

# Toplumu Formatlama Merkezleri: AVM'ler



Zincir Marketlerle ilgili bir önceki [yazımda](#), esas olarak evimize yakın bulunan esnaflık ve ticari komşuluk ilişkilerini irdelemiştim. Daha geniş bir çerçeve çizdiğimizde ise, caddelerimizdeki mağazalar ve hızla onların yerlerini almaya başlayan **Alışveriş Merkezleri (AVM)** geliyor. Kıymetli bir dostumun tavsiyesi de aynı doğrultuda olunca, **AVM**'ler hakkında yazmanın zamanı gelmiştir dedim.

Serde bilişimcilik olunca, ifade ve örneklerde bundan etkileniyor. Bilişimci olmayan dostlarımız için kısaca, **formatlamak = biçimlendirmek** demek. Veri ortamı olan medyanın (harddisk, flashdisk vs) içindekilerini silmek ve yeni verilerin yüklenebilmesi için ortamı sıfırdan hazırlamak demek. Ekilmiş bir tarlanın içinde ne olduğuna dikkate almadan sürmek ve belirlenen sınırlar içinde yeniden tohumlamaya hazır hale getirmek gibi.

Hemen her gelişme veya durumda olduğu üzere, **AVM**'leri de tamamen **yararlı** veya **zararlı** olarak yaftalayıp, katı tavırlar almak, bizleri sağlıklı sonuçlara götürmeyecektir. Faydalı yönlerinden yararlanıp, zararlı yönlerine karşı önlem almak, kendimizi ve neslimizi korumak zorundayız.

Güzel bir tevafuk olarak, **Konaklama İşletmeciliğinde** bu yıl aldığım dersler arasında "**Rekreasyon Yönetimi**" de var. Ders kitabımızdaki ifadesi ile: "*Rekreasyon en genel tanımı ile bireylerin boş zamanları süresince, alternatifler arasında özgürce seçim yapabildikleri, eğlence, zevk ve memnuniyet amacıyla bireysel ya da kolektif olarak gerçekleştirilen herhangi bir aktivite olarak tanımlanmaktadır. (Neumeyer, 1958)*" AVM'leri incelediğimizde, **Kapalı Alan Ticari Rekreasyon** sınıfına uygun olduklarını görüyoruz. Boş zamanlarını değerlendirmek için rekreasyon alanlarını tercih edenler; rahatlama, eğlence ve gelişim sağlamak istiyor. AVM'ler bu beklentilerin yanı

sıra, ihtiyaçların rutin olarak karşılanabileceği bir imkanda verdiği için, doğal **cazibe merkezleri** haline geliyor.

AVM'lerin hayatımıza girmesiyle ulaşabildiğimiz **imkan ve kolaylıkları** dūřündüğümüzde, belli başlı artıları şunlar olabilir: Bir çok ürün ve markayı karşılaştırarak **seçme** özgürlüğü veriyorlar. Kendi aralarında ve normal piyasa ile girdikleri rekabet sonucu ürün ve hizmet fiyatlarının belirli bir dengede kalmasını sağlayıp, kontrolsüz zamları frenliyorlar. Açık havanın sıcak, soğuk ve yağış etkilerinden korudukları için, özellikle yaşlılar ve çocuklar açısından daha **uygun ortamları** var. **Alışveriş** ihtiyacı ile dışarıda yemek-içmek gibi **sosyal ihtiyaçları** birlikte karşılayabiliyorlar. Sokak veya caddelerde maruz kalınabilecek gasp, sarkıntılık veya silahlı saldırı vb. olaylara karşı daha güvenli atmosferleri var. Buldukları bölgenin cazibe merkezi haline gelmelerini sağladıklarından, **emlak ve iř gücü piyasasını** canlandırıyorlar. **Yođun** bir ziyaretçi trafiğine neden oldukları için; altyapı, yol, raylı sistem gibi kent yatırımlarının artmasını ve eksiklerin kısa zamanda giderilmesini tetikliyorlar. Bařka artıları da olabilir ama bunlar bir çırpıda aklıma gelenler.

Yazımdaki iddialı başlığın dayanaklarını bölümler halinde ifade etmeye çalışacağım. **AVM'lerin toplumumuza** yönelik **format** etkilerinin **ekonomik, sosyolojik ve İslam kültürümüzle** ilgili yönlerini bahse değer buluyorum.

AVM'ler, geleneksel mahalle esnaflığı ve mağazacılığını **ekonomik** açıdan kötü etkiliyor. Yakın çevresindeki bir çok iş yerinin **kapanmasına** veya önemli ölçüde **müşteri kaybına** neden oluyor. Yeme-içme alanında da benzer durumların yaşandığını söyleyebiliriz. **Yerel esnafın**, modern AVM yapıları içindeki **kira** ve **aidat** gibi giderleri karşılayabilecek seviyede güçleri olmadığı için, AVM'lerdeki iş yeri sahiplerinin daha çok **kalburüstü zenginler** veya dışarıdan gelen **yatırımcılar** olduğunu söyleyebiliriz.

Hemen her AVM'de bulunan **uluslararası perakendeci zincir mağazaların** ülke ekonomimizdeki kara delikler gibi, zenginliğimizi yurt dışına aktaran **zararlı işletmeler** olduğuna inanıyorum. Serbest piyasa ekonomisine aykırı da olsa, düşüncemi ifade edebilmem gerekir. Yabancı sermayeli perakendeciler ekonomik olarak neden zararlı geliyor? Güçlü tedarik altyapısı ile yurt dışından önemli ölçüde **ithalatı tetikliyor** ve yerli üreticilerin rekabet edemeyeceği şartları dayatıyor. Bu durumda **yerli teknoloji** ve **sanayi** gelişimine doğrudan veya dolaylı **ket** vurulmasına neden oluyor. **Tarım** ve **gıda ürünleri** başta olmak üzere, yerli ürünlerin piyasaya sunulmasında ise, yüksek alım gücünü kullanarak, geniş hacimli ama **çok düşük karlı** satışlarla, kendisine bağlanmak zorunda kalan üreticilerin **sömürülmesine** yol açıyor. Satın alma gücü ile sağladığı avantajı, piyasa şartlarına göre **kar maksimizasyonuna** dönüştürerek bu ülkenin zenginliğinin **yurt dışına transfer** edilmesini sağlıyor. Modern ve görüntüde gönüllü bir **sömürü zinciri** kurduklarına inanıyorum.

Uluslararası perakendecilerin dışında, AVM'lerde yer alan mağazaların önemli bir bölümü de **franchise** tipi **imtiyaz** hakkı ve **sistem** kullanım anlaşmalarıyla, yine çoğunlukla yurt dışı firmalara kaynak aktarılmasına vesile oluyor.

**Sosyal** açıdan, AVM'ler toplumun kaynaşma ve dayanışma reflekslerini geriletiyor. Kendi mahallinde aradığı çeşitliliği ve rahatlığı bulamayan insanlar, boş zamanlarını AVM'lerde geçirmeye başladı. Sinema, yeme içme gibi sosyal etkinliklerin dışında, çocukları gezdirmek için bile AVM'ler tercih

edilir oldu. Bunun sonucunda oturduğumuz binalar ve sokaklar adeta **otel** işlevine indirgendi. Ev dışında, sokak sakinleri ile birlikte geçirilen zamanlar ve paylaşımlar yok denecek kadar azaldı. AVM'lerdeki insan kalabalıkları, **dayanışma** ve **paylaşım** gibi maddi-manevi **sosyal çimento** içermeyen, sadece su ve kumdan karılmış betonlar gibi **zayıf** ve **çürüktür**. AVM'nin kapanış saatinde yada işleri bittiğinde, tıpkı bir konserin sonunda dağılan seyirciler gibi, herkes **evine/oteline** geri döner. Kalıcı dostluklar kurmak çok zordur. Bu kalabalık, toplumun her kesimini **temsil** edemez. AVM'lerde **vakit** ve **para** harcayabilecek insanlar belirlidir. Garibanları, kimsesiz yaşlıları, hastaları oralarda göremezsiniz. Görmediğiniz için onlardan bihaberken, yalnız yaşadığı evinde ölüsü bir kaç gün sonra bulunan yaşlıların, açlıktan insanlık dışı işlere boyun eğmek zorunda kalan düşkünlerin haberlerini her geçen gün daha fazla duymaya başlarsınız. AVM'lerdeki hemen her türlü sosyal etkinlik, **birilerinin para kazanmasına** hizmet etmek için düzenlenir. Toplumun **hayırseverlik**, yardımlaşma ve dayanışma gibi yönleri buralarda **kısır** kalır. Zaman geçtikçe ferdi ve nefsi takılan, kalabalıklar içinde **yalnız** kalmış kişi veya çekirdek aileler topluluğu olmuşlardır.

Çoğunluğu **Müslüman** olan memleketimizin, hızla **Hristiyan** kültürüne evrilmesinde AVM'ler koçbaşı görevini üstlenmiş gibidir. **Noel** ve **yılbaşı** etkinliklerini bütün unsurları ile birlikte icra ediyorlar. Memleketim olan **Muş**'taki bir AVM'nin de **Noel Baba** temalı yılbaşı programları düzenlediğini gördükten sonra, bu yangının sadece büyük şehirleri değil, **Anadolu**'nun her yerini saran bir felaket olduğuna emin oldum. Hristiyan bir **Papazın** hatırasına dayanan, **Sevgililer Günü** gibi batıl ve gayri İslami gün ve kutlamaların sistemli olarak dayatıldığı yerlerden biri de AVM'ler değil midir?

Günlük yaşantısında, sırf **içki** sattığı için bazı dükkanlardan alışveriş yapmayacak kadar **İslami duyarlılığı** olan kimselerin, büyük AVM'lerde bu tavrı gösterebilmesine imkan yok. Koca stantlar kurarak, envai çeşit içki satan AVM'ler yüzünden, gençlerimizin en azından **merakını** celp edeceğini ve **denemek** isteyeceğini biliyoruz. İçki satmanın daha da ötesinde, **Yılbaşı Sepeti** şeklinde içkili-mezeli hazır paketler yapıp, albenisini arttırarak, **şeytanın yoldaşlığına** soyunmuş işletmeler var. Açıkça **domuz** reyonu bulunduran yada **domuz içeren ürünleri** halkımıza satmaya çalışanların sinsiliğini de görmemiz lazım.

**İslam** nazarında boş vakit diye, boşa harcanacak bir zamanımızın olmadığını, her anımızın **hesabını vereceğimiz** gibi, her günün en başta **5 vakit namaz** ile bölümlendiğini, planlı ve **düzenli** bir yaşam şeklinin ön görüldüğünü biliyoruz. AVM'ler ve benzeri ortamlarda dikkatli olunmadığında, **zaman kavramını** kaybedecek kadar **oyalanmak** mümkün oluyor. Önceleri, AVM'lerde işi olanların en büyük sorunlarından birisi de, namaz kılabilirler küçük bir **mescidin** dahi bulunmamasıydı. Güzel bir gelişme olarak; gerek **kamuoyu baskısı**, gerekse namaz kılanlardan da para kazanabilmek amacıyla, artık hemen her AVM'de mescit açılmaya başlandığını görüyoruz.

“Ey Âdemoğulları! Her mescide gidişinizde güzel giysilerinizi giyin ve yiyin, için, fakat **israf** etmeyin, **Çünkü Allah israf edenleri sevmez.**” Buyuruyor A'raf Suresi 31. Ayet-i Kerimesinde **Alemlerin Rabbi** olan **Allah**'ımız. Zaman israfının dışında, AVM'lerin bir etkisi de aslında **ihtiyacımız olmayan** şeylere özendirip anormal harcamalar yapmaya yönlendirmesidir. İsraf derecesinde yapılan harcamalar nedeniyle, insanlarımızın daha fazla çalışması ve yorulup yıpranması gerekiyor. **Tüketim çılgınlığını** sağlamak için önce alışveriş çılgınlığını körüklüyorlar. **Shopping Fest**'ler (Alışveriş Festivalleri) düzenleyerek tüketim ve **kontROLSÜZ harcama** dürtülerini canlı tutmaya çalışıyorlar.

AVM'lerde bulunan **Food Court** (Yiyecek Katı) bölümlerinde, çoğunlukla **fast food** tarzı

yiyeceklerin yendiği uğultu ortamların, en azından estetikten uzak olduğunu, **aille mahremiyetine** uygun huzurlu bir ortamı yansıtamadığını görüyoruz. Yeme içme ihtiyacının **sıradan** ve **aceleye getirilmiş** hale dönüşmesi kaçınılmaz oluyor.

Rüzgara karşı tükürmenin anlamsızlığı gibi, AVM'lere kökten karşı olmakta, hayatın olağan akışına ters bir durum haline geldi. Bundan sonra olması gereken; AVM'lerle birlikte gelen her türlü **melaneti ayıklamak** ve toplum **mayamıza uygun** hizmet yerleri haline getirmektir. Geçmişte; **kervansaraylar**, hanlar, **külliyeler**, kapalı çarşılar, **bedestenler** gibi çağının cazibe merkezlerini kurmuş ve bugünlere kadar ulaşabilmelerini sağlayabilmiş bir **medeniyetin temsilcileriyiz**. Her türlü meşru ihtiyacımızı bulabileceğimiz, zamanı gelince ibadetlerimizi rahatça yapabileceğimiz, **vakıf** benzeri kaynaklarla mazlumlara kol kanat gerebileceğimiz AVM'leri kurabilecek **çaptayız**. Vahşî **kapitalizme hizmet etmeyen**, Hristiyanlık ve Yahudilik geleneklerine **özendirmeyen**, alkol ve domuz gibi **zararlı şeylerin sokulmadığı**, çevresindeki ahali ve yerli esnafın **kendini** bulabileceği, **sosyal sorumluluk projeleri** hayata geçmiş **AVM'lere** en kısa sürede kavuşabilmek dileği ile...

#### Kaynaklar:

<http://ercanozcelik.com/ruhsuz-komsularimiz-zincir-marketler/>

AÖF Rekreasyon Yönetimi

<http://www.franchise.com.tr/franchise-nedir.html>

<http://ercanozcelik.com/kronik-yilbasi-hastaligimiz-noel-kutlamalari/>

<http://ercanozcelik.com/tuketirken-tukenmeyelim/>

<http://ercanozcelik.com/vakiflardan-ne-kaldi-simdikilerin-hepsi-vakif-mi/>

---

## Tüketirken, tükenmeyelim!



Yazılarıma uzunca bir ara verince nedenini kendimce sorgulamaya çalıştım. Kayda değer olanlar: Ülkemize musallat edilen terör olayları ve etkilerinin getirdiği gergin ve bezgin ortam. Günlük hayatın getirdiği olağan sorunlar ve yansımaları. Ekonomik şartların neden olduğu dönemsel zorlukların stresi. Bunların dışında başka nedenlerde sayabilirim ama etkileri bu kadar güçlü değil.

Terör ve etkileri üzerinde daha önce yazdığım ve bu konuda hemen herkes görüş ve düşüncelerini bolca paylaştığı için, kardeşlik ve şuur dilekleriyle bu yazıda kapatıyorum. İş ve özel hayatımızda hepimizin inişli çıkışlı zamanları oluyor. Bu açıdan nefsimde sabır ve gayret telkin ederek ilerlemeye çalışıyorum. Geriye ekonomik şartların yansıması kaldı. Büyükşehirler başta olmak üzere, toplumun tüketim alışkanlıklarının nedenleri ve sonuçları ile doğrudan ilgili olduğu için bu bahsi biraz açmaya karar verdim. Ayrıca geçici yazı yetmezliğim de sona ermiş olacak inşAllah. □

Modern zamanların getirdiği yenilikler ve nimetlerle birlikte bedellerini de üstleniyoruz. Bundan 15-20 yıl öncesine kadar varlığı söz konusu olmayan, ama bugünlerde olmazsa olmaz ihtiyaçlarımıza eklediğimiz tüketim objelerimiz ve konfor beklentilerimiz var. Saydığımız nesnelere ve hizmetlere; iletişim, ulaşım ve yerleşim konularında tepe değerlerine kavuşuyor. Bunların hepsi bir yazı için fazla geleceğinden, iletişim konusunu biraz irdelemeye çalışalım.

İletişim denilince akla ilk gelenler; akıllı cep telefonları, tabletler ve bilgisayarlar ekseninde şekillenen cihazlar ve bunlar üzerinde çalışan yazılım sistemlerinin oluşturduğu geniş bir yelpazeye dağılıyor. Bilgiyi işlemek, üretmek ve saklamak için şekillenen bilgisayar teknolojileri ile, iletişim sağlamak için geliştirilen telefon sistemleri neredeyse tamamen karışarak, sayısız çözümler sunabilen, rekabetçi, kışkırtıcı ve yeniliği tek değişmez değer kabul eden devasa bir devinime yol açtı. Yeni ürün ve özellik anonsları da sıradan haberler kategorisine indi. Devletin bu alandaki olumlu katkıları ve Fatih projesi gibi ulusal kampanyalar sonucu, sayılan bilişim ürünlerine sahiplik ve internet kullanımında çok önemli ivmeler sağlandı. Bu konuda TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) internet sitesinden temin ettiğim veri tablosunu dikkatinize sunuyorum:



	2004	2005	2006 (1)	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>Girişimlerde Bilgiye Teknolojileri Kullanımı</b>												
<b>ICT Usage in Enterprises</b>												
<b>Bilgisayar Kullanımı - Computer Usage</b>	-	87,8	-	88,7	90,6	90,7	91,3	94,0	92,3	92,0	94,4	93,2
<b>İnternet Erişimi - Internet Access</b>	-	80,4	-	85,4	89,2	88,8	90,9	92,4	90,3	89,8	90,9	92,5
<b>Web Sitesi Sahipliği - Having Website</b>	-	49,2	-	63,1	82,4	94,7	92,9	95,4	94,8	93,8	96,6	95,9
<b>Kaazelerde Bilgiye Teknolojileri Kullanımı</b>												
<b>ICT Usage in Households and Individuals</b>												
<b>Bilgisayar Kullanımı (Toplam) - Computer Usage (Total)</b>	23,6	22,9	-	23,4	26,0	48,1	43,2	46,4	48,7	49,9	52,5	54,8
<b>Erkek - Male</b>	31,1	30,8	-	42,7	47,8	58,5	53,4	56,1	58,8	60,2	62,7	64,8
<b>Kadın - Female</b>	16,2	15,9	-	23,7	24,5	38,0	33,2	36,9	38,3	39,8	44,3	45,6
<b>İnternet Kullanımı (Toplam) - Internet Usage (Total)</b>	20,8	17,6	-	20,1	25,9	38,1	41,8	45,8	47,4	48,9	52,8	55,9
<b>Erkek - Male</b>	25,7	24,0	-	29,2	45,4	44,8	51,8	54,9	58,1	59,3	63,8	65,8
<b>Kadın - Female</b>	12,1	11,1	-	20,7	26,6	28,0	31,7	35,3	37,8	38,7	44,1	45,1
<b>Hanehanelerde İnternet erişimi - Households with access to the Internet</b>	7,8	8,7	-	19,7	25,4	39,9	41,8	43,8	47,2	49,1	50,2	59,9

TÜİK, Girişimlerde Bilgiye Teknolojileri Kullanımı Araştırması, Kaazelerde Bilgiye Teknolojileri Kullanımı Araştırması (15-16 yaş arası bireyler)

TurkStat, Use of Information and Communication Technology (ICT) in Enterprises, Use of Information and Communication Technology (ICT) in Households and Individuals (15-16 age group)

(1) 2006 yılında araştırma yapılmamıştır.  
(1) The surveys were not conducted in 2006

Tabloya bir göz attığımızda, işletmelerin süreçlerinde bilgisayar kullanım oranının neredeyse tavan yaptığını, buna karşılık web sitesi sahipliğinde alınacak mesafelerin olduğunu görüyoruz. Evlerde, kadınlar ile erkekler arasındaki bilgisayar ve internet kullanımı farkının kadınlar lehine gittikçe azaldığı anlaşılıyor. Evlerde internet kullanımında ise olağanüstü bir artış ivmesi var. Yani, bilişim toplumu olmanın gereklerini veya altyapısını önemli ölçüde sağlamaya başladık diyebiliriz.

Teknoloji tüketimi ile üretimi arasında belirli bir dengenin kurulması gerekir. Bu durum, tıpkı ihracat ile ithalat arasında olması gereken denge gibidir. Teknoloji üreten ülkelerin bunu hem kullanması hem de diğer ülkelere ihraç etmesi beklenir. Ülke olarak başkalarının pazarı olmaktan kurtulup, üretim-tüketim dengemizi sağlamak zorundayız. Şükürler olsun ki, bu yönde güzel gelişmeler kaydetmeye başladık. Savunma sanayi başta olmak üzere, bir çok konuda etkili ürünlerle dünya piyasalarında yer ediniyoruz yavaş yavaş.

Birey olarak ise, aile bütçemizin yapısına uygun ve gerekli olduğu ölçüde teknolojik ürünlere yatırım yapmaya çalışmamız lazım. Bir aylık maaşından daha fazla bedel ödeyerek, akıllı cep telefonu alıp konuşma ve mesajlar dışında sadece sosyal medya etkinlikleri için kullanan kişiler; aslında kendini görünmez zincirlerle bağlayan gönüllü köleler haline geliyor. Kullanmadığımız özellikler için, sırf desinler diye aldığımız telefonların parasını ödeyebilmek adına, daha fazla çalışmaya, evimizden ocağımızdan kısmaya, sağlığımızı ve huzurumuzu kaybetmeye zorlanıyoruz. Boşa harcanan, aile ve dostlarımızdan sakınarak harcanan zaman israfı da cabası oluyor. Aile bireyleri ve arkadaşlar arasında, markalı ürün giyme gibi takıntı ve özentî yarışlarının en yenisi, teknolojik cihaz çılgınlığı oldu bugünlerde. Üstelik sadece ekonomik erozyonlar değil, eğitim ve kültür transferi açısından da yozlaşma ve daralmalar yaşanıyor artık. Çocuklarımız kitap okumayı öğrenmeden, bilişim ürünlerinin kucağında buluyor kendisini. Okumak zor geliyor, izlemek ve yalan yanlış bilgileri sorgulamadan beğenip paylaşmak sosyalleşmek sayılıyor. Kitap okuyarak ufku genişleten, kelime dağarcığını büyüten çocukların yerine; basma kalıp ve bozuk bir Türkçe ile emojielerin yardımıyla konuşup yazışan, duygularının derinliğini ifade etmekten aciz, yüzeysel takılan nesiller geliyor maalesef.

Teknoloji dūřmanlıđı yapmadan ancak, lüzumsuz ve bilinçsiz yatırımlara girerek teknoloji kölesi de olmadan yaşamayı öğrenmemiz gerekiyor. Peki sen ne yapıyorsun diye soracak olursanız: En azından orta son veya lise çağlarına gelinceye kadar, çocuklarımı cep telefonundan uzak tutmaya çalışıyorum. Evimizde, zorunlu ders ve araştırma ihtiyaçları dışında, hafta içinde çocukların bilgisayarda oyun ve sosyal medya kullanımını engelliyorum. Bazen yalvararak, bazen ödüller vererek bazen de örnek olmaya çalışarak kitap okunmasını teşvik etmeye çalışıyorum. TV konusunda ise, göreceli olarak güvenilir ve daha az sakıncalı kanalların seyredilmesine gayret ediyorum. Beraber olabildiğimiz kısıtlı zamanlarda, kaliteli birliktelikler yaşayabildiğimiz oranda güzel ve etkili sonuçlar alabileceğimizi de biliyorum. Ama, ben de herkes gibi zaafımlarım, yorgunluklarım ve eksiklerimden dolayı her zaman istediğim performansı yakalayamıyorum. Rabbimiz tüm Müslümanlarla birlikte bizlere de dirayet, gayret ve şuur versin. Tükenmeden tüketmeyi, ihtiyacımıza uygun olana sahip olup, israfa kaçmadan kullanabilmeyi nasip etsin diyelim...