasarımlarıyla çözümlenebileceğini söylemek mümkündür.

Günümüz insanının konuttaki aidiyet hissi, maddesellikten etkilenmektedir ve dönüşmektedir. Konutla kazanılan değerlerin ve sembollerin konutla kurulan aidiyet oluşumunu etkilediğini söylemek mümkündür. Kullanıcı artık aidiyeti farklı yollarla oluşturarak kendini belli kalıplara sığdırarak ifade edebilmektedir. Bu durum da aslında, konutun mental olarak tüketimine sebebiyet vermektedir. Konutun anlamının gerekliliklerini sağlama yolunda tüketim alışkanlıklarıyla etkileşerek eve dönüşümü, kullanıcıların deneyimleri üzerinden daha detaylı sorgulanması gereken bir konudur. Bu doğrultuda konut piyasasını şekillendiren üst gelir grubu üzerinden tüketim odaklı konut oluşumlarıyla ilgili çalışmaların çeşitlenmesi ve detaylı araştırmaların yapılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Akyol Altun, T.D. (2008). "Yeni Yaşam Tarzları: Kapalı Konut Yerleşkeleri", *DEÜ Mühendislik Fakültesi Fen ve Mühendislik Dergisi*, 10(3), 73-83.
- Altman, I. (1993). *Homes, Housing, and the 21st Century: Prospects and Challenges, The Meaning and Use of Housing, International Perspectives, Approaches and Their Applications*. Ashgate, England.
- Altman I. & Low S. M. (1992). *Place Attachment*. New York: Prentice Hall.
- Alver, K. (2013). *Steril Hayatlar*. (3. Baskı), Ankara: Hece Yayınları.
- Arslan Taç, Z. (2022). *Türkiye'de Konut Edinimi, Ev Sahipliğinin Kültürel Motivasyonları ve Evin Anlamı*. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Babacan, T. & Koramaz E. K. (2021). "Konutlarda Kişiselleştirmeler Ve Yere Bağlılık Duygusu", *Journal of Technology and Applied Sciences*, 4(1), 47-56.
- Bachelard, G. (1969). *Mekânın Poetikası*. İthaki Yayınları.
- Bali, R. N. (2002). *Tarz-ı Hayat'tan Life Style'a Yeni Seçkinler, Yeni Mekânlar, Yeni Yaşamlar*. İletişim Yayıncılık, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2002). *Tüketimin Tanımına Doğru Mimarlık ve Tüketim*. Boyut Yayın, İstanbul.
- Baudrillard, J. (2012). *Tüketim Toplumu* (çev. Hazal Deliçay-Ferda Keskin). 5.Baskı, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (1997). *Küreselleşme Toplumsalın Sonuçları* (çev. Abdullah Yılmaz). Ayrıntı Yayınları.
- Beamish, O., Goss, R.C. & Emmel, J. (2001). "Lifestyle Influences on Housing Preferences". *Housing and Society*, 28(1&2), 1-28.

Çelebi Şeker

- Bilgin, N. (2003). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü: Kavramlar, Yaklaşımlar*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Bilgin, M. (2006). *Karma Kullanımlı Merkezlerin Kent ve Günlük Yaşam İçerisindeki Yeri: İstanbul'dan Örnekler*. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bocock, R. (2009). *Tüketim* (çev. İ. Kutluk). Ankara: Dost Kitapevi Yayınları.
- Bourdieu, P. (2005). *Hukukun Gücü: Yasal Alanın Sosyolojisine Doğru*, Çeviren: Sibel Demir, Ankara: Kalan Yayınları.
- Carne, S. (2004). *Home Ownership: Tenure of Choice?*, Masters of Public Policy Thesis, Victoria University of Wellington, Wellington.
- Çerçi, E. (2010). *Kent Gelişimine Konut Ara Yüzünden Bakış ve İstanbul'daki Rezidans Konut Tipi Örneğinde Gelecek İçin Tasarım Öngörülerini*. Yüksek Lisans Tezi. İTÜ, İstanbul.
- Çizmeçi, F. & Çınar, C. (2007). "İstanbul Konut Piyasasında Kitleli Tüketimin Şekillendirdiği Yeni Konut Yerleşimleri", TMMOB İstanbul Kent Sempozyumu, 13-15 Eylül 2007, İstanbul.
- Danış, D. & Prouse, J. F. (2005). "Zenginliğin Mekânda Yeni Yansımaları: İstanbul'da Güvenlikli Siteler". *Toplum ve Bilim*, 104, 92-103, İstanbul.
- Eke, F. & Özdemir, N. (2004). *Antalya'da Konut Stoğu ve Nitelikleri*. Gazi Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi, Proje Kod, (06), 2001-25.
- Enachea, C. & Craciun, C. (2013). "The Role of the Landscape in the Identity Generation Process", Lumen International Conference Logos Universality Mentality Education Novelty, Lumen.
- Erdinç, S. & Öymen Gür, Ş. (2017). "Rezidans Kültürü Üzerine Bir İnceleme: İstanbul Örneği". *Yakın Mimarlık Dergisi*, 1(1), 68-90.
- Featherstone, M. (2013). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Firidin Özgür, E. (2006). İstanbul'un Konut Alanlarında Yeni Eğilimler. Osmanlı Bankası Arşiv ve Araştırma Merkezi.
- Genç, F. N. (2008). "Doğal Afet Riskleri Açısından Türkiye'de Kentleşme". *Türk İdare Dergisi*, 80(459), 81-100.
- Göregenli, M. (2010). *Çevre Psikolojisi: İnsan Mekân İlişkileri*. İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Görgülü, T. (2007). "Türkiye'de İlk Apartmandan Günümüze; Çok Katlı Konutlarda Yaşanan Dönüşümler". Kent, Kültür, Konut Sempozyumu, İstanbul.
- Güleç Solak, S. (2017). "Mekân-Kimlik Etkileşimi: Kavramsal ve Kuramsal Bir Bakış". *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 6(1), 13-37.
- Gür, Ş. Ö. (2000). *Doğu Karadeniz Örneğinde Konut Kültürü*. Yapı – Endüstri Merkezi Yayınları, İstanbul.
- Hargreaves, B. (2002). "To Rent or Buy; That is the Question", Pacific Rim Real Estate Society (PRRES) Conference, Christchurch, 21-23 Ocak.
- Harries, K. (1993). *Thoughts on a Non-Arbitrary Architecture, Dwelling, Seeing and Designing: toward a phenomenological ecology*. New York: New York Press.
- Hasol, D. (2010). *Mimarlık ve Yapı Sözlüğü*. İstanbul: Yem Yayınevi.
- Hay, R. (1998). "Sense of Place in Developmental Context". *Journal of Environmental Psychology*, 18, 5–29.
- Jorgensen, B. S. & Stedman R. C. (2001). "Sense of place as an attitude: lakeshore owners attitude toward their properties". *Journal of Environmental Psychology*, 21, 233-248.
- Kıracı, H. & Akdemir, R. (2020). "Sahiplenmeden Tüketemez miyiz? Dijital Paylaşım Ekonomisinde Kiralama Üzerine Kavramsal Bir İnceleme". *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(8), 137-152.
- Knight J.R. & Eakin C.F. (1997). "A New Look at the Home Ownership Decision". *Real Estate Issues*, 23(2), 20-29.
- Koca, D. (2015). "2000 Sonrası Konut Üretim Sürecindeki Değişimler ve Kentleşme Üzerine Etkisi", I. Uluslararası Kent Araştırmaları Kongresi, 590-605.
- Kuban, D. (2000). "Küreselleşme ve Mimarlık". *Arredamento Mimarlık*, 129, 78-80.
- Kyle, G., Graefe, A., Manning, R. & Bacon, J. (2004). "Effects of place attachment on users' perceptions of social and environmental conditions in a natural setting". *Journal Of Environmental Psychology*, 24, 213-225.

Celebi Şeker

- Lawrence, R. J. (1987). *Housing, Dwellings & Homes*. John Wiley & Sons, Geneva.
- Lefebvre, H. (1998). *Modern Dünyada Gündelik Hayat*. Metis Yayınları, İstanbul.
- Maslow, A. (1954). *Motivation and Personality*. Harper and Row, New York.
- Maslow, A. H. (1999). *Toward a Psychology of Being*. Newyork: J. Wiley&Sons.
- Marcus, C. C. (1997). *House as a Mirror of Self: Exploring the Deeper Meaning of Home*. California: Conari Press.
- Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behaviour*. Oxford: Oxford University Press.
- Moore, J. (2000), "Placing Home in Context". *Journal of Environmental Psychology*, 20(3), 207-217. doi/10.1006/jevp.2000.0178
- Mumcu Uçar, Ö. & Özsoy, A. (2006). "Sınır Kavramına Mekânsal Bir Yaklaşım: Bahçelievler Örneği". *İtü Dergisi/A Mimarlık, Planlama, Tasarım*, 5(2), 11-24.
- Newman, O. (1972). *Defensible Space; Crime Prevention Through Urban Design*. New York: Macmillan.
- Özcan, B. (2011). "Hedonizm ve Kimlik Temeline Dayalı Postmodern Tüketim Yaklaşımı". *Istanbul Journal of Sociological Studies* (35), 119-130.
- Quigley, J.M. & Raphael, S. (2004). "Is Housing Unaffordable? Why Isn't It More Affordable?", *The Journal of Economic Perspectives*, 18(1), 191-214.
- Rapoport, A. (2004). *Kültür, Mimarlık, Tasarım*. Yapı Yayın, İstanbul.
- Sadıkoglu, H. (2010). Üst Gelir Grubu Konut Tercihleri ve Mekân Kullanımları Üzerine Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. İTÜ FBE, İstanbul.
- Sadıkoglu, H. & Özsoy, A. (2016). "Üst Gelir Grubu Konut Tercihi Olarak Rezidans Kullanımı". *İDEALKENT*, 7(18), 226-245.
- Sancar F. & Severcan Y. C. (2010). "Children's Places: Rural–Urban Comparisons Using Participatory Photography in the Bodrum Peninsula, Turkey". *Journal of Urban Design*, 15(3), 293-324.
- Scannell, L. & Gifford, R. (2010). "Definding Place Attachment: A Tripartite Organizing Framework". *Journal Of Environmental Psychology*, 30(1), 1-10.
- Schneider, T. ve Till, J. (2007). *Flexible Housing*. Oxford, United Kingdom: Architectural Press.
- Schulz, C. N. (1985). *The Concept of Dwelling on the Way to Figurative Architecture*. Rizzoli International Publications Inc., New York.
- Sofuoğlu Demirbaş, Ü. (2023). *Yaşam Döngüsü ve Konutun Bellekteki Yeri Üzerine Bir Sorgulama*. Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Trabzon.
- Somerville, P. (1997). The Social Constrction of Home. *Journal of Architectural and Planning Research*, 14(3), 226-245.
- Şahin, P. & Şener, S.M. (2018). "Türkiye'de Konut Söylemlerinde Yaşanan Değişimin Reklamlar Üzerinden Analizi - İstanbul Örneği". *İdealkent*, 23(9), 258–291.
- Şengül, M. B. (2010). "Romanda Mekân Kavramı". *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(11), 528-538.
- Şentürk, A. & Gülersoy N. Z. (2019). "Aidiyet, Kent Kimliği ve Kentsel Koruma Etkileşimi Bağlamında Kullanıcı Sürekliliğinin İrdelenmesi: Kadıköy Moda Örneği". *Megaron*, 4(1), 145-159.
- TDK, (2023). Türkçe Sözlük. <http://www.tdk.gov.tr>. [Erişim Tarihi: 24.11.2023]
- Tipu, K. (2005). *Housing Tenure Aspirations and Attainment*. Centre for Housing Research, Aotearoa New Zealand and Building Research.
- Tognoli, J. (1987). *Residential Environments*. D. Stokols, & I. Altman içinde, *Handbook of Environmental Psychology*, Vol. 1, 655-690.
- Uğurlar, A. & Öznelçi Eceral, T. (2014). Ankara'da Mevcut Konut (Mülk ve Kiralık) Piyasasına İlişkin bir Değerlendirme, *İDEALKENT*, 5(12), 132-159.
- UN&Habitat (2004). *Enabling Shelter Strategies: Design and Implementation Guide for Policymaker*. QuickPolicy Guide Series - Volume 2.

Celebi Şeker

- Yalçın, A. (2023). "Genel Konut Özelliklerinin ve Fiyat Duyarlılığının Konut Satın Alma Davranışına Etkisi". *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(2), 525-550. <https://doi.org/10.18506/anemon.1318466>
- Zengel, R. & Deneri, B. (2007). Yükselen Yapı Bağlamında Türkiye’de Konominyumlara Bir Bakış. *Yapı Dergisi*, 32, Yapı Yayınları, İstanbul.

Beyan ve Açıklamalar (Disclosure Statements)

1. Bu çalışmanın yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedirler (The authors of this article confirm that their work complies with the principles of research and publication ethics).
2. Yazarlar tarafından herhangi bir çıkar çatışması beyan edilmemiştir (No potential conflict of interest was reported by the authors).
3. Bu çalışma, intihal tarama programı kullanılarak intihal taramasından geçirilmiştir (This article was screened for potential plagiarism using a plagiarism screening program).