



STÜDYO DAİRELERDEKİ YAŞAM TARZINI “DAİRE” PROGRAMI ÜZERİNDEN ANLAMAK

Döne AYHAN*

Öz

Ev, bireylerin barınma ihtiyacına hizmet etmenin dışında konumu ve nitelikleriyle toplumsal anlamı olan bir mekândır. Merkezi konumu ve minimal bir yaşam tarzıyla işlevsel olan stüdyo daireler günümüzde çoğunlukla genç profesyonellerin tercihi olmaktadır. Yaşam tarzı ve ev tipolojisi arasındaki ilişkiyi inceleyen bu çalışma çevrimiçi video ve sosyal medya platformu olan Youtube platformundaki “Daire” kanalında yer alan videolar içerisindeki stüdyo dairelerde yaşayan insanların yaşam tarzını anlamaya odaklanmaktadır. Stüdyo dairelerde yaşayan kişilerin videoları onların evlerini, dekorasyon fikirlerini ve yaşam tarzlarını anlamaya elverişli olması sebebiyle nitel araştırma yöntemine göre dizayn edilmiştir. Veri toplama tekniği olarak doküman analizi kullanılmıştır. Betimsel analiz sonucunda eve atfedilen anlam ve kıymet, stüdyo dairede yaşama nedenleri, stüdyo dairede yaşam tarzı olmak üzere üç temaya ulaşılmıştır. Çalışmanın bulguları stüdyo dairelerin barınma mekânı olmanın ötesinde kültürel ve ekonomik sermayenin sembolik göstergesi haline geldiğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Stüdyo daire, ev, yaşam tarzı, mekân, mekân sosyolojisi.



* Dr. Öğr. Üyesi. KTO Karatay Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Sosyoloji Bölümü. done.ayhan@karatay.edu.tr. Konya/Türkiye.

UNDERSTANDING THE LIFESTYLE IN STUDIO APARTMENTS THROUGH THE ‘APARTMENT’ PROGRAMME

Abstract

A house is a place that serves the housing needs of individuals, but it also has social significance due to its location and characteristics. Studio apartments, which are functional with a central location and a minimal lifestyle, are mostly preferred by young professionals today. This study, which examines the relationship between lifestyle and house typology, focuses on understanding the lifestyle of people living in studio apartments in the videos on the ‘Daire’ channel on YouTube, an online and social media platform. The study was designed according to the qualitative research method since the videos of the people living in studio apartments are suitable for understanding their homes, decoration ideas, and lifestyles. Document analysis was used as a data collection technique. The descriptive analysis resulted in three themes: the meaning and value attributed to the home, the reasons for living in a studio apartment, and the lifestyle in a studio apartment. The findings of the study reveal that studio apartments have become a symbolic representation of cultural and economic capital beyond their function as living spaces.

Keywords: *studio apartment, house, lifestyle, space, sociology of space.*

GİRİŞ

Barınma temel insani bir ihtiyaç olarak farklı konut türlerini kapsamaktadır. Toplumsal koşulların değişimine paralel olarak konut tipolojileri de çeşitlenmektedir. Göç, savaş, kır/kent zemini, ekonomik refah, yaşam tarzı farklılığı gibi dinamikler bireylerin yaşayacağı konut türünü belirleyebilmektedir. Konut tipine ilaveten konutun nitelikleri ve bulunduğu çevre de bireylerin yaşam koşullarıyla yakından ilgilidir. Tarihsel perspektifte barınmanın toplumlar adına problem olduğu evreler bulunmaktadır. Bunlardan akla ilk gelen örneği olan Sanayi Devrimi toplumsal hareketliliği beraberinde getirerek kır ve kent düzleminde bilinen tabloyu değiştirmiştir. Kent merkezinde fabrika çevresine yerleşen kitlelerle barınma sorunu ortaya çıkarak konut sayısını artırmıştır.

Kentsel alandaki nüfus yoğunluğunun barınma ihtiyacını karşılamak adına zaman içerisinde tek katlı ilkel konut türünden akıllı ev statüsündeki konut tipine doğru bir değişim yaşanmıştır.

Konutun mimari ve inşaat teknolojileriyle fiziksel ilişkisi kadar sosyolojik arka planı da bulunmaktadır. Bu çalışmada konutun fiziksel niteliklerinden ziyade toplumsal perspektifteki yansımaları üzerine odaklanılmıştır. Özel bir mekân olarak ev, yerleşik hayata geçildiği andan itibaren değişim ve dönüşümleri beraberinde getirmiştir. Ev mekânsal bir form olarak ekonomik, hukuki ve kültürel boyutları bulunan öznel yaşam pratiğinin zeminidir. Evin formunun değişimi sadece fiziki bir müdahale süreci değil sosyolojik gerçeklikleri içeren bir durumdur. Ev, içinde yaşayan kişilerin gelir, eğitim, medeni hal, kültürel ve sosyal sermayesiyle ilişkili olarak farklılaşabilmektedir. Ev dört duvar gibi fiziki yapı olmasının ötesinde kültürel gerçekliktir (Şentürk, 2016: 54). Ev, aidiyet ihtiyacıyla psikolojik yönüyle (Koçak Turhanoglu, Çetin, 2023: 43) ve özel alanda yer almasıyla da aile yaşamıyla ilişkilendirilmektedir (Hooks, 2015). Ev, kimlik ve anlam ağıyla yaşam tarzına dair izlerin okunabildiği bir mekândır (Cater vd., 2021: 322). Mekânların yapısal nitelikleriyle birlikte ekonomik ve politik yönlerine de dikkat çeken Aytaç (2006), toplumsallığın ifade biçiminde işlevsel görmektedir. Yaşam alanı olarak ev, toplumsal dinamiklerden etkilenen bir mekândır. Teknoloji, afet ya da ekonomik dinamiklerin etkisiyle eve atfedilen anlamın değişimi söz konusudur. Covid-19 pandemisi sonrasında evin anlamı yaşam mekânı olmanın ötesine geçerek farklı ihtiyaçlara cevap niteliğinde bir alan olmuştur (Azmanoğlu vd., 2024: 198). Kültürel, duygusal, fiziksel, davranışsal ve bilişsel boyutlarla anlamı zenginleşen ev, multidisipliner bir çalışma konusu olmaktadır (Hatcher vd., 2019: 5). Evin anlamının yanında işlevinin de zaman içerisinde değişime uğradığı, müstakil evlerden apartmanlara ve stüdyo daire tipolojilerine evrildiği bilinmektedir. Son dönemin popüler ve

minimalist paradigmasıyla bezenen stüdyo dairelerle görece yeni bir olgu olarak karşılaşılmaktadır.

Kent merkezlerinde özellikle de metropollerde son dönemlerde sıklıkla görülen bir konut türü olan stüdyo daire, 1+0 veya 1+1 formunda bireysel ihtiyaçların düzenlenebildiği küçük bir evdir (Ünlü, 2014: 110). Kent düzlemindeki farklılaşmaların somutlaştığı bir alan olarak ev, özel alanın çerçevesinde aile ilişkileri ve duygu boyutuyla öne çıkmaktadır. Toplumsallaşmanın ilk tanığı olarak ev bireylerin yaşadığı mekân olmanın ötesinde dünyayı anlamlandırma zemindir. Evin hatta evin içindeki odaların ve bulunduğu muhitin kültürel anlam ifade ettiği, evin konumuna yönelik değer atfedildiği bilinmektedir. Çünkü evin mekânsal düzenlemesiyle mekân hafızasının inşa edildiği vurgulanmaktadır (Nora, 2022; Bachelard, 2017; Halbwachs, 2017; Assmann, 2015; Chapman ve Robertson, 1999: 24). Mekânlardaki ritüeller de aidiyet duygusu üreterek mekân hafızasının oluşumunu etkilemektedirler (Gamba ve Cattacin, 2021: 2). Bu noktada stüdyo dairede yaşayan bireylerin yaşam dünyalarını anlamanın yolu evin fiziki ve sosyolojik zeminiyle mümkün olmaktadır.

Özel ve kamusal alan ayrımını Sanayi devrimini takiben kentleşme ve göç dalgasıyla açıklamak mümkündür. Ev samimi ilişkilerin mekânı olarak yakınlıkla karakterize edilmektedir (Fairhurst, 1998: 202). Özel ve kamusal ayrımına dikkat çeken Habermas (2015) da özel alanı mahremiyetle özdeş tutmaktadır. Özel ve kamusal alan ayrımı günümüzde esnek çalışma koşullarıyla yeniden o sınırların netliğini kaybettiği bir konumdur. Ayrıca sosyal medyanın gündelik hayatın merkezinde olmasıyla da evin kamusal alana taşınması söz konusudur. Giddens’in (2014) vurguladığı gibi bireylerin en özel hallerinin zemini olan ev modern dünyada çeşitli platformlar aracılığıyla bir başkasına açılabilir. Bireyin “kendi olduğu” hali, duygu, düşünce ve davranışların gizli kaldığı bir yer

olmaktan çıkan ev bugün bilinen anlamının dışındadır. Bu durumun olağan karşılanmasının yanında özendirici tutumu yarattığından da bahsedilebilir.

Bireylerin konut tercihi ve barınma koşullarını ekonomik, sosyal ve kültürel pratikler doğrudan etkilemektedir. Neoliberal politikaların etkinliğinin artmasıyla konut sahipliği noktasında yeni düzenlemelerin hayata geçirildiği bilinmektedir. Neoliberal politikaların konut piyasalarını dönüştürücü etkisiyle geleneksel konut sahipliği biçimlerinin temelden değiştiği söylenebilir. Küreselleşmenin toplumları kuşatıcı yönüyle de ev yaşamının çeşitlenmesi söz konusu olmuştur. Bahsi geçen çeşitlilikle birlikte evin biçimlerine atfedilen anlam ve değerin yeniden değerlendirilmesini gerektirmektedir. Eve atfedilen anlamın küresel ve yerel düzlemde değişmesi ev biçimlerinin de değişimiyle somut bir şekilde görülebilmektedir. Yeni konut biçimlerinden birisi olan stüdyo daireler genç profesyonellerin kent merkezindeki ihtiyaçlarına cevap niteliğinde olmaktadır. Bireyselleşmiş yaşam formunu simgelediği kanaati dile getirilse de bu tip konutlardaki sosyolojik dinamiklerin ve mekân atfedilen anlamın incelenmesi gerekmektedir. Bu çalışmada modern dünyanın kent düzlemindeki karşılığı ve konut tipolojisi olarak stüdyo dairelerin ürettiği kültürün anlaşılması hedeflenmektedir.

Stüdyo Dairelerin Sosyokültürel Anlamı

Harvey (2015: 142), mekânı insanı biçimlendiren bir olgu olarak değerlendirmektedir. Kapitalist sistem mekânlara da sirayet ederek sınırları belirli klasik mekân anlayışından uzaklaşmıştır. Harvey, toplumsal etkileşim süreçlerinin mekân bağımlılığını ortadan kaldırdığını ve bu durumun da kapitalist tüketim pratiklerindeki eğilimi değiştirdiğini belirtmektedir. Üretim ve tüketim mekânı olarak ev formuna çekildiğinde de değişim pratikleri görülebilmektedir. Mekânın anlamını içindeki kişilerden aldığını vurgulayan Lefebvre (2016) perspektifinden bakıldığında stüdyo dairelerdeki yaşam tarzının

anlaşılması kolaylaşmaktadır. Mekânın ilişkiselliğini vurgulayarak stüdyo dairelerin belirli bir yaşam tarzını temsil ettiği söylenilebilir. Küresel ekonomik ve sosyolojik paradigmalardan etkilenecek Türkiye’de de görülen stüdyo daireler küresel bir mekândır. Bir mekân olarak stüdyo dairelerde kimliğin yansması söz konusu olup değişimler izlenebilmektedir. Modern dönemden postmodern döneme geçişle mekânların formlarının değişken nitelikleri evlerin tipolojilerindeki farklılaşmayı da sergilemektedir (Urry, 2015: 248).

Stüdyo daireler dünya nüfusunun artması ve bireyselleşme eğiliminin yansımalarına paralel olarak ilk kez Amerika’da kabul gören bir gerçeklik olarak dünyaya yaygınlaşmıştır. Türkiye’de de çalışma hayatının dinamikleri, büyükşehirlerdeki ulaşım yoğunluğuyla stüdyo dairelerle tanışma serüveni başlamıştır (Ulusoy ve Özkaynak, 2016: 131). Genellikle tek kişilik yaşam formu olarak algılanan stüdyo daireler Amerika kültürü kökenli olup Türkiye toplumunda da anlam kazanarak sadece büyükşehirlerde değil taşra zeminine de taşmıştır. Amerikan tarzı yaşam biçimi olarak nitelendirilen stüdyo dairelerin Türkiye’de ilk önce İstanbul’da inşa edildiği; genellikle tek kişilik hane halkı olarak değerlendirilen gençler için tasarlanan alternatif bir konut olduğu belirtilmektedir (Görgülü, 2003). Stüdyo ön adıyla bahsi geçen evler küçük mekânlarda bir yaşam alanı sunmaktadır. Bir evde olması muhtemel tüm alanların daha minimal boyutta yerleştirilmesiyle inşa edilen stüdyo daireler, geleneksel ev işlevine aykırı bir formdadır. Buna en somut örneği “misafir odası” kavramıyla verilebilir. Türkiye’de ayrıca (ıkl) bir alan olan misafir odasına atfedilen önem ve dahası ev sahiplerinin ilişki dinamiklerine göre kullanıma açılan bir alandır. Bu haliyle stüdyo daireler en temelde farklılığını göstermektedir. Stüdyo dairelerin temel felsefesine bu şekilde kullanılmayan bir alan uygun düşmemektedir. Yaşam alanının sınırlandırılması olarak da yorumlanabilecek bu durum oda ve alanların net bir şekilde birbirinden ayrılmasından kaynaklanmaktadır. Bu noktada ilk dikkat çeken alan mutfak

ve salonun aynı alanda bulunmasıdır. Amerikan mutfak isimlendirmesiyle alandan tasarruf edilerek standart evlerdeki gerekli noktaların prototipi oluşturulmaktadır.

Stüdyo daireler fiziksel nitelikleriyle dikkat çektikleri kadar toplumsal değişim noktasında da sosyolojik bir veri zemindir. Öncelikle bu tip dairelerin yükseldiği kent ortamının gözle görülür bir farklılaşmayı getirdiği söylenebilir. Kentsel konut projeksiyonunun değişimini Türkiye’deki pek çok dinamik gibi 1980’li yıllardaki politikaların başlattığı söylenebilir. Kır-kent nüfusunun değişimiyle gecekondulaşma sorunu ortaya çıkarak beraberinde farklı problemleri de getirmiştir (Işık, 1996: 788). Küresel dünya ile tanışma ve ekonomik büyüme kentleşmeye hız kazandırarak yeni orta sınıfın doğuşunu hazırlamıştır. Eğitim, statü ve habituslarıyla oluşan orta sınıf yeni bir kültürü var etmiştir. Kendisini diğerlerinden keskin bir biçimde ayırtmak isteyen bu sınıfın talebi sitelerin doğuşunu hızlandırmıştır (Ayata, 2017: 54). Modern kültürün Türkiye’de inşa sürecinde bireyselleşme ve özgürleşme akımıyla özel hayatın sergilenmesi gündeme gelmiştir. Toplumun vitrinleşmesi metaforundan hareketle olan biten her şeyin sergilendiği vurgulamaktadır (Gürbilek, 2020: 40). İmaj ve sunumun öneminin giderek arttığı günümüzde evler sunum nesnesi haline gelmektedir. Kent zemininde farklı sınıflara mensup kişilerin konut tercihlerinin değişmesiyle mekânsal ayrışma da meydana gelmektedir (Alver, 2007: 53). Evi kullanma biçimi, ekonomik kazanç, estetik kaygı ve belirli bir yaşam felsefesine göre dizayn edilen konutlar farklılaştıkça orada yaşayacak kişilerin sermaye türleri de değişecektir. Konut türlerinin değişimi toplumsal yapıda ekonomik ve kültürel pratiklerin değişimini de gerektirmektedir.

Yaşam tarzı bireylerin ayırt edici nitelikleri (Stebbins, 1997) şeklinde tanımlanmakla birlikte tutum ve değer yüklü (Cohen, 2011) bir kavram olarak ortak toplumsal kimliğin temelini oluşturmaktadır. Yaşam tarzının sağladığı bu

kolektif kimlik sınıflar arası farklılığı sergilemektedir. Giddens (2019), yaşam tarzını postmodernizme geçiş sürecindeki değişimlerle bağlantılı olarak ele alarak kentleşme ve üretim biçimlerinin farklılaşmasına dayandırmaktadır. Yaşam tarzı ve kimlik arasındaki paralelliği Baudrillard’ın (2024) tüketim biçimlerine yönelik sınıflamasında kullanım değerinin yerini gösterge değerinin almasıyla yaşam tarzının bir seçim olduğu vurgulanmaktadır. Yaşam tarzı günlük yaşamda anlam ve kimlik kaynağı olarak tüketim noktasında kendisini göstermektedir (Cohen vd., 2013: 157). Bourdieu (2015) ise yaşam tarzını entelektüel, zihinsel ve sembolik kökenli kültürel sermaye tarafından şekillendiğini belirtmektedir.

YÖNTEM

Bireylerin toplumsal alandaki konumu ve diğerleriyle olan etkileşimini önemseyen sosyoloji konut ihtiyacının toplumsal dinamikleri noktasında da kendisini göstermektedir. Toplumsal değişimin göstergelerinden birisi olan ev teması kent sosyolojisi alanında ilgiye mazhar olan bir konudur. Bu durumun arka planında ise küresel ve yerel dinamiklerin toplumsal değişimi tetiklemesi bulunmaktadır. Ev tiplerinin farklılaşmasının ardındaki dinamikleri anlamının yollarından birisi doğrudan o evlerde yaşayan kişilerden veri toplamaktır. Bu çalışma stüdyo dairelerde yaşayan bireylerin eve atfettikleri değeri ve yaşam tarzını anlamaya imkân tanınması sebebiyle Youtube platformundaki “Daire” kanalını merkeze almaktadır. Google’a ait Amerika menşeli bu platform 2005 yılında kurulmuş ve dünya geneline hızla yayılmıştır. Youtube herkese kanal açma hakkını sunmasıyla bugün yaş, eğitim, coğrafya vb. fark etmeksizin milyonlarca içerik üreticisine ev sahipliği yapmaktadır (www.youtube.com, 2025). Yemekten arabaya, tasarımdan müziğe kadar geniş bir yelpazede içeriklerin yer aldığı platform abonelik usulü ile çalışmaktadır. Her bir kanalın

hitap ettiği kitle ile buluştuğu, yorumlarla etkileşimin yoğunlaştığı herkesin erişimine açık ücretsiz sanal bir mekândır.

Youtube paylaşım platformunun tercih edilmesinin nedeni öncelikle yüksek erişilebilirlik düzeyine sahip olmasıdır. Stüdyo dairelerin kamusal alanda görünür kılınması ve yaşam tarzını temsil ettiği gerekçesiyle Youtube platformu seçilmiştir. Daire kanalının seçilme nedeni ise farklı konut tiplerini odağına alması ve konut kültürüne dikkat çekmesi, geniş takipçi ve izleyicilerle etkileşimi sayesinde stüdyo dairelerdeki yaşam tarzını temsil etmesidir. Youtube içerisinde yer alan Daire kanalı ise 28 Şubat 2019 tarihinde Türkiye’de açılmıştır. 610 bin abonesi bulunan kanalda Ağustos 2025 itibariyle 202 video bulunmaktadır. Kanal bireylerin gerçekten yaşadıkları evleri gösterdiğini ifade ederek kurgu olmadığını, ev sahiplerinin kendi tarzlarını yansıttıklarını belirtmektedir. Hatta video kayıtlarını izleyenler için alternatif fikir ve ilham olması beklentisi de dikkat çekmektedir (www.youtube.com/@daire_,2025). Gerek şehir merkezlerinde gerekse doğanın içerisinde bulunan müstakil villa, orman ve köy evleri, tiny house, stüdyo daire gibi farklı evlerin YouTube platformuna taşınmasıyla ev dekorasyonuna dair fikirler somutlaşmıştır. Türkiye’deki farklı evlerin gösteriminin beğeni toplamasıyla zamanla dünyaya açılan kanal son dönemlerde yurtdışındaki Türklerin evlerini de göstermektedir.

Bu araştırmada, “*Daire*” kanalında yer alan stüdyo daire videolarında evli, bekâr, kadın, erkek, yaş farklılığı gibi demografik ayrıma gidilmeyerek çeşitlilik sağlanmıştır. Stüdyo daire videolarındaki evlerde yaşayan bireyler çalışma grubunu oluşturup bu kişiler mimarlık, iç mimarlık, tasarım, reklamcılık, finans ve bankacılık gibi beyaz yakalı mesleklere sahiptir. Yurt dışında eğitim alan ya da yurt dışı seyahatlerinde bulunan çalışma grubu ev dekorasyonunda kendi beğeni ve tarzlarını vurgulamışlardır. Ayrıca bu çalışmada ev sahipliği kavramı evde yaşayan, dekorasyonu anlatan kişiler olarak kullanılmaktadır. Bahsi geçen

videolar başta İstanbul olmak üzere İzmir, Bursa gibi büyükşehirler zemininde çekilmiştir. Kanaldaki toplam 202 video içerisinde araştırmacı tarafından stüdyo daire anahtar kavramı arama butonunda aratılmıştır. Toplam 16 stüdyo daire videosuna ulaşılmış fakat dünya turu olarak nitelendirilen yurtdışındaki 5 stüdyo daire konseptindeki evler farklı ülkelerdeki sosyolojik dinamiklerin değişebileceği kabulüyle kapsam dışında tutularak araştırmanın amacına uygun olan 11 video kaydında karar kılınmıştır. Videoda ev sahipleri meslek ve isimlerini belirtmiş fakat tüm ev sahipleri yaşlarını ve gelirlerini belirtmedikleri için veri tablosuna yaş ve gelir bilgisi eklenememiştir. Videolar kanalda yayımlanma sırasına göre numaralandırılmıştır. İlgili videoların bağlantı adresli ekte yer almaktadır. Kamuya açık bir biçimde videolar paylaşıldığı için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamıştır.

Türkiye’deki stüdyo dairelerde yaşayan kişilerin yaşam tarzını anlamak araştırmanın temel amacıdır. Stüdyo dairelerde yaşayan kişilerin videoları onların evlerini, dekorasyon fikirlerini ve yaşam tarzlarını anlamaya elverişli olması sebebiyle nitel araştırma yöntemine göre dizayn edilmiştir. Bu araştırmada bahsi geçen stüdyo dairelere yönelik 11 video kaydı veri toplama aracı olarak kullanılmaktadır. Videolar araştırmacı tarafından manuel olarak Word’e aktarılmış ve toplamda 54 sayfa veri seti oluşmuştur. Videoların izlenmesi görsel etkiyi artırırken ev sahibi kişilerin eve yönelik fikirlerini kendilerinin anlatmasıyla işitsellik ön plana çıkmıştır. Araştırmada, “Stüdyo dairelerin tercih edilme nedenleri nelerdir? Stüdyo dairelerde yaşam tarzı nasıldır? Stüdyo dairelerde tasarım ve dekorasyona yönelik düşünceler nelerdir? temel araştırma sorularına cevap aranmaktadır. Bu sorulardan hareketle nitel araştırmada görsel materyallerin kullanılabildiği doküman incelemesi veri toplama yöntemi kullanılmıştır. Doküman analizi anlamları keşfetmede ve tanımlamada işlevsel bir araçtır (Sankofa, 2023: 746). Veri seti ve görselliğin değerlendirilmesi için betimsel analiz kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011:

222). Bu yöntemin sınırlılığı daire kanalındaki stüdyo daire başlığında yer alan videolardır. Elde edilen bulguların tüm stüdyo dairede yaşayan bireyleri temsil etme gücünün düşük olmasıdır. Wolcott'un (1994) veri analizinde önerdiği betimleme, analiz ve yorumlama yaklaşımı benimsenmiştir. Betimsel analiz dört aşamadan oluşmaktadır. Analiz için çerçeve oluşturma, tematik çerçeveye göre verilerin işlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde süreç tamamlanmaktadır. Çerçeve oluşturma sürecinde araştırma sorusuna uygun olarak Youtube platformundaki "Daire" kanalındaki videolardan stüdyo daireler seçilmiş ve görsel ve metin içerikleriyle genel bir harita çıkarılmıştır. Bu süreçte eve atfedilen anlam, stüdyo daireyi tercih etme sebebi ve stüdyo dairede yaşam tarzı temaları keşfedilmeye çalışılmıştır. Verilerin güvenilirliğini artırmak amacıyla bahsi geçen videolar toplam üç kez izlenmiştir. İlk izlemede araştırmacı genel akış ve içerik hakkında fikir sahibi olmuştur. İkinci izlemede videodaki içerik yazıya aktarılmış, açık kodlama yapılarak kategorileri ve temalara ulaşmaya çalışılmıştır. Bu süreçte kodlamaların temalarla eşleştirmesi ve düzenlenmesi yapılmıştır. Üçüncü izlemede ise kodlar ve temaların tutarlılığı için kontrol süreci gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşımla verilerin güvenilirliği pekiştirmek amacıyla Patton'un önerdiği (2025) araştırmada üçgenleme prosedürü izlenmiştir. Bulguların tanımlanması aşamasında bulgular sistematik bir şekilde alıntılarla desteklenmiştir. Bulguların yorumlanması olan son aşamada da bulgular ilişkilendirilerek anlamlı bir yapıya taşınmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 224-225).

Tablo:1 Videolara Dair Temel Bilgiler

	Video İsmi	Ev Sahiplerinin İsimleri	Ev Sahiplerinin Meslekleri	İzlenme Sayısı	Yorum Sayısı	Video süresi
1	50 m ² Rezidans Dairesinde Sıcaklık ve Gerçekçi Bir Yaşam	İrem	İç Mimar-Peyzaj Mimarı	155 bin	340	17.10
2	Galata'da Tarihi Binada Eklektik Bir Stüdyo Daire	Kamuran	Proje Yöneticisi	231 bin	399	22.11
3	Ataşehir'de 17. Katta 1+1 Ferah Bir Ev	Berk	Mimar	356 bin	244	14.54
4	Merve'nin Galata'daki 1+1 Modern Evi	Merve	Tasarımcı	641 bin	634	17.15
5	İstanbul'da Parizyen Bir Ev: 40 m ² 'lik Stüdyo Daire	Umut	Görsel Düzenleme Uzmanı	357 bin	498	15.22
6	Koridor Ev! 30 m ² 'ye Bir Çift Hayat Sığar mı?	Kevser-Erdem	Moda Tasarımcı-Reklam Yazarlığı/Müzikçi	1,3 mn	2137	23.22
7	Özlem ve Rıdvan'ın Bursa'daki 40 m ² Minimalist Evi	Özlem-Rıdvan	Mimar-Mimar	2 mn	1276	14.59
8	Daire Turu: Barış'ın İzmir'deki 3 Kuş, 1 Köpek, 100 Bitkili 1+1 Evi	Barış	Mimar	747 bin	768	18.16
9	Daire Turu: Ersin'in Bursa'daki 1+1 Çatı Katı	Ersin	Finans Uzmanı-Makrome Tasarımcısı	795 bin	768	14.32
10	Siyah Ev: Çukurcuma'da 1+1 Tarihi Apartman Dairesi	Atila	İç Mimar	239 bin	349	18.04
11	Gökdelenler Arasında Bir Yuva	Zeynep	Bankacı	409 bin	358	18.34

BULGULAR

Daire kanalı videolarının hepsi kapı ziliyle ve renkli “daire” yazısıyla başlamaktadır. Ardından eve dair genel bir hızlı gösterim sonrasında salonda ev sahibinin kendini tanıtmalarıyla video kayıtları başlamaktadır. Ev sahibi salondan başlayıp yatak odası, mutfak ve banyo bölümlerini sırasıyla göstermektedir. Genellikle içinde bulunduğu bölümün ayırt edici yönlerini, tasarım detaylarını, dekoratif ürünlerini nereden alıp nasıl kullandığı anlatısıyla devam etmektedir. Videonun sonunda ev sahipleri izleyicileri misafir gibi keyifle uğurlayıp onlara ilham olması dileğinde bulunmaktadır.

Eve Atfedilen Anlam ve Kıymet

Ev sahipleri stüdyo dairelerini anlatırken evin niteliğini artıracak şekilde evin tarihi bir bölgede yer aldığını, inşaat sürecindeki hamleleri ve dekorasyon fikirlerini önceleyerek anlatması evin kimliğinin anlaşılmasını sağlamaktadır. Genellikle orta sınıfa mensup ev sahipleri eve atfettikleri değeri anlatıp benzer sınıfa sahip izleyicilere referanslarda bulunması ortak paydayı paylaşan grubun özelliğini göstermektedir.

“Galata yerleşim olarak da çok eski bir yerleşim yeri. Buradaki apartmanlar da çok eski bir tarihe dayanıyor. Aslında böyle bizi geçmişe götürmesi de çok hoşumuza gidiyor. İkimiz de tarihe meraklıyız. Daha öncesinde çok daha fazla eşyaya sahipken bu evde o eşyaların aslında karşılığını daha küçülterek ya da daha aza indirerek daha sadeleşen bir yaşam kurmak bir nevi felsefemiz oldu. Bu karakterimize de yansdı, bize de iyi geldi. Burada yaşamayı seviyoruz sadece manzarası yüzünden de değil burada kurduğumuz anlamlı hayat sayesinde seviyoruz. Çamlıca’dan Tarihi Yarımada’ya kadar hatta Çemberlitaş’a kadar en uçta bir seyir imkânı sunuyor. Terasın olması evin dezavantajını yani küçüklük algısını kırıyor bizde.” (Kevser-Erdem)

“Balkonun üst tarafını kapat demişlerdi bana ama ben burayı kapattığım zaman hayallerimin de kapanacağını düşündüm.

Çünkü burada çok güzel hayaller kurabiliyorum en önemlisi de karşımda hemen komando ailesinin apartmanı var. Komando ailesi Osmanlı zamanında Osmanlının modernleşmesine katkı sağlayan çok önemli bir aile. Osmanlı’ya bankacılığı öğreten aile diyebiliriz. Hemen karşı tarafın Abidin Dino ve Yaşar Kemal gibi önemli isimlerin oturmasından dolayı bu güzelliği hiçbir şeyle kapatmak istemedim ve aynı zamanda arka tarafında gördüğünüz gibi Galata manzaram var.” (Kamuran)

Galata’nın tarihi dokusunun vurgulanması mekânın kimlik üzerindeki etkisini örneklemektedir. Tarihi vurguyla kolektif hafızanın önemsendiği söylenebilir. Bauman’a göre (2017) stüdyo daireler bireylere sadece bir konut sahipliği değil kimlik de sağlamaktadırlar. Stüdyo dairelerin fiziksel nitelikleri gereği içinde yaşayan bireylerin eşya seçimi kimliklerinin temsili olmaktadır. Evdeki her bir eşya yatırım aracı haline gelerek esnek ev dekorasyonu fikriyle özel alanın kimliğe etkisi görülebilmektedir. Ev, kimliğin yansıması olarak vitrin haline gelmekte ve pazarlama nesnesi olabilmektedir. Eve yönelik duygularını dile getiren ev sahiplerinden özellikle çiftler birlikte bir yaşam inşasını vurgulamaktadırlar. Evin tarihi konumunun eve biçtiği kimlikle birlikte manzara da eve atfedilen anlamın belirleyicisi olmaktadır. Evin sembolik öğelerinin birey üzerinde duygusal etkiler bırakmasıyla mekân aidiyetinin gerçekleştiği görülmektedir (Bachelard, 2017: 37). Manzaranın seyir imkânı sunması İstanbul gibi metropol şehirde küçük bir evde yaşama zorluğunun daha az hissedilmesini sağlamaktadır. Özellikle balkonu büyük olan ve teraslı dairelerde paylaşımların arttığı söylenebilir.

“Bir kilisenin yanında aslında çok güzel bir detay var burada Hacı Mimi Cami bulunuyor. Kiliseyle caminin bu kadar yan yana oluşu bir Galata’da bir de Mardin’de belki mümkün olabilir. Bu ne kadar zengin bir kültüre sahip olduğunu gösteriyor bana kalırsa. Galata’nın tabi her gün bu manzaraya bakınca ve İstanbul’un mimari eserleri tarihi yapılarını görünce onlar hakkında daha çok bilgi sahibi olmak istiyor insan. Ben de dolayısıyla Topkapı Sarayı, Ayasofya ve karşıdaki Selimiye kışlası ile ilgili ve Kırım kilisesi ile

ilgili toplayabildiğim kadar bilgi toplamaya çalışıyorum. Zehirli bir manzara diyorum ben buna çünkü İstanbul'u çok güzel gösteriyor. Ama oysa İstanbul çok zor hayatta kalması mücadele etmesi zor bir şehir. Burası o açıdan biraz kandırır da yine de böyle bir imkânâ sahip olmak bizi çok şanslı hissettiriyor.” (Kevser-Erdem)

Manzaranın dile getirilmesi eve değer katarken ayrıca kültürel çeşitlilik de eve atfedilen anlamı derinleştirmektedir. Kültürel farklılıkların kişilerdeki tarihi ve entelektüel mirasa yönelik merakı tetiklemesiyle yaşanılması zor bir şehre katlanmaya razı olmayı sergilemektedir. Ayrıca ev sahiplerinin tarihi lokasyonu vurgulamalarını eski İstanbul'da yaşama isteğinin tezahürü olarak okumak mümkündür. *“Benim hep hayalimdeki tarihi Beyoğlu evlerinde yaşamaktı.” (Atila)* ya da *“En büyük hayallerimden birisi asıl İstanbul yani sur içinde yaşama gibi bir hayalim vardı.” (Kamuran)* ifadeleri bireylerin özlemlerini de göstermektedir. Evdeki eşyalar üzerinde ev sahiplerinin imzasının olması da evin anlamını onlar için özelleştirmektedir.

“Bahsetmek istediğim bu tekli koltuk yaklaşık iki yıl önce şirketin bahçesinde dolaşırken yan şirkette hurda halde üst üste duran eşyaların arasında görmüştüm. Tamamıyla harabe bir haldeydi. İşte üst kısımdaki deriler yırtılmış, boyları soyulmuş ve çizilmiş bir şekildediydi. Hemen onu alıp ve yenilemek istedim. Nitekim de rica ettik ve bize verdiler o koltuğu. Onlar atacaklarmış yani çöpe gidecekmiş. Zımparaladım vernikledim, üst kısmına eskicide bulduğum bir bavulu kestim raptiyelerle kapattım. Hem çok rahat hem çok güzel şu an. Evimin en sevdiğim parçalarından bir tanesi.” (Ersin)

“Kanepem özel imalat bir ürün. Rengini ve kumaşını özellikle içime sinene kadar epey aradım. Ekstra yumuşak bir kadife türü. Babyface diye geçiyor ismi. Yerini tam buldu diyebilirim.” (İrem)

Harvey (2022), mekânı insanı şekillendiren bir toplumsallık olarak görmektedir. Stüdyo daireler için orada yaşayan bireylerin de evin fiziki koşulları ve sunduğu yaşam tarzı itibarıyla mekân ve bireyin etkileşiminin görülebildiği bir realite olduğu söylenebilir. Evlerinin kıymetini kendi tarzlarını yansıtmaları, eşyaları

özel üretim ya da tasarım fikirlerini dile getirmeleri kişiselleştirdiklerini göstermektedir. Ev sahipleri düşük bütçelerle dekorasyonda harikalar yaratılabileceğini sıklıkla vurgulamaktadırlar. Fakat gözden kaçan nokta dekoratif fikirlerin bireylerin yaşam tarzı, statü ve sermaye biçimleriyle yakından ilişkili olduğudur. Ev sahiplerinin ev dekorasyonuna yönelik fikirleri bireylerin kültürel sermayesini de göstermektedir. Tüm evlerin kent merkezinde olması, ev sahiplerinin lisans ve üstü eğitime sahip olmaları, yurt dışında iş, seyahat ya da eğitim amacıyla bulunmaları kültürel pratiklerini yansıtmaktadır.

“Bunu Paris’te Picasso Müzesi’nde almıştım fotoğrafı buraya yapıştırdım. Sabahları işe giderken onu görmek hoşuma gidiyor. Diğer fotoğrafı da kendim çektim aynı seyahatimde.” (Umut)

“Burası bana ait olduğu için daha kişiselleştirme imkânı sundu bana. O yüzden bana özgü, kişiliğimi yansıtan objeler var.” (Berk)

“Kompakt ve minik evimde %100 kendi zevkimi, tarzımı, dünyamı yansıtabildiğimi düşünüyorum. Umarım bu da size ilham vermiştir.” (İrem)

Paris seyahati hatırasının kapıda bulunması evin kişiselleştirilmesini ve duygusal bağ geliştirildiğini göstermektedir. Yurt dışı seyahati bugün Türkiye’de orta sınıfa dâhil bireylerin kolaylıkla gerçekleştirebileceği bir durum değildir. Ortalama yaşam maliyeti ve alım gücü düşünüldüğünde, izleyenlerde erişilebilir bir yaşam pratiği izlenimi bırakmaması olasıdır. Zevk, beğeni ve tarzın geliştirilebilir bir durum olduğunu, bunun arka planını da Bourdieu’nun sınıf ve yaşam pratiği perspektifi açıklamaktadır. Bourdieu (2015), zevk ve beğenin basit bir tercih olmadığını aksine bireylerin yaşam tarzı ve sermaye türleriyle ilişkili olduğunu savunmaktadır. Ev sahiplerinin yurt dışı seyahatlerinde aldıkları eşyalar onların habituslarını göstermektedir. Bireylerin sosyoekonomik koşullarıyla doğrudan ilişkili olan yurt dışı seyahati toplumdaki her kesimin gerçekleştirebileceği bir eylem değildir. Bu açıdan ev sahiplerinin benzer sınıfa dâhil olduklarını ve dolayısıyla benzer kültürel arka plana sahip oldukları söylenebilir. Bu da beğeni

ve zevkin kişisel bir tercih olmaktan öte sınıfa özgü simgesel değerini göstermektedir.

“Bu evin içindeki bazı bitkiler de annemle birlikte ektiğimiz hatta onun anısını da yaşatan ve ondan kalan bitkiler var. Kendisi hayatta olmadığı için böyle bir canlı anı yaşatmak istedim hep. O yüzden çok dikkat ediyorum ve benim için inanılmaz anlam yüklü.”
(Barış)

Annesinin hatırasını yaşatmak için ekstra efor sarf eden Barış’ın derin duygusal durumu anlaşılmaktadır. Çiçekten ziyade anne kimliğinin ve bağlantısının izleri eve yönelik geliştirilen duygusal bağ da göstermektedir. Aidiyet referansı olarak yorumlanabilecek bu durum mekâna yüklediği anlamı resmetmektedir (Ayhan, 2022: 106). Evde kedi ya da köpeğiyle yaşayan bekâr ev sahiplerinin evde en çok vakit geçirilen alanı, orada yaptıkları faaliyetler (tasarım, çizim, kitap, dikiş vb.) için konforlu ortam yaratarak aidiyet hissettikleri görülmektedir. Ayrıca tüm ev sahipleri evde misafir ağırladıklarını, aile ve arkadaşlarıyla birlikte kahve ya da yemek etkinliklerini paylaşarak stüdyo dairelerdeki ilişki formlarına yönelik ön yargıyı kırmışlardır. Bu noktada Lefebvre’nin mekânın sadece fiziki bir alan değil toplumsal ilişkilerin gerçekleşme zemini olduğu fikri akla gelmektedir (2016: 118). Geleneksel misafir ağırlama pratiklerinden bahsetmek zor olsa da misafirin kültürel anlamını koruduğu söylenebilir.

Stüdyo Dairede Yaşama Nedenleri

Stüdyo dairelerde yaşayan bekâr ya da çocuksuz çiftler küçük alanın avantajlarından bahsederek pratikliğe vurgu yapmışlardır. Ayrıca bireylerin daha az eşya ile yaşamayı gerekli kılan minimalist yaşam felsefesini önemsemeleri de başka bir gerekçe olarak söylenebilir. Bu sayede kendilerini daha özgür hissettiklerini belirten ev sahipleri sürdürülebilir bir yaşamın da altını çizmektedirler. Kaynakların daha az tüketilmesini önemseyen ev sahipleri çevreci bir tutumu benimsemektedirler.

“Londra’daydım yüksek lisans yapıyordum. İngiltere’den döndükten sonra burada yaşama karar verdim. Ataşehir ‘de George ‘la (köpeği) beraber yaşıyoruz iki kişiyiz. Burayı seçmemin nedeni yeni yapılara ilgi duymam. Kendi alanımda zaten, o konuda da kendimi geliştirmeyi seviyorum. Benim oturduğum yapı Türkiye’nin ilk LED sertifikalı projesi. Çatısında güneş paneli, rüzgârgülleri var bahçede ve bu da enerji tasarrufu, bizim aidatlarımızdan düşüyorlar. Yapının cephesinde de mümkün olduğunca sürdürülebilir malzemelerin kullanıldığını biliyorum.” (Berk)

“Buraya aslında ofisime yakın olması için taşındım. Bankacıyım. Amerika’da üniversite okudum. Mezun olduktan sonra da ailemin yanına önce Kadıköy’e taşındım. Fakat hem trafik yoğunluğu hem iş yoğunluğu deyince de çok kısa bir süre sonra da Levent’e taşınmak istedim.” (Zeynep)

Kendine has bir yaşam tarzı olan stüdyo dairelerin bireylere sunduğu birtakım avantajlar olmaktadır. En önemli tercih sebebi olarak stüdyo dairelerin tamamının merkezi konumda oluşudur. Modern bireylerin iş ve ev arasındaki mesafenin uzaması yoğun çalışma hayatının pratikleriyle birleşince işe yakın ev arayışı devreye girmektedir. Ayrıca stüdyo dairelerin yapım süreçlerinde sürdürülebilir yaşam felsefesi sloganı da bu tip dairelerin tercihinde etkili olmaktadır. Güneş paneli ve rüzgârgülünün sitede elektriğini karşılaması, sınırlı kaynaklar meselesinde farkındalığın oluşu da postmodern dünyanın bir getirisidir. Ulaşımın kolaylığı ve eski şehrin dokusunu sürekli hissettiklerini belirten ev sahipleri için tarihi yapıları görmek stüdyo dairelerin tercih sebebidir.

“Bu evdeki düzeni sağlayabilmek için gezerken yanımızda defterimizle evin ölçüleri ile buraya uygun mobilyalar eşyalar daha akıllı şeyler seçmeye çalıştık. Çalışma masasını biraz daha dar ince seçtik ya da başka küçük detaylarla daha kompakt depolama çözümleri bulmaya çalıştık.” (Kevser-Erdem)

“Mobilyaları eski evlerde olan şekilde kumaş perde sistemi gibi bir sistem kullandık burada o şekilde bir kapatma yaptık. O yüzden maksimum depolama alanımız oldu. Evin bütün yükünü aslında burası çekiyor diyebiliriz.” (Özlem-Rıdvan)

Ev sahipleri “normal” bir evde olması gereken her şeyin kendi evlerinde de olduğunun altını sıklıkla çizmektedirler. Herhangi bir eksiklik hissetmediklerini belirten ev sahipleri depolama alanlarını işlevsel olarak kullandıklarını ifade etmektedirler. Çamaşır askısından ütüye, kurutma makinesinden temizlik malzemesine kadar tüm eşyaları düzenli bir şekilde yerleştiren ev sahipleri bakım ve hijyen konusunda küçük alanlardaki kolaylığı dile getirmektedirler. Yalnız yaşama isteği de stüdyo dairelerin tercih edilme nedeni olarak öne çıkmaktadır.

“Bu daireden bahsetmek gerekirse daha doğrusu apartmandan bahsetmek gerekirse 94 yıllık bir apartman eski bir Rum apartmanı. Burası aslında tek büyük bir daireymiş daha sonrasında böyle ikiye bölünmüş yarısı benim evim olmuş yarısı da komşumun evi. Daha önceki evimde bir ev arkadaşım vardı beraber yaşıyorduk. Sonrasında bu pandemi döneminde insan hayatıyla ilgili kararlar alıyor. Ben de artık yalnız yaşamak istediğime karar verdim. Yaklaşık beş yıldır ailemden ayrı yaşıyorum.” (Umut)

“Şu anda Çukurcuma’da Faik Paşa yokuşundayız. İnsanı büyüleyen inanılmaz bir atmosferi, dokusu var. Resmen bir film setinden çıkmış gibi duruyor sokak. Tam emin olmamakla birlikte 1700 - 1800lerden kalma yüksek tavanlı eski Rum yapılarının bulunduğu bir bölge burası. Bu şekilde bir hikâyeye sahip olan bir cadde özellikle film setlerini, reklam çekimlerine rastlamak mümkün.” (Atila)

Günümüzde yaşam koşullarının zorlaşması yalnızlaşma eğilimini artırmakta ve bu durum da bireysel yaşama tercihini getirmektedir. Bu noktada işlevsel bir zemin olan stüdyo daireler küçük yaşam alanı fırsatıyla alternatif olmaktadır. Bunun yanı sıra tarihi konum evin anlamını etkilediği gibi tercih noktasında da belirleyici olabilmektedir. Mekânın atmosferinden etkilenen Atila, fiziksel unsurlara dikkat çekmektedir. Tarihi lokasyona yapılan vurgu mekân kimliğinin ve mekân aidiyetinin göstergesi olmaktadır (Tuan, 1977). Aynı zamanda tarihi konumdaki bir ev söylemiyle kültürel ve sembolik sermaye değeri ön plana

çıkarılmaya çalışılmaktadır. Pratik bir yaşam tarzı olması sebebiyle de tercih edilen stüdyo daireler küçük alan olması sebebiyle daha samimi ilişkileri beslediği belirtilmektedir.

Stüdyo Dairede Yaşam Tarzı

Stüdyo dairelerde yaşayan bireylerin yaşam pratiklerinin benzerlik gösterdiği söylenebilir. Ortak bir kültürün üyeleri olan ev sahiplerinin tüketim biçimlerinin tek düze olduğu dikkat çekmektedir. Alışveriş rutinlerini videolarda paylaşan bireylerin benzer ekonomik ve sosyal sermaye düzeyleri bulunmaktadır. Bourdieu beğeni yargısında bu sermaye biçimlerini vurgulayarak tıpkı tabakalar hiyerarşisi gibi beğenin de kademeli olduğuna değinmektedir (Bourdieu, 2015). Videolarda gösterilen bazı koleksiyon nesneler, yurt dışı seyahatinden alınan niş biblolar, ev sahibinin nesnelerin hikâyelerini anlatması ve ekrana çıkan bilgide daire instagram hesabında görselin detaylarının yer aldığı baloncuk izleyicileri başka bir sosyal medya uygulamasına yönlendirmektedir. Aslında yeni ve sürekli tüketimin izlerinin sürülmesi durumu söz konusudur.

“Kanepedeki kırlentler şu açık renk ketenler Zara Home’den buradaki H&M home örtümü Paris’ten almıştım böyle lokal bir mağazadan. Bunlar aslında iki hasır pufuydu iki tanesini üst üste koydum şu an sehpa olarak kullanıyorum zaman zaman puf olarak kullandığım da oluyor hatta bazen başucuma koyup komodin olarak da kullanıyorum.” (Merve)

“Dekorasyonda Parisien stilini yansıtan parçalar var. Aslında birazcık daha büyük taşlı avizeler birazcık daha varaklı altın aynalar, taş aynalar. Belki renkli kadife koltuklar ama ben birazcık daha minimal bir stili seviyorum dekorasyonda burası zaten eski bir daire daha eski tip mobilyalarla sıkıcılaştırmak yerine daha çabası ve minimal gözükmesini istedim.” (Umut)

Vivense, İkea, Zara Home gibi mobilya ve ev dekorasyon mağazalarının sıklıkla telaffuz edilmesi tüketim kültürünü körüklemesi sebebiyle eleştirilebilir. Ayrıca

tüm videolarda kremden temizlik ürününe, konut sigortasından hava temizleyiciye kadar evdeki eşyaların markalarının verilerek ürün tanıtımı yapılması da ev sahiplerine yönelik içerik üreticisi kimliğinin olup olmadığı sorusunu akla getirmektedir. Günümüzde ev, bireylerin kimliğini yansıtan ve sosyal medya araçlarıyla gösterime sunduğu bir sahne olmaktadır. Goffman (2014), sahne önü ve arkası kavramları bu noktada işlevsel olmaktadır. Bireylerin evlerinin estetize ve kusursuz görünmesi roller gereği sahne önü performansını hatırlatmaktadır. Stüdyo daire videolarında evin tüm alanlarının gösterime sunulması özel hayatın vitrine taşındığını göstermektedir. Yatak odası gibi en mahrem alan olarak kabul gören noktaların dahi izleyiciye açılması da özel hayatın nesneleştirilmesini ifade etmektedir. Ev sahiplerinin kişisel beğeni ve zevklerini sıklıkla *“Vintage tasarımı ve rengi beni vuran şeylerden biriydi.”* (İrem) gibi ifade etmektedirler. *“Yakıştırdım, sevdim, beğendim, değiştirdim, tasarladım”* vs. kelimelerle evdeki hâkim bakış açısının kendilerinin olduğunu vurgulayan ev sahiplerinin eve yönelik müdahalelerini anlatmaları estetik yatkinliklerini (Bourdieu, 2015) göstermektedir. Bu duruma sehpanın konsol olarak kullanılması, tepsinin sehpa dönüştürülmesi örnek verilebilir. Baudrillard’ın (2017), nesnelerin işlevinin yerine gösterge değerine sahip olduklarını vurgulaması da bu duruma denk gelmektedir. Çünkü anlamın yerini göstergenin alarak eşyaların yeni biçimleri idealize edilir. Aslında bir nesnenin gerçek işlevinin dışında yeni biçimlerde kullanılması orijinal bir fikir olarak sunulmaktadır.

“Bu da bir yatak odası ünitesi için satılan bir şifonyerdi yatağın önüne konabilecek ama ben bunu salonda değerlendirdim içine kitaplarımı koydum.” (Barış)

Hatıralara önem veren ev sahiplerinin “yaşanmışlıklara” verdikleri değeri dile getirmeleri aralarındaki ortak kültürü imlemektedir. Koleksiyoner olduklarını seçkin bir tavırla dile getiren ev sahipleri bu durumu olağanmış gibi

aktarmaktadırlar. Oysaki bir nesneye yönelik koleksiyoner olmak tarih ve nostalji merakı olan sosyo-ekonomik arka planı olan bir durumdur (Acar Göktepe, 2024). Ev sahipleri özellikle ikinci el pazarından alınan eşyalar, mezattan alınan antika figürlerle sıradan evlerden ayrılan bu durumu ve koleksiyoner tiplerini örneklemektedirler.

“Benim de nişanlımın ailesi de gerçek bir koleksiyoner diyebilirim. Onlar hep bizi sanatla büyüttü ve hani bizi hep sanatçılarla tanıştırdı, bize yeni tarzlar öğrettiler, müzeler gezdirdiler. Bizim de sanata merakımız oldu. Ben de hem tanıştığım sanatçıların hem de kendim araştırıp beğendiğim bulduğum sanatçılarla da duvarı doldurmaya çalıştım.” (Zeynep)

“II. Dünya Savaşı’ndan kalma bir topçu dürbünüm var, zor bulunan bir marka. Çeşitli dönemlere ait körüklü fotoğraf makineleri var. Ön tarafında çok sevdiğim bir arkadaşım Ahu Polat’ın tasarımı olan bir bölünür gözlüğüm, farklı dönemlere ait pusulalarım var uzayla da ilgilendiğim için. Ben burada aslında galaksileri sembolize etmeye çalıştım. Bunları doğal taş satan dükkânlardan teker teker topladım ve güneş sistemini burada oluşturdum.” (Kamuran)

Sanata olan ilginin bireysel bir tercih olmaktan ziyade kültürel sermayesi yüksek bir ailenin üyesi olmaktan kaynaklandığı söylenebilir. Aile ve sosyal çevresi tarafından öğretilen bu durum bireylerin habituslarına yerleşmiş durumdadır (Bourdieu, 2015). Ayrıca ailelerin koleksiyoner olması da bu habitusun arka planını anlamayı kolaylaştırmaktadır. Eşyaların hatıralarını anlatarak nostaljik boyutun ön plana çıkarılması evdeki ayrıcalıklı havayı göstermektedir. Buna en iyi örnek ise “vintage” ürünlerin sergilenmesi söylenebilir. Evi bireyin kendisini ifade etme biçimi olarak düşünüldüğünde kültürel arka plan anlaşılmaktadır (Yelsalı Parmaksız, 2023: 1749). Ev kelimesinin toplumda özellikle evlendikten sonra daha geleneksel formların olduğu algısı hâkimdir. Modern dünyada çeşitli yaşam formlarının oluşunu somutlaştıran Kevser-Erdem çifti “aile evi” algısını yıkmaktadır.

“Normalde toplum nazarında nedir standart evlenirsin 2+1, 3 +1 eve çıkarsın. Bu gibi standartlar aslında ikimizin de ailesinde çok şart koşulmadı bize. Bu açıdan da şanslıyız.” (Kevser-Erdem)

Toplum mekânlarla örölü bir gerçekliktir. Toplumsal olandan müstakil bir şekilde düşünölemeyecek olan mekân bireylerin sahip olduğu kültürel koşullar içerisinde değışmekte ve anlam kazanmaktadır. Mekânın yaşam tarzı dinamiklerinin detaylarını içermesiyle birey ve toplumun etkileşimlerine sahne olarak kültürel arka planı hazırlamaktadır (Urry, 2015: 28). Mekân aktifliğiyle gündelik hayat pratiklerini etkilemektedir.

“Benim aslında uzun zamandır bir bloğum var, ev yaşam ve dekorasyon makrome üzerine. Bundan yaklaşık bir yıl önce kendi markamı kurdum. Bu sadece makrome yapıp satmak değil aynı zamanda insanlara öğretmek onların hayalleriyle tekrar yepyeni bir şeyler yapmak ve create. İşte nereye kullanmak istiyorlarsa evleri mi, yoksa bir organizasyon ya da kendi düğünleri için mi kullanacaklar.” (Ersin)

“Tablolarımdan bahsedebilirim yurt dışına gittiğim sergilerden aldıklarım var mesela bir tanesi şuradaki illüstrasyon Christen Kobke diye Danimarkalı bir sanatçının böyle bir limited printi, kilimim Fas’tan annem getirmişti bunu.” (Merve)

Duvarda asılı tablo ya da Fas’tan gelen kilim katılımcının nesneleşmiş kültürel sermayesini göstermektedir (Bourdieu, 2015). Bu sayede seçkin zevkini sergileyen ev sahibi uluslararası sergiye katılımını dile getirmesi kültürel yatırımını göstermektedir. Ev sahiplerinin konuşma sırasında yabancı kelimeler kullanmaları entelektüel seviye ya da prestij göstergesi olmaktadır. Ev sahiplerinin statüsüne dair izler taşıyan bu durum kamuya açık bir platformda yayın yapan bir kanalın izleyicilerine yönelik mesafe doğurabilmektedir. Eğitim seviyesi düşük izleyicilerin bazı kelimeleri anlayamaması durumunda yetersizlik ihtimali akla gelebilmektedir. Benzer şekilde bazı yabancı markaların telaffuz edildiğı videolarda izleyicilerin bağlamı kaçırmasına neden olabilmektedir. Bu durum da sınıflar arası eşitsizliğin dil üzerinden yeniden üretildiğini

göstermektedir. Ayrıca orta sınıftan oluşan ev sahiplerinin kimlik ve aidiyet referanslarının ortak olduğu da söylenebilir. Mekânların kimlik sunumunda aracı konumu göz önüne alındığında ev sahiplerinin kimlikleriyle ev tipi tercihi anlaşılmaktadır.

“Bu ev aslında bir sürü böyle cinliklerle dolu diyebilirim. Mesela sehpa en sevdiğimiz ve en basit çözümlerden bir tanesi bizim için baya kullanışlı oldu. Normalde bunlar altındakiler oturmak için kullanılan pufar üstüne bunun tepsi gibi bir şey tasarladık ve yaptırdık. Bunu üstüne geçirdiğimiz zaman sehpa olarak gayet rahat bir şekilde kullanabiliyoruz aynı zamanda kaldırdığınız zaman puf olarak kullanabiliyoruz bir de bunu çıkartabiliyoruz bu şekilde böyle yaptığım zaman da tepsi olarak kullanabiliyorum.”
(Özlem-Rıdvan)

Modern dünyanın bireyleri sürekli olarak eğitimden sağlığa, ekonomiden eve kadar “daha iyiye” doğru zorlaması söz konusudur. Youtube ve Instagram gibi platformlar aracılığıyla ücretsiz edinilecek bilgilerle yaşamlarına yön verebilecek modern bireyler, evlerini “vitrine” çıkarabilmektedir. İzleyicilerin ve takipçilerin de öğrendiklerini kendi evlerine uygulayabileceklerine dair inanç sunulmaktadır. Videodaki ev sahiplerinin kolaylıkla anlatabildiği ev dekorasyonunun en nihayetinde sınıfsal bir karşılığı bulunmaktadır. Şehrin merkezi konumunda steril bir yaşam alanı inşa etmenin ekonomik ve kültürel sermaye gerektirdiği bilinmektedir. Bunun için bireylerin eğitim, meslek ve gelir düzeylerine bakmak bahsi geçen durumun her birey için makul olamayacağını söylemeye yetecektir. İzleyicilerde hayranlık duygusu uyandırması ise stüdyo daire videolarının yorumlarına bakılarak anlaşılmaktadır.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Bireylerin ihtiyaçlarının çeşitlenmesinde modern dünyanın dinamikleri belirleyici olmaktadır. Ekonomik, siyasi, kültürel ve toplumsal değişim ve dönüşümler günümüzde bireylerin ihtiyaçlarını hem etkilemekte hem de

detaylandırmaktadır. Etkileşimlerin çok yoğun bir biçimde yaşandığı küresel dünyada bireylerin değişimlerden hızlıca etkilendiği görülmektedir. Savaş, göç, ekonomik kriz gibi makro değişimlerin yanı sıra bireyselleşmenin artışı ve sosyal medyayla daha da görünür olması, popüler kültürün özendirici tavrı orta sınıfta barınma ihtiyacının seyrini değiştirmiştir. Barınma mekânı olan eve dair bakış açısının bu süreçte yoğun bir değişimle alışlagelenden farklılaştığı görülmektedir. Bu duruma evin inşa sistemine dâhil olan ekonomik faktörler kadar bulunulan coğrafya ve kültürel kodların değişimi de etki etmektedir.

Küresel dinamiklerden etkilenen Türkiye’de konut tipleri çeşitlenip zamanla yeni yaşam formları da kabul görmüştür. Tek kişilik hane halkı üzerine yapılan çalışmada Ankara’da üniversite sayısının ve öğrencisinin fazlalığı stüdyo dairelerin üretildiği ve yaygınlık kazandığı belirtilmektedir (Soyluk ve Yıldız, 2017). Benzer şekilde bekârların da stüdyo daire tercihi büyükşehirlerdeki geleceğin konutu olarak yorumlanmaktadır (Pathak ve Nataha, 2022). Yalnız yaşama formunu tercih eden bireylerin tercih ettiği stüdyo dairelerde estetik beğeni duygusu ve dekorasyon zevki ön plana çıkmıştır. Stüdyo daireler, profesyonel meslek sahibi kişilerin beğeni yargısını sergileyebildiği bir sahne olmaktadır. Çoğunlukla tek başına yaşamak isteyen modern dünyanın aktörleri tarafından tevecçüh gösterilen stüdyo daireler süreç içerisinde kendi kültürünü var etmiştir. Sınırlı alanların verimli kullanıldığı stüdyo daireler zaman tasarrufu sağlamanın yanında erişilebilir konut özelliğini de göstermektedir. Konut, yaşam kalitesi ve refah göstergesi olarak kişinin dâhil olduğu sınıfın izlerini anlamak için işlevseldir. Çin (Chen vd., 2019) ve Fas (Mharzi Alaoui vd., 2022) özelindeki çalışmalar da konutun bulunduğu bölge, büyüklüğü ve içinde yaşayan kişilerle konut ve sosyal sınıf arasındaki güçlü ilişkiyi göstermektedir. Kent dinamiğinin güncellenmesine de etki eden stüdyo daireler sınıflar arası mesafenin mekânsal karşılığı olmaktadır. Gündelik yaşam seyrinden habitus ve tüketim odağına

kadar özgül koşulları resmeden stüdyo dairelerde benzer kültürel örüntüler ortaya çıkmıştır.

Küreselleşmenin pratikleriyle birlikte dünyanın farklı konumlarında stüdyo dairelerde benzer yaşam ağırları dikkat çekmektedir. Yaşam alanlarının 1+1 ya da 1+0 şeklinde küçülüp kompakt haline gelmesi, görsellerinin paylaşılması bugün konut krizine cevap olmuştur. Konut sahibi olmanın zorlayıcılığı düşünüldüğünde Türkiye’de ailesinden iş, eğitim sebebiyle ayrı yaşayan bekârlar, boşanmış ya da yeni evli çiftlerin stüdyo daireleri talep etmeleri makul karşılanmaktadır. İnşaat yapım maliyetinin artışı ve özellikle büyükşehirlerde kısıtlı arazi alanları evlerin genişliğini giderek daraltmıştır. Toplumsal hareketliliğin yüksek olduğu günümüzde başta eğitim ve kariyer için metropol kentlere hızlı bir akışı getirmiştir. Yüksek statü beklentisi ve büyükşehirlerdeki iş çeşitliliği bireyleri metropollerde yeni bir yaşam tarzı olan stüdyo dairelere çekmektedir. Aydın ve Büyükhahin Sıramkaya 2014’e göre de stüdyo daireler profesyonel mesleklere sahip bekâr gençler ve çocuksuz çiftlerin tercih ettiği bir konut tipi olarak bireysel yaşamın izleri görülebilmektedir. Dolayısıyla bireylerin yaşam serüveninde meslek, gelir, medeni hal, ebeveynlik gibi değişen rollere paralel olarak tercih edilen konut türünün değişebileceği söylenebilir. Aile kurarak üye sayısının artmasıyla yeni ihtiyaçlar bireyleri farklı tipolojilerdeki evlere yöneltebilmektedirler. Ev dekorasyonunun izlenerek öğrenilmesine aracı olduğunu savunan daire kanalı ücretsiz tasarım ve iç mimari örneklerini videolarıyla göstermektedir. Dijital uygulama aracılığıyla mekân mahremiyetinin kalktığını ve özel alanın ifşa edildiği söylenebilir (Rebane, 2018). Bireylerin video izleyerek kendi evlerini dizayn edebilecekleri görüşü videolarda sıklıkla dile getirilse de bu durum *Daire* kanalında sahnelenen evlere benzer evlerin kopyalanma ihtimalini de akla getirmektedir. Tüketicilerin medya araçlarından etkilenecek ev dekorasyonlarında estetik benzerlik kurma eğilimi artmaktadır. Yaşam alanlarının kişiselleştirilmesinden ziyade birbirine tıpatıp benzeyen

evlerin artışı izleyicileri dekorasyonun pasif alıcısı ve tüketicisi konumuna getirmektedir (Mulla vd., 2025). Burada izleyenlerin yaratıcı yönlerine katkı sunarak kendi tarzlarına uygun dekorasyon hamlelerinde bulunmaları kanalın amacına uygun düşecektir. Tasarım süreci en nihayetinde bireylerin yaşam kalitesi, eğitim, kültürel sermayeleriyle doğrudan ilişkili olduğu için izleyicilerin yaşam dünyasına bağlı kalmaktadır. Böyle bir tasarım ve dekorasyon yetisi olmayan izleyiciler için video görselleri tüketim nesnesine dönüşmekte ve sınıfsal mesafeyi resmetmektedir. Daire kanalının fikir verme amacı “sıradan” izleyiciler açısından sınıflar arası ayrımı sergileyen bir platform olarak sınıflar arası farklılığı derinleştirmektedir. Kültürel ve sınıflar arası sınırları vurgulayan videolar beğeni ifadeleriyle ev sahiplerinin kimliklerini sergilemektedir. Stüdyo daireler kişilerin kimliklerinin sembolize edildiği bir konut olarak kültürel sembollerin okunabildiği bir tuvaldir. Smitheram ve Nakai (2024), başkalarının evlerini nasıl sergilediklerini izlemenin bireylerde samimiyet duygusunu çağrıştırdığını belirtmektedir. Evin kamusallaşarak mahrem alanın sınırlarının geçirgenliği sonucu bu araştırma bulgularıyla örtüşmektedir.

Stüdyo dairelerde yaşayan kişilerin meslekleri, eğitim süreçleri ve ilgileri göz önüne alınacak olursa evin kişinin kültürel sermayesinin göstergesi olduğu söylenebilir. Özel alanın zemini olan ev üzerinden bakıldığında mekânın kültürü ve kimliği ile orada yaşayan kişilerin kimlikleri arasında benzerliğin olduğu Silva ve Wright’ın (2009) söyledikleriyle paraleldir. Hâkim dekorasyon akımlarına birebir uymayan, evde kullanılan nesnelerin farklı amaçlarla kullanılması ve yeni eklemelerle farklı görünümlere kavuşması evlerdeki kişiselleştirmeyi göstermektedir. Bu noktada da bireylerin habitusları devreye girmektedir.

Stüdyo dairelerin minimalist yaşam felsefesiyle hareket eden, estetik ve işlevsel bir mekân olması beyaz yakalı profesyonellerin yaşam tarzına denk düşmektedir. Sınırlı bir alan ve hareket kabiliyetinin daralması bireylerin yaşam seyrinin tamamını stüdyo dairede geçirmeyi zorlaştırmaktadır. Yalnız ya da

çocuksuz çiftlerin ilgiyle karşıladığı bu tip evler, aile, akraba ve komşuluk ilişkileri açısından detaylı değerlendirildiğinde geleneksel ilişki formlarına uygun zemini sunamamaktadır. Bireysel yaşam biçimlerinin öne çıktığı bu tip konutlarda komşuluk ilişkilerinin yüzeysel ve kısa süreli oluşuna dikkat çeken Aydın ve Büyükaşahin Sıramkaya (2014), Konya özelindeki çalışmalarında stüdyo dairelerin yoğunluğunun mahalle profilini de çeşitlendirdiğini belirtmektedirler.

Evdeki eşyalar genel olarak bitpazarı, ikinci el gibi düşük fiyatlı ya da antika, kişiye özel üretim gibi yüksek bütçeli olabilmektedir. Ev sahipleri özenle dekore ettikleri evlerini tasarım harikası olarak göstermekte, evlerini yalnızca pahalı ürünlerle dizayn etmemekte; ucuz ürünlerle tasarımları “*match etme*”ktedirler. Yurt dışı seyahatinden annesinin getirdiği bir kilim bitpazarından alınan sehpayla bütünleştirilmektedir. Dekorasyonun kişisel zevk ve beğeni sembolü olduğunu ısrarla vurgulayan videoların evi farklılaşma aracı olarak gördüğü sonucuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak stüdyo dairelerin kültürel ve ekonomik sermayenin sembolik hale dönüştürdüğü söylenebilir. Dekorasyon tarzlarının bireylerin kültürel bakiyesine paralel olarak şekillendiği ve dâhil olunan sınıf düzeyiyle yakından ilişkili olduğu söylenebilir.

Çıkar Çatışması Bildirimi:

Bu makalede çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Destek/Finansman Bilgileri:

Bu makalenin araştırma süreci ve yayınlanmasında finansal destek alınmamıştır.

Etik Kurul Kararı:

Bu araştırma için etik kurul kararına ihtiyaç bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

- Acar Göktepe, G. (2024). *Modern Bir Toplumsal Tip: Koleksiyoncu Üzerine Bir Alan Araştırması*. Yayınlanmamış doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Alver, K. (2007). *Siteril Hayatlar Kentte Mekânsal Ayrışma ve Güvenlikli Siteler*. Ankara: Hece Yayınları.
- Assmann, J. (2015). *Kültürel bellek: Eski yüksek kültürlerde yazı, hatırlama ve politik kimlik*. Çev., Tekin Ayşe. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Aydın, D., & Büyükhahin Sıramkaya, S. (2014). "Neighborhood" concept and the analysis of differentiating sociological structure with the change of dwelling typology. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 140, 260-269. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.418>
- Ayhan, D. (2022). *Mekânsal Aidiyet Mekân Sosyolojisine Yeni Bir Bakış*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Ayata, S. (2017). Yeni Orta Sınıf ve Uydu Kent Yaşamı. *Kültür Fragmanları: Türkiye’de Gündelik Hayat*. (Haz. Kandiyoti D. ve Saktanber A.), ss. 37 – 56. İstanbul: Metis Yayınları.
- Aytaç, Ö. (2006). Mekân(ın) Sosyolojisi: Toplumsallığın Yeniden Kuruluşu. *Sosyoloji ve Coğrafya Sosyoloji Yıllığı 15*. Ed: Ertan Eğribel, Ufuk Özcan, İstanbul: Kızılelma Yayınları.
- Azmanoğlu, B.N., Karabina, İ.Z., Yalçinkaya, Ş. (2024). Pandemi sonrası evin anlamı. *Artium*, 12(2), 197-209. <https://doi.org/10.51664/artium.1447145>
- Bachelard, G. (2017). *Mekânın Poetikası*. İstanbul: İthaki Yayınları.
- Baudrillard, J. (2017). *Sessiz Yığınların Gölgesinde*. Çev., Oğuz Adanır. Ankara: Doğu Batı Yayınları.

- Baudrillard, J. (2024). *Tüketim Toplumu*. Çev., Ferda Keskin-Hazal Deliceçaylı. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2017). *Kimlik*. Çev., Mesut Hazır. Ankara: Heretik Yayınları.
- Bourdieu, P. (2015). *Ayırım Beğeni Yargısının Toplumsal Eleştirisi*. Çev., Derya Fırat-Günce Berkkurt. Ankara: Heretik Yayınları.
- Cater, D., Tunalılar, O., White, D. L., Hasworth, S., & Winfree, J. (2021). “Home is Home:” Exploring the Meaning of Home across Long-Term Care Settings. *Journal of Aging and Environment*, 36(3), 321–338. <https://doi.org/10.1080/26892618.2021.1932012>
- Chapman, J. A., Robertson, M. (1999). Home as a private space: some adolescent constructs. *Journal of Youth Studies*, 2(1), 23-43. <https://doi.org/10.1080/13676261.1999.10593022>
- Chen, W., Wu, X., & Miao, J. (2019). Housing and subjective class identification in urban China. *Chinese Sociological Review*, 51(3), 221–250. <https://doi.org/10.1080/21620555.2019.1601012>
- Cohen, (2011). Lifestyle Travellers: Backpacking as a way of life. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1535-1555. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.002>
- Cohen, S.A., Duncan, T. & Thulemark, M. (2013). Lifestyle Mobilities: The Crossroads of Travel, Leisure and Migration. *Mobilities*, 10(1), 155-172. <https://doi.org/10.1080/17450101.2013.826481>
- Daire. Daire [YouTube Kanalı]. 01.04.2025, https://www.youtube.com/@daire_
- Fairhurst, E. (1998). Home: Public or private space?. *Community, Work & Family*, 1(2), 201-203. <https://doi.org/10.1080/13668809808414712>
- Gamba, F., Cattain, S. (2021). Urbans rituals as spaces of memory and belonging: A Geneva case study. *City, Culture and Society*, 24, 1-10. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2021.100385>

- Giddens, A. (2014). *Mahremiyetin Dönüşümü*. Çev., İdris Şahin. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Giddens, A. (2019). *Modernite ve Bireysel Kimlik Geç Modern Çağda Benlik ve Toplum*. Çev., Ümit Tatlıcan. Ankara: Say Yayınları.
- Goffman, E. (2014). *Günlük Yaşamda Benliğin Sunumu*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Görgülü, T. (2003). "İstanbul'da Çeşitlenen Konut Üretim Biçimleri ve Değişen Konut Alışkanlıkları." *Mimar.İst Dergisi*, 3(7), 50-56.
- Gürbilek, N. (2020). *Vitrinde Yaşamak 1980'lerin Kültürel İklimi*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Habermas, J. (2015). *Kamusal Yaşamın Yapısal Dönüşümü*. Çev., Mithat Sancar-Tanıl Bora. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Halbwachs, M. (2017). *Kolektif bellek*. Çev., Banu Barış. İstanbul: Heretik Yayınları.
- Harvey, D. (2015). *Umut Mekânları*. Çev., Zeynep Gambetti. İstanbul: Metis Yayınları.
- Harvey, D. (2022). *Sermayenin Mekânları Eleştirel Bir Coğrafyaya Doğru*. Çev., Deniz Koç-Kıvanç Tanrıyar-Başak Kıcı-Seda Yüksel. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Hatcher, D., Chang, E., Schmied, V. & Garrido, S. (2019). Exploring the perspectives of older people on the concept of home. *Journal of Aging Research*, 1–10. <https://doi.org/10.1155/2019/2679680>
- Hooks, B. (2015). *Yearning: Race, Gender and Cultural Politics*. London: Routledge.
- Işık, O. (1996). 1980 sonrası Türkiye'de Kent ve Kentleşme. *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Ansiklopedisi Yüzyıl Biterken* 13. ss. 782- 801. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Koçak Turhanoğlu, F.A., Çetin, O.B. (2023). Toplumsal Cinsiyet Bağlamında "Ev"ın Anlamı ve Ev ile Kurulan İlişkinin Farklılaşması. *Sosyoloji*

- Araştırmaları Dergisi*, 26(1), 40-60.
<https://doi.org/10.18490/sosars.1290150>
- Lefebvre, H. (2016). *Mekânın Üretimi*. Çev., Işık Ergüden. İstanbul: Sel Yayıncılık.
- Mharzi Alaoui, H.; Radoine, H.; Chenal, J.; Yakubu, H.; Bajja, S. (2022). Understanding the urban middle-class and its housing characteristics— Case study of Casablanca, Morocco. *Urban Science*, 6(32), 1-23.
<https://doi.org/10.3390/urbansci6020032>.
- Mulla, T., Kaluvilla, B., Zahidi, F., Sabbah, S., & Tantry, A. (2025). “Your house looks like that show...”: exploring consumers’ perceptions towards media-inspired home décor. *Frontiers in Computer Science*, 7, 1-13.
<https://doi.org/10.3389/fcomp.2025.1610053>
- Nora, P. (2022). *Hafıza Mekânları*. Çev., Mehmet Emin Özcan. Ankara: Doğu Batı Yayınları. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5044>
- Pathak, P., & Nahata, V. (2022). Study and design of dual utility space: Studio apartment in Indian context. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research*, 8(8), 218-222.
<https://doi.org/10.36713/epra11068>.
- Patton, M.Q. (2025). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. Çev. Ed: Bütün M, Demir SB. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Rebane, G. (2018). A ‘parlour of one’s own’? The YouTube room tour genre. *Continuum Journal of Media& Culturel Studies*. 33(1), 51-64. <https://doi.org/10.1080/10304312.2018.1536968>
- Sankofa, N. (2023). Critical method of document analysis. *International Journal of Social Research Methodology*, 26(3), 745-757.
<https://doi.org/10.1080/13645579.2022.2113664>
- Silva, E., & Wright, D. (2009). Displaying desire and distinction in housing. *Cultural Sociology*, 3(1) 31- 50.
<https://doi.org/10.1177/1749975508100670>.

- Smitheram, J., & Nakai Kidd, A. (2024). A tiny home of one's own. *Journal of Material Culture*, 29(1), 122–137. <https://doi.org/10.1177/13591835231187555>
- Soluk, A., Yıldız, A. (2017). Ankara'da tek kişilik hane halkları için tasarlanmış küçük konutlar. *International Refereed Journal of Design and Architecture*, 10, 256-274. DOI: 10.17365/TMD.2017.1.002.x
- Stebbins, R.A. (1997). Lifestyle as a Generic Concept in Ethnographic. *Quantity and Quantity: International Journal of Methodology*, 31(4), 347-360. <https://doi.org/10.1023/A:1004285831689>
- Şentürk, Ü. (2016). *Güncel Dipnotlar Bireyden Topluma Sosyolojik Dönüşümler*. İstanbul: Siyasal Kitabevi.
- Tuan, Y. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience*. Minneapolis: University of Minnesota Press. <https://www.worldcat.org/title/space-and-place-the-perspective-of-experience/oclc/3126299>
- Ulusoy, M., Özkaynak, M. (2016). The Emergence of Studio Apartments. *ICONARP International Journal of Architecture & Planning*, 4(2), 130-141. <https://doi.org/10.15320/ICONARP.2016.11>
- Urry, J. (2015). *Mekânları Tüketmek*. Çev., Rahmi G. Öğdül. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Ünlü, S. (2014). *Küreselleşen Dünyada yeni kentsel kurgular: stüdyo dairelerde yaşam*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Wolcott, H.F. (1994). *Transforming qualitative data: Description, analysis and interpretation*. Newbury Park, CA: Sage.
- Yelsalı Parmaksız, P. M. (2023). Gendered experiences during COVID-19 in Turkey and the meaning of home. *Gender, Place & Culture*, 31(12), 1735–1754. <https://doi.org/10.1080/0966369X.2023.2272222>

Yıldırım, A., Şimşek H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*.
Ankara: Seçkin Yayıncılık.

YouTube. 01.04.2025, <https://www.youtube.com/?app=desktop&hl=tr>

Analiz Edilen Videoların Linkleri

Video 1: <https://www.youtube.com/watch?v=FDkFHRuTePY>

Video 2: <https://www.youtube.com/watch?v=OoJJE2rEuog>

Video3: <https://www.youtube.com/watch?v=cQJCI0mSU8M>

Video 4: <https://www.youtube.com/watch?v=M7zTEeyTlb8>

Video 5: <https://www.youtube.com/watch?v=-MTR84zKNTE>

Video 6: <https://www.youtube.com/watch?v=B3J2LCYgZnA&t=3s>

Video 7: <https://www.youtube.com/watch?v=y1cfSFU8Hss>

Video 8: <https://www.youtube.com/watch?v=yC8QKbM0ajc>

Video 9: <https://www.youtube.com/watch?v=1CvWFADo2qc>

Video 10: <https://www.youtube.com/watch?v=YC1Kn3PMT0A&t=3s>

Video 11: <https://www.youtube.com/watch?v=sbQl3HIRMik&t=7s>

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

The house has a sociological background as well as a physical relationship with architecture and construction technologies. This study focuses on the reflections of housing from a social perspective rather than its physical qualities. As a spatial form, the house is the ground of a subjective life practice that has economic, legal and cultural dimensions. Recently, the studio apartment has become a frequently seen housing type in urban centres. Economic, social and cultural practices directly affect individuals' housing preferences and housing conditions. 'Studio apartments', which are one of the various house forms symbolising the individual life form, are the product of the desire for isolated life by appealing to a certain segment of society. Studio flats, which are generally perceived as a single-person living form, originated from American culture and gained meaning in Turkish society and overflowed not only in metropolises but also in the provinces.

Method

This study focuses on the 'apartment' channel on the YouTube platform, as it allows to understand the value attributed to the house and the lifestyle of individuals living in studio apartments. This research focuses on understanding the lifestyle of people living in studio apartments in the videos on the 'Daire' channel on Youtube, an online video and social media platform. The videos of people living in studio apartments were designed according to the qualitative research method as it is suitable for understanding their homes, decoration ideas and lifestyles. Document analysis was used as a data collection technique. In the research, "What are the reasons for preferring studio flats? How is the lifestyle in studio apartments? What are the thoughts on design and decoration in studio apartments? answers to the basic research questions are sought. Descriptive analysis was used to evaluate the data set and visualisation. As a result of the content analysis, three themes were reached: the meaning and value attributed to the house, the reasons for living in a studio apartment, and the lifestyle in a studio apartment.

Findings (Results)

The meaning attributed to home is understood in terms of emotion, history, identity and memory. When the homeowners describe their studio apartments, they explain that the house is located in a historical region, prioritising the moves in the construction process and decoration ideas to increase the house's quality, which helps to understand the house's identity. Generally, middle-class

homeowners explain the value they attribute to the house and make references to viewers of a similar class. It is seen that belonging to the place is established with historical emphasis and place identity. The personalisation stories of homeowners who managed the decoration process themselves are highlighted. The marital status of the homeowners does not prevent them from choosing a studio apartment. Couples living in studio flats break the social belief that a family house will be more spacious. In the theme of the reasons for living in a studio apartment, the advantage of small space, the desire to live alone, the minimalist life philosophy and freedom are the prominent issues. Factors such as the central location of studio flats, sustainable living, and environmental awareness were found as reasons for living in a studio flat. In studio apartments with a lifestyle theme, it was found that the living practices of the homeowners were similar. It was observed that individuals living in studio flats had similar levels of economic and social capital.

Conclusion and Discussion

Economic, political, cultural and social changes and transformations affect both the needs of individuals today. In addition to macro changes such as war, migration, economic crisis, the increase in individualisation and its visibility through social media, and the encouraging attitude of popular culture have changed the course of the need for housing in the middle class. In the differentiation of the housing culture, the geography and the change of cultural codes are as influential as economic factors. Affected by global dynamics, housing types in Turkey have diversified and new life forms have been accepted over time. In studio apartments, which are preferred by individuals who prefer to live alone, a sense of aesthetic appreciation and taste in decoration has come to the fore. Studio apartments are a stage where professional people can exhibit their taste judgment. Similar cultural patterns emerged in the studio flats, depicting specific conditions from the course of daily life to the focus on habitus and consumption. As a result of the research, it was observed that studio apartments are preferred by single young people with professional occupations and childless couples. The fact that studio apartments are aesthetic and functional spaces with a minimalist life philosophy corresponds to the lifestyle of white-collar professionals. As a result, it can be said that studio apartments symbolise cultural and economic capital.