



International
SOCIAL SCIENCES
STUDIES JOURNAL



SSSjournal (ISSN:2587-1587)

Economics and Administration, Tourism and Tourism Management, History, Culture, Religion, Psychology, Sociology, Fine Arts, Engineering, Architecture, Language, Literature, Educational Sciences, Pedagogy & Other Disciplines in Social Sciences

Vol:5, Issue:33
sssjournal.com

pp.2052-2058
ISSN:2587-1587

2019
sssjournal.info@gmail.com

Article Arrival Date (Makale Geliş Tarihi) 12/03/2019 | The Published Rel. Date (Makale Yayın Kabul Tarihi) 26/04/2019
Published Date (Makale Yayın Tarihi) 26.04.2019

MEKÂN TÜKETİMİ BAĞLAMINDA ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN KAFELERLE İLİŞKİSİ

THE RELATIONSHIP BETWEEN UNIVERSITY STUDENTS WITH CAFES IN THE CONTEXT OF VENUE CONSUMPTION

Hasan ÖZDEMİR

Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Entitüsü, Sosyoloji Bölümü, mail: sosyalmakine@gmail.com, Sakarya / Türkiye
ORCID: 0000-0001-5429-5797



Article Type : Research Article/ Araştırma Makalesi

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.26449/sss.j.1416>

Reference : Özdemir, H. (2019). "Mekân Tüketimi Bağlamında Üniversite Öğrencilerinin Kafelerle İlişkisi", International Social Sciences Studies Journal, 5(33): 2052-2058.

ÖZ

Günümüzde tüketim olgusu birçok anlamı içinde barındırmakta ve de insanlar tüketim pratiğini çok farklı şekilde uygulamaktadır. Artık insanların çoğu kendilerini tükettikleri ile tanımlamakta ve yine tükettikleri ile kendilerini ifade edebildiklerini düşünmektedirler. Bununla beraber mekanların tüketilmesi de sembolik bir durum haline gelmiştir. Günümüzde gençler nezdinde sosyalleşme alanları olarak kullanılan kafeler ise mekân olgusunun değişiminde ve bu olgunun yeniden tanımlanmasında büyük rol oynamaktadır. Zira gençlerin büyük çoğunluğu kafeleri; sosyal statülerini ve kendilerine atfettikleri sosyal kimlikleri belirleyen unsur olarak görmektedir. Bu çalışmanın amacı ise kafeler ile öğrenciler arasında ki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu bağlamda 350 üniversite öğrencisi ile anket yapılmıştır. Araştırmada edilen veriler, SPSS programında analiz edilmiştir. Araştırma anket formunda sorular; demografik özellikler, kafe ve sosyal statü ilişkisi, ne için kafelere gittikleri, kafelerde neler yaptıklarına dair sorulardan oluşmaktadır. Araştırma sonucunda üniversite gençlerinin çoğunlukla gittikleri kafelerin sosyal statülerine etki ettiğini düşündükleri, günümüzde iletişim ve etkileşim şekillerinin hızla değişmesi nedeniyle yakın çevreleri ile kafelerde vakit geçirmek istedikleri gibi sonuçlar görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Mekân Tüketimi, Kafe, Üniversite Öğrencisi

ABSTRACT

Today, the phenomenon of consumption contains many meanings and people apply the practice of consumption in a very different way. Most people now identify themselves with what they consume and think they can express themselves with what they consume. However, consuming places has become a symbolic situation. Cafes, which are used as socialization areas in the youth field, play an important role in the change of space phenomenon and the redefinition of this phenomenon. The majority of young people are cafes; they see their social status and the social identities they attribute to them. The aim of this study is to reveal the relationship between cafes and students. In this context, a survey was conducted with 350 university students. The data that are gained by this research is analyzed in an SPSS program. The questions in this survey includes; demographic qualifications, the relationship between social status and café culture, the reasons of their wishes to be in a café, and what they do in a café. By the result of this research it has been found, mostly the students are thinking their choice of cafes have an impact on their social status, by the modern times, because of the methods of connection and interaction is ever-changing rapidly, students want to spend time with their social circle in cafes.

Key Words: Venue Consumption, Café, University Students

1. GİRİŞ

İnsan sosyal bir varlıktır dolayısıyla bireyin duygu, düşünce ve davranışlarının çok azı sosyal yaşantının dışında düşünülebilir. Buna karşın, bireylerin biyolojik ve sosyal hayatlarını idame edebilmesi için inşa edilen fiziksel ortamlarda; ruhsal, toplumsal ve kültürel faktörler genellikle ikincil bir plana atılmaktadır (Gür, 1996). Fiziksel çevre geri plana atılmamalı aksine bir mekanın organizasyonu yapılırken o dönemin fiziksel koşulları ile beraber toplumun sosyo-kültürel yapısı da düşünülmelidir (Araz, 2007).

Türkiye kentleşme tarihi incelendiğinde, şehirlerin gelişiminin garnizona bağımlı olduğu görülmektedir. Büyük ve orta dereceli esnafın durumu o ilde bulunan garnizonların harcamasına bağımlıyken üniversitelerin ülke genelinde yaygınlaşması askeriyeğe bağımlı ekonomik anlayışın değişmesine neden olmuştur (Aktay, 2003).

Üniversiteler buldukları kentlerde mekansal değişimi etkileyen önemli bir yapı haline gelmiştir. Kampüs alanları ve çevresi, küçük ve orta ölçekli şehirlerde bu değişimin tam olarak merkezinde yer almaktadır. Üniversitelerin kurulmasının ardından, şehir alanının genişlemesi, konut piyasasının canlanması, yurt, kafe ve apart gibi mekânların şehrin standart akışına eklenmesi, üniversite öğrencilerinin nüfusunun yoğunlaştığı yerlerde şehir merkezine alternatif yaşam alanları oluşması gibi durumlar kente yönelik büyük yapısal değişimleri de beraberinde getirmektedir (Gürkaynak & Kasımoğlu, 2004).

2. KAFE MEKANLARININ TÜKETİMİ

Tüketim olgusu bir ürün veya hizmetin kullanımından ziyade gelişen teknoloji ve küreselleşme ile birlikte bireylerin kendilerini bir sınıfa veya kimliğe yönelik aidiyet hissetmelerine neden olmaktadır. (Adalı Aydın & Bakır, 2016). Bununla beraber günümüzde sosyal statü, üstünlük psikolojisi, siyasi ve ideolojik boyutlara yönelik başka değerler de güden işlevsel bir sistem halini almıştır (Aytaç, 2006). Odabaşına göre de bireyler tüketimlerine bir anlam atfederek tüketimleri vasıtasıyla beğenilerini ortaya koymak yani bir iletişim kurmak isterler. Bu bağlamda tüketim olgusunun sembolik bir dili olduğunu ve bu dil aracılığıyla diğer bireylere mesajlar ilettiğini belirtir (Odabaşı, 1999). Bu dilin oluşturduğu sembolik atıfları da şu şekilde sıralamaktadır: Sosyal statünün belirlenmesi, bireyin kendini tanımlanması ve o tanıma ilişkin role bürünmesi, bireyin kendini başkalarına karşı ifade etmesi ve tüm bunların üzerine bir kimlik oluşturmasıdır (Chaney, 1996).

Bu bağlamda mekanların sundukları ürün ve hizmetlerin tüketimi aynı zamanda yaşam tarzı ve oluşturulan kimliği de tüketmek anlamına gelmektedir. (Bilgiler, 2012) Başka bir ifadeyle, oluşan bu yaşam tarzını tüketmek, mekânların tüketilmesi ile somut hale gelmektedir (Çakı & Kızıltepe, 2017). Bu doğrultudan hareketle mekanlar, kişilerin kendi yaşantılarında hayata bakış açılarıyla örtüşen ihtiyaç, kimlik ve statü göstergeleri olarak kullanılan farklı kültürlerin kendi bakış açılarına göre bir sosyal alan oluşturduğu yerler olmaktadır (Özen, 2011). Mekanların oluşturduğu bu sosyal dokunun üniversite öğrencileri tarafından tüketiminde en belirgin alan ise kafelerdir.

Kafe sözcüğü Türkçe bir kelime olmayıp literatürde “içecek ve hafif yiyeceklerin satıldığı, bazılarında kapı önlerinde oturacak yerlerin bulunduğu ayaküstü yiyecek yerleri” şeklinde tanımlanmıştır (TDK, 2018).

Kafeler günümüzde sosyal birliktelikleri sağlayan, yeni değerler üretip insanları etkileyen aynı zaman da kişilerin serbest zaman aktivitelerini kullanım şekillerinden etkilenecek kendini dönüştüren mekansal bir araç haline almıştır (Çakı & Kızıltepe, 2017).

Kafe, kahvehanenin daha modern bir hali olup yalnızca erkeklerin gittiği bir mekân olmaktan öte kadınlarında gittiği alanlardır. Bunun yanında kafeler ve kahvehaneler benzer fonksiyonlara sahip olsalar da kafelerin ve kahvehanelerin devamlı müşterileri farklıdır. Kahvehaneler daha çok erkeklerin zaman tükettikleri, esnaf ve emeklilerin gittikleri yerler olmakla birlikte; kafeler ise, cinsiyet farketmeksizin gidilen ve daha çok genç kesim tarafından tercih edilen mekanlardır. (Yağbasan & Ustakara, 2008).

Kafeler hem cinsiyet ve yaş farketmeksizin herkesin gidebileceği bir ortam sunarken hem de sosyal tabakalaşma çerçevesinde sosyal statüyü belirleyen alanlar haline gelmiştir. Günümüzde kafe mekanna yüklenen modernlik algısı akabinde markalaşma ve tüketim kültürünü de peşinden getirmiştir. Bunun bir sonucu olarak kafeler, toplumsal tabakalaşmanın sembolik bir göstergesi olmuştur. (Çağlayan, 20012).

Türkiye de kafeler üzerine yapılan araştırmalar genellikle kahvehaneler üzerine yapılan araştırmalara dahil edilmiştir. Bundan dolayı genel çerçeve de öğrencilerin kafeler üzerinden sosyal birlikteliklerini nasıl oluşturdukları ve hatta bu mekanlar da ne gibi değerler ürettikleri üzerinde durulmamıştır (Sami, 2010).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Mekân tüketimi bağlamında kafelerin, üniversite öğrencilerinin yaşantılarında ne denli yer kapladığını tespit etmeyi amaçlayan bu çalışma; Sakarya Üniversitesinin de öğrenim gören ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora öğrencileri üzerinde anket uygulama yolu ile gerçekleştirilmiştir. Total de 335 kişiyle anket yapılmış aralarından hatalı olan 15 anket değerlendirmeye alınmamıştır. Değerlendirmeye ise; ön lisans programlarından 30, lisans programlarından 235, yüksek lisans programlarından 43 ve doktora programlarından 12 öğrencin yani toplam 320 anket alınmıştır. Anket formu 28 sorudan oluşturulmuştur.

Anket formunda bireylerin demografik özelliklerini, serbest zaman tüketimlerinde neleri öncelik olarak belirlediklerini, sermayelerinin ne kadarını kafelerde harcadıkları ile kafe ve sosyal statü ilişkisini tespit etmeye yönelik sorular bulunmaktadır. Çalışmada frekans ve çapraz ilişki tabloları ile ki-kare analizleri yapılmıştır. Anketler bizzat araştırmacı tarafından uygulanmıştır ve de veriler SPSS programına yüklenerek analiz edilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın temel amacı kafelerin üniversite öğrencilerinin kendi yaşantılarında nasıl bir konuma sahip olduğunu, bu mekanlarda vakitlerini nasıl değerlendirdiklerini, sahip oldukları sermayelerini ne ölçüde bu alanlar da harcadıklarını son olarak da sosyal ve sembolik anlamda ne anlama geldiğini incelemektir. Üniversite öğrencilerinin kendi yaşantılarında büyük yer kaplayan bu yerlerin yine üniversite öğrencilerinin gözünde ne anlama sahip olduklarını öğrenmemiz onların değişen duygu, düşünce ve davranış dünyalarını anlamamız da büyük katkı sağlayacaktır.

3.2. Hipotezler

Üniversite öğrencilerinin çoğu, serbest zamanlarını kafelere giderek tüketmektedir.

Gidilen kafenin sosyal statülerini belirlediğini düşünmektedirler.

Kafelere kadınlar erkeklere göre daha fazla gitmektedir.

Üniversite öğrencileri kafelere yakın çevresiyle vakit geçirmek için gitmektedir.

4. BULGULAR

Üniversite öğrencileri olan çalışma grubumuzun demografik özellikleri, serbest zaman tüketimini nasıl değerlendirdikleri, kafelere gitme sebepleri gibi unsurların incelendiği araştırmanın bu bölümünde, elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Araştırmaya Dair Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların %50'si erkek, %50'si kadınlardan oluşmaktadır. Eğitim gördükleri programların dağılımı ise; ön lisans okuyanlar %9,4, lisans okuyanlar %73,4, yüksek lisans okuyanlar %13,4 ve son olarak doktora programına dahil olanlar ise %3,8 şeklindedir. Yaş dağılımlarına bakıldığında ise %11,9'u 18 yaşında, %20,6'sı 19 yaşında, %15,6'sı 20 yaşında, %19,1'i 21 yaşında, %17,8'i 22 yaşında olmakla beraber; %10,6'sı 23-26 yaş aralığındadır. Geriye kalan %4,4'lük kesim ise 27 yaş ve üzerini temsil etmektedir. Katılımcıların aylık gelir durumuna bakıldığında, %12,8'i 0-400 TL, %46'sı 401-800 TL, %34,1'i 801-1200 TL, %5'i 1201-1600 TL, %1,6'sının da 1601-2000 TL'lik bir gelire sahip oldukları görülmüştür.

4.2. Çalışma Grubunun Serbest Zaman Tüketimine İlişkin Bulgular

Serbest zamanınızı en çok ne yaparak değerlendiriyorsunuz sorusuna, araştırmayadahi olan katılımcılardan 123'ü yüzdesel ifade ile de %38,4'ü kafelere giderek cevabını vermişlerdir. Hemen akabinde 48 kişi yani %15'i de serbest zamanlarını en çok sosyo-kültürel uğraşlara ayırdıklarını belirtmiştir. 41 kişi oransal ifadeyle belirtmek gerekirse %12,8'i de sportif aktivitelerle vakit geçirdiklerini gösterirken; %11,3'lük bir orana tekabül eden 36 kişi ikamet ettikleri yerde vakit geçirdiklerini belirtmiştir. Geriye kalan 31 kişi (%9,7) ise serbest zamanlarını en çok ders çalışarak geçirdikleri şeklinde cevap vermişlerdir. Son olarak da geriye kalan 27 (%8,4) kişi de kafe dışında ki eğlence mekanlarında vakitlerini geçirdiklerini işaret etmiştir. Bu bağlamda üniversite öğrencilerinin dişe dokunur bir farkla serbest zamanlarını en çok kafelere giderek geçirdikleri çıkarımını yapmak yanlış olmayacaktır. Burdan hareketle çalışmanın hipotezlerinden biri olan üniversite öğrencilerinin çoğu, serbest zamanlarını kafelere giderek tüketmektedir savı doğrulanmaktadır.

Tablo1: Cinsiyet Değişkeni ile Öğrencilerin Serbest Zamanlarında En Çok Ne Yaptıkları İlişkin Ki-Kare Analizi

X2: 15, 354 df: 6 p: ,018		Cinsiyetiniz?		Total
		Erkek	Kadın	
Serbest Zamanınızı En Çok Ne Yapararak Değerlendiriyorsunuz?	Kafeler Giderek	50	73	123
		40,7%	59,3%	100,0%
	Sportif Aktivitelerle	23	18	41
		56,1%	43,9%	100,0%
	Sosyo-Kültürel Uğraşlar İle	28	20	48
		58,3%	41,7%	100,0%
	Ders Çalışarak	20	11	31
		64,5%	35,5%	100,0%
Kafe Dışında ki Eğlence Mekanlarında	17	10	27	
	63,0%	37,0%	100,0%	
Alışveriş Yapararak	3	11	14	
	21,4%	78,6%	100,0%	
İkamet Ettiğim Yerde Vakit Geçirerek	19	17	36	
	52,8%	47,2%	100,0%	
Total	160	160	320	
	50,0%	50,0%	100,0%	

Üniversite öğrencilerinin serbest zamanların da en çok ne yaptıklarının cinsiyet ile bir ilişkisi olup olmadığına dair verilerin gösterildiği tablo1’de: Kafelere giderek cevabını veren erkeklerin oranı %40,7 iken kadınların oranı %59,3’tür. Bu durumda çalışmanın hipotezlerinden biri olan kadınlar kafelere erkeklere göre daha fazla gitmektedir önermesi doğrulanmıştır.

Serbest zamanlarını en çok sportif aktiviteler ile geçiren erkeklerin oranı %56,1 iken kadınların oranı %49,9’dur. Burdan hareketle erkeklerin kadınlara nazaran sportif aktiviteler ile daha çok ilgilendiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Buna karşın alışveriş yaparak serbest zamanlarını geçirme durumu ise erkeklerde %21,4 oranındayken bu oran kadınlarda %78,6’dır. Sosyo-kültürel uğraşlar ile diyen erkeklerin oranı ise %58,3’tür. Bu şıkkı işaretleyen kadınların yüzdesi ise, %41,7’dir. Bu soruya ders çalışarak cevabını veren erkeklerin oranı %64,5, kadınları yüzdesi ise %35,’tir. Serbest zamanlarını en çok kafe dışında ki eğlenece mekanlarında geçiren erkeklerin oranı ise %63’tür. Buna karşın kadınların oranı %37’dir. Serbest zamanlarını en çok ikamet ettikleri yerde geçiren erkeklerin oranı %52,8 iken kadınların oranı ise %47,2’dir. Yapılan ki-kare analizinde ise ($P < ,018$) olduğu görülmüştür. Yani Cinsiyete göre serbest zaman aktivitelerini en çok nerede geçirdiklerine dair anlamlı bir ilişki söz konusudur.

4.3. Kafe Mekanlarına Yönelik Tutumlarına Dair Bulgular

Tablo2: Öğrencilerin Kafelere Hangi Kriterlere Göre Gittiklerine ve de Neden Gittiklerine İlişkin Dağılımlar

		En Çok Hangi Kriterlere Göre Gideceğiniz Kafeyi Seçiyorsunuz?					Total
		Ucuz Olması	Ortamın Samimi Olması	Verilen Hizmetin Kalitesi	Çevreme Beni Saygın Biri Olarak Göstermesi	Kafenin Konseptinin Bana Hitap Etmesi	
Kafeye Ne İçin Gidiyorsunuz?	Oyun Oynamak İçin	11	11	0	0	0	22
		50,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
	Arkadaşlarımla Beraber Sohbet Etmek İçin	17	65	27	6	39	154
		11,0%	42,2%	17,5%	3,9%	25,3%	100,0%
	Bir Şeyler Yemek-İçmek İçin	6	6	12	0	23	47
		12,8%	12,8%	25,5%	,0%	48,9%	100,0%
	Ders Çalışmak İçin	5	0	0	0	0	5
		100,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	100,0%
Eğlenmek İçin	5	7	5	0	18	35	
	14,3%	20,0%	14,3%	,0%	51,4%	100,0%	
Canlı Müzik Dinlemek İçin	0	5	2	0	5	12	
	,0%	41,7%	16,7%	,0%	41,7%	100,0%	
Kendimi Rahat Hissettiğim İçin	5	0	17	0	5	27	
	18,5%	,0%	63,0%	,0%	18,5%	100,0%	
Total	49	94	63	6	90	302	
	16,2%	31,1%	20,9%	2,0%	29,8%	100,0%	

Bu çalışmaya katılan 320 kişi olmasına karşın tablo 2 incelendiğinde cevaplayan 302 kişi görülmektedir. Bunun sebebi kafelere gitmiyorum yanıtını veren 18 kişinin bu çapraz tabloya dahil edilmemesinden kaynaklanmaktadır. Tabloya tekrar bakıldığında kafeye ne için gidiyorsunuz sorusuna oyun oynamak için gidiyorum cevabını veren 22 kişi vardır ve bunların %50'si gittiklerin mekânın ucuz olmasına önem verirken diğer %50'si de mekânın samimiyetine önem verdiği görülmektedir. Ayrıca arkadaşlarıyla beraber sohbet etmek için kafeye diyorum diyenlerin sayısı 154'tür. Bunların %11'i mekânın ucuz olmasına, %42,2'si ortamın samimi olmasına, %17,5'i verilen hizmetin kalitesine, %3,9'u da çevresine saygın biri olarak görülmesine dikkat etmektedir. Geri kalan %25,3'ü de mekânın konseptinin bana hitap etmesi şeklinde cevaplar vermiştir. Bir şeyler yemek-içmek için giden 47 kişi olduğu, bu öğrencilerin %48,9'u kafenin konseptinin kendilerine hitap edip etmediklerine öncelik verirken verilen hizmetin kalitesine bakanların oranı %25,5'tir. Bununla beraber ucuz olmasına dikkat edenlerin oranı %12,8 iken aynı şekilde ortamın samimiyetini önemseyenlerin oranında %12,8'dir. Ders çalışmak için kafeye gidenlerin sayısı 5'tir. Ve bu beş kişi de mekânın ucuz olmasına önem vermektedir. Ayrıca eğlenmek için kafeye giden toplam 35 kişidir. Bunların %51,4'ü konseptlerin kendilerine hitap etmesine bakarken, %20'si ortamın samimiyetine bakmaktadır. Geri kalan 10 kişinin 5'i (%14,3) mekânın ucuzluğuna diğer 5 (%14,3) kişi ise verilen hizmetin kalitesine bakmaktadır. Canlı müzik dinlemek için kafelere giden öğrenci sayısı ise 12'dir. Bu 12 kişiden 5'i kafenin konseptine, 5'i ortamın samimiyetine son olarak da geri kalan 2 kişi ise verilen hizmetin kalitesine bakmaktadır. Kafelere kendini rahat hissettiği için giden 27 kişi var ve bu 27 kişinin dağılımları ise şu şekildedir: %63'ü verilen hizmetin kalitesine bakmakta, %18,5'i ucuz olmasına önem verirken diğer %18'i de kafenin konseptini kendi önceliği haline getirmiştir.

Bu tablonun en dikkat çekici yanı ise, kafenin ucuz olup olmadığının haricinde ki seçenekler kişilerin beğeni, istek ve arzuları ile bağdaşmaktadır. Ve 253 kişi diğer seçenekleri seçerek aslında giriş kısmında anlatılmak, vurgulanmak istenen; mekanlar ürün ve hizmet dışında kimlik, sosyal statü gibi değerleri de somutlaştırarak pazarlıyor savını desteklemektedir.

Tablo3: Öğrencilerin Kafelere Hangi Sıklıkla Gittiklerine İlişkin Dağılımlar

	Frekans	Oran
Her gün	28	8,8
Haftada 2-3 kez	106	33,1
Haftada 1 kez	112	35,0
İki Haftada birkaç kez	29	9,1
Ayda birkaç kez	27	8,4
Gitmiyorum	18	5,6
Total	320	100,0

Tablo 3 incelendiğinde hergün kafeye gidenlerin oranının %8,8 görülmektedir. Bunun yanında haftada 2-3 kez şeklinde cevap verenlerin oranı ise %33,1'dir. Haftada bir kez gidenlerin oranı ise %35'tir. Diğer taraftan iki hafta birkaç kez diyen oranı %9,1, ayda birkaç kez gidenlerin oranı ise %8,4'tür. Son olarak gitmiyorum cevabını veren %5,6 oranında bir kitle mevcuttur. Bu frekans tablosundan da anlaşıldığı üzere üniversite öğrencilerinin kafelere gitme oranı gitmiyorum diyenlerin sayısına göre bir hayli yüksektir. Ve üniversite öğrencilerinin kafe mekanlarını bir hafta da tüketme oranı ise %76,9'dur.

Tablo4: Cinsiyet Değişkenine Göre Gidilen Kafenin Sosyal Statüyü Belirleme Durumuna İlişkin Ki-Kare Analizi

X2: 1,619 df: 1 p: 0,203		Gittiğiniz Kafenin Sosyal Statünüzü Belirlediğini Düşünüyor musunuz?		Total
		Evet	Hayır	
Cinsiyetiniz?	Erkek	95 59,4%	65 40,6%	160 100,0%
	Kadın	106 66,3%	54 33,8%	160 100,0%
Total		201 62,8%	119 37,2%	320 100,0%

Tablo 4'te belirtildiği üzere, gittiğiniz kafenin sosyal statünüzü belirlediğini düşünüyor musunuz sorusuna; bu çalışmaya katılanların %62,8'i evet derken %37,2'si hayır cevabını vermiştir. Soruya evet (%62,8) şeklinde cevap veren erkeklerin kendi içinde ki oranı %59,4 iken; evet diyen kadınların kendi içinde ki oranı da %66,3'tür. Soruya hayır (%37,2) şeklinde cevap veren erkeklerin kendi içinde oranı %40,6 iken bu oran kadınlar arasında %33,8'dir. Gidilen kafenin sosyal statüyü belirlediğini düşünenlerin oranı bu şekilde düşünmeyenlere karşı bir hayli fazladır ve bu durum çalışmanın hipotezlerinden birini doğrulamaktadır. Bununla birlikte cinsiyetin ile gidilen kafenin sosyal statüyü belirlediği durumu arasında anlamlı bir farkın

olmadığı ($P>,05$) yapılan ki-kare analizinde saptanmıştır. Çünkü her iki cinsiyet gurubunda da sosyal statü belirleyicilerinden birinin gidilen kafe olduğu açıkça görülmektedir ve evet ile hayır cevapları arasında ki oran ise tolde %25,6'dır. Bu oran erkeklerde %18,8, kadınlarda ise %32,5'tir.

Tablo5: Öğrencilerin Kfelerde Nae Kadar Vakit Geçirdiklerine ve Para Harcadıklarına Dair Dağılımlar

		Kafeye Gittiniğinizde Ortalama Ne Kadar Vakit Geçiriyorsunuz?						Total
		30dk-1 saat	1-2 Saat	2-3 Saat	3-4 saat	4-5 saat	5+ saat	
Kafeye Gittiniğinizde Ortalama Ne Kadar Para Harcıyorsunuz?	0-10 TL	0	6	6	5	0	0	17
		,0%	35,3%	35,3%	29,4%	,0%	,0%	100,0%
	11-20 TL	5	55	60	24	0	0	144
		3,5%	38,2%	41,7%	16,7%	,0%	,0%	100,0%
	21-30 TL	0	35	52	6	0	0	93
		,0%	37,6%	55,9%	6,5%	,0%	,0%	100,0%
	31-40 TL	0	0	11	20	5	0	36
		,0%	,0%	30,6%	55,6%	13,9%	,0%	100,0%
	40+ TL	0	6	0	0	0	6	12
		,0%	50,0%	,0%	,0%	,0%	50,0%	100,0%
	Total	5	102	129	55	5	6	302
		1,7%	33,8%	42,7%	18,2%	1,7%	2,0%	100,0%

Araştırmaya toplam 320 kişi katılmış olmasına karşın tablo5'te cevaplayan sayısının 302 olduğu görülmektedir. Bunun sebebi ise kafelere gitmiyorum diyen 18 kişinin bu tabloya dahil edilmemesinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca üniversite öğrencilerinin kafeye gittiklerinde ne kadar vakit ve para harcadıklarına ilişkin veriler ise tablo5'te belirtilmiştir. Şöyle ki: Kafelerde 0-10 TL harcayanlar içinde oransal olarak en fazla yüzde 1-2 saat vakit geçiren %35,3 kesim ile 2-3 saat vakit geçiren %35,3 kesimdir. Bu durum 11-20 TL harcayanlar arasında 2-3 saat vakit geçiren %41,7'lik bir kesim şeklindedir. Aynı şekilde 21-30 TL harcayanlar arasında da en yüksek oran %55,9 ile 2-3 saat vakit geçirenlerdir. Buna karşın 31-40 TL harcayanlar içinde en yüksek oran %55,6 ile 3-4 saat vakit geçirenlerdir. 40 TL üzeri harcayanlar da ise dağılım %50 oranında 1-2 saat vakit geçirenler ile, %50 oranında 5 saat üzeri vakit geçirenler arasında dağılmıştır. Tablo5'ten anlaşılmaktadır ki: Üniversite öğrencileri kafelerde ortalama en fazla 2-3 saat vakit geçirmekte ve de 21-30 TL arasında harcama yapmaktadır.

5. SONUÇ

Kafeler günümüzde sadece ürün veya hizmet veren yapılardan ziyade bireyin bu mekân üzerinden bir sosyal kimlik oluşturmaya neden olabilecek düzeyde bir yapı haline gelmiştir. Ayrıca bu kimlik üzerinden inşa edilen sosyal statüyü, belirleyen alanlar haline de bürünmüştür. Daha anlaşılır bir ifade ile artık günümüzde kafeler ve insanlar arasında karşılıklı bir etkileşim söz konusudur. Kişi kendi duygu, düşünce ve davranış dünyasına göre bir mekâna gitmekte ve mekânın ona sunduğu değerleri tüketmektedir. O mekânın sunduğu atmosfer de aynı zamanda bireyin dikkatini çekmektedir. Bu süreçte mekân da bireylerden etkilenip onun değişen dünyasına yak uydurmaktadır. Çalışmanın sonucunda; Üniversite öğrencilerinin çoğu, serbest zamanlarını kafelere giderek tüketmektedir hipotezimiz doğrulanmış olmakla beraber; gidilen kafelerin sosyal statüyü belirlediğini öne sürdüğümüz savımızın da pratikte doğrulanmıştır. Bununla birlikte kadınların kafelere erkeklere nazaran daha fazla gittiği iddiamız doğrulanmış olmakla beraber öğrencilerin kafelerde arkadaş çevresi ile beraber vakit geçirdikleri gözlenmiştir. Araştırma verilerinin yalnızca Sakarya Üniversitesinde öğrenim gören öğrencilerden oluşması, bu araştırmanın temel sınırlılıklarından biridir.

KAYNAKÇA

- Adalı Aydın, G., & Bakır, Z. N. (2016). Tüketim Kültürü Bağlamında Bir Mekân Değerlendirmesi Olarak Kahve Kafelerin Üniversite Öğrencileri Tarafından Tüketimi. *Journal of Strategic Research in Social Science*, 59-84.
- Aktay, Y. (2003). Üniversiteden Multiversiteye Taşra-Merkez. *Toplum ve Bilim Dergisi*, 93-122.
- Araz, A. (2007, Haziran). Kafelerde Mekan örgütlenmesi: Trabzon Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü İç Mimarlık Anabilim Dalı.
- Aytaç, Ö. (2006). Tüketimcilik ve Metalaşma Kısacasında Boş Zaman. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 27-53.

- Bilgiler, L. (2012). Mekanların Tüketimi: Eskişehir'deki Konulu Kafeler Üzerine Bir Değerlendirme. E. Dağtaş (Dü.) içinde, *Küreselleşme Medya Toplum* (s. 349-378). Ankara: Birgün Kitap.
- Chaney, D. (1996). *Yaşam Tarzları*. (İ. Kutluk, Çev.) Ankara: Dost Kitabevi.
- Çağlayan, S. (20012). Anadolunun İlk Kamusal Mekanı: Kahvehane. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 95-110.
- Çakı , F., & Kızıltepe, B. (2017). Üçüncü Yerler Olarak Kafeler ve Gençlik: Balıkesir Örnek. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 173-202.
- Gür, Ş. (1996). *Mekan Örgütlenmesi*. Trabzon: Gür Yayıncılık.
- Gürkaynak, M., & Kasımoğlu, M. (2004). Türkiye'de Üniversite-Komşu Çevre Etkileşimi. *Amme İdaresi Dergisi*, 147-162.
- Odabaşı, Y. (1999). *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumun Tüketim Toplumuna Dönüşümü*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Özen, Y. (2011). Kişisel, Sosyal, Ulusal ve Küresel Sorumluluk Bağlamında Toplumun Yeniden İnşası: Mekân. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 137-148.
- Sami, K. (2010). Halk Kültürü Bağlamında Kahvehanelerin Toplumsal ve Mekânsal Dönüşümleri Diyarbakır Kent Örneği. *Millî Folklor Dergisi*, 159-172.
- TDK. (2018, Aralık). <http://tdk.gov.tr>. TC. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Kurumu Türk Dil Kurumu: http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5c2829dc2c7c61.64650304 adresinden alındı
- Yağbasan, M., & Ustakara, F. (2008). Türk Toplumunda Kahvehane ve Kafelerdeki İletişimsel Ortamı Belirleme Yönelik Bir Alan Araştırması. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 233-260.