Tasarım Kuram 2021;17(33):18-41 doi: 10.14744/tasarimkuram.2021.41103 / ARAŞTIRMA (TEZ)

Tarihi Kent Merkezlerinde Tüketim Mekânlarının Dönüşümü: Yeldeğirmeni Mahallesi Örneği

Elifcan Duygun
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Bina Bilgisi Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye

Rifat Gökhan Koçyiğit
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Bina Bilgisi Anabilim Dalı, İstanbul, Türkiye

Başvuru tarihi/*Received*: 05.02.2020, Kabul tarihi/*Final Acceptance*: 14.03.2021

Öz

Yeldeğirmeni Mahallesi tanınırlığı her geçen gün artan tarihi bir konut bölgesidir. Yerleşimin ortaya çıktığı ilk günden günümüze kozmopolit bir yapıya sahip olmuştur. Türkiye'nin neoliberal ekonomik politikaları benimsediği 2000 yılı sonrasında yoğun bir kentsel hareketlilik altındadır. Yeni kentli gruplar mahalleye gelmekte ve buraya yerleşmektedir. Bunun bir sonucu olarak mahallenin çarşı izini oluşturan Karakolhane Caddesi'nde yeni tüketim mekânları ortaya çıkmaktadır. Bu mekânlar yeni sakinlerin yaşam tarzlarıyla ilişkili tüketim pratiklerini yansıtmaktadır.

Mekân-yer ve zaman teorileri küreselleşmenin etkisiyle mekânın zaman bağlamından koptuğunu aktarmaktadır. Bu anlamda kimlik, tarih ya da ilişkiden arınmış mekânlar ortaya çıkmaktadır. Tüketim mekânları da bu anlamda dünyanın herhangi bir noktasında aynı özellikleri gösteren anlamdan arındırılmış benzer mekânlar haline gelmektedir. Karakolhane Caddesi üzerindeki tüketim mekânları incelendiğinde bu önermeye aykırı düşecek şekilde tüketim mekânları olduğu tespit edilmiştir. Mahallede geleneksel mahalle dokusu içinde bulunan esnaf ve zanaatkarlar ile yeni nesil işletmelere ve alternatif gruplara ait mekânlar bir arada bulunabilmektedir. Bu durum bize Yeldeğirmeni Mahallesi'nde genel teorilerin işaret ettiğinin ötesinde mikro bir model geliştiğini göstermektedir. Araştırmada, Yeldeğirmeni'nin değişen tüketim pratikleri ve yeni kent sakinleri ile ortaya çıkan mekânsal katmanlaşması mekân-yer-zaman ile tüketim teorileri ışığında incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Yeldeğirmeni, zaman, mekân, tüketim, tüketim kültürü.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Extended Abstract

Consumption culture has transformed into a norm which is adopted similarly in the different regions of the world. Under the effect of transformed practices, consumption spaces are produced as spaces which present similar typological and stylistic features. Most of the theories state that time and space have purified their cultural and local identities and differences with globalisation. Existence of the identical consumption spaces in the city centres causes to differentiate social strata, daily life practices and time cycle, ultimately to lose their identity and memory, in the other words, to join a transformation process. However, the consumption spaces that are apart from the boundaries drawn by widely adopted theories on time-space and consumption, authentic consumption spaces, and related urban areas are seen around the world.

Yeldeğirmeni Neighbourhood is a historical dwelling zone in İstanbul where the popularity of the field had increased rapidly. From the first day that it occurred to today, the neighbourhood has been transformed spatial and morphologically under the effect of the settlers who have different socio-economic and cultural identities. After the 2000s, Turkey has adopted neo-liberal policies predominately. As a result of this neo-liberal policies, İstanbul and the historical dwelling zones of the city is under the effect of domestic mobility. Yeldeğirmeni is one of the neighbourhoods which are affected by this wave. New urbanite groups have moved into the neighbourhood and settled down here. The demographic change and population activity had seen especially on Karakolhane Street which is the local bazaar of the residential area, and side roads. As a result of new lifestyles and consumption habits of the new locals, new types of consumption spaces had emerged in the neighbourhood. Most of the new spaces are seen on Karakolhane street. It is obvious that these spaces represent the consumption practices and also the new dwellers of Yeldeğirmeni.

In this study, the transformation of the neighbourhood was examined as a field study. During the expiatory study which was held before the field study, the urban transformation and mobility are observed in Yeldeğirmeni. As a result of this, the initial hypothesis of the study was determined as "The identification of consumption places in Yeldeğirmeni District under the influence of new users and consumption styles". Before the field study, examining the neighbourhood by gentrification theories was seemed possible. However, in the course of the field study, it has been determined that social transformation in Yeldeğirmeni Neighbourhood does not take place in one dimension. The data has shown us that the new residents who came to the neighbourhood (with their new lifestyles) and the old locals can live together. The old and new locals are establishing multi-layered relations with each other. As a result of this, consumption spaces transformed and varied to represent different consumption and lifestyles. Authentic structures that differ from general gentrification theories have been observed in the field. The aim of the study is to examine the transformation in a city centre in the scope of spatial scale, to explain the differences and similarities of the old and new consumption spaces by relating with the change of the social structure in the neighbourhood. The problematic of the study is the inability to explain the transformation in Karakolhane Street with accepted general judgments about consumption, time, space and place. In this sense, the main purpose of the study is to prove the difference and authenticity of the transformation in the area compared to other city centres by examining the types of consumption spaces. The physical borders are the area between Karakolhane Street and the first side roads that are parallel to the main street. The field study was conducted by observation in-situ, personal interviews, photographing, archive scanning in primary and secondary sources, drawing sketches of the spaces.

The spaces within the study boundary are categorised under three main titles according to their general functions, and thirty-seven subtitles have been identified under these titles. The main titles obtained are food & beverage spaces, crafts spaces and shopping spaces, respectively. Spatial variety highly related to the life-styles, that is consumption practices. Ergo, on the first level, the generations of the consumption spaces were determined. Five generations are revealed: First generation, second generation, new generation, chain, and anarko consumption spaces. Each type of consumption space in the area belongs to one of the generations listed. In other words, these generations contain different functions within themselves. When the consumption spaces in the field were examined, it has been determined that are several samples that will contradict spaces that are pointed by common theories. Tradesmen and craftsmen, who are in the traditional neighbourhood pattern, and spaces which belong to new generation businesses and alternative groups can be found together in the neighbourhood. It is seen that a micro model has developed in the Yeldeğirmeni Neighbourhood beyond what general theories indicate.

Keywords: *Yeldeğirmeni, time, space, consumption, consumption culture.*

1. Giriş

Tüketim kültürü küreselleşmenin etkisi altında kültürel ve yerel kodlarla donatılmış sınırlı düzleminden çıkarak, dünyanın pek çok yerinde benzer şekilde uygulanan özdeş bir biçime dönüşmektedir *(Yırtıcı, 2009)*. Tüketim mekanları ise değişen ve dönüşen yeni pratiklerin etkisi altında dünyanın her yerinde benzer tipolojik ve biçemsel özellikler gösteren özdeş mekanlar olarak üretilmektedir. Zira Harvey'in de belirttiği gibi *(1990/2016)* zaman ve mekân da küreselleşmenin etkisi altında kültürel ve yerel kimliklerinden ve farklılıklarından arınmaktadır. Kent merkezlerinde özdeş mekanların görülmesi, bu alanlarda kullanıcı yoğunluklarının ve profillerinin dönüşmesine, günlük yaşam pratiklerinin ve zaman döngüsünün farklılaşmasına, en nihayetinde sahip olduğu kimlik ve hafızayı kaybetmesine, bir başka ifadeyle bir dönüşüm süreci içerisine girmesine neden olmaktadır. Zaman-mekân ve tüketim üzerine yaygın olarak kabul görmüş teorilerin çizdiği sınırların dışında özgün tüketim mekanları ve bununla ilişkili kentsel alanlar görülmektedir.

Yeldeğirmeni Mahallesi, İstanbul'un tanınırlığı gün geçtikçe artan tarihi konut bölgelerinden biridir.[1] Yerleşim birimlerinin oluşmaya başladığı ilk günden itibaren farklı sosyo-ekonomik ve kültürel itkilerle mekânsal ve morfolojik dönüşümler geçirmiştir. Günümüzde mahalle, yeni bir kentsel hareketliliğin etkisi altındadır. Yaşanan hareketliliğin etkisi yoğun olarak alanın omurgasını oluşturan Karakolhane Caddesi ve etrafında görülmektedir. Cadde aksında ve ona dik bağlanan sokaklarda ortaya çıkan tüketim mekanlarının özellikleri, mahallede yaşanan toplumsal ve ekonomik dönüşümün izdüşümünü yansıtmaktadır.

Yeldeğirmeni Mahallesinde yaşanan dönüşüm alan çalışması ile incelenmiştir. Alan çalışmasına başlamadan önce yapılan keşif çalışmasında Kadıköy ilçesi içinde birbirine komşu bulunan Moda ve Yeldeğirmeni semtlerinin geçirdiği kentsel dönüşüm ve hareketlilik bağlamında çalışmanın başlangıç hipotezi "Yeldeğirmeni Mahallesi'ndeki tüketim mekanlarının, yeni kullanıcıların ve tüketim biçimlerinin etkisi altında özdeşleşmesi" olarak belirlenmiştir. Alan çalışmasından öncelikle mahallede yaşanan hareketliliği soylulaştırma teorilerine göre incelemek mümkün görülmüştür. Ancak çalışma sırasında Yeldeğirmeni'ndeki toplumsal yapının tek boyutlu ve doğrusal bir dönüşüm geçirmediği, yani sadece eski kullanıcının alandan gidip yeni tek bir grubun alana yerleşmediği aksine eski ve yeni mahalle sakinleri ve geçici kullanıcıların çok katmanlı bir toplumsal ilişkiler ağı ortaya koyduğu bilgisi elde edilmiştir. Bunun sonucunda tüketim mekanları da bu grupların varlığını temsil edecek şekilde aynı biçimde dönüşmüş ve hatta yenileri ortaya çıkmıştır. Alanda genel soylulaştırma teorileri ile ayrışan özgün yapılar görülmüştür. Çalışma, tarihi bir kent merkezindeki dönüşümü mekân ölçeğinde incelemeyi, eski ve yeni tüketim mekanları arasındaki farklılık ve benzerliklerini, mahallenin toplumsal yapısındaki değişimle ilişkilendirerek açıklamayı hedeflemektedir. Çalışmanın sorunsalı tüketim, zaman, mekân ve yere dair kabul görmüş genel yargılarla Karakolhane Caddesi'ndeki yaşanan dönüşümün açıklanamaması olmuştur. Çalışmanın amacı, mevcut tüketim mekanlarına ait tipleri inceleyerek alanda yaşanan dönüşümün diğer kent merkezlerine göre farklılığını ve özgünlüğünü kanıtlamaktır. Fiziksel sınırlar Karakolhane Caddesi ile caddeye ilk paralel sokakların arasında kalan bölgedir. Çalışmanın yöntemi alan çalışmasıdır. Çalışma süresince yerinde gözlem, kişisel görüşme, fotoğrafla belgeleme, birincil ve ikincil kaynaklarda arşiv taraması ve kroki çizimi yapılmıştır.

Çalışma sınırı içindeki mekanlar genel işlevlerine göre üç ana başlık altında toplanmış, bu başlıklar altında otuz yedi alt başlık tespit edilmiştir. Mekânsal çeşitlilik farklı yaşam tarzlarına dolayısıyla farklı tüketim biçimlerine göre artmaktadır. Bu nedenle öncelikle alandaki tüketim mekanlarına ait nesiller tespit edilmiştir. Sonraki aşamada incelenen tüketim mekanları aynı işlevde dahi olsa farklı nesillere dahil olmaktadır. Bu bağlamda tipleri sadece işlev açısından incelemek yetersiz kalmaktadır. Katmanlaşmalarda yaşanan kırılma nok-

1 *Yeldeğirmeni Mahallesi günümüzde Rasimpaşa Mahallesi'ne bağlı bir semttir. Ancak mahallenin eski sakinleri tarafından da yeni sakinleri tarafından da Yeldeğirmeni Mahallesi olarak anılmaktadır. Çalışma boyunca Yeldeğirmeni Mahallesi olarak kullanılacaktır.*

talarının nitelikleri belirlenmiş, mekanlar bunlara göre incelenmiştir. Bunlar, işlevsel dönüşüm, mekân organizasyonlarının dönüşümü, sokak kullanımlarının dönüşümü, biçemsel dönüşüm ve konsept, cephelerin dönüşümü, sosyal boyutun dönüşümü, zaman ve mekân kullanımı ile ödeme biçimidir.

2. Tüketim Kültürü ve Tüketim Mekanlarının Anlamsal Dönüşümü

Tüketim, 19. yüzyıl itibariyle bireylerin temel ihtiyaçlarının karşılandığı bir eylemler zinciri olmaktan çıkarak *(Aksel, 2008)*, toplumsal hiyerarşiyi belirleyen gösterge ve kodlarla oluşturulmuş küresel bir sisteme dönüşmüş ve bir kültür haline gelmiştir. Küreselleşmenin etkisi altında ortaya çıkan gösterge ve kodlar dünyanın pek çok yerinde benzer ve hatta özdeş tüketim pratiklerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu duruma paralel olarak özdeş mekânsal organizasyon ve biçeme sahip tüketim mekanları ortaya çıkmıştır *(Yırtıcı, 2009)*. Ayrıca günümüzde tüketim sadece somut nesnelerin değil soyut kavramların da tüketimini kapsamaktadır. Harvey *(1990/2006)* tüketimin hayat tarzlarını ve boş zaman faaliyetlerini de kapsadığını aktarmaktadır.

Fenomenolojik mekân anlayışında mekânda insan deneyimi değerlidir ve mekân anlayışında algılar ön plandadır *(Bilgin, 2016)*. Mekânda ilişkisel boyut ön plana çıkmaktadır. Bu yaklaşıma göre mekân heterojendir ve tekilden ziyade çoğuldur. Ancak küreselleşme ile tek tipleşen toplumsal yapılar ve bununla ilişkili olarak dönüşen tüketim pratikleri, benzer mekânsal tipolojilerin doğmasına neden olmaktadır. Lefebvre mekânın sadece plancıların, tasarımcıların ya da yatırımcıların değil aynı zamanda diğerlerinin yani kullanıcıların da gündelik etkileşimine bağlı olduğunu belirtmiştir. Soyut ve somut bütün özellikleri bir arada bulundurmaktadır *(Elden, 2009)*. Lefebvre üçlü bir diyalektik önererek "algılanan, tasarlanan ve yaşanan" *(Lefebvre, 2000/2014)* üçlüsünü mekânın üretimi sürecinde tanımlamaktadır. Bu anlamda mekânsal pratik gündelik gerçeklik ve kentsel gerçeklik içinde sıkı sıkıya birleşmektedir. Mekânın temsilleri ya da tasarlanmış mekân ise soyut mekanlardır. Temsil mekanları ya da yaşanan mekân, mekâna eşlik eden imge ve sembollerle o mekânı tarif edenlerin ve sadece tarif ettiğine inanların mekanlarıdır *(Lefebvre, 2000/2014)*. Bu bağlamda tüketim mekanları sosyo-ekonomik ve toplumsal değişimleri, katmanlaşmaları ve kırılmaları yansıtmaktadır.

Mekandaki ilişkisel boyutu etkileyen diğer bir faktör de zamandır. Zaman kavramı modern dünyada niceliksel olarak ölçülebilir, doğrusal ve geri dönüşsüz olarak kabul edilmektedir. Bu, fiziğin zaman kavramıdır *(Bilgin, 2016)*. Ancak Harvey *(1990/2006)* zamanın kültürel ve toplumsal normlara göre farklı algılandığını belirtmektedir. Toplumsal olarak farklı zaman kavrayışları iç içe geçmiştir. Zaman ve mekân kavramları, toplumsal hayatı yeniden üreten koşulların etkisiyle şekillenmektedir. Kıray *(2016)* zamanın, gündelik hayatımızın içinde objektif, ölçülebilir, sabit ritimli bir olgu ve insan algılarına, şemalarına ve temsillerine göre şekillenen bir olgu olarak iki ayrı şekilde algılandığını belirtmektedir. Farklı zaman tipleri toplumsal hayatın içinde birbiriyle eş zamanlı ve ilintili olarak faaliyet göstermektedir. Bu durum da mekanların kendine özgü zamanlarının oluşmasını sağlamaktadır. Bu anlamda farklı zaman-mekân ikilikleri sadece özdeş mekanları ya da mekanların giderek özdeşleşmesini imkânsız kılmaktadır *(Koçyiğit, 2007)*. Harvey *(1990/2006)* küresel zamanda bilginin ve teknolojinin yeni ağlarla yayılması sonucunda dünyanın farklı bölgelerinde aynı zaman döngüsü ve mekânsal pratiklerin ortaya konulduğu savını ortaya koysa da zamanın toplumsal bir olgu olması nedeniyle, küresel zaman mekân dengesini bozan, delen ve kendine özgü zaman döngüsünü ortaya koyan mekanlar olması kaçınılmazdır. Bu anlamda tüketim mekanları küresel ekonomik sistemler ve toplumsal tüketim pratikleri altında özdeşleşme eğilimleri gösterse de bunun dışında kalan özgün mekanların da özgün zaman pratiklerini görmek mümkündür.

Tüketim, 19. yüzyıl itibariyle bireylerin temel ihtiyaçlarının karşılandığı bir eylem-

ler zinciri olmaktan çıkmış *(Aksel, 2008)*, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren toplumsal hiyerarşiyi belirleyen gösterge ve kodlarla oluşturulmuş küresel bir sisteme dönüşmüş ve bir kültür haline gelmiştir *(Baudrillard, 2002)*. Tüketim kültürünün göstergeler sistemi günümüzde sadece somut nesneleri değil hayat tarzı, boş zaman aktiviteleri gibi kavram kümelerini de kapsamaktadır *(Harvey, 1990/2006)*. Dönüşen tüketim kavramının etkisiyle günümüzde tüketim mekanları insanların boş zamanlarını değerlendirdikleri anonim mekanlara dönüşerek gösterge mekanlar hale gelmiştir. Bu mekanlarda insan deneyimi tüketimin bir parçasıdır.

Türkiye'de tüketim kültürünün kökleri 18. yüzyıla kadar uzanmaktadır. Batılılaşmanın etkisiyle 19. yüzyılda geniş bir kesime yayılan yeni yaşam tarzlarıyla tüketim alışkanlıkları değişmiştir. Bu dönemde günümüzde de varlığı devam eden pek çok yeni tüketim mekânı ve boş zaman eylemleri hayatımıza girmiştir *(Orçan, 2014)*. Batılılaşmayla birlikte belirli bir kesime ait olan tüketim alışkanlıkları ve tüketim mekanları Cumhuriyet ile birlikte daha geniş bir kesime yayılmıştır. 1950'li yıllarla birlikte Türkiye'nin serbest pazara eklemlenme çalışmaları *(Boratav, 2015)* sonucunda hâkim olmaya başlayan tüketim kültürü 21. yüzyıla kadar yerleşmiş ve toplumsal bir norm haline gelmiştir. Süreç içinde farklılaşan tüketim alışkanlıklarının etkisiyle değişiklikler yaşanmış, ilk defa karşılaşılan tüketim pratikleri yeni mekânsal tipleriyle gündelik hayatımızda yer almıştır *(Orçan, 2014)*. Günümüzde tüketim mekanları coğrafyadan ve zamandan koparak tek bir normun etkisi altında tek tipleşme gerilimi altındadır. Bu nedenle tüketim mekanlarının dönüşümü, eğer alışveriş merkezleri gibi yalıtılmış alanlarda değillerse, kent içindeki tüketim mekanlarını değiştirmektedir.

2.1. Tüketim Merkezlerinin Kent İçinde Yer Değiştirmesi

Türkiye, 21. yüzyıl itibariyle neo-liberal ekonomik modeli benimsemiş ve küresel ekonomiye dahil olmuştur. Ülke yönetiminin her aşamasında olduğu gibi kent politikaları da bu ekonomik modele göre gerçekleşmektedir. İstanbul bir metropol olarak bu politikaların odağında yer almaktadır. Post-fordist dönemde kapitalizm, kent merkezlerinde kendini yeniden üretmektedir. Sermayenin üretim ve yeniden üretim sürecindeki hareketinin etkisi altında sermayedar karını artırmak için yeni mekânlar yaratmaktadır. Ortaya çıkan yeni mekânlara ilgi yükselirken, diğer mekânlara olan gerilemektedir. Bu durumda kentlerin mübadele değeri ortaya çıkmakta, kent merkezleri yeniden keşfedilmektedir *(Uysal, 2006)*. Kent merkezleri sadece sermaye aracılığıyla değil, kent politikaları ve yerel yönetimlerin çalışmaları sonucunda da dönüşmektedir.

Piyasaların ve hükümetlerin bilinçli tasarımlarıyla dünyada çeşitli merkezler yaratılmaktadır. Yaratılan ya da öne çıkarılan merkezlerin değeri, tüketici kimliğiyle özdeşleşerek anlamlandırılmaktadır. Kent merkezlerinin dönüşümünü sağlayan yöntemlerden biri de kültür politikaları olmuştur. Kültür endüstrisinin üretim ve tüketim biçimlerinde örgütlenen tüketici gruplar, aynı kentsel mekânlarda buluşmaktadır. Sanatçılar, kent içindeki gerilemiş alanlardaki binalara ve atölyelere yerleşerek bu alanlara "canlılık" getirmekte, kent içinde bir harekete neden olmaktadır. Bu alanlar, orta ve orta üst sınıfın ilgisini çekerek yeni tüketici grupların alana gelişini hızlandırmaktadır *(Kratke, 2014)*. Bu çekimi, daha avantajlı grupları alana çekerek kendilerinin burayı terk etmesi izlemektedir. Öncü gruplar, başka bir bölgeye yerleşerek bir çeşit yerleşme döngüsü başlatmaktadır. Bu durumda kent merkezleri farklı dönemlerde değer kazanmakta ya da çöküntü alan haline gelmektedir. "Chasing Cool" adlı makalede yeni kentli tüketici grupların yeni yerler keşfederek buralara göçü ve bu yeni alanların dönüşümü, yıkıcı gücü olan bir Alman Tankı'na benzetilmektedir. Yazıya göre "havalı gruplar" olarak tanımlanan genç ve tüketim gücü yüksek gruplar, kentsel mekânları dönüştürmektedir. Bu durum en iyi ev kiraları ve fiyatlar üzerinden örneklendirilmiştir *(Chasing cool, 2003)*.

İstanbul, küresel pazara bir dünya kenti

olarak sunulmaktadır. İstanbul içindeki çoğu kent merkezi kültür endüstrisinin tetiklendiği döngünün içine girmektedir. Kadıköy ilçesinde de pek çok farklı tipte dönüşüm aynı anda gerçekleşmektedir. Bunlardan farklı olarak Yeldeğirmeni, dünyada ve İstanbul'da örnek verilen merkezlerin geçirdiği dönüşüme benzer bir dönüşüm geçirmektedir. Orta gelir grubu eski mahalle sakinlerinin yaşadığı bir semt olan alanda yeni kentli gruplar görülmektedir. Bu grupların varlığı fiziksel ve sosyolojik olarak yaşanan değişimlerden okunabilmektedir.

Sanatçılar, yeni kentli gruplar, kültür endüstrisi çalışanları ve beyaz yakalılar alana geçici bir yoğunluk getirdikleri gibi mahalleye yerleşerek kalıcı da olmaktadır. Bunun sonucunda alan hem fiziksel hem de sosyo-kültürel olarak değişmektedir. Yeldeğirmeni'nde toplumsal ilişkiler ağının bir üretimi olarak ortaya çıkan modelin özelliklerini ortaya koymadan önce yeni kentli grupların alana geliş nedenlerini tespit etmek gerekmektedir. Bunları incelediğimizde bazı nedenlerin kendiliğinden, kendi iç dinamikleriyle, bazı nedenlerin planlı ya da plansız dış dinamiklerle geliştiği görülmektedir:

- Konum ve Ulaşım: Otobüs durakları, vapur iskeleleri, Marmaray, ana arterlere ve merkezlere yakınlığı hem sınır hem de ulaşım kolaylığı sağlamaktadır.
- Kiralama ve Mülkiyet: Mülkiyet ve kiralama bedelleri, komşu semtlere göre daha ucuzdur. Erasmus ve üniversite öğrencileri, bekar çalışanlar paylaşımlı ev kiralama seçenekleri bulmaktadır. Ayrıca uygun fiyatlı ve paylaşımlı atölye, dükkân kiralama olanakları da vardır.
- Tarihi Çevre: Mahallede anıt yapı ya da anıt sayılabilecek yapılar bulunmakta ve hali hazırda kullanılmaktadır. 6-7 Eylül olayları sonrası İstanbul'da bozulan kozmopolit yapının mirası ile sokak akslarının ve perspektiflerinin korunması bir cazibe merkezi yaratmaktadır. Ayrıca tarihi çevre içine sadece yapılar girmemektedir. Yeldeğirmeni farklı dinlerden sakinlerinin yakın zamana kadar yaşadığı ve sembolleştiği bir mahalledir. Bu durum bize mekânın sadece fizik mekânı olmadığını toplumsal ilişkilerle değer kazandığını bir daha göstermektedir.
- Mekânsal Deneyim: Mahalle, çeşitli dönem mimarisine sahip yapıları deneyimleme şansı, yeni binalarda yaşam tarzını yansıtan mimariyi uygulama, sokak kotunun sokak sanatı ve çeşitli esnek kullanımlarla deneyimlenmesi sağlanmaktadır.
- Yaşam Tarzı: Farklı yaşam tarzlarını benimseyen grupların alanda boş zaman geçirme şansının bulunması, vegan/vejetaryen kafe işletmelerinin açılması buna örnek verilebilir. Ayrıca freelance ya da ofis dışı çalışan gruplar alanı tercih etmektedir. Alternatif tüketim modellerini benimseyen gruplar da kendilerine mekânsal bir karşılık bulmaktadır.
- Politik Gelişmeler: Gezi Olaylarının *(2013)* ve Beyoğlu'ndaki ruhsat uygulamaları sonucunda Kadıköy daha güvenli bölge olarak görülmüş, kullanıcılar ve mekânlar alana göç etmiştir.
- Yerel Yönetim: Kadıköy Belediyesi ÇEKÜL ile yürüttüğü proje kapsamında bölgeyi kültür bölgesi olarak yükseltmektedir. Alanda, sanat merkezlerinin açılması, festivallerin düzenlenmesi kültürel faaliyetler temelinde bir hareketliliğe ve kullanıcı yoğunluğunun gelmesine neden olmaktadır.
- Demokratik Yapı: Mahallede geçmişten günümüze gelen kozmopolit yapı sonucunda oluşan bir arada yaşama kültürü ile farklı görüşlere sahip gruplar bir arada yaşamaktadır.

Yukarıda tespit edilen nedenler incelendiğinde alandaki hareketlilik ile pek çok Batı Avrupa başkentindeki soylulaştırma hareketleri bağdaştırılabilir. Bu bağlamda soylulaştırma kuramının en genel geçer yargısına göre avantajlı grupların

dezavantajlı grupların alandan uzaklaştırması beklenmektedir. Davidson ve Lees soylulaştırma sürecini sermayenin yeniden yatırımı, dışarıdan gelen yüksek gelir grupları tarafından sosyal profilin yükseltilmesi, fiziksel peyzaj alanlarının değişimi, düşük gelir gruplarının doğrudan ya da dolaylı olarak yerinden edilmeleri olarak tanımlamaktadır *(Davidson ve Lees, 2005)*. Ayrıca Uysal *(2006)* sürecin kriterlerini kentin değer kaybetmiş konut alanlarında başlaması, soylulaştırıcıların varlığı *(özellikle genç profesyoneller bağlamında)*, kentin tarihi bölgelerinin zamanla çöküntü alana dönüşmesi, yeni yapıların inşasından ziyade tarihi yapıların restorasyonu, eski sahiplerinin gönülsüz olarak yerinden edilmesi olarak tekrar tanımlamıştır. Ancak her kent merkezi benzer dönüşümler geçirmemektedir. Yeldeğirmeni Mahallesi de bu anlamda karşı bir mikro örnek oluşturmaktadır.

Yeldeğirmeni Mahallesinin 2010 yılında gerçekleştirilmiş Yeldeğirmeni Yenileme Projesi, Marmaray, Haydarpaşa Projesi gibi farklı ölçeklerde projelerin etkisiyle bir dönüşüm geçirmeye başladığı kabul edilir bir gerçektir. Ancak sermaye için metastaz, kent için özgünlük sayılabilecek özellikleri mahalledeki dönüşümü Avrupa başkentlerinin alt bölgelerinden ya da İstanbul'un diğer tarihi kentlerinde gerçekleşen sermaye odaklı dönüşümlerden farklı bir noktaya taşımaktadır. Mahallenin bu özgün yapısını kendi tarihinin başlangıcından itibaren çok katmanlı bir yapıya sahip olması sonucunda yeni sakinlerle çatışmaya girmemesi ve aksine bir arada yaşamaya hızlı adapte olması, eski sakinlerinin -bu bağlamda 2000 yılı öncesinde de alanda yaşayan ve geçmişi olan esnaf ve yerleşimciler- mahallede kalması, büyük ve zincir firmaların alanda faaliyet göstermemesi yani büyük sermayenin alana girememesi, emsal artışı ya da imar değişikliklerinin yaşanmaması, eski ve yeni sakinlerin mahalle için yüksek düzeyde bilinç ve hassasiyet göstermesi oluşturur *(Duygun ve Koçyiğit, 2018)*. Kısaca ifade etmek gerekirse, Yeldeğirmeni Mahallesi'nde yeni tüketim merkezleri eski tüketim merkezleri ile birlikte farklı yaşam tarzlarına ve tüketim pratiklerine göre çeşitlenmekte ve bir arada bulunabilmektedir. Yaşanan katmanlaşma sonucunda özgün mekânsal tiplerin de ortaya çıktığı gözlemlenmektedir.

Yeldeğirmeni Mahallesi'ndeki tüketim mekanları, tüketim pratiklerini temsil etmelerinin ötesinde mahallede bulunan farklı toplumsal grupları, onların yaşam tarzlarını, kenti kullanma ve algılanma biçimlerini, mahalleye dahil olma pratiklerini temsil etmektedir. Bu anlamda özgün yapıyı okumak için tüketim mekanlarının özellikleri ortaya konmuştur.

3. *Yeldeğirmeni Mahallesi'ndeki Tüketim Mekânlarının Dönüşümü*

Yeldeğirmeni Mahallesi *(Şekil 1)*, Kadıköy Sınırları içinde yer alan bir konut bölgesidir. Kuzeyde Haydarpaşa Garı, güneyde Söğütlüçeşme Caddesi, doğuda Ayrılık Çeşmesi Mezarlığı ve demiryolu, batıda Rıhtım Bölgesi olacak şekilde doğal sınırlarla çevrelenmiş izole bir topografya içindedir. Karakolhane Caddesi konut bölgesinin ana omurgasını ve çarşı aksını oluşturmaktadır.

Yeldeğirmeni Mahallesi'nin kentsel tarihi antik dönemlere kadar uzanmaktadır. Bugün mahallenin bulunduğu alan Khalkedon *(Kadıköy)* sınırları içinde bulunmaktadır. Mahalle, yerleşim birimleri ortaya çıkmadan önce çayır ya da başka ifadelerde geçtiği gibi bahçedir. Eyice *(2016)*, yerleşim merkezinin olduğu alanın, Haydarpaşa

Şekil: 1
Yeldeğirmeni Mahallesi Sınır ve Komşuları.

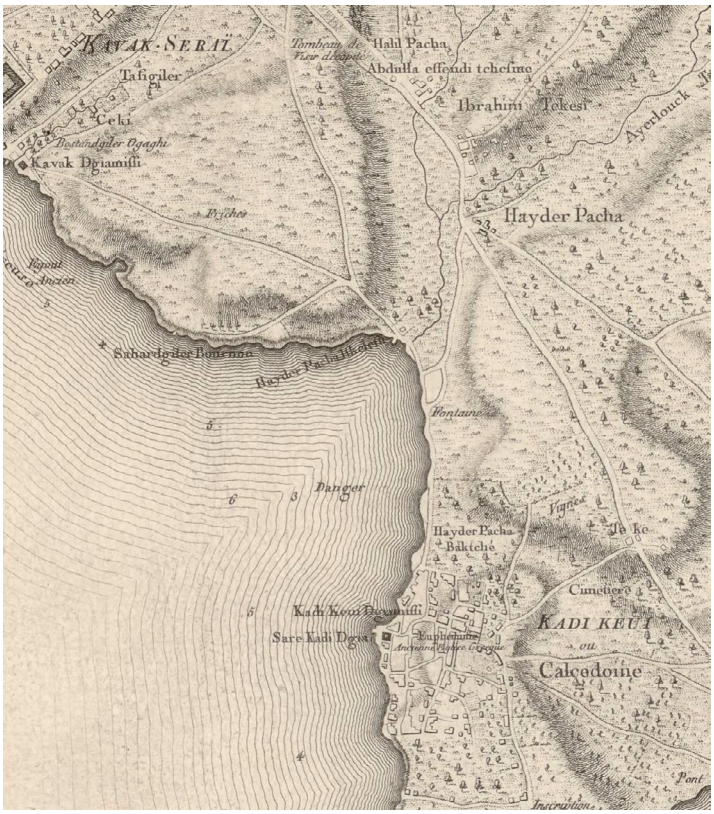
Garı'nın bulunduğu noktadan Acıbadem'e kadar uzanan geniş bir çayır olduğunu belirtmektedir. Kauffer Haritasında *(Şekil 2)* mahallede hala yapılaşmanın oluşmadığı ancak yol akslarının ortaya çıktığı görülmektedir. Oluşan yollardan birinin aksı günümüzdeki Karakolhane Caddesi aksına oldukça yakındır. 19. yüzyılın başlarında Khalkedon Müslüman ve Rum nüfusunun yaşadığı bir köy olma özelliği taşımaktadır *(Çelik, 2017)*.

19. yüzyılda Haydarpaşa Garı'nın kuzey kısmında askeri hastane *(1844-1846)*, Mekteb-i Tıbbiye *(1894)* binası *(Eyice, 2016)*, depolama alanları *(1899-1903)* inşa edilmesi sonucunda bölgede yapılaşma artmış Rıhtım Caddesi üzerinde ilk sıra yapı blokları oluşmuştur *(Akbulut, 1994)*. Ancak bu yıllarda herhangi bir bina ya da yapı adası tipolojisinden söz etmek mümkün değildir. 1821 tarihli Fried haritasında *(Şekil 3)* ortaya çıkan yapılar ve yollar görülmektedir.

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren mahallede Anadolu Yakası'nın ilk apartmanları görülmüştür. Mahalle öncesinde parçalı bir şekilde göç almış olsa da 1872 Dağ Hamamı yangını sonrasında gelen büyük Yahudi göçü sonrasında bu apartmanların ortaya çıktığı savı kabul görmektedir *(Niyego, 1999)*.

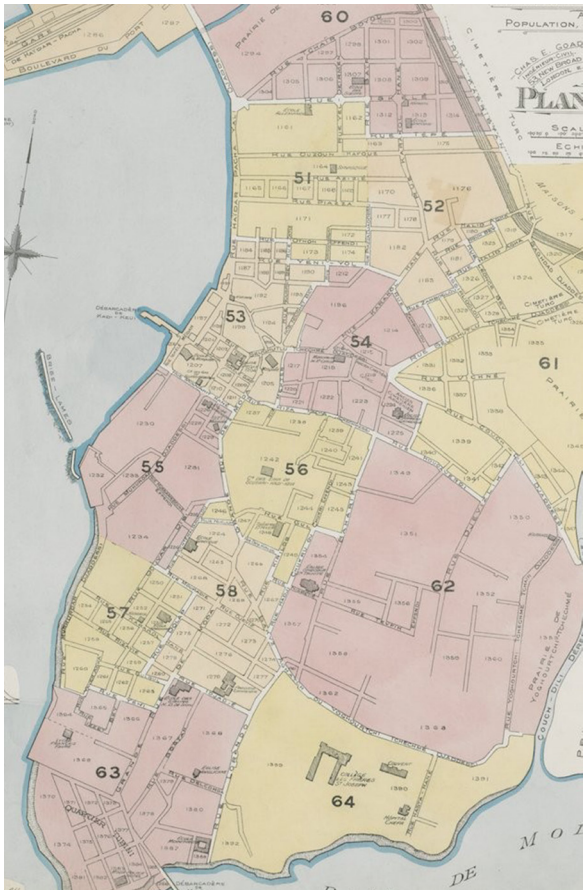
Hicaz Demiryolları Projesi ile inşa edilen demiryolu, mahallenin o yönde büyümesini durduracak sınırını oluşturmuştur. Haydarpaşa Garı'nın inşası sonrasında bölge hem fiziksel hem de toplumsal değişimlere açık hale gelmiştir. Gar inşaatında çalışan mimar, mühendis ve işçiler alanda konaklamıştır. Bunun etkisinde alanda yeni bir nüfus hareketliliği yaşanmıştır *(Atılgan, 2017)*. 1906 tarihli Goad haritaları incelendiğinde mahallenin sokaklarının ızgara plan olarak oluştuğu görülmektedir *(Şekil 4)*.

Cumhuriyetin ilanı sonrasında Yeldeğirmeni Mahallesi'nin morfolojik yapısında yollara ve yapı adalarına dair büyük değişimler yaşanmadığı gözlenmektedir. Pervititch haritasına göre bölgede yapılaşmanın arttığı okunabilmektedir. Yeni yapılar ayrık nizam değil bitişik nizam olarak ortaya çıkmaktadır *(Şekil 5)*. 1950'li yıllarda İstanbul'a kırdan göç dalgası ve akabinde yaşanan 6-7 Eylül olayları sonu-



Şekil: 2
1786 Tarihli François Kauffer Haritası (Kauffer, 1786).

Şekil: 3
F. Fried Haritası, İstanbul ve Boğaz Bölgesi (Fried, 1821).



Şekil: 4
1906 Tarihli Goad Haritası ve ortaya çıkan ızgara plan (Goad, 1906).

Şekil: 5
1937 Jacques Pervititch Haritalarında Yeldeğirmeni Mahallesi'nde yapılaşmanın arttığı gözlenmektedir (Pervititch, 1937).

cunda İstanbul'da demografik değişimler yaşanmıştır. Yeldeğirmeni Mahallesinde de Haydarpaşa İlave Liman inşaatında çalışan göçmen aileler Rumlardan kalan mülkleri satın alarak alana yerleşmişlerdir *(Arıker, 2019)*. Bu dönemin mahallenin demografik yapısının kırılma yaşadığı dönemlerden biri olduğu söylenebilir.

2000'li yılların sonrasında Yeldeğirmeni Mahallesi pek çok mega projenin odağında kalmıştır. Marmaray, Anadoluray, Haydarpaşa Port Projeleri doğrudan, Kadıköy Meydanı ve Moda Dolgu Alanı, Fikirtepe Kentsel Dönüşüm projeleri ise dolaylı olarak alanı bir geçiş noktası, istasyon haline getirmektedir. Bu durum mahallenin ulaşılabilirliğini artırmaktadır.

Ulaşım projelerinin yanı sıra ÇEKÜL Vakfı danışmanlığında yürütülen "Yeldeğirmeni Canlandırma Projesi" *(2010-2013)* kapsamında alanda kalıcı canlanmanın sağlanması içi proje ve uygulamalar yapılması amaçlanmıştır. Ancak yapılacak değişiklikler, iyileştirme ve yenileştirme çalışmaları, mülklerin hızla el değiştirmesi ya da kira artışları sonucu mevcut kullanıcıların mahalleyi terk etmesi gibi ihtimalleri de gündeme getirdiği için soylulaştırma riski taşımaktadır. Ayrıca Don Kişot İşgal Evi[2] gibi mekânlar da alanda görülmüştür. Bu evin kullanıcıları, öğrenciler, sanatçılar ve mahalleliler ile dışarıdan gelen kullanıcılar olmuştur *(Özdeniz, 2015)*. İşgal evleri gibi alternatif yaşam tarzını temsil eden mekânların takipçisi toplulukların tüketim biçimleri de genel tüketim kültürünün dışında kalmaktadır.

Mahalledeki yeni sakinlerin etkisiyle yapısal bir dönüşüm de gerçekleşmektedir. Binalar işlev değiştirmekte ya da parsel bazında dönüşmektedir. Ayrıca yeni ticari işlevler ortaya çıkmaktadır. Çarşı izi 1950'li yıllarda İzzettin ve Duatepe sokaklar arasındadır. Günümüzde Karakolhane Caddesi aksındadır. Ancak ara sokaklara doğru yayılmaktadır *(Şekil 6)*.

2 *Don Kişot İşgal Evi günümüzde varlık göstermemektedir.*

Yeldeğirmeni birbiriyle dik kesişen sokaklar arasında kalan yapı adalarından oluşmaktadır. Binaların zemin katlarındaki cepheler birden fazla dükkâna bölüştürülmüş durumdadır. Parsel yapısı göz önünde bulundurulduğunda dükkân başına düşen metrekareler azalmaktadır. Birden fazla dükkânın birleştirilerek büyük dükkân elde edilmesi alanda yaygın bir pratik değildir.

Tüketim mekânlarının kullanımının artmasının sonucunda kaldırım ve yol genişliği azalmakta, bazı noktalarda kaldırım 100 cm'nin altına düşmektedir. Cadde üzerindeki bazı kafeler, mekânların önündeki alanların üst ve yanlarını kapatarak mekâna özel bir hale getirmektedir. Bu, alanın kamusallığını azaltmaktadır. Ancak bazı işyerleri kendi mekânsal sınırları içerisinde cephelerini geri çekerek açık alan yaratmaktadırlar.

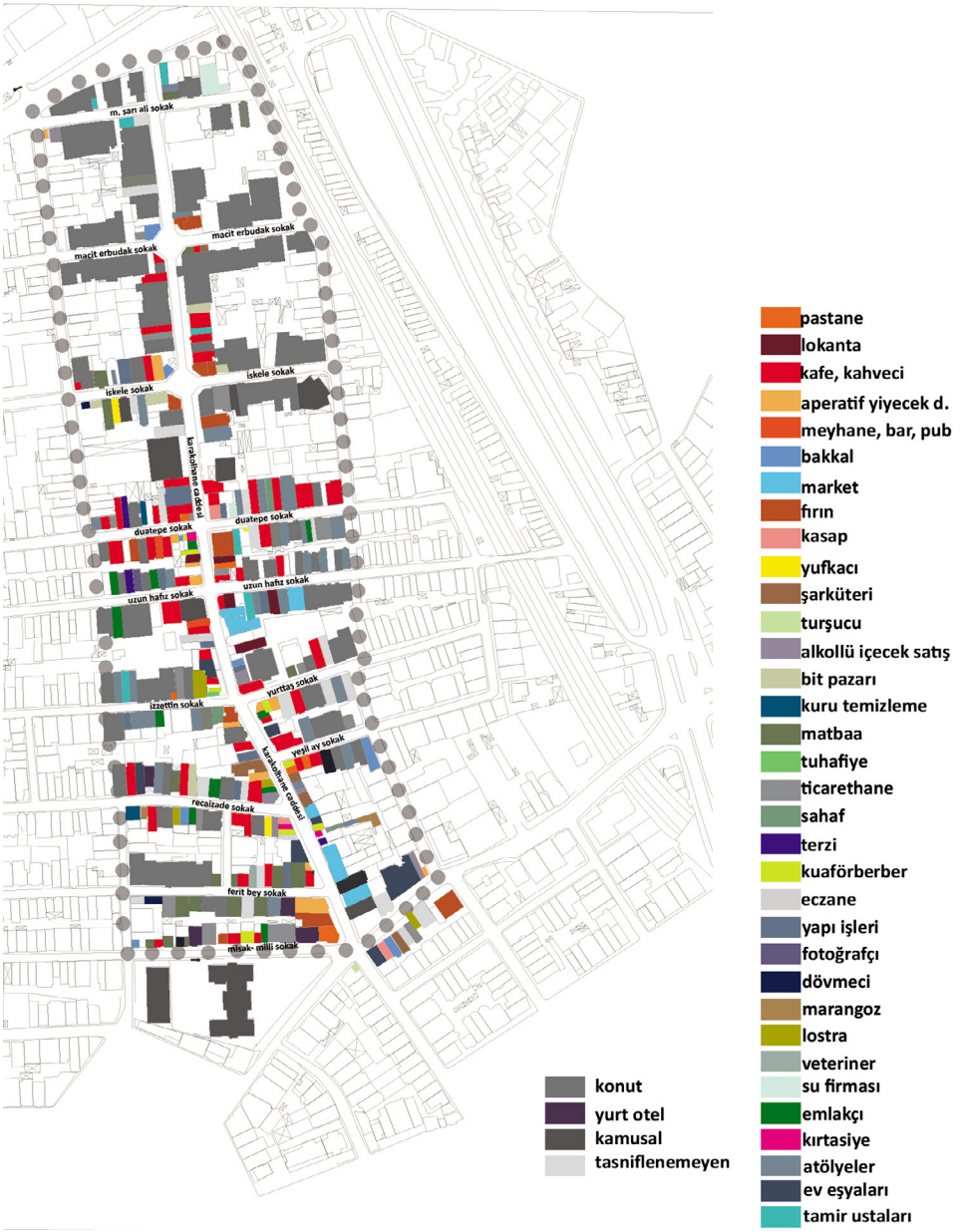
Yeldeğirmeni, sanatçıların ve sanat atölyelerinin yoğun olarak görüldüğü bir alan haline gelmiştir. Kent sokakları da bu etkinliklerin bir parçasıdır. Kadıköy Belediyesinin düzenlediği "Mural İstanbul"un bir ayağı da Yeldeğirmeni'nde düzenlenmektedir. Hem festival duvar resimleri hem de festival dışı duvar resimleri çeşitli binaların sağır duvarında görülmektedir. Bu durum semtin görsel kimliğine yeni bir katman kazandırmaktadır. Duvar resimleri geçici yoğunluk için cazibe kaynağı olmaktadır. Bu gibi aktivitelerin etkisiyle cadde üzerinde ve caddeye dik yan sokaklarda, ticari işletmelerin sayısı gün geçtikçe artmaktadır.

Şekil: 6
Çalışma alanı içerisinde kalan eski ve yeni çarşı izi.

3.1. Yeldeğirmeni Mahallesi'ndeki Mekânsal Tipler ve Analizi

Karakolhane Caddesi aksında bulunan tüketim mekanları alanda bulunan farklı yaşam tarzlarını yansıtacak biçimde çeşitlilik göstermektedir. Bu mekanlar taşıdıkları en temel özellikleri yani işlevleri açısından belirli grupların altında toplanabilmektedir. Bu durum mekân-zaman ve tüketim teorileri açısından incelenmesini kolaylaştıracak, aynı zamanda aynı işlev grubu altında farklı özellikler gösteren mekanları sistematik biçimde okumayı sağlayacaktır. Alan çalışması sırasında zemin kotta konut, dernek, özel kurum, kurs gibi işlevler haricinde kalan tüketim mekanları tespit edilmiştir. Bu mekanlar alışveriş, yeme-içme ve zanaat mekanları olarak üç ana başlık altında toplanmış, bu üç başlığın altında otuz yedi farklı tüketim mekânı tespit edilmiştir *(Şekil 7)*. Çalışma alanı içinde her bir tüketim mekânı başlığı altında farklı mekânsal tipler olduğu belirlenmiştir. Ortaya çıkan yeni mekânsal tipler, aynı işlevlere sahip olsa da farklı toplumsal grupların tüketim pratiklerine göre şekillenmiştir. Bu anlamda tüketim mekanlarını tüketiciye sundukları tüketim pratikleri ve mekânsal organizasyona göre beş grup olarak gruplandırmak mümkündür. Bunlar şöyle sıralanabilir:

Şekil: 7
Yeldeğirmeni Tüketim Mekânları.



- Birinci Nesil Yerel Tüketim Mekanları: Geleneksel üretim ve tüketim biçimlerini sürdüren esnaf ve zanaatkarlara ait mekanlardır. Yerel ile sosyal ilişki kurarlar ve genellikle mahalle sakinidir. Terzi, berber, bakkal gibi meslek grupları örnek verilebilir.
- İkinci Nesil Yerel Tüketim Mekanları: Geleneksel üretim ve tüketim biçimlerini benimseyen yerel ile ilişki kuran ancak çağdaş konseptleri takip eden esnaf ve zanaatkar grubudur. Mahallede ağırlıklı olarak yeme-içme işleviyle lokanta ve kafe örnekleri ile karşımıza çıkmaktadır.
- Yeni Nesil Tüketim Mekanları: Alan ile bağ kurma amacı taşımayan ve genel tüketici gruplarına hitap eden mekanlardır. Esnaf ve zanaatkar olma amacı taşımamaktadırlar.
- Ulusal Zincir Tüketim Mekanları: Türkiye'nin her yerinde aynı tasarım kararlarıyla bulunan merkezi bir işletmeciye sahip dükkanlardır, işletme sahibine ulaşmak mümkün değildir.

Birim ölçekte personel mahalle ile ilişki kursa da mahalleli olma veya burada bulunma zorunluluğu yoktur ve çoğu zaman da bulunmamaktadır. Bu kişiler dönemlik olarak farklı şubelerde çalıştırılarak mahalle ile kurdukları bağ koparılmaktadır. Ulusal marketler zincir firmalar örnek verilebilir.

- Anarko Tüketim Mekanları: Alan çalışması sırasında tespit edilen, Kadıköy bölgesi çevresinde sıklıkla karşılaşılmayan ancak burada yoğunlaşan anarko gruplara ait alternatif bir tüketim kültürüne sahip mekanlardır. Satış ön planda değildir.

Çalışma alanında bulunan tipler yukarıdaki gruplardan en az birine dahil olmaktadır. Mahallede bulunan tüketim mekanlarını açıklamak için işlev yetersiz bir ölçüttür. Mekânın ilişkisel boyutu düşünüldüğünde tüketim mekanlarını sadece işlev üzerinden incelemek ve sınıflandırmak yetersiz kalmaktadır. Bunun için tiplerin katmanlaşmasına neden olan kırılmalar belirlenmiştir. Bunlar, işlevsel dönüşüm, mekân organizasyonlarının dönüşümü, sokak kullanımlarının dönüşümü, biçemsel dönüşüm ve konsept, cephelerin dönüşümü, sosyal boyutun dönüşümü, zaman ve mekân kullanımı ile ödeme biçimidir.

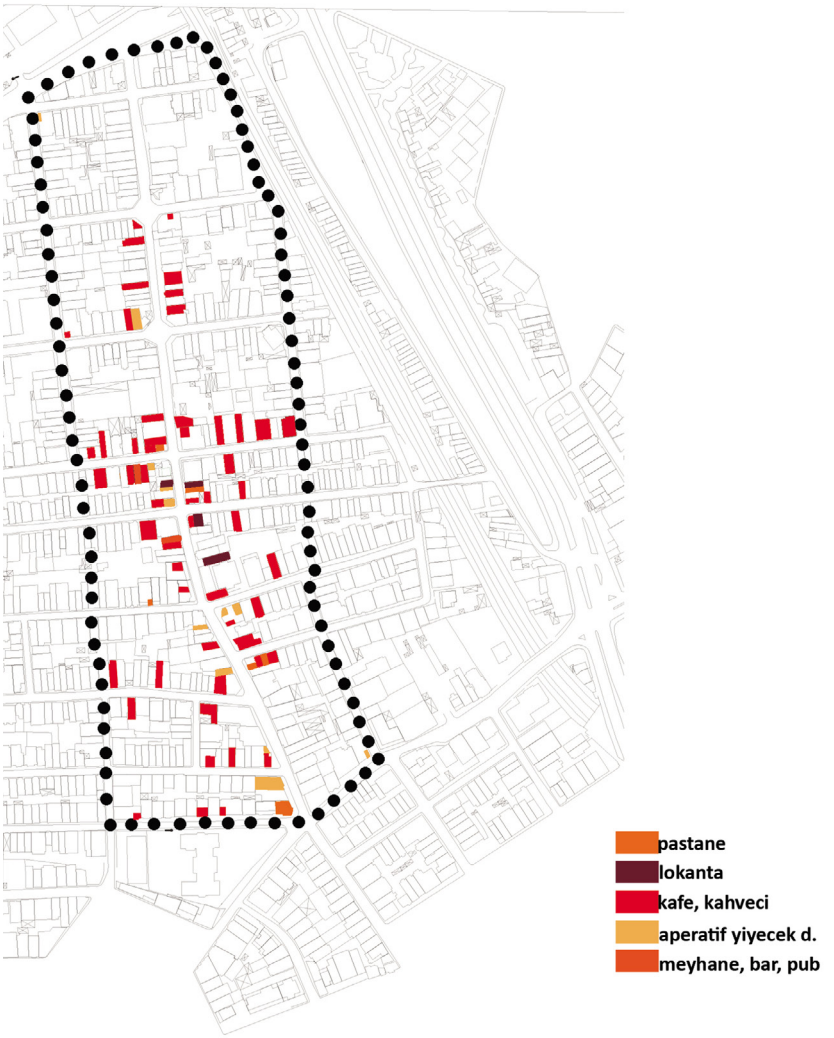
3.1.1. Yeme-İçme Mekânları

Yeme-içme mekânları, 21. yüzyıl itibariyle boş zaman aktivitelerinin gerçekleştiği önemli yerler haline gelmiştir. Toplumun dönüşen tüketim pratikleri tüketim mekanlarının şekillenmesine katkıda bulunmaktadır. Türkiye'de yemek kültürü ve yeme-içme mekanlarının tarihi Kırım Savaşı ile güçlü bir değişime uğramıştır *(Toprak, 1995)*. Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle ile dünyaya entegre olmuştur. Ayrıca bulunduğumuz çağda gastronominin ayrıcalıklı bir kültür hatta sanat haline gelmesi bu mekanların çeşitlenmesine ve biçemsel olarak dönüşmesine neden olmaktadır.

Alandaki yeme-içme mekanlarının bir kısmı uzun zamandır mahallede bulunmaktadır, diğer kısmı ise daha yakın dönemlerde açılmıştır. Bu mekanlar kahvehane, kafe ve kahveciler, pastane ve tatlıcılar, lokantalar, aperatif yiyecek dükkanları ile meyhane, bar ve pub olarak gruplandırılmıştır. Genel olarak incelendiklerinde yeni ve eski nesil mekanların bazı noktalarda ortak, bazı noktalarda tamamen farklı niteliklere sahip olduğu gözlemlenmiştir *(Şekil 8)*.

Alanda bulunan birinci nesil yeme-içme mekanları mahallenin eski sakinleriyle iletişim halindedir. Bu mekanların işletme sahiplerinin geçmişleri de onlar kadar eskidir. Nesil bağlamı içinde eski ya da birinci nesil yeme-içme mekanları, mahallenin belleğinde yer tutan ve alana dair hafıza ve bilgiye sahip mekanlardır. Bu konuda Atılgan'ın verdiği örnek, mahalle sakini ve eski kullanıcısı olarak önemlidir. Atılgan, Değirmen Kahvehanesinin *(Şekil*

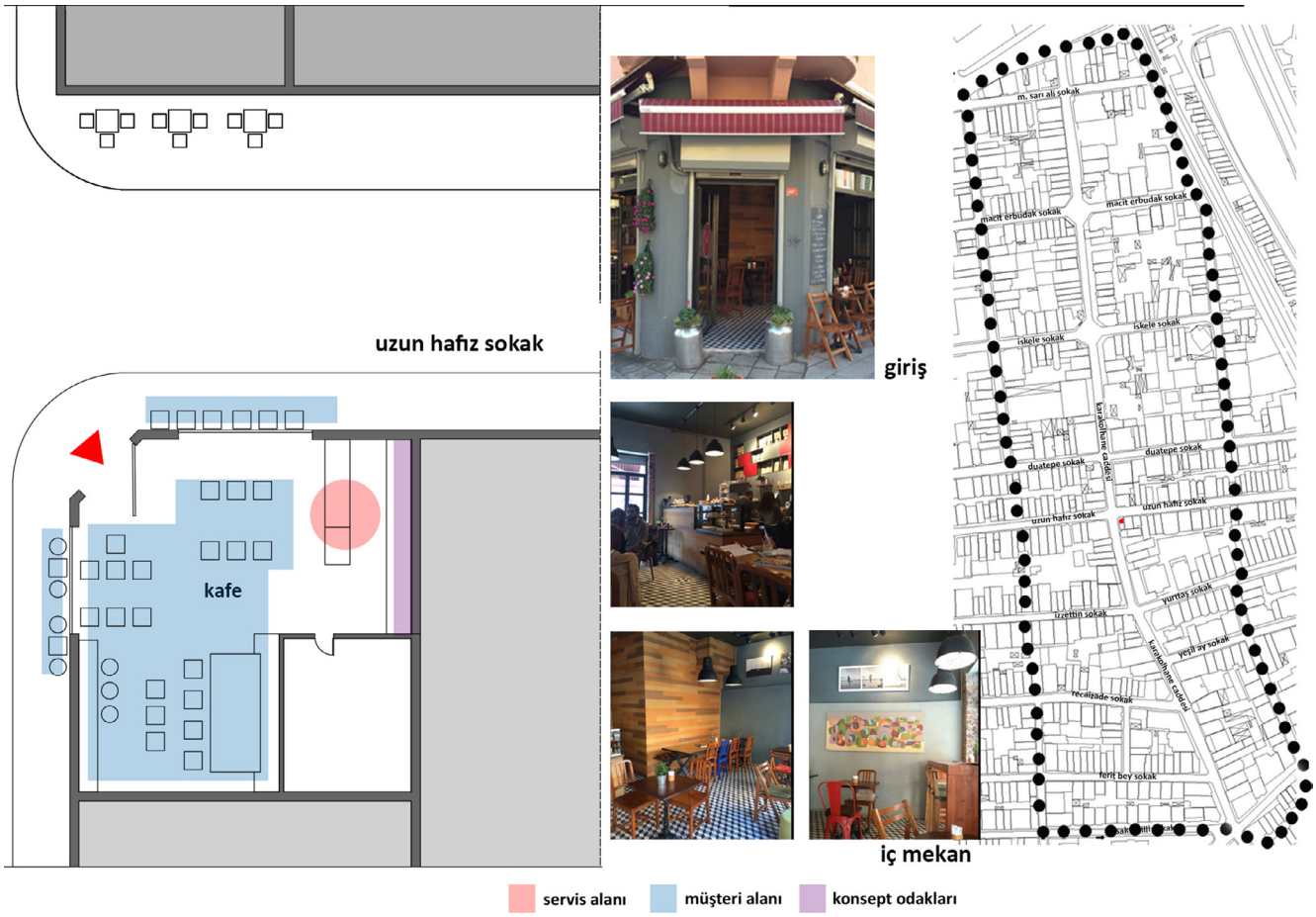
Şekil: 8
Yeme-İçme Mekânları.



Şekil: 9
Geleneksel Yeme-içme Mekânı Örneği olarak Kahvehane.

9) Nedim'in kahvehanesi olarak bilinen mahallenin ünlü kahvehanesinin devamı olduğunu belirtmektedir. Nedim'in kahvesinin ortası havuzlu bir bahçesi olduğunu yine Atılgan *(2017)* aktarmaktadır. Bu kahvenin geleneksel Osmanlı Kahvehanelerine ait tipolojinin devamı olduğu açıktır *(Özkoçak, 2009)*. Bu bağlamda alandaki kahvehaneler birbirini izleyerek tipolojik olmasa da işlevsel olarak süreklilik sağlamıştır. İkinci nesil yeme-içme mekanları bu duruma öykünerek mahalle ile ilişki kuran ve bu sürekliliği sağlama amacı taşıyan işletmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Yeni nesil ya da zincir yeme-içme mekanlarının mekânsal organizasyon, biçem ya da kurumsal kimlik bağlamında alana referansları bulunmamaktadır. Alanda zincir yeme-içme mekânları alan çalışmasının yapıldığı dönemde büyük bir oran kaplamamaktadır. Anarko mekanlar ise mahalle ile iletişim kurma çabası da gütse daha geniş bir düzlemde daha dar bir kullanıcı grubuna hitap eden ve tüketim ilişkilerinin dışında kaldığı için uzun ömürlü olmayan mekanlar olarak alanda bulunmaktadır.

21. yüzyılda tüketim kültürü somut ürünleri değil soyut kavramları da kapsamaktadır. Bu anlamda alandaki yeni nesil yeme-içme mekanları sadece yeme-içme faaliyeti ile ilgili ürünleri değil atmosferi de satmaktadır *(Heung ve Gu, 2012)*. Bu atmosfer de plan düzlemi, mekânsal organizasyon, biçem, kurumsal kimlik bağlamında gelişen konsept ile sağlanmaktadır. Bu bağlamda birinci nesil mekanların böyle bir mekânsal girişimi yoktur. Yeni nesil işletmeler mekân boyutları ve formu çerçevesinde tüketici gruplarının tüketim pratiklerine olanak sağlayan tekli ya da çoklu oturma seçenekleriyle pek çok kişiye aynı anda hitap edecek oturma düzenleri geliştirmektedir *(Şekil 10)*.



Şekil: 10
Yeni Nesil Yeme-İçme Mekânı Örneği Olarak Üçüncü Nesil Kahveci.

Yeme-içme mekanlarının farklı zaman kullanımları sonucunda da semtteki zaman kullanımı çeşitlenmekte ve esnemektedir. Kahvehane gibi tiplerin ya da anarko mekânların zaman kullanımları güncel tüketim pratiklerinin dışında kalmaktadır. Yani bu mekânlarda hızlı bir kullanım-ödeme döngüsü beklenmemektedir. Diğer yandan yeni nesil esnaf ya da işletmelerin zaman döngüsü hızlı bir tüketim odaklıdır. Bütün bunlara ek olarak anarko mekânlar, farklı bir ödeme biçimi geliştirme gayreti içinde olmuştur. Bu durum genel tüketim kültürü teorilerinin anlayışına alternatif oluşturmaktadır. Komşu Kafe örneğinde müşteri bedeli kendisi belirlemekte, mekân sadece fiyat önerisi sunmaktadır *(Şekil 11)*. Başka bir ifadeyle açıklamak gerekirse alandaki mekânların her birinin zaman döngüsü ve mekândaki tüketim biçimleri farklılık göstermektedir. Kimi zaman ve tüketim teorilerindeki gibi kapitalist toplum düzenine ayak uydururken kimi kendine özgü bir zaman döngüsü içindedir.

Alanda ortaya çıkan yeni yeme-içme mekanlarının hepsinin, tüketim ve mekân teorilerine göre özdeş olması beklenirken farklı örnekler karşımıza çıkmaktadır. Yeldeğirmeni Mahallesi özgün ve tekil örnekleri de içinde barındırarak dönüşümün bir tetikleyicisi olarak görülen yeme-içme mekanlarının alan içinde uyum gösterebildiğini inceleyebileceğimiz bir örnek olmaktadır.

3.1.2. Alışveriş Mekanları

Batılılaşma ile değişen Osmanlı toplumunun tüketim kültürü, cumhuriyet ile birlikte orta sınıfa ait bir norm haline gelmiştir. Ülke ekonomisinin dünya ekonomilerine dahil olma çabalarının hâkim olduğu 1950'li yılları itibariyle *(Boratav, 2015)* tüketim kültürü dönüşmüş ve tüketim mallarına olan talep yaygınlaşmıştır. Bu durum ayrıca mekânsal olarak da karşılık bulmuştur. Yeni alışveriş mekanları ortaya

Şekil: 11
Anarko-mekân Örneği Olarak Komşu Kafe.

çıkmış ancak geleneksel alışveriş mekanları da özellikle mahalle ölçeğinde varlığını sürdürmeye devam etmiştir. Günümüze kadar gelen süreç içinde küresel dünyada yaratılan çekim merkezleri burada da kendisini göstermiş alışveriş merkezleri gibi yeni tipolojiler ortaya çıkmıştır.

Alan çalışması sırasında bu başlığın altında incelenen mekanlar özel zanaat gerektirmeyen ve belirli bir ürünü bedel karşılığında satan perakende mekanlar olarak sınırlandırılmıştır. Buna göre bu mekanlar bakkal, market, fırın, kasap, yufkacı, şarküteri, turşucu, içki ve tütün dükkanları, bit pazarı ya da vintage *(ikinci el)* dükkanlar, kuru temizleme, matbaa, tuhafiye, çeşitli alanlarda faaliyet gösteren ticarethaneler, sahaf, ev eşyaları satan işletmeler, emlakçılar ve kırtasiyelerdir *(Şekil 12)*.

Çalışma alanında kasap, bakkal, fırın gibi tarihsel süreç içinde tipolojik olarak büyük değişimlere uğramayan ve mahalle*(lilik)* nosyonu içinde sakinlerin belleğinde bir yeri olan tiplerin yanı sıra yerel tüketim ağından bağımsız daha geniş bir ağa hitap eden matbaa, kâğıt ve benzeri ticarethaneler, zincir marketler ile semtte ortaya çıkan taleple orantılı olarak çoğalan emlakçı gibi alışveriş mekanları bulunmaktadır.

Karakolhane Caddesi aksı mahallenin çarşı omurgasını oluşturmaktadır. Burada bulunan alışveriş mekanları içinde mahalle bakkalı, yufkacı, kasap gibi birinci nesil tüketim mekanları alanla doğrudan ilişki kurmaktadır. Bu mekanlar içinde insan ilişkileri ve deneyimi diğer mekanlara göre ön plandadır. Bu ilişkiselliğin boyutları şöyle tanımlanabilir: *(1)* Mahalle ile tüketimin haricinde komşuluk ilişkilerine sahip olmak, *(2)* Mahalle sakinleri tarafından tanınmak ve onları tanımak. Bu özellikleri birinci nesil alışveriş mekanlarını yerelle ilişki kuran bir noktaya taşımaktadır.

Birinci nesil alışveriş mekanlarının mekânsal organizasyonları önceki örneklerle paralellik göstermektedir. Bu mekânsal or-

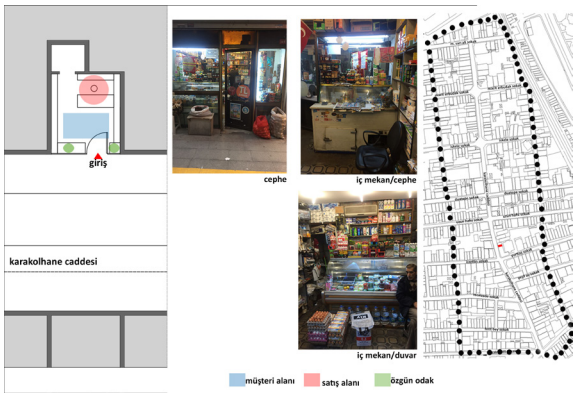
ganizasyon içinde yeme-içme mekanlarında olduğu gibi bir atmosfer arayışı yoktur. Yeldeğirmeni Mahallesi'nin sakinlerince tanınmış kişilerinden biri olan Sabahattin bakkalın fotoğraflardan çıkan planı ile günümüzde Karakolhane Caddesi üzerindeki bakkalın planı buzdolabı gibi mobilyalar haricinde bir değişim göstermemiştir. Mahalledeki diğer bakkallar de benzer ilişkiler gösteren, tüketim pratikleri bağlamında mahalle ile ilişkiler kuran, semte dair belleği olan mekanlardır *(Şekil 13-14)*.

Çalışma alanı içinde zincir alışveriş mekanlarının sayısı sınırlıdır. Zincir alışveriş mekanlarına örnek olarak karşımıza çıkan süpermarketler fiyatları, mekân organizasyonu, iç mekân ve cephe tasarımı, kurumsal kimliği ile Türkiye'nin bütün şehirlerinde aynıdır *(Şekil 15)*. Yerel özellikler barındırmamaktadır. Süpermarketler, küresel anlamda pek çok coğrafyanın ürünlerini konumlarından kopararak satan mekanlardır. Bu tüketim malları özellikle günümüzde yüksek kültürün ulaştığı metalar olarak satılmaktadır *(Harvey, 1990/2006)*.

Zincir alışveriş mekanlarının, süpermarket ya da değil, kendi organizasyon şeması içinde sahiplik statüsünde bulunan kişilerin her şubelerinde bulunmaları ve mahalle ile ilişki kurmaları mümkün değildir. Bu anlamda şemanın en altında bulunan değişkenlik gösteren kişilerin bu alışveriş mekanlarında bulunan hızlı zaman döngüsü, sirkülasyon ve mekânsal kullanım ile alanla ilişki kurması geçicidir. Ancak birinci nesil alışveriş mekanları tüketim eylemlerinin yanı sıra ilişkisel bir boyuta sahip olduğu ve alanla ilişki kurduğu için zaman döngüsü daha yavaştır.

Şekil: 12
Alışveriş Mekânları.

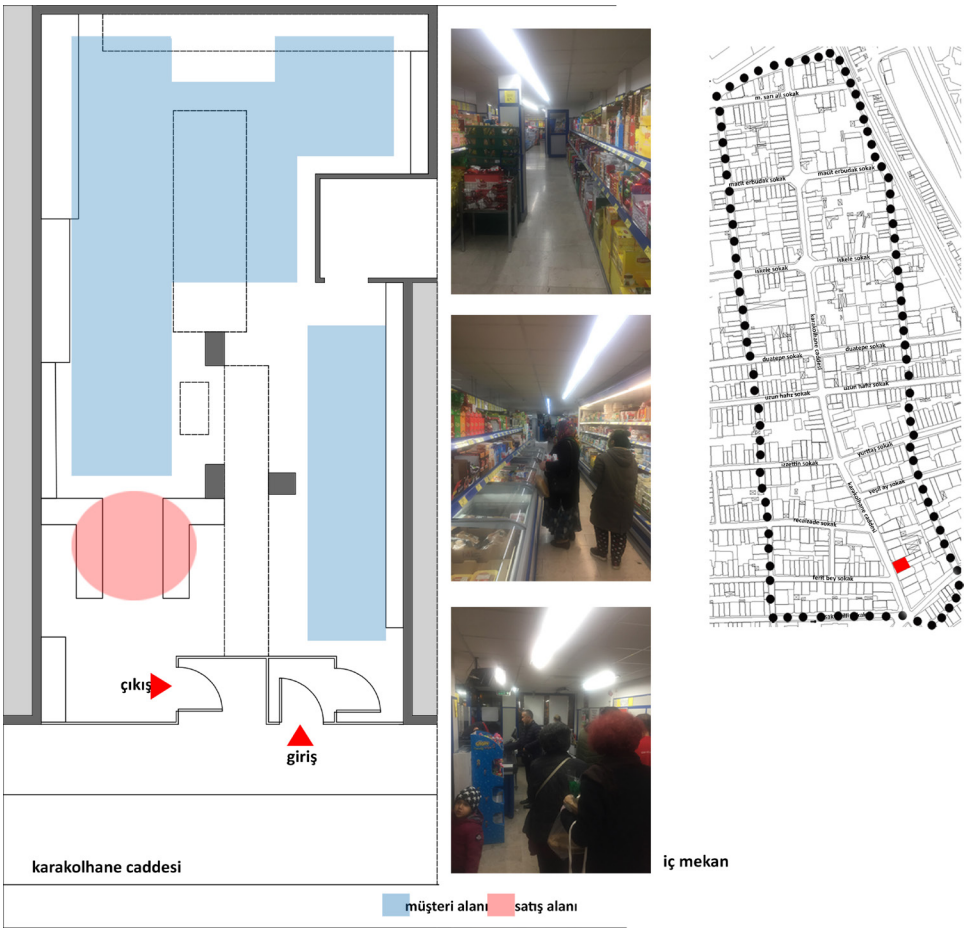
Alanda bulunan alışveriş mekanlarının mekânsal organizasyonları öncelikli olarak işlevleri doğrultusunda şekillenmektedir. Yeme-içme mekanlarından farklı olarak alışveriş mekanları için alanda zincir işletme olan güçlü örnekler vardır. Bu mekanların bulunmasına karşın mahallede bakkal,



Şekil: 13
Sabahattin Bakkal.

Şekil: 14
Karakolhane Caddesi Üzerindeki mahalle bakkalı.

Şekil: 15
Zincir Market Planı.



fırın, kasap, şarküteri gibi birinci nesil alışveriş mekânı grubuna giren işletmelerin bulunması Yeldeğirmeni Mahallesi'nde ekonomik koşulların ötesinde ilişkisel boyutta özgün bir yapı olduğunu göstermektedir.

3.1.3. Zanaat Mekânları

Zanaatkarlar, endüstriyel üretimin yaygınlaşarak artması sonucunda azalmakta ve mesleklerini yeni nesillere aktaramamaktadır *(Ender, 2015)*. Küreselleşmenin bir sonucu olarak dünyada herhangi bir noktada üretilen ürünler, dünyanın bir başka noktasında tüketilmektedir. Yerel coğrafyalara özgü üretim ve zanaat biçimleri büyüyen küresel pazar karşısında yok olmaya başlamış ya da dar bir kullanıcı grubuna hitap etmektedir. Ancak bölgesel olarak dünya üzerindeki çeşitli kent merkezlerinde geleneksel üretim ve tüketim pratikleri varlıklarını sürdürmektedir. Yeldeğirmeni, zanaatkarların varlık göstermeye devam ettiği mekanlardan biridir.

Geleneksel mahalle yapısında bir mahallenin ihtiyacı olan zanaat mekanları ulaşılabilir konumdadır. Çarşı hayatı Osmanlı'dan günümüze toplumsal hayatın bir parçasıdır. Yeldeğirmeni Mahallesi tarihi bir kent merkezi olarak çarşısını korumakta, hatta bu çarşı izi zaman içinde uzayıp katmanlaşarak büyümektedir. Kentsel dönüşüm ve soylulaştırma altındaki kentsel alanlarda küçük esnaf ve zanaatkarların yeni işlevlerle rekabet edemediği ve alandan çekildiği savı güçlüdür. Çalışma alanımız içinde terzi, kuaför ve berber, eczane, yapı işleri, fotoğraf stüdyosu, dövme dükkânı, marangozhane, lostra salonu ve ayakkabıcı, veteriner, su tesisatçısı, atölye ve galeriler, tamirhaneler *(teknik servis ve farklı ustalıklar)* bulunmaktadır *(Şekil 16)*. Bu durum da alanda kabul görmüş soylulaştırma kuramlarından daha inceltilmiş bir dönüşüm yapısı oluştuğunu destekler

niteliktedir.

Birinci nesil zanaat mekanları, geleneksel üretim biçimlerini devam ettirdiği için işlevsel olarak büyük değişikliklere uğramamıştır. Terzi, berber, fotoğrafçı gibi zanaatkar esnaf bu gruba örnek verilebilir. Bu anlamda plan şemaları büyük değişikliklere uğramasa da teknolojinin gelişimi bu mekanlara bazı artı donatılar kazandırmıştır. Eczane gibi mekanlar ise yaşam tarzı ve tüketim alışkanlıkları neticesinde işlevsel olarak da değişmişlerdir. Hazır ilaç kullanımı arttığı için laboratuvarları işlevini yitirmiş, vitrin ve reyon alanları önemli hale gelmiştir.

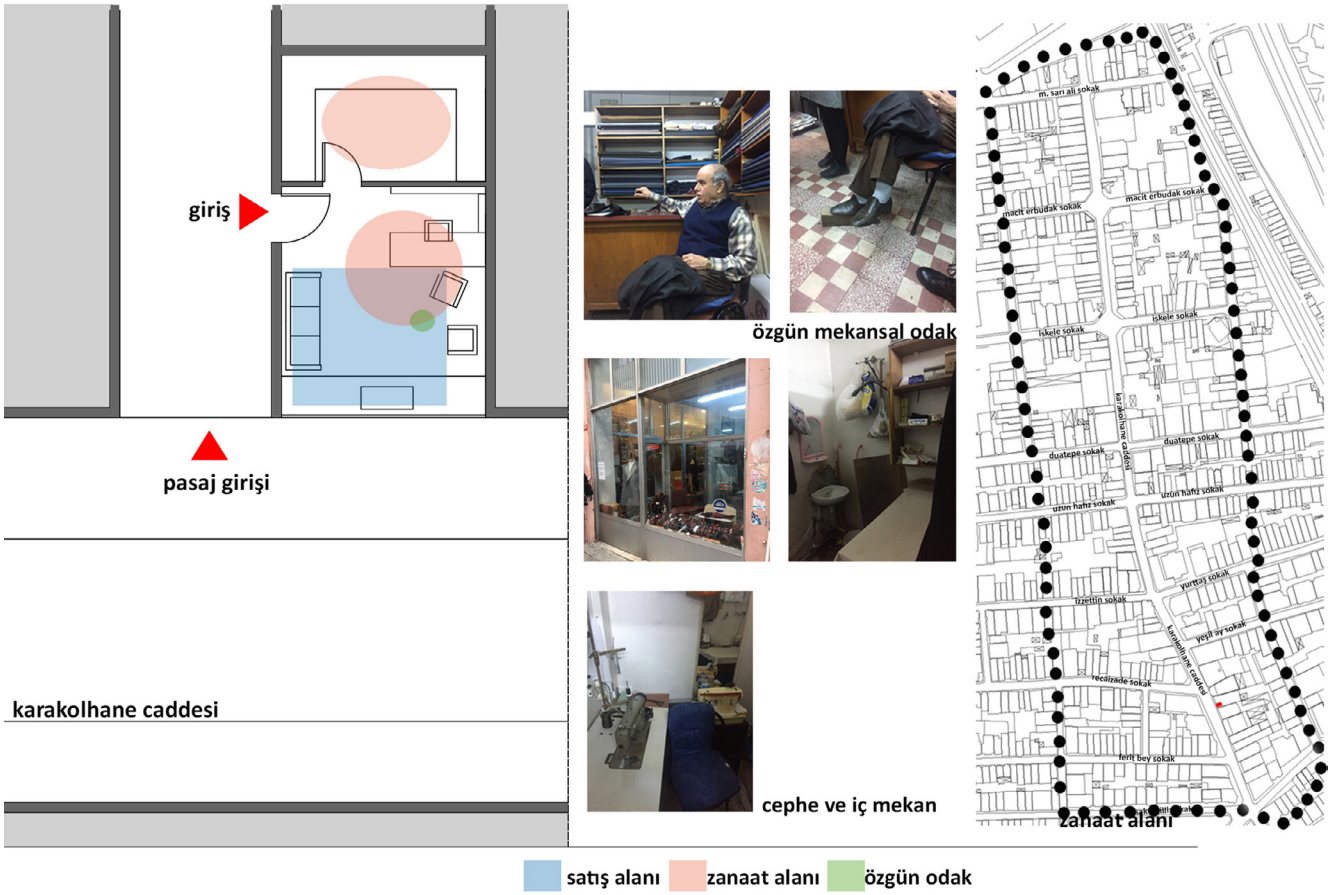
Alanda bulunan kuaför ve berberler birinci nesil tüketim mekanları içinde yer almaktadır. Alanda bulunan berber dükkânı örneğinde plan şeması özel tasarlanmamış, tamamen işlevden yola çıkılmıştır. Vitrin ve raflarda biriktirilen şişeler dükkânın geçmişini tanımlayacak şekilde plastik bir etki yapmaktadır. Günümüzde ayrıca ikinci nesil zanaat mekanları da görülmeye başlamıştır. 2020 yılında Duatepe sokakta açılan berber dükkânı kendisini kadın ve erkek için hizmet veren, ancak kuaför salonu olmayan bir zanaat mekânı olarak tanımlamaktadır. Zanaatkarın kendisini tanımlama biçimi bu çalışmanın ortaya koyduğu nesil kavramını desteklemektedir.

Zanaatkarlar yaptıkları iş gereği tüketici ile birinci dereceden iletişim kurmaktadır. Tüketim eylemlerinin haricinde de bu mekanlar sosyal ilişkinin, bilginin ve hafızanın geçiş noktalarında bulunmaktadır. Zanaat mekanları sokağı tüketim eyleminin bir devamı olarak değil, iletişim alanı olarak kullanmaktadır. Aynı zamanda tüketim kültürünün zaman anlayışını değil kendi çalışma biçimlerinden doğan zaman anlayışını benimsemiştir. Bu durum yukarıda aktarılan Kıray'ın referans verdiği modern öncesi zaman döngüsüne işaret etmektedir. Zamanın döngüsü sistematik bir zamana bağımlı olsa da zanaatkarın emek gücüne göre esnetilebilmekte, merkezi bir yönlendirmeye maruz kalmamaktadır.

Üretim eyleminin doğası gereği alanda bulunan zanaat mekanlarının çoğunlukla birinci nesil, bazı örneklerde de ikinci nesil olduğunu belirtmek gerekmektedir. Birinci nesil zanaat mekanları bilinçli bir tasarımla değil, yıllar boyunca ortaya çıkan birikimle biçemsel bir değer sunmaktadır. Bu durum, hafıza ve kimlikle birleşerek özgün bir odak oluşturmaktadır. Geleneksel zanaat mekânları küresel sermayenin üretim biçimleri karşısında rekabet edememektedir zira usta-çırak ilişkisinde süreklilik sağlanamamaktadır. Yeldeğirmeni Mahallesi'nde ikinci nesil zanaatkar grubuna girebilecek mekanlar bulunduğu gözlemlere dayalı olarak bilinmektedir. Ancak alan çalışmasının gerçekleştirildiği dönem içinde çalışma alanı içinde örneği yoktur.

Zanaat mekanlarına örnek olarak gösterilebilecek diğer mekân terzihanedir. Mahallenin ileri gelenlerinden biri olan Salamon Seviş mahallenin sadece terzisi değil aynı

Şekil: 16
Zanaat Mekânları.



Şekil: 17
Zanaat Mekânı Örneği Olarak Terzi.

Şekil: 18
Salamon Seviş tezgahının başında (Bir Haydarpaşalı'yı daha Kaybettik-Salamon Seviş Aramızdan Ayrıldı, 2008).

zamanda danıştığı, emanet bıraktığı ve uzun soluklu dostluk ilişkileri kurduğu bir figürdür *(Yeldeğirmeni'nin Süpermeni 76 yaşındaki terzi Salamon, 2003)*. Karakolhane Caddesi üzerindeki Terzi Nurettin bu geleneği devam ettiren zanaatkarlardan biridir. Bu anlamda dükkânı birinci nesil zanaat mekânı olarak tanımlanabilmektedir. Terzihane ön kısımda provaların alındığı ve müşterilerle görüşme yaptığı bir ön bölüm ile arka tarafta atölye kısmından oluşmaktadır. Siparişler ustanın zanaatına ve emek gücüne göre hazırlanmaktadır, dolayısıyla ortaya konan ürün de buna göre olmaktadır *(Şekil 17)*.

Zanaat mekânları Yeldeğirmeni'nin mahalle özelliğini koruyan ve yerelle ilişkisini güçlü tutan mekânlardır. Geleneksel mahalle yapısında bir mahalle kendi zanaat mekânlarını içinde barındırmaktadır. Günümüzde pek çok zanaat mekânı varlığını sürdürmeye çalışsa da kapitalist üretim biçimlerinin gölgesi altında kalmaktadır. Zanaat mekânları toplumsal ilişkilerin kurulduğu, ödeme biçimlerinin esnekleştiği-ki bu tüketim kültürü teorilerinin artık kaybolacağını öngördüğü bir pratiktir- zaman döngüsünün gündelik yaşamı değil üretim biçimi ve gündelik hayatın zaman döngüsünü belirlediği ilişkisel mekân özelliği taşımaktadır.

4. Değerlendirme ve Sonuç

Yeldeğirmeni Mahallesi'ndeki tüketim mekanları incelendiğinde ortaya çıkan nitelikler, farklı yaşam tarzlarını benimsemiş kullanıcıların tüketim taleplerinin etkisi altında yaşanan katmanlaşmayı işaret etmektedir. Alan çalışması bu katmanlaşmanın izini sürmüştür. Bu katmanlaşma Lefebvre'nin tasarlanan mekân ile yaşanan mekân ayrımına örnek oluşturmaktadır. Bu bağlamda toplumsal yapıdaki çeşitlenmeler farklı tüketim pratiklerini, farklı tüketim pratikleri de tüketim mekanlarının ortaya çıkmasını tetiklemiştir. Ortaya çıkan mekanların birliği, birbirine henüz baskın gelmemiş olması mahallede yaşanan dönüşümün özgün yapısını göstermektedir.

Çalışma alanı içinde tüketim mekanları yeme-içme, alışveriş ve zanaat mekanları olarak üç ana başlıkta sınıflandırılmış, bunların altında mekanların işlevlerine göre alt başlıklar oluşturulmuştur. Ancak çalışma ilerledikçe bu alt başlıkların sadece işlevleri tanımlaması, bu başlıklar altında karşımıza çıkan mekânsal tiplerin farklılık ve kırılmalarını açıklamak için yeterli olmamıştır. İkinci aşamada, alanda bulunan tüketim mekanları, tüketiciye sundukları tüketim pratikleri ve mekânsal organizasyona göre beş grup olarak tanımlanmıştır. Buna göre başlıkların altındaki her bir mekân, tespit edilen beş tüketim mekânı grubundan biriyle ilişkilenmektedir. Bunun sonucu olarak işlevlerin mekanların özgün yapısını açıklamak için yeterli olmadığı tespit edilmiş ve farklı nitelikler de incelenmiştir. Mekânsal tiplerin yaşadığı katmanlaşma ve çeşitliliği açıklamak için sahip oldukları nitelikleri şöyle sıralamak mümkündür:

- *İşlevdeki Değişimler:* Ana sınıflandırma, alandaki tiplerin işlev değişimlerini aktarmak için yetersiz kalmaktadır. Her tipin işlevi aynı şekilde değişmemiştir. Mekânlar, işlev daralması, işlev dönüşümü, işlev melezlenmesi olarak üç temel dönüşüm geçirmiştir. Ancak değişmeyen işlevlerin yanı sıra alanda yeni işlevler de gözlenmiştir. Bazı işlevler de yok olmuştur. Bu sebeple özdeş bir değişimden söz etmek mümkün değildir. İşlevleri incelediğimizde,
  - *İşlev Daralması:* Tüketim mekânı tarihsel süreçten gelen işlevinin bir kısmını kaybetmiştir. Bu durum plan şemasına da yansımaktadır. Kahvehaneler bu başlığa örnek verilebilir. Kahvehaneler Osmanlı Devleti'nde kültürel bir etkileşim alan, Cumhuriyet'in ilanından sonra belirli bir döneme kadar politik ve kültürel bir ortam yaratmıştır. Bu misyonlarını günümüzde kahveci ve kafelere devretmişlerdir. Bu anlamda kahvehaneler boş zaman aktivitelerinin geçirildiği yer haline gelmiştir. Ana işlev etrafında örgütlenen ilişkisel işlev daralmakta, ancak ana işlev kaybolmamaktadır. Alandaki kahvehaneler de bu anlamda oyun, toplantı gibi boş zaman aktivitelerinin gerçekleştirildiği yerler iken, kafe ve kahveciler atölye çalışmaları gibi etkinliklerin yapıldığı sosyal mekanlar haline gelmiştir.
  - *İşlev Dönüşümü:* Tüketim mekânı sahip olduğu işlevin misyonunu yitirerek yeni bir işleve dönüşmeye başlamıştır. Eczaneler, hastalığa göre ilacın yapıldığı, laboratuvarı olan mekanlar olagelmiştir. Bu anlamda mekânsal organizasyonları buna göre şekillenmiş hatta bazı örneklerde müşteriler için alanlar minimuma inmiştir. Ancak disiplinin hazır ilaç sektöründeki değişim eksenindeki dönüşümü sonucunda mekânsal organizasyon da dönüşmüştür. Kozmetik ve medikal ürünlerin satışının ön plana çıkması ile reyon ve vitrin alanları artmaktadır. Alanda bulunan Sokak Eczanesi kendi laboratuvarını depo ve özel alan olarak kullanmakta, medikal ürün ve kozmetik için vitrin ve reyon alanlarını müşterinin ulaşabileceği yerlerde konumlandırmaktadır.

- *İşlev Melezlenmesi:* İşlev melezlenmesi iki şekilde gerçekleşmektedir. Bunlardan ilki, melezlenen işlevlerin plan düzleminde heterojen olarak okunduğu melezlenmedir. İkincisi ise plan düzleminde ya da iç mekânda okunamayan, pratikte deneyimle algılanan melezlenme biçimidir. Birinci melezlenme biçiminde bir tüketim mekânı içinde iki ana işlev birbiriyle aynı anda görülmektedir. Alandaki Artist Kafe işlev melezlenmesine sahip mekanlardan biridir. Kafe işlevinin yanı sıra atölye, kitaplık ve sınıf gibi işlevler bir arada bulunmaktadır. İşlevi melez kılan durum bu işlevlerin mekanları arasında konsept bütünlüğü olmasıdır.

İkinci melezlenme biçiminde mahalle marketi olarak tipleştirebileceğimiz Dilek Market gösterilebilir. Bu mekân plan şeması ve biçemsel olarak süpermarket formunda olsa da işleyiş açısından mahalle bakkalı gibi yerel özellikler göstermektedir. Geçirdiği tadilat sonrasında bu durum devam etmektedir. Mahallede marketin sahibini görmek mümkündür, marketin sahibi mahalleli tarafından tanınan ve onlarla iletişim sahip olan biridir.

- *Değişmeyen İşlevler:* Sahaf, fırın, marangoz gibi eski nesil esnaf grubuna dahil olan mekânlar işlevlerini günümüze kadar taşımıştır.
- *Ortadan Kalkan ve Ortaya Çıkan İşlevler:* Alanda belli bir yıla kadar var olan balıkçı, kuru kahveci, manav *(Atılgan, 2007)* gibi tipler zaman içerisinde yok olmuştur. Bugün bu işlevler marketlerde bir reyona daralmış durumdadır. Bunların yanı sıra pizzacı, sanat atölyeleri, veteriner, dövmeci gibi yeni yaşam tarzlarıyla alana gelen işlevlere ait mekânlar bulunmaktadır.
- *Mekânsal Dönüşüm:* Mekânsal tiplerin plan şemaları işlevin dışında farklı etkenlerle de şekillenmektedir. Yeldeğirmeni'ne gelen yeni sakinler ve geçici kullanıcılar, farklı yaşam tarzları ve tüketim alışkanlıklarını bir araya getirmişlerdir. Bunun sonucu olarak açılan yeni mekânların bir kısmı yeni kullanıcılara göre şekillenmektedir. İç mekân tasarımı bağlamında özellikle yeme içme mekanlarında organizasyon ve düzen estetiği, yani biçem kullanıcıların algısını etkilemektedir *(Ha ve Jang, 2010)*. Yeldeğirmeni'ndeki tüketim mekanları içinde de bir atmosfer tasarlama eğilimi görülmektedir. Bu bilinçli bir tasarım anlayışı olduğu anlamına gelmektedir. Semt içindeki dükkânların parsel yapısından gelen kısıtlı alan kullanımı düşünüldüğünde, bu mekânlar kapasiteyi verimli kullanabilmek adına dar alanlarda özel çözümler geliştirmişlerdir. Yeni kullanıcıların talepleriyle bu durum birleştiğinde ortaya bant oturmalar, büyük grup masalar ya da esnek oturma düzenleri çıkmaktadır. Birinci nesil tüketim mekanları bu sınırların içine yerleşmeye çalışırken, ikinci nesil, yeni ve zincir tüketim mekanları bu sınırları mekânın organizasyonu içinde değerlendirmektedir. Alanda bulunan Kafe Mu incelendiğinde plan şeması içerisinde bar oturma, grup masası, standart oturma gibi oturma düzeni, servis mekânında esneklik ve açıklık olarak karşımıza çıkmaktadır. Semte yeni gelen tipler de kendi özgün plan organizasyonlarını da beraberinde getirmektedir. Geleneksel üretim ve sunum biçimlerinin devam ettirildiği mekân organizasyonlar birkaç teknolojik yeniliğin dışında güçlü bir değişikliğe uğramamıştır. Yazının içinde aktarılan bakkal örneğinde de olduğu gibi bakkalın gündelik pratiği ve gerçekliği değişmediği için plan şeması da değişmemiştir.
- *Sokak Kullanımının Dönüşümü:* Alandaki bazı tipler sokağı işgal konusunda birleşmektedir. Bu mekânlar kapasitelerinin artırımı için sokağa taşmakta ve kullanmaktadırlar. Bu durum çeşitli tiplerde gözlendiği için bunu tek bir tipe atfetmek mümkün olamamaktadır. Sokağın bir diğer

kullanımı ise dükkanların cephelerini geri çekerek açık alan yaratmalarıdır. Bu durumda sokağı işgal söz konusu değildir. Bütün bunlara ek olarak, çoğunlukla eski neslin temsilcileri, sokağı bir iletişim alanı olarak kullanmaktadır.

- *Biçemsel Dönüşüm ve Konsept Anlayışı:* Mekânsal tiplerin birbirinden ayrıldığı bir diğer ölçüt iç mekân anlayışıdır. Yeni nesil tüketim mekanları plan organizasyonu eskilerle aynı olsa da iç mekân elemanları ve konsept anlayışları ile birbirinden ayrılmaktadır. İkinci ve Yeni nesil tüketim mekanları için konsept ve biçem ön plandadır. Birinci nesil mekânlar ise genel olarak tasarım iddiasında olmayan mekânlardır. Ancak bunların içerisinde de iç mekân değişikliğine giden mekânlar bulunmaktadır. Bunların yanı sıra eski nesil mekânlarda kendiliğinden oluşan özgün bir biçem söz konusudur. Bu mekanlarda kendiliğinden ortaya çıkan odaklar bulunmaktadır. Bir diğer yandan bazı mekanlar Yeldeğirmeni'nde görülen sokak sanatını, iç duvarlarına taşımaktadır. Yeni nesil işletmelere ait mekanlar, iç mekân kurgularından kurumsal kimliklerine kadar tek bir konsept anlayışı ile hareket etmektedirler. Yeni nesil tüketim mekanları iç mekân tasarımlarından kurumsal kimliklerine kadar tek bir konsept anlayışıyla hareket etmektedirler. Bunların tasarım konseptleri özgün olsa da Yeldeğirmeni'ne kavramsal referanslar vermemektedirler. Bu mekanlar yerelle ilişkisizdir. Zincir tüketim mekanları da ülkenin her yerinde aynı konsepti uygulamakta, konsept değişiklikleri yine bütün şubelerinde olmaktadır.
- *Cephelerin Dönüşümü:* Tüketim mekanlarının cephe kullanımı plan şeması kadar önemli veriler sunmaktadır. İkinci nesil ve yeni nesil mekanların cepheyi kendi konseptleriyle bir bütün olarak ele aldıkları görülmektedir. Eski nesil mekanlar ise cepheyi olduğu gibi ve eklektik kullanmaktadır. Bakkal, emlakçı, kırtasiye gibi tipler cepheyi sadece ürünlerini asarak ya da yapıştırarak sergilemek amacıyla kullanırken, ikinci ve yeni nesil mekanlar cepheyi içerideki mekânın bir uzantısı olarak kullanmaktadır. Alandaki ikinci ve yeni nesil mekanlar cepheyi doğrama sınırları ile değil bina mülkiyeti kullanım alanıyla ele alarak tasarlamaktadır. Oysa eski nesil esnaf çoğu zaman sadece tabela ya da cam alanlarını kullanmaktadır.
- *Sosyal Boyutun Dönüşümü:* Alandaki tüketim mekânları yerelle doğrudan ilişki kurması ve kurmaması açısından güçlü bir şekilde ayrılmaktadır. Mekânlar arasındaki farklılaşmayı sağlayan önemli etkenlerden biri de bu olmaktadır. Birinci nesil esnafın içinden Terzi Salamon gibi mahallenin büyüğü olma misyonunu üstlenen figürler çıkmaktadır. Ancak yeni nesil işletmeler ya da zincir mekânlar bu ilişkiyi kurmamakta ya da kuramamaktadır. Çünkü bu mekânların figürleri anonim ve gelip geçicidir. Bu sebeple sosyal ilişkinin sürekliliği de geçici ve değişkendir.
- *Zaman-Mekân Kullanımı:* Alandaki mekân tiplerinin farklı zaman-mekân kullanımı vardır. Eski nesil mekânlar, zaman döngüsü olarak diğer tüketim mekânlarına göre daha esnek bir işleyişe sahiptir. Esnaf ya da zanaatkar zaman döngüsünü kendisi yönetmektedir. Anarko mekanlar da bu esnek zaman döngüsüne sahiptir. Zira bu mekanlarda tüketim pratikleri alternatif bir biçimde düzenlenmiştir. Gündelik hayat pratikleri kapitalizmin zaman döngüsüne göre düzenlenmektedir. İkinci nesil, yeni nesil ve zincir tüketim mekanlarında zaman kullanımı diğerlerinden farklıdır. Bunlar yüzyılın tüketim anlayışına daha yakın mekanlar oldukları için zaman kullanımları da kapitalist sistemin zaman kullanımına daha yakındır. Tüketim eylemi döngüsü,

diğer iki gruba göre daha hızlıdır. Zaman ilişkisi azdır. Bazı mekanların zaman kullanımı birinci nesil tüketim mekanlarına yaklaşsa da bunlardan farklı olarak personel, kira ve diğer masrafları olan işletmeler için kar önemlidir. Bu anlamda kafe, lokanta gibi varlıklarını tüketim eyleminin sürekliliği ile sağlayan mekanlar için zorunlu bir döngü yönetilmektedir. Bir diğer tarafta da süpermarket gibi yapıları gereği sadece tüketim amaçlı ve soyut mekanlar bulunmaktadır. İlk grupta sosyal ilişki kurmak mümkün ancak zordur, tüketim sürekliliğine dair gereksinimler bunun önüne geçebilmektedir. İkinci grupta ise esas olan tüketim ve sirkülasyondur, mekânın ilişkisel boyutu yoktur, tek düze ve devamsızdır, bu nedenle bu mekanlar soyut mekanlardır.

- *Ödeme ve İşletme Biçimleri:* Bütün işletmeler, geleneksel ödeme biçimlerinden *(veresiye verme gibi)* uzaklaşmış, güncel ödeme biçimlerini kullanmaktadır. Eski nesil esnaf, ödeme biçimlerini esnetebilmekte, pazarlık yapabilmektedir. Zincir işletmeler ise sadece güncel ödeme biçimlerini tavizsiz bir biçimde uygulamaktadır. Anarko mekânlar, bahsedilen iki ödeme biçimine de tamamen alternatif olacak şekilde yeni bir biçim geliştirmiştir. Burada müşteri bedel önerebilmektedir. Tüketim teorileri, küreselleşmeyle dünyadaki bütün tüketim pratiklerinin özdeş olacağını öngörse de bu mekânlarda aykırı örnekler oluşmaktadır.

Yeldeğirmeni Mahallesi'nde bulunan tüketim mekanlarının katmanlaşması sonucunda Karakolhane Caddesi'ndeki çarşı izi uzamakta ve yan sokaklara yayılmaktadır. Tüketim mekanlarının katmanlaşması, mahallede yaşanan toplumsal ve kentsel dönüşümün mekânsal boyutuna örnek teşkil etmektedir. Elde edilen verilere göre İstanbul'da bulunan diğer semtlerde yaşanan dönüşüme göre daha özgün nitelikleri olan, genellemelerle açıklanamayacak bir dönüşüm geçirdiği görülmektedir. Yeldeğirmeni'ndeki dönüşümün genel özellikleri özetle şöyle sıralanabilir:

- Yeldeğirmeni'nde parsel yapısı küçük, mülkiyet ilişkileri sınırlıdır. Zemin kattaki dükkanlar, apartman girişleriyle birlikte oldukça kısıtlı bir metrekareye sahiptir. Bu durum sermayedarın tercih ettiği bir durum olmadığı ve Yeldeğirmeni'nin durumu uygun olmadığı için zincir işletmeler için bir cazibe oluşturmamaktadır.
- Semtle ilişki kuran mekânlar sadece eski nesil tüketim mekânları değildir. İkinci nesil tüketim mekanları da ilişkisellikleri ve özgün zaman döngüleri ile yerel bağlar kurmaktadır.
- Yeldeğirmeni'ne gelen bilinç düzeyi yüksek ve yeni kentli gruplar, alandan zincir değil, mahallenin tarihsel arka planı ile özdeşleşen butik mekân talep etmektedirler. Deneyim, günümüzde tüketimle özdeşleşmiştir. Dolayısıyla bu deneyimin de özgün olması gerekmektedir. Ancak bu durum bir yandan da alanda kendi tüketim pratiklerinde mekânların da sürekli olarak açılmasını tetiklemektedir.
- Alternatif yaşam tarzına sahip gruplar, bölgede genel tüketim kültürüne karşı başka bir model örgütlemekte ve tüketim mekânları arasında yer almaya başlamıştır. Ayrıca mekânın sunumu olduğu kadar kullanıcı arasından da bu mekânlara talep gerçekleşmektedir. Mahallenin demokratik ve kozmopolit yapısı burada yer edinmelerine olanak sağlamaktadır.

Yeldeğirmeni Mahallesi'nde bulunan birinci ve ikinci nesil esnaf ve zanaatkarlara ait mekanlar, anarko grupların mekanları toplumsal ilişkileri ve kapitalizmin zamanından farklı bir zaman boyutunu içinde barındırmaktadır. Bunlar Lefebvre'nin mekânsal pratik ve temsil mekânlarına örnek oluşturabilmektedirler. Yeldeğirmeni Mahallesi'nin aldığı göçlerle büyüyen ve katmanlaşan toplumsal yapısı ve geçici kullanıcı grupları bu mekânlarla doğrudan ilişki kurabilmektedir. Bir başka ifadeyle mekânda insan deneyimi bulunmaktadır.

Bu anlamda konumun ötesinde başka bir yerde örneği bulunmayan mekânlar bulunmaktadır. Yeni nesil ve zincir tüketim mekanları özdeş özellikler sergilemektedir. Giriş bölümünde kısaca değinilen tüketim ve mekân-zaman teorileri göz önünde bulundurulduğunda 21. yüzyılda tüketim mekanlarının özdeş, insan ilişkilerinden kopuk, geçici mekanlar olması beklense çalışma alanı içinde farklı özelliklerdeki tüketim mekanlarının bir arada bulunması alternatif bir yapının ve düzenin mümkün olduğunu göstermektedir. Yeldeğirmeni Mahallesi'nde bir dönüşüm yaşandığı ortadadır ancak yaşanan bu dönüşüm mekân boyutunda incelendiğinde çözümlenen özgün yapı kentsel dönüşüm politikalarına da kaynak olma niteliği taşımaktadır. Bir kentsel alan olarak dönüşümün farklı bir yöne evirilme ihtimali her zaman güncel-dir. Ancak Yeldeğirmeni Mahallesi alternatif bir mikro model ve direnen bir kentsel alanı olarak varlığını sürdürmektedir●

Kaynakça

Akbulut, R. (1994). Kadıköy. İ. Tekeli (Ed.), *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi* içinde (Cilt 11, ss. 329). İstanbul: Tarih Vakfı Yayınları.

Aksel, B. (2008). *Yaratılan İmaj Odaklı Mekânsal Tüketim Süreçlerinin Kentsel Mekâna Etkileri.* (Yayınlanmamış doktora Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.

Arıker, E. (2019). *Âtıl Yarı Özel Alanları Sahiplenmek: Yeldeğirmeni Mahallesi'nde Arka Bahçeler.* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul

Atılgan, A. (2017). *Evvel Zaman İçinden Yeldeğirmeni.* İstanbul: K-İletişim Yayınları.

Baudrillard, J. (2002). Tüketimin Tanımına Doğru. Ö. Öğüt (Der.). *Mimarlık ve Tüketim* içinde (ss. 67-73). İstanbul: Boyut Yayın.

Bilgin, N. (2016). *Sosyal Psikoloji Sözlüğü, Kavramlar, Yaklaşımlar.* İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Bir Haydarpaşalı'yı daha Kaybettik-Salamon seviş Aramızdan Ayrıldı (2008). Erişim adresi https://www.salom.com.tr/arsiv/haber-67308-bir_haydarpasaliyi_daha_kaybettik__salamon_sevis_aramizdan_ayrildi.html

Boratav, K. (2015). *Türkiye İktisat Tarihi: 1908-2009.* Ankara: İmge Yayınevi.

Çelik, Z. (2017). *19. Yüzyılda Osmanlı Başkenti Değişen İstanbul.* İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Chasing Cool (2003). 20.06. Erişim adresi https://www.economist.com/blighty/2014/04/08/chasing-cool

Davidson, M. ve Lees, L. (2005). New-build 'gentrification' and London's riverside renaissance. *Environment and Planning A, 37,* 1165-1190.

Duygun, E., ve Koçyiğit, R. G. (2018). Soylulaşma sürecindeki konut bölgelerinde kimlik ve aidiyetin değişimi: Yeldeğirmeni örneği. Çıtak, C., ve diğerleri (Ed.). *I. Konut Kurultayı: Güvenli Yaşam Alanları ve Erişilebilir Konut- Bildiri Tam Metin Kitabı* içinde (ss. 572-602). İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi.

Elden, S. (2009). Space-I. Rob Kitchin ve Nigel Thrift (Der.), *International Encyclopedia of Human Geography* (Cilt 10, ss.262-267) içinde. Oxford: Elsevier Ltd.

Ender, R. (2015). Önsöz. R. Ender (Der.). *Kolay Gelsin* içinde (ss. 13-15). İstanbul İletişim Yayınları.

Eyice, S. (2016). Haydarpaşa. *İslam Ansiklopedisi* içinde. İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı. Erişim adresi https://islamansiklopedisi.org.tr/haydarpasa

Fried, F. (1821). Istanbul and Bosporus Region. Erişim adresi http://hgl.harvard.edu:8080/HGL/jsp/HGL.jsp?action=VColl&VCollName=G7432_B6_1821_F7

Goad, C. E. (1906). *Plan d'assurance de Constantinople : Vol. III Kadi-Keui: y compris Haïdar-Pacha et Moda.* İstanbul: Fransız Anadolu Araştırmaları (IFEA) Koleksiyonu.

Ha, J. ve Jang, S. (2010). Effects of service quality and food quality: The moderating role of atmospherics in an ethnic restaurant segment. *International Journal of Hospitality Management,* 29(3), 520-529.

Harvey, D. (2006). *Postmodernliğin Durumu.* (S. Savran, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları. (Orijinal eserin yayın tarihi 1990).

Heung, V. C. S. ve Gu, T. (2012). Influence of restaurant atmospherics on patron satisfiction and behavioral

intentions. *International Journal of Hospitality Management*. 31(4), 1167-1177. doi: 10.1016/j.ijhm.2012.02.004

Kauffer, F. (1786). Plan *de la ville de Constantinople et de ses faubourgs*. Erişim adresi https://gallica.bnf.fr/ark:/12148/btv1b53027654c/f1.item.r=kauffer

Kıray, M. (2006). *Toplumsal Yapı Toplumsal Değişme*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Koçyiğit, G. (2007). *Mimarlıkta Yersizleşme ve Yerin-Yeniden-Üretimi*. (Yayınlanmamış doktora Tezi). Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.

Kratke, S. (2014). "Yaratıcı Şehir"lerin Yeni Kentsel Büyüme İdeolojisi. N. Brenner, P. Marcuse, ve M. Mayer, (Der.). *Kar için Değil Halk İçin, Eleştirel Kent Teorisi ve Kent Hakkı* içinde (ss. 182-198). İstanbul: Sel Yayınları.

Lefebvre, H. (2014). *Mekânın Üretimi*. (I. Ergüden, Çev.). İstanbul: Sel Yayıncılık. (Orijinal eserin yayın tarihi 2000).

Niyego, A. (1999). *Haydarpaşa'da Geçen 100 Yılımız*. İstanbul: Kadıköy Hemdat İsrael Sinagogu Vakfı Yayınları.

Orçan, M. (2014). *Osmanlı'dan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*. Ankara: Harf Yayıncılık.

Özdeniz, D. (2015). *Kentsel Toplumsal Hareketlerin Kentlerin Dönüşümüne Etkilerinin Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Pervititch, J. (1937). *12 Kadiköy : Rıhtım talimhane*. İstanbul: Fransız Anadolu Araştırmaları (IFEA) Koleksiyonu.

Özkoçak, S. A. (2009). Kamusal alanın Üretim sürecinde Erken Modern İstanbul Kahvehaneleri. A. Yaşar (Der.). *Osmanlı Kahvehaneler: Mekân, Sosyalleşme, İktidar* içinde (ss. 19-43). İstanbul: Kitap Yayınevi.

Toprak, Z. (1995). Tüketimin Örüntüleri ve Osmanlı Mağazaları. *Cogito*. 5, 25-29.

Uysal, Ü. E. (2006). Soylulaştırma Kuramlarının İstanbul'da Uygulanabilirliği: Cihangir Örneği. *Planlama Dergisi*. 2006(2), 77-92.

Yeldeğirmeni'nin Süpermeni 76 yaşındaki terzi Salamon (2003). Erişim adresi https://www.hurriyet.com.tr/gundem/yeldegirmeninin-supermeni-76-yasindaki-terzi-salamon-38549402

Yırtıcı, H. (2009). *Çağdaş Kapitalizmin Mekânsal Örgütlenmesi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.