

## EDITORS

PROF. DR. RAUL D.S.G. CAMPILHO  
ASSOC. PROF. DR. PARVIN AHANCHI  
EMIL RAUL OGLU AGAYEV

---

# IITH INTERNATIONAL ISTANBUL SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS PROCEEDINGS BOOK



ALGERIA, AZERBAIJAN, CANADA, CHINA, GEORGIA, INDIA, INDONESIA,  
IRAN, KOSOVO, KUWAIT, MAURITIUS, MOROCCO, NAMIBIA, NEPAL,  
NIGERIA, PAKISTAN, PHILIPPINES, PORTUGAL, SPAIN, TÜRKIYE,  
UZBEKISTAN, VIETNAM.

ISBN: 978-605-73228-5-2

ALGERIA, AZERBAIJAN, CANADA, CHINA, GEORGIA,  
INDIA, INDONESIA, IRAN, KOSOVO, KUWAIT,  
MAURITIUS, MOROCCO, NAMIBIA, NEPAL, NIGERIA,  
PAKISTAN, PHILIPPINES, PORTUGAL, SPAIN, TÜRKIYE,  
UZBEKISTAN, VIETNAM.

# 11TH INTERNATIONAL ISTANBUL SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS PROCEEDINGS BOOK

*OCTOBER 15-17, 2022*  
(ONLINE & FACE TO FACE PARTICIPATION)  
ISBN: 978-605-73228-5-2

## EDITORS

PROF. DR. RAUL D.S.G. CAMPILHO  
ASSOC. PROF. DR. PARVIN AHANCHI  
EMIL RAUL OGLU AGAYEV

BZT AKADEMI YAYINEVİ®  
BZT ACADEMY PUBLISHING HOUSE 2021©

TURKEY, GERMANY  
TR: +90543 671 0123 GR: +491774586777

# 11<sup>TH</sup> INTERNATIONAL ISTANBUL SCIENTIFIC RESEARCH CONGRESS

OCTOBER 15-17, 2022

ONLINE & IN-PERSON PARTICIPATION  
ISTANBUL, TÜRKİYE

## CONGRESS PROCEEDINGS BOOK

### EDITORS

**PROF. DR. RAUL D.S.G. CAMPILHO**  
**ASSOC. PROF. DR. PARVIN AHANCHI**  
**EMIL RAUL OGLU AGAYEV**

**BZT AKADEMİ YAYINEVİ®**

TURKEY, GERMANY

TR: +90543 671 0123 GR: +491774586777

internationalistanbulcongress@gmail.com

<https://www.internationalistanbulcongress.com/>

All rights reserved

**BZT AKADEMİ YAYINEVİ®**

BZT ACADEMY PUBLISHING HOUSE 2021©

**Publishing Date: 21.10.2022**

**ISBN: 978-605-73228-5-2**

# DİJİTAL KÜLTÜRÜN ALIŞVERİŞ MEKANLARINA ETKİSİ

Zeynep Yıldız<sup>1</sup>, Bilgehan Yılmaz Çakmak<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Konya Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Konya, Türkiye.

ORCID NO: 0000-0001-7724-5215

<sup>2</sup>Konya Teknik Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Mimarlık Bölümü, Konya, Türkiye.

ORCID NO: 0000-0003-4199-0648

## ÖZET

Alışveriş mekanları ekonomi, kültür, teknoloji gibi gelişmeler ekseninde tarih boyunca değişmiştir. İlkçağlardan bugüne kadar eylemin gerçekleşme biçimi, toplum yapısı, tüketim kültürü ve dönemin en önemli gelişim metası alışveriş mekanlarını doğrudan ya da dolaylı olarak bir dönüşüme zorlamıştır. Bilimsel Devrim, Tarım Devrimi, Sanayi Devrimi gibi tarihsel olaylar ve kapitalizm gibi ekonomik sistemler yanı sıra tüketim ve postmodern toplumlar da alışveriş mekanlarının gelişiminde önemli roller oynamıştır.

21. yy' a geldiğimizde ise gelişen teknoloji, yapay zeka ve otonom sistemler gündelik hayatın önemli bir kısmı haline gelmiştir. Gelişen teknolojinin bir ürünü olan dijitalleşme, insanı toplumu ve kültürü de değiştirmektedir. Bu değişim mimari mekanlara da yansımaya başlamıştır.

Bu çalışma kapsamında alışveriş mekanlarının gelişim süreci ele alınmıştır. Geçmişten günümüze toplum-kültür ve alışveriş mekanları arasındaki ilişki analiz edilmiştir. Günümüzün en önemli söylemi dijitalleşmenin topluma ve mekana etkileri tartışılmıştır. Bu çalışmanın asıl amacı, dijital kültürün alışveriş mekanına etkilerini incelemek ve günümüzde alışveriş mekanlarının tasarımında görülen yeni eğilimleri tespit etmektir.

**Anahtar kelimeler:** dijitalleşme tüketim, alışveriş merkezi.

## THE EFFECT OF DIGITAL CULTURE ON SHOPPING PLACES

### ABSTRACT

Shopping venues have changed throughout history on the axis of developments such as economy, culture and technology. From the ancient times until today, the realization of the action, the social structure, the consumption culture and the most important development commodity of the period have directly or indirectly forced the shopping venues into a transformation. Historical events such as Scientific Revolution, Agricultural Revolution, Industrial Revolution, and economic systems such as capitalism, as well as consumption and postmodern societies have played important roles in the development of shopping spaces.

When we come to the 21st century, developing technology, artificial intelligence and autonomous systems have become an important part of daily life. Digitalization, which is a product of developing technology, also changes people, society and culture. This change has begun to reflect on architectural spaces as well.

Within the scope of this study, the development process of shopping places is discussed. The relationship between society-culture and shopping places from past to present has been analyzed. The most important discourse of today, the effects of digitalization on society and space has been discussed. The main purpose of this study is to examine the effects of digital culture on shopping space and to identify new trends in the design of shopping spaces today.

**Keywords:** digitalization consumption, shopping center.