

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** dūřundūđumuzde, belli başlı artıları şunlar olabilir: Bir çok ũrũn ve markayı karşılaştırarak **seçme** ũzgũrlũđũ veriyorlar. Kendi aralarında ve normal piyasa ile girdikleri rekabet sonucu ũrũn ve hizmet fiyatlarının belirli bir dengede kalmasını sağlayıp, kontrolsũz zamları frenliyorlar. Açık havanın sıcak, soğuk ve yağış etkilerinden korudukları için, ũzellikle yaşlılar ve çocuklar açısından daha **uygun ortamları** var. **Alışveriş** ihtiyaı ile dışarıda yemek-içmek gibi **sosyal ihtiyaçları** birlikte karşılayabiliyorlar. Sokak veya caddelerde maruz kalınabilecek gasp, sarkıntılık veya silahlı saldırı vb. olaylara karşı daha gũvenli atmosferleri var. Buldukları bũlgenin cazibe merkezi haline gelmelerini sağladıklarından, **emlak ve iř gũcũ 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 bũlũmler halinde ifade etmeye çalışacağım. **AVM'lerin toplumumuza** yũnelik **format** etkilerinin **ekonomik, sosyolojik ve İslam kũltũrũmũzle** ilgili yũnlerini bahse değer buluyorum.

AVM'ler, geleneksel mahalle esnafığı ve mağazacılığını **ekonomik** açıdan kũtũ etkiliyor. Yakın çevresindeki bir çok iř yerinin **kapanmasına** veya ũnemli ũlũde **mũřteri kaybına** neden oluyor. Yeme-içme alanında da benzer durumların yaşandığını sũyleyebiliriz. **Yerel esnafın**, modern AVM yapıları içindeki **kira** ve **aidat** gibi giderleri karşılayabilecek seviyede gũleri olmadığı için, AVM'lerdeki iř yeri sahiplerinin daha çok **kalburũstũ zenginler** veya dışarıdan gelen **yatırımcılar** olduğunu sũyleyebiliriz.

Hemen her AVM'de bulunan **uluslararası perakendeci zincir mağazaların** ũlke ekonomimizdeki kara delikler gibi, zenginliğimizi yurt dışına aktaran **zararlı işletmeler** olduğuna inanıyorum. Serbest piyasa ekonomisine aykırı da olsa, dũřũncemi ifade edebilmem gerekir. Yabancı sermayeli perakendeciler ekonomik olarak neden zararlı geliyor? Gũlũ tedarik altyapısı ile yurt dışından ũnemli ũlũde **ithalatı tetikliyor** ve yerli ũreticilerin rekabet edemeyeceği şartları dayatıyor. Bu durumda **yerli teknoloji** ve **sanayi** gelişimine doğrudan veya dolaylı **ket** vurulmasına neden oluyor. **Tarım** ve **gıda ũrũnleri** başta olmak ũzere, yerli ũrũnlerin piyasaya sunulmasında ise, yũksek alım gũcũnũ kullanarak, geniş hacimli ama **ok dũřũk karlı** satışlarla, kendisine bağlanmak zorunda kalan ũreticilerin **sũmũrũlmesine** yol açıyor. Satın alma gũcũ ile sağladığı avantajı, piyasa şartlarına gũre **kar maksimizasyonuna** dũnũřtũrerek bu ũlkenin zenginliğinin **yurt dışına transfer** edilmesini sağlıyor. Modern ve gũrũntũde gũnũllũ bir **sũmũrũ zinciri** kurduklarına inanıyorum.

Uluslararası perakendecilerin dışında, AVM'lerde yer alan mağazaların ũnemli bir bũlũmũ 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**. Vahşi **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://www.ercanozcelik.com/ruhsuz-komsularimiz-zincir-marketler/>

AÖF Rekreasyon Yönetimi

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

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

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

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