İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

KAMUSAL ALAN VE ALIŞVERİŞ FONKSİYONU ETKİLEŞİMİNİN MEKANSAL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Demet DİNÇER

Anabilim Dalı : Mimarlık

Programı : Mimari Tasarım

HAZİRAN 2010

İSTANBUL TEKNİK ÜNİVERSİTESİ ★ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

KAMUSAL ALAN VE ALIŞVERİŞ FONKSİYONU ETKİLEŞİMİNİN MEKANSAL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ
Demet DİNÇER
(502071012)

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih : 06 Mayıs 2010
Tezin Savunulduğu Tarih : 08 Haziran 2010

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Arda İNCEOĞLU (İTÜ)
Eş Danışman : Yrd. Doç. Dr. Hakkı YIRTICI (İKÜ)
Diğer Jüri Üyeleri : Doç. Dr. Seda TÖNÜK (YTÜ)
Yrd. Doç. Dr. İpek AKPINAR (İTÜ)
Yrd. Doç. Dr. Hüseyin KAHVECİOĞLU (İTÜ)

HAZİRAN 2010

Aileme,

ÖNSÖZ

Çalışmam boyunca görüşleri ile bana yol gösteren tez danışmanlarım Doç. Dr. Arda İnceoğlu ile Yard. Doç. Dr. Hakkı Yırtıcı'ya; çalışma süresince anlayışından ötürü sayın Prof. Dr. Mehmet Şener Küçükdoğu'ya ve araştırmalarımdaki desteği için TÜBİTAK'a teşekkürlerimi sunuyorum.

Eğitim hayatım boyunca desteklerini her daim hissettiğim, Göney, Dinçer, Devin ailelerine ve can dostuma gösterdikleri sabır ve güven için minnet duyuyor; tezimi onlara, beni ben yapan aileme ithaf ediyorum.

Mayıs 2010 Demet DİNÇER

(Mimar)

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ÖNSÖZ ..... **v**
İÇİNDEKİLER ..... **vii**
KISALTMALAR ..... **ix**
ÇİZELGE LİSTESİ ..... **xi**
ŞEKİL LİSTESİ ..... **xiii**
ÖZET ..... **xv**
SUMMARY ..... **xvii**
1. GİRİŞ **1**
2. KAMUSALLIK VE TÜKETİM İLE İLİŞKİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE **3**
2.1 Amaç 3
2.2 Kamusal Alan Kavramı 3
2.2.1. Kamu, Kamusal, Özel Kavramlarının Tanımlanması 3
2.2.2. Kamusal, Özel Mekan Değişimi 6
2.3 Alışveriş ve Tüketim Kavramları 9
2.3.1. Alışveriş Kavramı 9
2.3.2. Tüketim Kavramı 9
2.4 Kavramsal Çerçeve Üzerine Değerlendirme 12
3. TARİHSEL SÜREÇTE KENTTEKİ KAMUSAL ALAN - ALIŞVERİŞ BİRLİKTELİĞİ **15**
3.1 Amaç 15
3.2 Modern Öncesi Dönem 15
3.2.1 Erken Uygarlıklar 16
3.2.1.1 Agora 16
3.2.1.2 Forum 17
3.2.2 Ortaçağdan Erken Moderne Geçiş Dönemi 19
3.3 Modern Dönem 23
3.2.1 Erken Modern Dönem 25
3.2.1 Modern Dönem 32
3.4 Bölüm Değerlendirme 53
4. İSTANBUL'DAKİ ÇAĞDAŞ ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ **55**
4.1 Amaç 55
4.2 İstanbul'da Kamusal Alan – Alışveriş Fonksiyonu Etkileşimi 56
4.3 Bölüm Değerlendirme 68
5. TARİHSELSÜREÇTEKİ KAMUSAL ALAN DEĞİŞİMİNİN ALIŞVERİŞ FONKSİYONU ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ **69**
5.1 Değerlendirme Kriterleri 70
5.1.1 Kent merkezi / Kent çeperi 71
5.1.2 Açık / Yarı açık / Kapalı yapılaşma 72
5.1.3 Dışa dönük / İçe dönük yapılaşma 74
5.1.4 Değişkenlik / Sabitlik 76

5.2 Değerlendirme 77
5.3 Tablo Değerlendirme Sonuçları 104
5.3.1 Yapının kentteki konumu 104
5.3.2 Kent ile yapı fiziksel ilişkisi 107
5.3.3 Fiziksel mekânın kullanıcı ile ilişkisi 108
5.3.4 Fiziksel mekânın dönüştürülebilirliği 112
6. SONUÇ VE TARTIŞMA 115
KAYNAKLAR 119

KISALTMALAR

AVM : Alışveriş Merkezi
BSCS : British Council of Shopping Centres
DD : Demet Dinçer
TDK : Türk Dil Kurumu

ÇİZELGE LİSTESİ

Sayfa

Çizelge 5.1 : Agora değerlendirme tablosu. 75
Çizelge 5.2 : Forum değerlendirme tablosu. 76
Çizelge 5.3 : Market ve Pazar halleri değerlendirme tablosu. 77
Çizelge 5.4 : Kapalı Çarşı değerlendirme tablosu. 78
Çizelge 5.5 : Cheapside Alışveriş Caddesi değerlendirme tablosu. 79
Çizelge 5.6 : Saint-Hubert Pasajı değerlendirme tablosu. 80
Çizelge 5.7 : Bon Marche değerlendirme tablosu. 81
Çizelge 5.8 : Vittorio Emmanuele II Pasajı değerlendirme tablosu. 82
Çizelge 5.9 : Lijbaan Alışveriş Caddesi değerlendirme tablosu. 83
Çizelge 5.10 : Beurstraverse Alışveriş Caddesi değerlendirme tablosu. 84
Çizelge 5.11 : Northland AVM değerlendirme tablosu. 85
Çizelge 5.12 : Southdale AVM değerlendirme tablosu. 86
Çizelge 5.13 : The Bull Ring değerlendirme tablosu. 87
Çizelge 5.14 : Blackburn değerlendirme tablosu. 88
Çizelge 5.15 : The Brent Cross AVM değerlendirme tablosu. 89
Çizelge 5.16 : Vasco da Gama AVM değerlendirme tablosu. 90
Çizelge 5.17 : The Bullring AVM değerlendirme tablosu. 91
Çizelge 5.18 : İstanbul Galleria AVM değerlendirme tablosu. 92
Çizelge 5.19 : İstanbul Akmerkez AVM değerlendirme tablosu. 93
Çizelge 5.20 : İstanbul Carousel AVM değerlendirme tablosu. 94
Çizelge 5.21 : İstanbul Profilo AVM değerlendirme tablosu. 95
Çizelge 5.22 : İstanbul Metrocity AVM değerlendirme tablosu. 96
Çizelge 5.23 : İstanbul Cevahir AVM değerlendirme tablosu. 97
Çizelge 5.24 : İstanbul Kanyon AVM değerlendirme tablosu. 98
Çizelge 5.25 : İstanbul İstinyePark AVM değerlendirme tablosu. 99
Çizelge 5.26 : İstanbul Meydan AVM değerlendirme tablosu. 100
Çizelge 5.27 : Forum İstanbu AVM değerlendirme tablosu. 101
Çizelge 5.28 : Genel değerlendirme tablosu. 103

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa

Şekil 3.1 : Agora genel yerleşim planı. 15
Şekil 3.2 : Forum genel yerleşim planı. 16
Şekil 3.3 : Trajan Forumu görseli. 17
Şekil 3.4 : Forum ve çevresindeki yapılar. 17
Şekil 3.5 : Como, açık pazar alanı 19
Şekil 3.6 : Como, kolonatlı yarı açık mekan 19
Şekil 3.7 : Kapalı Çarşı genel yerleşim planı haritası.. 21
Şekil 3.8 : Kapalı Çarşı hava fotoğrafı.. 21
Şekil 3.9 : İngiltere, Cheapside Bölgesi eski görseli 24
Şekil 3.10 : Cheapside Alışveriş Caddesi genel görünümü.. 24
Şekil 3.11 : Galerie d'Orleans görseli. 26
Şekil 3.12 : Saint Hubert Pasajı iç mekan görünümü. 27
Şekil 3.13 : Vittorio Emmanuele II Pasajı'nın geçmişteki kullanımı. 28
Şekil 3.14 : Vittorio Emmanuele II Pasajı'nın Duomo Meydanı cephesi.. 28
Şekil 3.15 : Vittorio Emmanuele II iç mekan fotoğrafı. 28
Şekil 3.16 : Vittorio Emmanuele II Pasajı Scala Meydanı çıkışı. 28
Şekil 3.17 : Bon Marche. 29
Şekil 3.18 : Bon Marche kesit çizimi.. 30
Şekil 3.19 : Lijbaan Alışveriş Caddesi'nin genel görünümü. 32
Şekil 3.20 : Lijbaan Caddesi girişi eski görseli.. 32
Şekil 3.21 : 2010 yılı Lijbaan Caddesi genel görünümü. 33
Şekil 3.22 : 2010 yılı Lijbaan Caddesi genel görünümü. 34
Şekil 3.23 : Lijbaan ve Beurstraverse Caddeleri'nin şematik planı. 34
Şekil 3.24 : Beurstraverse Caddesi kesiti. 34
Şekil 3.25 : Beurstraverse Caddesi'nden ulaşılan alt kot yaya aksı. 35
Şekil 3.26 : Beurstraverse Caddesi genel görünümü. 35
Şekil 3.27 : 1954 yılı eski Bull Ring pazar alanı görünümü. 38
Şekil 3.28 : 2005 yılı "The Bullring" projesi genel görünümü. 38
Şekil 3.29 : The Bull Ring projesi ve çevresinin genel görünümü. 38
Şekil 3.30 : The Bull Ring yapısı genel görünümü. 38
Şekil 3.31 : 1960 yılı Blackburn görünümü. 40
Şekil 3.32 : 1962 yılında yeni görünümü ile Blackburn kent merkezi.. 40
Şekil 3.33 : King William Caddesi eski görünümü. 40
Şekil 3.34 : Yenileme sonrası 1964 yılı King William Caddesi'nden bir görünüm. .40
Şekil 3.35 : Blackburn projesi kesit çizimi. 41
Şekil 3.36 : Blackburn projesi cephe görünümü.. 41
Şekil 3.37 : Northland AVM yerleşimi. 43
Şekil 3.38 : Northland AVM.. 43
Şekil 3.39 : Northland AVM'nin kent gelişimine etkisi. 43
Şekil 3.40 : Soutdale AVM planı. 44
Şekil 3.41 : Southdale AVM genel yerleşimi. 45
Şekil 3.42 : Southdale AVM kesit çizimleri. 46

Şekil 3.43 : Klimatize edilmiş ortamı ile Southdale AVM projesi. 46
Şekil 3.44 : Southdale AVM projesi iç mekan görünümü. 46
Şekil 3.45 : The Brent Cross Centre dış cephesi. 47
Şekil 3.46 : The Brent Cross Centre planı. 48
Şekil 3.47 : The Brent Cross Centre iç mekan görünümü. 48
Şekil 3.48 : The Bullring projesi alışveriş merkezi iç mekan görünümü 49
Şekil 3.49 : The Bullring kent merkezi projesi hava fooğrafı. 49
Şekil 3.50 : Vasco da Gama AVM girişi. 49
Şekil 3.51 : Vasco da Gama ile istasyon yapısı bağlantısı 49
Şekil 3.52 : Vasco da Gama genel iç mekan fotoğrafları. 50
Şekil 3.53 : Vasco da Gama iç mekan gece görünümü. 50
Şekil 3.54 : Calatrava tarafından tasarlanan istasyon yapısı. 50
Şekil 4.1 : Galleria AVM girişi 55
Şekil 4.2 : Galleria AVM iç mekan genel görünümü 55
Şekil 4.3 : Carousel AVM galeri boşluğu ve konsepte adını veren atlıkarınca. 57
Şekil 4.4 : Kanyon ve Metrocity projelerini gösteren genel yerleşim planı 58
Şekil 4.5 : Kanyon AVM gece görünümü 59
Şekil 4.6 : Kanyon AVM genel görümü 59
Şekil 4.7 : Kanyon AVM kesiti 59
Şekil 4.8 : İstinyePark projesi yerleşm planı sunuşu 60
Şekil 4.9 : İstinyePark AVM projesi alışveriş koridorları genel görünümü 61
Şekil 4.10 : İstinyePark AVM projesi galeri boşluğunda yaratılan sosyal alan 61
Şekil 4.11 : Meydan Ümraniye AVM projesi hava fotoğrafı 62
Şekil 4.12 : Meydan Ümraniye AVM projesindeki açık sosyal alan 62
Şekil 4.13 : Forum İstanbul AVM zemin kat görünümü 64
Şekil 4.14 : Forum İstanbul AVM iç mekan genel görünümü 64
Şekil 4.15 : Forum İstanbul AVM yapısı, cephe çizimleri 64
Şekil 4.16 : Forum İstanbul AVM girişi ve önündeki sosyal alan 65
Şekil 5.1 : Çizelgelerde kullanılan “kent merkezi” ve “kent çeperi” sembolleri 70
Şekil 5.2 : Çizelgelerde kullanılan “açık”, “yarı açık “ve “kapalı” sembolleri 71
Şekil 5.3 : Çizelgelerde kullanılan “içe dönük” ve “dışa dönük” sembolleri 73
Şekil 5.4 : Çizelgelerde kullanılan “değişken” ve “sabit” sembolleri 74

KAMUSAL ALAN VE ALIŞVERİŞ FONKSİYONU ETKİLEŞİMİNİN MEKANSAL AÇIDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

ÖZET

Tarih boyunca, güvenlik ve benzeri nedenlerle insanların birlikte yaşadıkları ve böylece toplumların oluşturulduğu bilinmektedir. Toplumdaki ilk ticari aktiviteler, takas usulü şeklinde gerçekleştirilmiştir. Bu aktiviteler, kentin etkileşim noktaları olan meydanlarda yer almıştır. Kent merkezinde yer alan bu kamusal alanlar, alışverişin yanı sıra yönetime ya da dini etkinliklere dair birçok aktiviteye de ev sahipliği yapabilen değişken mekânlardır. Kamusal alanda yer alan alışveriş fonksiyonu zaman ile kamusal alana bağlı kalmak suretiyle özerkliğini ilan etmiş ve bu alandan mekânsal olarak ayrışmaya başlamıştır. Yarı açık bir alandan kapalı hal yapılarına geçilmiş, Sanayi Devrimi sonrasında ise gelişen kentlere paralel olarak, kamusal alanların tekrardan yorumlanması, yeni toplumsal yapının taleplerini karşılayabilmesi gerekmiştir. Bugün ortaya çıkan alışveriş merkezlerinin bir kamusal alan yaratıp yaratmadığı sorunsalına dek uzanan bu tarihsel süreç içerisinde kamusal alan ve alışveriş fonksiyonu etkileşimi dönemsel olarak değişiklik göstermiştir.

Tez kapsamında öncelikle kamusal, özel ve alışveriş ile tüketim kavramlarına değinilmekte; bu kavramların zaman içerisinde değişkenlik gösteren anlamları irdelenmektedir. İkinci bölüm, bu kavramların tez çalışması boyunca hangi kapsamda kullanıldığı için veri sağlamaktadır.

Üçüncü bölümde, tarih boyunca alışveriş fonksiyonun mekânsallaşmasına ya da alışverişin bir etkinlik olarak gerçekleştirildiği mekânlara değinilmektedir. Alışveriş mekânları ile ilgili bugüne dek yapılmış çalışmalar değerlendirildiğinde, genellikle tek bir dönemin alışveriş tipolojisinin incelenmiş olduğu ya da birkaç güncel örnek üzerinden alışveriş merkezlerinin değerlendirildiği görülmüştür. Alışveriş merkezleri, bugün, "tüketilen bir nesne" olarak eskitilmekte, ya da bir başka deyişle her yeni yapılan merkez ile birlikte mevcut, dönemsel geçerlilikteki popülaritesini yitirmektedir. Tüketim toplumu olarak her geçen gün "yeninin" talep edildiği bir dönemde devingen olamayan mekânlar yerlerini, "yeni" alternatiflerine bırakmak zorunda kalmaktadır. Üçüncü bölümde, tarih boyunca inşa edildiği dönemdeki değişimi gösteren yapılar, kendinden önceki mekânlardan farklılaştığı noktaları ile açıklanmaktadır. Modernizmin bir dönüm noktası olduğu düşünülerek tarihsel süreç, "Erken Uygarlıklar" ve "Modern Dönem" olarak iki ana başlık altında değerlendirilmektedir.

Güncel örneklerin ele alınması ve birkaç alışveriş merkezi üzerinden "alışveriş mekânlarının" kamusallıkla ilişkisinin tartışılması, tüketilen bir ürüne dönüşen mekânlar için söz konusu olamamaktadır. Seçilen güncel örneklerin birkaç yıl içerisinde yerini bir başka "güncelliğe" bırakacağı öngörülebilmektedir. Bu bağlamda bugünü değerlendirmek ve bu "tüketim mekânlarının" geleceğini öngörmek adına, ilk alışverişin ortaya çıktığı kamusal alandan günümüze dek ulaşan bir sürecin ele alınmasına karar verilmiştir. Bu tarihsel süreç boyunca, döneminin

öne çıkan olayları ve yarattıkları kentsel değişim araştırılmış, bu olayların tasarıma yansıması incelenmiştir. Yapılan literatür araştırmasında çeşitli kaynaklarda tekrarlanan yapı örnekleri, dönemin öne çıkan simge yapıları ya da değişimi gösterebilecek örnek yapılar belirlenmiş; benzer tipolojideki mekanlar aynı başlıklar altında toplanmıştır.

Dördüncü bölüm, üçüncü bölümde aktarılan tarihsel sürecin "günümüze" yansımasını inceleme amacı ile kurgulanmıştır. Bugün, nicel olarak artışı dünyanın her yerinde görülebilen alışveriş merkezleri için, yeni bir dönemin temsilcisi niteliğindeki herhangi bir yapıdan söz edilememektedir. Bu ve benzeri sebeplerden ötürü bugünü incelemek adına tek bir kentteki değişim değerlendirmeye alınmıştır. Dördüncü bölümde İstanbul'dan gerek yüksek lisans gerekse doktora tezlerinde değerlendirilmiş, inşa edildiği yıllar için büyük talep görmüş ya da çeşitli ödüller almış on alışveriş merkezi seçilmiştir.

Beşinci bölüm, önceki bölümlerde bahsedilen tarihsel sürecin yorumlanabilmesi ve belirli kriterler çerçevesinde incelenebilmesi adına oluşturulan değerlendirme başlıklarını ve yapı değerlendirme tablolarını içermektedir. Bahsedilen kavramlar çerçevesinde belirlenmiş dört ana başlık, tasarlanmış sembolleri ile açıklanmaktadır. Bir sonraki adımda, dönemini temsilen seçilmiş her yapı için bir tablo oluşturulmuş ve değerlendirme başlıkları çerçevesinde her yapı için uygun özellikteki semboller açıklamaları ile belirtilmiştir. Bölüm sonunda tüm bu tabloların birleştirilmesi ile tarihsel sürecin değerlendirilmesi görsel olarak sağlanmış ve karşılaştırmaya olanak tanıyan genel bir tablo oluşturulmuştur.

Sonuç bölümünde, tarihsel süreçteki kamusal alan ile alışveriş fonksiyonu etkileşimi ele alınmakta ve günümüze dek olan değişimin fiziksel mekân olarak geleceğe nasıl yansıyabileceği tartışılmaktadır.

AN EVALUATION OF THE INTERACTION BETWEEN PUBLIC SPACES AND SHOPPING AS A FUNCTION

SUMMARY

Throughout history, people lived together and formed communities because of some reasons such as security. The first commercial activities in the community took place in barter. These activities which occurred in the city centers were participated in the interaction points like town squares. Located in the center of cities, these public spaces did not place only shopping but also some religious activities, as well as to the management ceremonies. Afterwards, shopping as a function in public domain stayed connected to the public and declared the autonomy. This led shopping to create its own place associated with public. Semi-open structure was introduced into an area which is closed. After the Industrial Revolution, because of the reason that the city was developed more, it became necessary to improve the recent public spaces and must be able to meet the demands of new social structures. Today, what we discuss as a problematic of shopping centers is if they create a public place or not. It is known that public areas within the interaction between historical process and shopping function varied periodically.

In the first step of the thesis, the concepts of “public”, “private”, “shopping” and “consumption” are being explained. The variability over time, indicating the changing meanings of the concepts are being discussed. The second part, which explains these concepts and how they are used throughout the history, provides the necessary data for the general use of the words during the thesis.

The third part explains how shopping created its own places or how the recent places give more space for shopping function. The studies who are related to shopping environments generally takes one typology to examine or chooses a period with 2 or 3 sample buildings to compare with each other. Today, the shopping malls are a part of consumption, so they became an object to be consumed. The successful ones became some popular symbols of the years they were built, which show up that they are used to be a former recently. As being a member of a “consumer society”, we live in an era where “new” changes each day. So, designing something constant means that a “newer” one will take its place soon.

Consideration of current examples of shopping malls on the relationship between public discussions, the contemporary ones cannot be questioned to make a future prediction. Selected examples of a current time with a “contemporary” title are expected to drop another “contemporary” example within a few years. In this context, to evaluate the present and to predict the future on behalf of the consumer space, the public sphere emerged from the shop until today has been decided to run the process. During this historical process, key events and highlighted buildings changing the shopping environment of the period was considered. In the research literature, duplicate samples from various sources of shopping structure and prominent landmarks of the period are determined and divided into titles.

In the third section, the key buildings that show the change in shopping typology through history are being explained with their differentiation from the preceding period. Taking “modernism” as a turning point of history, the third part is divided and considered with two main headings: "Early Civilization" and "Modern Period".

The fourth part designed to examine the reflection of historical process to recent shopping environment with the data mentioned in third chapter. Today, the quantitative growth as can be seen all over the world for shopping centers, a representative new typology example belonging to this era cannot be shown. So, in order to examine the changes from history until now, today’s shopping “architecture” can be sampled from a single city. For this purpose, in the fourth chapter, as well as postgraduate and doctoral dissertations have been analyzed, some common shopping malls studied in the previous theses were determined.

The fifth section includes the analyzing tables in the relationship with four evaluation criterias. First of all, the criterias are explained with theirs symbols which are used to analyze and compare each building throughout history. In the next step, a table created for each selected building for each period with the symbols and explanations. Finally, the combination of all these tables as a visual evaluation of the historical process was achieved under four main headings.

To conclude, the last part is formed to discuss the historical process of interaction in the public domain with the shopping function and how this process may reflect the future’s physical environment of shopping.

1. GİRİŞ

Geçmişte kamusal alanın bir parçası olarak ortaya çıkan ticaret eyleminin zamanla alışveriş mekânlarına dönüşümü ve güncel tartışmalarda boy gösteren, bu mekânların bir "kamusal alan" yaratıp yaratmadığı sorunsalı, çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Kamusal alan ile alışveriş fonksiyonunun etkileşimini incelemek adına; öncelikle, geçmişteki kamusal alan ile günümüzde "kamusallıktan" anlaşılan olgunun karşılaştırılması gerekmektedir. İkinci olarak "alışveriş" ve "tüketim" kavramlarının günümüze gelişi ile fiziksel mekândaki farklı kullanımları değerlendirilmektedir. Tarih boyunca, bu iki ayrı kavram grubunun kesişim noktalarında ortaya konan mekânsal çözümler ve birbirleri ile olan etkileşim ise tezin ana strüktürünü oluşturmaktadır.

Kamusal alan, birçok fonksiyonun yanı sıra alışverişi içinde barındıran bir küme olarak ele alındığında; alışveriş fonksiyonu bu kümenin bir elemanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Gruen ile birlikte ortaya konan "alışveriş merkezi" tipolojisinde ise yapı, aslen alışveriş fonksiyonu merkez alınarak tasarlanmakta ve diğer fonksiyonlara alışverişin yanında yer verilmektedir.

Bugüne bakıldığında yapılan tartışmalarda alışveriş merkezlerinin bir kamusal alan yaratıp yaratmama konusu ise, bahsedilen değişim süreci ile ilişkilidir. Bugün, bir alışveriş merkezi sadece mağazaları ile değil, eğlence mekânları ve restoranları ile de tercih edilmektedir. Dolayısı ile bugünkü kamusal alan tartışmalarının yapıldığı alışveriş merkezi yapıları, hem alışveriş fonksiyonunun diğer fonksiyonları kapsayan bir ana küme olarak alındığı, geçmişin tam tersi bir durum yaratmaktadır hem de genellikle içe dönük kurgudaki yapısal kurgusu ile "kamuya ait" bir mekân olmaktan uzaklaşmaktadır.

Çalışma kapsamında, belirtilen değişimlerin mekânsal karşılıkları kronolojik olarak incelenmekte, değişimi gösteren dönemsel örnekler ile bugün ve gelecek üzerine bir tartışma yapılması amaçlanmaktadır.

2. KAMUSALLIK VE TÜKETİM İLE İLİŞKİLİ KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Amaç

Geçmişte kamusal alanın bir parçası olarak ortaya çıkan ticaret eyleminin zamanla alışveriş mekanlarına dönüşümü ve güncel tartışmalarda boy gösteren, bu mekanların bir "kamusal alan" yaratıp yaratmadığı sorunsalı, bu kavramların zamanla değişen anlamlarına değinilmeyi zorunlu kılmaktadır. Geçmişteki kamusal alan ile günümüzdeki anlamı ile "kamusallıktan" anlaşılan olgunun irdelenmesi, "tüketim" eyleminin bir kavram olarak günümüze gelişi, fiziksel mekandaki ve toplumsal kullanımdaki farklılaşmayı değerlendirmek adına önemli olmaktadır.

İlk tanımlı alışveriş eylemi, kamusal alanın bir parçası olarak ortaya çıkmıştır. Ancak bugün, bu ve benzeri eylemlere ev sahipliği yapan alanların bir kamusal alana dâhil olup olmadığı tartışma konusudur. O yüzden kimi zaman kamusal alanın tüketimi kapsaması, kimi zaman "mekânın da tüketimin bir nesnesi olması" durumu göz önüne alındığında, tam aksine tüketimin daha büyük bir küme olarak kamusallığı da barındırması söz konusudur. O yüzden tanım bölümü, "kamusal alan" ve " alışveriş ve tüketim" olmak üzere iki ana başlığa ayrılmaktadır. İlk başlık olan "kamusal alan"da, öncelikle kamu, kamusal ve özel sözcüklerinin tanımlarına değinilmekte, daha sonra kamusal ve özel mekân kullanımlarında, geçmişten günümüze gelene dek nasıl bir farklılaşma olduğundan söz edilmektedir. İkinci başlık olan "alışveriş ve tüketim"de ise kavramların tanımlarına yer verilmektedir.

2.2 Kamusal Alan Kavramı

2.2.1. Kamu, Kamusal, Özel Kavramlarının Tanımlanması

"Kamu" sözcüğü, "aile ve yakın arkadaşlar dışında geçen yaşam" olarak tanımlanmaktadır. Türkçede, kamu kelimesi "1. Halk hizmeti gören devlet organlarının tümü. 2. Bir ülkedeki halkın bütünü, halk, amme" anlamları ile kullanılmaktadır (Url-1).

“Toplumun ortak çıkarları ile bir tutma” anlamına zamanla “genel gözleme açık ve ortada olan” ibaresi de eklenmiş, on yedinci yüzyılın sonlarına gelindiğinde ise günümüzdeki içeriğine yakın bir tanım kazanmıştır. Sözcük, Fransızcada “le public” sözcüğünün karşılığıdır ve “le public” Rönesans döneminde yaygınlaşmış, politik topluluğu ifade etmiş ve giderek sosyalliğin özel bir bölgesi haline dönüşmüştür (Sennett, 1996). Latincede ise kamu, yani “res publica”, topluluğun tümünün malı olan, pazar yerinde alınıp satılamayan şeyler anlamına gelmektedir (Gürbilek, 2001).

“Kamusal” kavramı, denetimce açık olanı ifade eder iken, “özel” ise daha aile ve arkadaşlarca paylaşılan bir mahremiyet alanını tanımlamaktadır. Arendt (1994), kamu alanını “müşterek” alan olarak nitelendirmekte, terimin birbiriyle yakından ilişkili ama tümüyle özdeş olmayan iki yörüngeye işaret ettiğini söylemektedir. Bunlardan ilki, kamuda gözüken her şeyin herkes tarafından görülebilir ve duyulabilir olmasıdır ve kamu alanı, mümkün olan en geniş açıklığa sahiptir. İkinci olarak, “kamu” terimi, içinde özel olarak bize ait olandan ayrı, hepimiz için ortak olan bir dünyayı ifade etmektedir. Ancak bu dünya, insanların üzerinde hareket ettikleri sınırlı bir mekânla, organik yaşamın genel durumunu oluşturan yeryüzü ya da doğayla aynı değildir. İnsan eseri bir dünyada birlikte yaşayanlar arasında olup biten meselelerle olduğu kadar, insan elinden çıkma şeylerle, insani yapıntıyla ilintilidir. Özbek (2004), Weintraub’un kamusallık kavramını dört ana modelde incelediğini belirtmektedir: Bunlardan ilki, devlet ve pazar ekonomisini konu almaktadır; yani ekonomik açıdan bir kamusallık tarif etmektedir. İkincisi, antik çağın “polis”ini; üçüncüsü, sosyallik içindeki kamusal yaşamın alanını ifade etmektedir. Dördüncü modelde ise hane ile pazar ekonomisi ve politik etkinlik birbirinden ayrılmıştır ve kamusal alan evin dışı olarak tarif edilmiştir.

“Kamusal” olanın kimleri içerdiği ve “kamuya” çıkıldığında çıkılan yerin neresi olduğu konusu 18. yüzyıl başlarında hem Londra’da hem de Paris’te öne çıkmaya başlamıştır. Sözcüğün modern anlamını kazanması, dolayısıyla yalnızca aile ve yakın arkadaş kesimlerinden farklı konumu olan bir toplumsal yaşam bölgesi değil, görece çok çeşitli insanları içine alan, tanıdıkları ve yabancıların oluşturduğu kamusal alan anlamına gelmesi yine 18. yüzyıl başlarında gerçekleşmiştir (Sennett, 1996).

Habermas (2000), "kamusal" kavramını kapalı topluluklardan farklı olarak herkese açık olma durumu ile tanımlamakta, bu tanımı kamusal yapılar için de tekrar etmektedir. Çeşmenin ya da bir pazar yerinin kamusal olmasını herkese açık olması ile belirtmektedir. Diğer yandan, söz konusu kamusal yapılar ya da kamusal yerler olduğunda anladığımız "kamunun giriş çıkışına açık olma" durumunun her daim geçerli olması gerekmediği vurgulanmaktadır. Devletin bir kurumuna ait olma, o yapının yahut yerin "kamusal" olarak adlandırılması için yeterlidir. Yani, kamusal olan alanın, kamusal olması ile herkesçe kullanılabileceği anlamı taşımayabileceği vurgulanmaktadır.

Almancada, Latince "privatus"dan gelen "privat" sözcüğüne (özel) ancak 16. yüzyılın ortasında rastlanmaktadır. Bu sözcük, o zaman İngilizce "private" ve Fransızca "privé" ile aynı anlamdadır: Kamusal görevi olmayan. "Özel", aynı zamanda devlet aygıtının alanı dışında olmayı ifade eder; çünkü "kamusal", egemenin şahsından bağımsızlaşarak nesnelleşmekte olan devlete ilişkindir (Habermas, 2000).

Türkçedeki "özel" sözcüğü, "bir topluluğun tüm üyelerinin ya da umumun ortak kullanımına değil; belli bir kişinin, grubun ya da sınıfın özel kullanımına ayrılmış, halka açık olmayan" anlamı ile bir ayrıcalığa, bir varlığa, bir zenginliğe işaret etmektedir. Günümüzde "özel" kelimesine ve "özel alan"a yüklenen anlam daha özgür, doğal bir içerik taşırken "kamusal" olan, bir zorunluluklar silsilesi ve görevlerin tanımlandığı bir sınır alan olarak nitelendirilmektedir (Gürbilek, 2001).

Antik dönemin özel ve kamusal alanları olan ''*oikos* ve *polis''* ile günümüzün özel ve kamusal alanlarının tanımları birbirinin zıttıdır. *Oikos*, çalışmanın, dolayısıyla da ekonominin alanı olarak insanın kendini yeniden üretmesini sağladığı ev hayatını simgelemektedir. Bu ise yaşamsal kurgunun sürmesi için bir zorunluluklar alanını oluşturmaktadır. Köleler, kadınlar ve çocuklar *oikos*a kapatılarak bir mahrumiyet bölgesi ile sınırlandırılmıştır. *Polis* ise bu kısıtlamalardan arınılan, özgür olunan alanı simgelemektedir. *Oikos*un o sorumluluk ve zorunluluk tanımlamasından uzaklaşılan asıl bölge *polis* olmaktadır (Habermas, 2000).

Geçmişe bakıldığında, bu kavramların, tam tersi bir anlam ile yaşama dâhil edildiği anlaşılmaktadır. Geçmişteki anlamları ile özel alan, bir kısıtlama ve görev alanı iken kamusal ise asıl özgürlük alanı olarak görülmektedir.

2.2.2. Kamusal - Özel Mekân Değişimi

" Kamusal alan insan yaratımıydı, özel ise insanlık durumu." (Sennett, 1996).

18. yüzyıl kentlerinde kamusal düzen için gereken kültür şartlarının oluşturulduğunu söyleyen Sennett (1996), yüzyıl sonunda gerçekleşen büyük devrimler ile sanayi kapitalizminin yükselişinin ardından, kamusal ve özel olana dair mevcut fikirlerde temel bir değişimin yaşandığını ifade etmektedir. 19. yüzyılda ortaya çıkan kapitalizm sarsıntıları sonucunda insanlar, kendileri ile ilgili endişeleri neticesinde aile kurumuna sığınmaya başlamışlardır. 19. yüzyıl boyunca aile, kamusal olmayan bir alanın merkezi olmaktan çıkarak, bir sığınak halini almıştır ve kamusal alan ile karşılaştırıldığında daha yüksek ahlaki değerler taşıyan bir ideal alan konumunda algılanmıştır. Bu yüzyıla kadar toplumca önemli bir konumda görülen kamusal yaşam alanları ise anlamını yitirmeye başlamış, özgürlüğün kısıtlandığı mekân olarak adlandırılan evler ise bu toplumsal kargaşadan arınılmayı sağlayan özel mekânlar halini almıştır. Sennett (1996), kapitalizm ve kamusal coğrafya arasındaki etkileşimin iki yönde geliştiğini söylemektedir. Bu gelişmelerin ilki, kamudan aileye geri çekilme olmaktadır. İkincisi ise kamusal görünüş konusunda ortaya çıkan yeni bir kafa karışıklığıdır. Arendt (1994), kamusal ve özel alanlarda, büyük şehirlerde gözlemlenen o fikirsel karışıklığı ve mekânsal değişimi Fransa'daki bir örnek üzerinden şu şekilde aktarmaktadır:

> "Ali ve yüce kamu alanlarının çöküşüyle birlikte Fransızlar, dolap ve yatak, masa ve sandalye, kedi, köpek ve saksılar ortasında, kendi dört duvarları arasında küçük şeylerden mutlu olma sanatının ustaları kesildiler; ihtimam ve şefkatlerini, hızlı sanayileşmenin bugünün nesnelerine yer açmak için dünün şeylerini durmadan kırıp geçirdiği, sanki kendi sonuna gelip dayanmış bir dünyada püripak bir insani kuytuluğu temsil eden bu şeylere yönelttiler. Özelin bu genişlemesi ya da bütün bir insan topluluğunun kapıldığı bu büyülenmişlik hali onu bir kamu haline getirmez, bir kamu alanı oluşturmaz, olsa olsa büyüklüğün her alanda yerini cezbeye bırakmasına sebep olacak şekilde kamu alanının nerdeyse tümüyle söndüğü anlamına gelir; zira kamu alanı yüce olabilir ama büyüleyici olamaz, çünkü münasebetsiz olanı içinde barındırmaktan acizdir (Arendt, 1994)."

Kamu, kendisini özel alandan ayrı bir alan olarak ortaya koymaktadır. Arendt (1994), bizim bugün özel dediğimiz kavramın, başlangıcının bir mahremiyet alanını ifade ettiğini vurgulamaktadır. Bir etkinliğin özel mi yoksa kamusal alanda mı yerine getirildiği ise değerlendirme açısından önemlidir çünkü kamu alanının karakteri oraya girişine izin verilen etkinliklere göre değişmek zorundadır ama etkinlik de kendi doğasını büyük ölçüde değiştirecektir.

Olgun Yunan şehir devletinde, özgür vatandaşların ortak kullandığı *polis*'in (koine) alanı, tek tek şahıslara ait olan *oikos*un (idia) alanından kesin olarak ayrılmıştır. Kamusal hayat *bios politikos*, pazar meydanında, agorada cereyan etmektedir (Habermas, 2000). Yunanca kökenine bakıldığında, özel alan, adı itibari ile eve bağlılığı simgelemektedir. Kamusal hayata katılabilmenin koşulu, bir aile reisi olarak özel hayat alanında özerk olmayı gerektirmektedir. Yoksulluk veya köleden yoksunluk *polis*e kabul edilmenin önündeki bir engeldir. Yani *polis*te bir şahsın konumu, bir nevi rolü, *oikos*taki despotluğuna bağlıdır. Yunanlıların bilincinde kamu, özel alanın karşısında bir özgürlük ve istikrar âlemi olarak yükselmektedir. Kamu, her şeyin açık ve net görüldüğü yer olmaktadır. Hayat kavgası ve hayati ihtiyaçların karşılanma zorunluluğu ise *oikos* sınırları içerisinde gerçekleşmektedir ve toplumca görünürlükten uzaktadır (Habermas, 2000).

Alanların ayrışması, farklı rollerin oluşması ile paralel gerçekleşmektedir. Geçmişte daha keskin hatlarla ayrışmış olan erkek-kadın görev dağılımı, hangi rollerin hangi alanlarda "görünebileceğinin" de belirtisi olmaktadır. Erkek, yiyecek sağlayan; kadın ise doyuran birey rollerini üstlenmiş, hayatın sürdürebilirliği adına her iki rolün sahiplenilmesi şart olmuştur.

Özel olanın bugünkü "sığınılan" alan şekline bürünmesine karşıt olarak Arendt (1994), tümüyle özel bir yaşam sürdürmenin hakiki bir insani yaşam için özsel olan şeylerden yoksun kalmak olacağını belirtmektedir. Öyle ki, başkalarınca görülmek ve de duyulmak kendi başına bir gerçeklik taşımakta, salt özel alanda olmak ise o ortak bir şeyler dünyası aracılığı ile birleşmenin ve ayrılmanın sağladığı nesnellikten uzakta kalmak demektir. Kalıcı bir şeyler başarma olanağı ise kamusal alanda var olmaktadır. Bugünkü kamusal – özel alan ayrımının, daha doğrusu bu kavramların farklılaştığı noktaların bir problematik haline gelmesinin farklı etkenleri olmaktadır. Arendt (1994), bir takım sorunların varlığını şu şekilde aktarmaktadır:

> "Başkalarıyla "nesnel" ilişkilerden, onların dolayısıyla sağlanan bir gerçeklikten yoksunluk, modern koşullarda en uç ve en gayrı insani biçimine büründüğü kitlesel yalnızlık görüngüsüne dönüşür. Bu uçlaşmanın nedeni kitle toplumunun sadece kamu alanını değil özel alanı da tahrip etmiş olmasından, insanları yalnızca bu dünyadaki yerlerinden değil, içinde kendilerini bu dünyaya karşı bir zamanlar korunmuş hissettikleri, hatta bu dünyadan dışlanmış olanların bile aile yaşamının dar gerçekliğinde, yuvanın sıcaklığında bir ikame bulabildikleri özel evlerinden de yoksun bırakmış olmasından ileri gelir. Ocak ve aile yaşamının bir iç ve özel mekan halinde tam gelişmesini Yunanlılardan farklı olarak asla özeli kamusala kurban etmemiş, tersine bu iki alanın ancak birlikte var olabileceklerini anlamış olan Romalıların olağanüstü siyasi duyarlılığına borçluyuz (Arendt, 1994)."

Habermas (2000), küçük aile kurumunun toplumsal yeniden üretim süreçleriyle olan bağlantısının çözüldüğünü, eskiden bütün özel alanın merkezi olan mahremiyet alanının, özel alan bizzat "özel"lik vasfını kaybettikçe, bu alanın kıyısına çekildiğini belirtmektedir. Aile artık daha "özel", çalışma ve örgüt dünyası ise daha "kamusal" bir hal almıştır. Yani geçmişte aynı mantıkla yapılanmış olan bu iki alan, sonradan birbirlerine zıt bir anlam taşıyacak şekilde gelişme göstermiştir.

Günümüzde kamusal alan ile özel, yani mahremiyet alanının, geçmişteki kullanımlarından farklılaşarak birbirleri ile ilişkileri ya da ilişkisizliği açısından bir tanımsız alan yaratabildiği görülmektedir. Geçmişteki "özel alan", artık "kaçınılan" değil "sığınılan" olmakta, kamusal alanın o "görünebilirliği" ise geçmişteki tatmin edici özelliklerini kaybederek bir bireysellik tehdidi oluşturmaktadır. Diğer yandan son yüzyıllarda kamusal alan, bireyin kendini ispat etmesi ya da bunun tam tersi olarak bir kamusal mekânda "sıradanlaşıp" toplumdaki herhangi biri olabilmesi adına bir ortam oluşturabilmektedir. Yani hem "kamusal" ve "kamu" kavramlarının, hem de "özel" kavramlarının günlük dildeki kullanımı ve mekânsal olarak deneyimlenmesi; çeşitli anlamları ve sanayisi gelişmiş, sosyal devlet olarak örgütlenmiş burjuva toplumu koşullarına eşzamanlı olarak uyarlanan kullanımları ile birbirleriyle bulanık bir ilişkiye girmektedir.

2.3. Alışveriş ve Tüketim Kavramları

Bir fonksiyon olarak "alışveriş" ile günümüzdeki mekân örgütlenmesini anlamaya yönelik kilit bir rol üstlenen "tüketim" kavramları; kamusal alanın alışveriş fonksiyonu ile ilişkisini ve alışveriş merkezlerine kadar uzanan, "tüketim katedralleri" olarak adlandırılan yeni tür mekânların tasarımına kadar olan süreçteki değişimini irdelemek adına önemlidir.

2.3.1. Alışveriş Kavramı

Alışveriş, bir miktar ürünün belirli bir bedel ödenerek satın alınması anlamına gelmektedir. Hornbeck (1952) alışveriş kavramının, değiş-tokuş anlamındaki bir eylem olduğunu ve ticari bir mala veya eşyaya bakma, inceleme, fiyat öğrenme ve satın alma gibi fiili durumlarda kullanıldığını vurgulamaktadır.

Alışveriş eylemi, tarih boyunca kamusal mekanların yaşamsal işlevlerinden biri olmuştur. Agoradan ortaçağ pazarına, çarşılardan mağazalara kadar birçok kamuya açık mekanda alışveriş fonksiyonu yer almıştır. Sanayi Devrimi, kapitalizm ve tüketim kültürü ilişkisi ile alışveriş eylemine yüklenen yeni değerler, bu eyleme ev sahipliği yapan mekanların gerek anlamsal gerekse fiziksel değişimine yol açmıştır (Uzun, 2008).

Günümüzde alışveriş dendiğinde sadece bir ürünün para karşılığında alınması değil, aynı zamanda toplumsal davranış formlarından biri olduğu da anlaşılmaktadır. (Miller, 1998) Yani alışveriş, sadece bir eylem ve değiş-tokuş değil, sosyal bir etkinlik olarak gerçekleştirilmektedir. İnsanların bir araya gelmesini, iletişim kurmasını; mal ve hizmet alma gibi işlevlerin gerçekleştirilmesini sağlayarak bir sosyal alan yaratmaktadır.

Bir başka açıdan bakıldığında, alışveriş eylemi odak noktası alınarak oluşturulan bu yeni sosyal alanların, toplum için gerçek bir sosyallik taşıyıp taşımadığı tartışma konusu olmaktadır. Baudrillard (2000), "Tüketim Toplumu" kitabında yer verdiği bu mekânların alışveriş, nesnelerle flört, aylak gezinti için kullanıldığını belirtmektedir.

2.3.2. Tüketim Kavramı

Türk Dil Kurumu "tüketim"i, "1. Tüketme işi. 2. Üretilen veya yapılan şeylerin kullanılıp harcanması, yoğaltım, istihlak, üretim karşıtı" olarak tanımlamaktadır (Url-1).

Bocock (1993) "tüketim"i, "toplumsal olarak oluşturulan tarihsel bir değişim süreci" olarak ifade etmektedir. Yani süregelen bir devinim, her gün değişme potansiyeli barındıran bir "yeni" söz konusudur.

Geleneksel anlamı ile tüketim, yaşamsal ihtiyaçlar neticesinde üretim sistemini harekete geçiren bir itici güçtür ve üretimin niceliği ile niteliği üzerinde belirleyici bir role sahiptir. Modern zamana gelindiğinde ise tüketim, bu yaşamsal ihtiyaçların temininden öte; küresel ekonomik düzenin amaçları ile yakından ilişkili, bireyi hedefleyen mesajlarla kitlelerin yönlendirildiği, psikolojik ve toplumsal boyutları ve etkileri olan bir olguya dönüşmüştür. Tüketebilme yetisi, maddi olanakların göstergesi olarak her çağda geçerli olmuştur ancak tüketim metasının çeşitliliği ve sayısının artması ile ucuzlayarak geniş kitlelerce ulaşılabilir olması, Sanayi Devrimi ile gerçekleşmiştir (Uzun, 2008).

Sanayi Devrimi ile tüketim metasının çeşitliliği ve sayısının artması; metanın ucuzlamasına ve pazarının genişlemesine yol açmıştır. Nicel artış ile birlikte ürüne ulaşabilen kitle de büyümüştür. Kitlenin talebi, üretimin devamını sağlamaktadır yani arz ve talep ilişkisi çerçevesinde üretim ve tüketim ilişkisi programlanmaktadır. Yalnız Sanayi Devrimi sonrası geliştirilen ilişki, geleneksel üretim ve tüketim anlayışından farklılaşmıştır. Tüketim, yaşamsal ihtiyaçların talep edilmesi şeklinde bir zorunluluk eylemi olarak gerçekleştirilirken; sanayileşme ile birlikte bu zorunluluk çerçevesinin dışına çıkmıştır.

Uzun (2008), bireyin bir araç olarak tüketimi gerçekleştirdiğini ve bu işleyişi sürdüren özne olduğunu belirtmektedir. Buna göre temel ihtiyaçtan fazlasını üreten güç, bireyden ihtiyaçlarından fazlasını tüketmesini talep etmekte; istek ile ihtiyaçların birbirine karışması neticesinde "ihtiyaç duyulan" olarak programa dâhil edilmektedir.

Yırtıcı (2005), daha önce insanların kapalı ekonomi içinde kendi ürettikleri ve ihtiyaçları olan nesneleri kullanırken, modern kapitalist toplumun üretim pratikleri içinde başkaları tarafından üretilmiş nesneleri kullanmaya başladıklarını belirtmektedir. Geleneksel üretim kalıpları çerçevesinde insanlar kendi ürettikleri ürünleri kullanır ya da takas yolu ile diğer ihtiyaçlarını karşılarken, kapitalist ekonominin gelişmesiyle ürettiklerine yabancılaşan insanlar, kendi üretimlerine de satın alarak sahip olabilmiştir.

Kapitalizm ile birlikte tüketim, üretime nazaran çok daha önemli bir hale gelmiş, geleneksel sistemdeki denge bozulmuştur. Bu duruma paralel olarak tüketim merkezli söylemler geliştirilmiştir. Tüketim safhası, üretimdeki değişim ile birlikte artan refah seviyesine bağlı olarak farklılaşmış, oluşan tüketici istekleri bir devingen değişim kazanmıştır. Artık arz talep dengesi ile birlikte gerçekleştirilen üretim, tanımlı bir kitle için yapılmakta, piyasa koşulları içinde dolaşıma çıkmaktadır.

Baudrillard (2000), "Tüketim Toplumu" kitabında günümüzdeki tüketim kelimesine yüklenen anlamın, geçmiştekinden farklı olduğunu dile getirmektedir. "Tüketim"in bitirme, yani üretken savurganlık olarak yeni bir tanımı ortaya çıkmıştır. Kitabının girişinde, Dostoyevski'den alıntı yaparak tüketimin problem haline gelen yönünü vurgulamaktadır:

> "Bütün maddi tatminleri sağlayın ona, öyle ki uyumak, çörek yemek ve dünya tarihini sürdürmeyi dert edinmekten başka yapacak bir şeyi kalmasın; yeryüzünün tüm mallarına boğun ve saç diplerine kadar mutluluğa gömün: Bu mutluluğun yüzeyine kabarcıklar çıkacaktır, suyun üzerinde olduğu gibi."

Baudrillard'a (2000) göre bugünkü anlamı ile tüketim, geçmişteki gibi yalnızca doğal ihtiyaçların mal ya da hizmet aracılığıyla tatmin edilmesi değil, kodlar ve kurallar ile düzenlenmiş küresel ve tutarlı bir göstergeler sistemidir. Bu göstergeler sistemini, toplumsal değerler ve sınıflar şekillendirmektedir. Tüm bu sistemlerin yer aldığı mekânlar ile bugün; tüketimin tüm yaşamı kuşattığı, tüm etkinliklerin aynı bileştirici biçime uygun olarak bir zincir oluşturduğu, insanın ödüllendirme yollarının zamansal kontrolünün sağlandığı, çevrenin iklimlendirilerek bir bütün olarak ele alındığı bir noktada olduğumuz görülmektedir. Buna göre tüketici, sağladığı özel fayda bağlamında bir nesneye değil, bütünsel anlamı bağlamında bir nesneler kümesine yönlenmektedir.

"Tüketim toplumu" olarak adlandırılan yeni toplumsal yapı, birey olarak tüketicilerin bir "tüketim kültürüne" dâhil olması ve birbirleri olan ilişkilerin toplumsal yapıya yansıması ile ortaya çıkmıştır. Bu anlamda toplum için kurgulanan her türlü mekân da tüketimin bir parçası halinde ele alınmıştır.

Yırtıcı (2005), mekânın bir fiziksel üretim nesnesi olduğunu değinerek somut olarak üretilen, kullanılan ve tüketilen bir nesneye dönüştüğünü dile belirtmektedir. "Mekân üretimi" artık toplumsal bir örgütlenme ve bu örgütlenmenin sosyo-ekonomik ve politik kriterleri çerçevesinde gerçekleşmektedir. Gerçekleştirilecek "mekân üretimi", kapitalist ekonominin gerektirdiği belirli toplumsal ilişkiler ve örgütlenmeler dâhilinde, mekâna ait toplumsal bilgisinin nasıl oluştuğu, bu örgütlenme tarzının mekânı nasıl etkilediği ve dönüştürdüğü ile ilgili olmaktadır.

Arendt (1994), içinde yaşamakta olduğumuz toplumun bir tüketim toplumu olduğunu kabul ederek, bu söylemin, emekçiler toplumunda yaşadığımızı dile getirmenin bir başka biçimi olduğunu belirtmektedir. Ona göre emek ile tüketim, yaşam zorunluluğunun insana dayattığı aynı sürecin iki evresinden başka bir şey değildir.

Günümüzde, tamamen tüketime yönelik reklamlar ve sloganlar oluşturulmakta, müzelerde hediyelik eşya bölümleri müze kadar bir yer kaplamakta, internet sitelerindeki her harekette farklı bir logo karşımıza çıkmaktadır. Mimari açıdan ele alındığında; alışveriş merkezleri tasarımlarında merdivenlerin yeri insanları dolaştırarak tüketime sevk etmeyi amaçlamakta, süpermarketlerde promosyonlar ile ihtiyaç duyulmayan nice ürün satılmakta, kasaların yanlarına ya da reyonların başlarına konulacak ürünler tasarlanmakta, fast food restoranlarında hızlı tüketimi sağlayacak kırmızı renk ağırlıklı konsept, hızlı tempodaki bir müzik ile tamamlanmaktadır. Kısacası çevremizde görülen her şey, tüketim odaklı olarak hayata geçirilmektedir.

2.4. Kavramsal Çerçeve Üzerine Değerlendirme

Fiziksel mekân değişiminin kamusal alan ve alışveriş fonksiyonları ile incelendiği tez kapsamı ile oluşturulmuş bu bölümde, tez boyunca kullanılan kavramların, farklı zamanlardaki anlamlarına değinilmiştir. Buna göre "kamusal" sözcüğüne yüklenen anlamlar ve "kamusal alan"ın dünden bugüne kullanımı; ilk ticaret eylemleri için kurgulanmış mekanlar ile bugünkü alışveriş merkezlerinin kurgusu farklılaşmıştır.

Geçmişten günümüze, söz edilen kavramlara yüklenen farklı anlamlar, kamusal – özel sözcüklerinin zamanla değişen kullanımları ile örneklenmiştir. Buna göre geçmişteki "özgürlük" alanı olarak adlandırılan "kamusal" kavramı zamanla yerini daha kısıtlayıcı bir anlama bırakmıştır. Anlamlardaki değişim, toplumsal yapıdaki değişimin, mekan algısının, dönemsel olayların bir sonucu olarak görülebilmektedir.

Tarihte agora ve forumlar, ticarete birçok fonksiyon ile birlikte ev sahipliği yapmıştır. Buradaki "özgürlük alanı" olarak bahsedilen "kamusallığa" yüklenen anlam, günümüz "özgürlük" anlayışı ile değerlendirilmemektedir. Özgürlük, belirli bir sınıfın tekelinde olabildiği gibi, yine toplumsal kurallar ile çerçevelenmiş bir sınıra sahiptir. Diğer yandan "kamusal alan", bugünkü kamusal alan tartışmalarında boy gösteren mekanlardan çok daha "kamuya" ait bir mekan olmaktadır. Toplum için bir buluşma ve toplanma yeri niteliğindeki bu alanlar, "kamusal" sözcüğüne yüklenen öncü anlamı temsil etmektedir.

3. TARİHSEL SÜREÇTE KENTTEKİ KAMUSAL ALAN – ALIŞVERİŞ BİRLİKTELİĞİ

3.1 Amaç

Bir önceki bölümde, "kamusal alan" ile "alışveriş ve tüketim" iki ana başlık olmak üzere, çalışma kapsamındaki kavramsal çerçeve aktarılmıştır. Bu bölümde, aktarılan kavramların tarihten günümüze dek fiziksel mekândaki değişiminin incelenmesi ve mekânın dönüşümüne neden olan tarihi olaylara değinilmesi amaçlanmaktadır.

Tipolojik olarak mekânın değişimine göz atıldığında, Sanayi Devrimi ile birlikte, mimaride de önemli bir dönüm noktası yaşandığı görülmektedir. Bölümde "modernizm" değişim noktası olmak üzere, tarihsel süreç "modern öncesi" ve "modern dönem" şeklinde iki ana başlık altında ele alınmaktadır. Modern öncesi dönem, erken uygarlıklar ile ortaçağdan, erken modern döneme dek geçen süreçte kentlerdeki önemli değişimleri konu edinmektedir. Modern dönem ise kendi içerisinde "Erken Modern" ve "Modern" olmak üzere iki ayrı dönemsel başlığa ayrılmaktadır. Dönemler, kronolojik olarak aktarılmaktadır.

Tarihteki süreci en iyi yansıtan ve mevcut tipolojide farklılaşmaya neden olan yapılar dönemsel başlıklar altında örneklenmekte; örnek olarak seçilen yapıların konumu, fiziksel özellikleri, inşa bilgileri ve kendinden önceki yapılardan farklılaştığı noktalar belirtilmektedir. Seçilen yapıların, literatür araştırması esnasında birden çok kaynakta yer verilen örnekler olmasına ve tipolojik bakımdan bir ilki sunmasına dikkat edilmiştir. Tarihsel sürecin aktarılmasında, benzer özellikteki yapılar, yapı tipolojisi başlık olmak sureti ile birlikte ele alınmıştır.

3.2 Modern Öncesi Dönem

Tarihte, ilk ticari aktivitelerin zanaatkârlar ve tarımla uğraşanlar arasında, ürünlerin değiş-tokuşuyla başladığı bilinmektedir. Tüm bu eylemler, kentin buluşma ve toplanma mekânlarında yer almaktadır.

Buluşma mekânları kent merkezinde konumlanmış, genellikle kamusal yapılarla çevrelenmiş alanlardır. Bu alanlarda yer alan aktiviteler ticaretle sınırlı kalmamakta; mekân, çeşitli yönetimsel törenlere ya da tartışmalara, pazarlara, spor aktivitelerine, sergilere de ev sahipliği yapabilmektedir. Kentin merkezi, bu alanların konumlandığı yerdir ya da diğer bir bakış açısı ile bu aktiviteler, merkezde bir alan yaratılarak gerçekleştirilmektedir.

Rubenstein (1992), Yunan ticaretinin gelişmesine ve yayılmasına paralel olarak, agoranın, bir iş ve pazar alanı olarak kullanılması ile merkez haline geldiğini belirtmekte ve modern kentsel alanın başlangıcının da böyle olduğunu söylemektedir. Yani kenti kent yapan unsurlardan birinin de bu alanlar ile sağlandığı iddia edilmektedir.

3.2.1 Erken Uygarlıklar

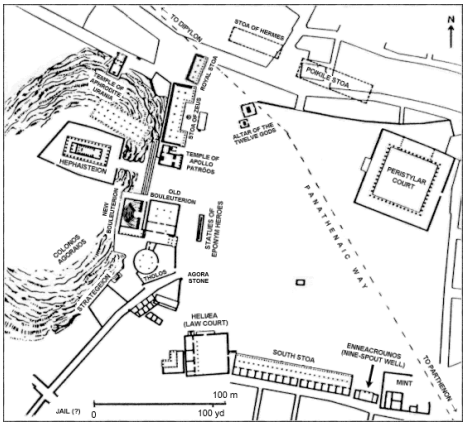
Erken uygarlıklar başlığı, alışveriş eylemi için tanımlanmış ilk mekânsal organizasyonun görüldüğü zaman dilimini içermektedir. Agora ile forum, farklı toplumlar için kamusal alanda ticaretin farklı aktiviteler ile birlikte yer aldığı birer kentsel merkez yaratmakta ve kentin ayrılmaz bir parçası olarak görülmektedir.

3.2.1.1 Agora

Agora, Eski Yunan kentlerinde, çoğu portiklerle çevrelenmiş çarşı ya da toplantı alanıdır. Seçim, yargılama gibi önemli kamu olaylarının da gerçekleştirildiği bir alan olan agora, bu anlamda kentin merkezi durumundadır ve çevresinde önemli kamu yapıları yer almaktadır (Hasol, 2005).

Mısır- Hitit döneminde tapınakların yakınlarında açık alanlarda yapılan alışveriş, Antik Yunan ve Helenistik dönemde kentlerdeki pazar yeri olan agoralarda gerçekleşmiştir (Şekil 3.1). Antik Yunan agorası, hem iş hayatının hem de sosyal hayatın değişmez bir öğesi olmuştur. Agora, kamu yapıları ve diğer yapılarla çevrelenen açık bir alandır. Stoalarla yani sütunlu galerilerle çevrili bir yarı-açık alana sahiptir. Priene Agorası, uzun bir plana ve üç yanı düzenli bir ritmle süren sütunlu galerilerle çevrilidir ve daha sonra dördüncü bir sütunlu galeri diğer kenarına eklenmiştir (Wheeler, 2004).

Agora, açık bir mekân olmakla birlikte genelde dikdörtgen ya da kare formuna benzer bir geometride şekillenmiştir (Coleman, 2006). Çevresindeki yollar bu merkezi alana yönelmeyi sağlamaktadır. (Rubenstein, 1992).



Atina Agorası genel yerleşim planı (Url-2).

Erken uygarlıklarda genel bir özellik olmak üzere, agora da önemli kamusal yapılar ile çevrelenmiştir ve haftanın belirli günleri pazar alanına dönüştürülmektedir. Geçici olması nedeni ile pazar alanı için sabit elemanlar kullanılmamakta, pazarın gerçekleşeceği gün ürünler geçici tezgâhlarda sergilenmektedir. Agora, meclis salonu (ecclesiastron), yönetim salonu (bouleuterion) ve yönetim meclisi ile (prytaneum) ilişkili bir konumda yer almaktadır (Rubenstein, 1992). Pazarın olmadığı diğer günlerde agora, toplanma, tartışma, kamusal törenler, spor ve çeşitli oyunlar için kullanılmaktadır. Genelde odak noktası oluşturma amacı ile alanda heykel ve benzeri elemanlara da yer verilmektedir.

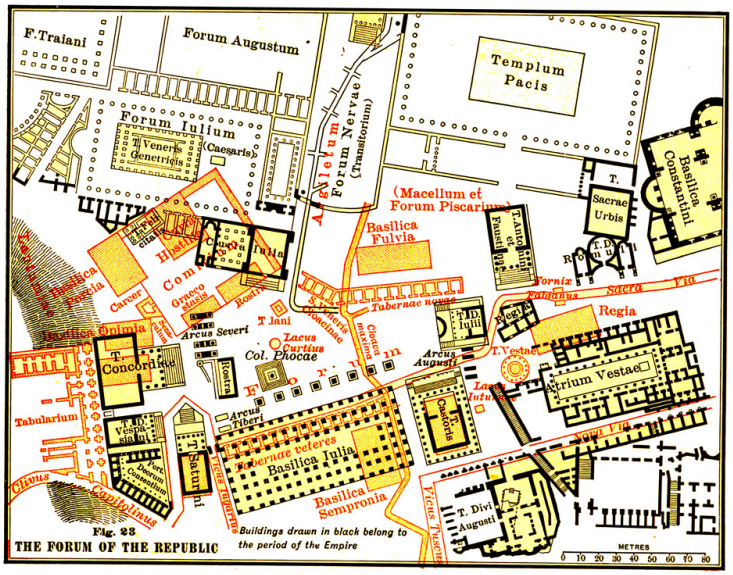
Küçük kentler tek bir agoraya sahipken, gündelik ihtiyaçlara yönelik malların satışı için Priene gibi bazı kentlerde ikinci bir agoraya gereksinim duyulmuştur. Bu aslında kentlerin gelişimi ve "çok merkezli" kentlerin ortaya çıkması ile paralellik göstermektedir. Ayrıca agora, kentsel mekândaki değişkenliği göstermesi bakımından da önemli bir odak noktasıdır.

3.2.1.2 Forum

Forum, Eski Romalılar zamanında, kentlerde kamu işlerini konuşmak için halkın toplandığı, çevresi anıtsal kamu binaları ve kolonlarla çevrili meydan demektir (Hasol, 2005) (Şekil 3.2). Romalılar için forum, kent yaşamının geçtiği merkez konumundadır ve birçok bazilika, hamam, tapınak ve kamu yapıları ile çevrelenmiştir (Coleman, 2006).

Agoraların eski Roma ve Bizans dönemlerine kadar uzanan fonksiyonu, forumlar ile ilk planlı halini almıştır. Çevresindeki yapılar ile ilişkili çeşitli dini, ticari ve yönetimi ilgilendiren fonksiyonlara ev sahipliği yapan forum, insanları hem eğlenceye yönelik hem de ticari aktiviteler ile buluşturan bir kamusal alan olarak kullanılmıştır (Aytıs, 2008).

Kent, forum etrafında şekillenmiştir. Kentlerin gelişimi ile birlikte forumlar kapalı, yarı-açık ve açık mekânları ile çeşitli fonksiyonları içeren kompleksler haline gelmişlerdir (Carr ve diğ., 1992).



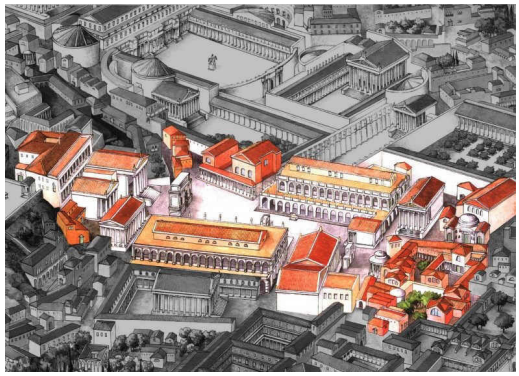
Roma Forumu genel yerleşim planı (Url-3).

Forum, pazar yeri planlamasındaki kayıtsızlığın giderildiği Augustus Dönemi'nde ortaya çıkmıştır. Eski forum yapılarında görülmese de, genellikle üç yanı sütunlu galerilerle çevrelenen simetrik kare ya da uzunlamasına dikdörtgen bir forma sahip olan bu alanların diğer yanında bazilika ya da hükümet binası olarak uzanan kapalı bir bölümü bulunmaktadır. Roma'daki açık mekânları kamu yapıları ile çerçeveleme eğilimi forumda rahatça gözlemlenebilmektedir (Wheeler, 2004).

Roma döneminden başlayarak, forumların dört tarafına yerleştirilmiş olan stoalar, dükkânların önündeki sütunlu gezinme yerlerini oluşturmuştur. Açık alanda ise seyyar satıcılar yer almaktadır (Özdemir, 1999).

Trajan Forumu'nun inşası, M.S. 115 yılında başlatılmış, M.S. 128 yılında Hadrian tarafından tamamlanmıştır. Çok büyük bir metrekareye yayılan bu alanda, teraslamalar ile dört katlı alışveriş yapısı konumlandırılmıştır. Dükkânlar, zemin katta forum açık alanına bakmaktadır. İç hol 33 m uzunluğunda, 9 m genişliğindedir ve dükkânlar ile çevrelenmiştir. Son kat olan dördüncü katta ise yine terasa bakan dükkânlar bulunmaktadır. Pevsner (1970), Trajan Forumu'nda farklı katlarda yer alan altı kata yayılmış 150 dükkânın olduğunu ve dükkânlarda şarap, tahıl, yağ vb. ürünlerin satıldığını belirtmektedir (Şekil 3.3).





Trajan Forumu görseli (Url-4).

Roma Forumu ve çevresindeki yapılar (Url-5).

Trajan Forumu, dört katlı dükkânlara sahip bir kamusal alan şeklinde "tanımlı" hale getirilmiş ilk alışveriş mekânı olmaktadır. Çok fonksiyonlu yapılaşmanın da ilk örneklerinden biri olarak kabul edilmektedir. Trajan Forumu'nun ya da Forum Romanum'un ortak özelliklerine bakıldığında da görülmektedir ki forum, kent merkezinde toplumsal hayatın geçtiği bir odak noktası oluşturmaktadır (Şekil 3.4).

3.2.2 Ortaçağdan Erken Moderne Geçiş Dönemi

Ortaçağdaki alışveriş fonksiyonunu içeren kamusal alanların genel özelliklerine bakıldığında, erken uygarlıklardaki agora ve forum örneklerinde de belirtilen kentin merkezinde konumlanma, bir odak noktası oluşturma ve önemli yapılar ile çevrelenme ve benzeri özellikler yinelenmektedir. İtalya'daki meydanlarda, saat kulesi gibi yönelmeyi sağlayacak çeşitli elemanlar kullanılmıştır. Özdemir (1999), bu çağdaki pazar yerlerindeki alışveriş eyleminin, katedrallerin çevresinde yer alan seyyar panayırlarda gerçekleştiğini belirtmektedir. Soylular tarafından benimsenmeyen "alışveriş" eylemi, hizmetkârların ve alt gelir grubundakilerin işi olmaktadır.

12. yüzyılda tekli dükkânlar, özel fuarlar ve depolar yaygınlaşmıştır. Dükkânlarda satılan mallar sergilenirken, aynı yapı içerisinde, dükkân sahibinin evinin ve dükkânının deposunun yer aldığı yeni bir sistem ortaya çıkmıştır. Tokyay (2005) dükkânlı alışverişe örnek olarak İtalya Bologna'daki portikoları göstermektedir. Portikolar, yarı açık bir mekân ile dükkânlar dizisini oluşturmakta, böylece korunaklı bir alanda alışveriş tamamlanabilmektedir.

Market ve pazar halleri, kent merkezinde konumlanmış, pazar alanınca uzanan ve iş-ticaret alanı olarak önem kazanan yapılar olmaktadır. İlk görülen örnekleri genellikle iki katlıdır. Birinci katında yönetime ait çeşitli mekânlar yer alırken zemin katında ise esnaf locaları ile açık pazar alanı konumlanmıştır. Zemin kat, açık pazar alanının devamı niteliğinde süregelmekte ve kolonatlı bir yarı açık mekân sunmaktadır. Burada, geçici tezgâhların belirli günler bu alanda konumlandırılması ile ticari etkinlikler gerçekleştirilmektedir. Birden fazla kullanım olanağı sağlayan yapılaşmanın görüldüğü ilk örneklerden ikisi, 13. yüzyılda yapılan Como ve İtalya'daki Palazzo de Broletto'dur (Pevsner, 1976) (Şekil 3.5, Şekil 3.6).

14. yüzyıl boyunca İtalya'da, Floransa ve Siena'daki kamu yapılarında, alışveriş eylemini içeren çarşı ya da pazar olarak adlandırabileceğimiz bölüm, ayrı bir yapıya taşınmıştır. Bazı kentlerde ise bu yapılardaki alışveriş, eski tip kullanım hali ile devam etmiştir. Bologna, Brescia ve Padua'daki kamusal yapıların Ortaçağdaki kullanım biçimleri değiştirilmeden sürdürülmüş, pazar yeri ve kamu yapısı ayrıştırılmamış, alt katların kolonatlı pazar alanı şeklindeki kullanımına devam edilmiştir (Coleman, 2006).

Endüstri öncesinde küçük üretim, yani zanaat, toplumun temel gelir kaynaklarından biri olmuştur. Sosyal tabakalaşmaya göre kullanılan mallar farklılaşmış; gelirler arası fark, sahip olunan, kullanılan araç gereçlerden anlaşılmaya başlanmıştır. Buna göre zanaatkârların genel pazar alanındaki küçük dükkânlarında ya da evlerinde ürettikleri ve düşük ücrete sattıkları ürünler, alt gelir grupları tarafından talep edilmiştir. Üst gelir grubunu oluşturan saray mensupları ve soylular gibi imtiyazlı kişiler için daha itinalı ve ustaca işlenen araçlar yapılmış ve daha yüksek fiyatlara satılmıştır. Üretim mekânında ise bir farklılaşma olmamış, gösterilen emek ve özene göre üretilen nesne farklılaşmıştır (Sjoberg, 1965).





Como, açık pazar alanı (Claudio Pedrazzi).

Como, kolonatlı yarı açık mekan (Enzo Bortolozzo).

Ortaçağdan Modern Döneme kadar, alışverişi yapılan nesnelere bakıldığında; tarımsal ürün ticaretinin sürdürüldüğü, zanaatkârların yaptığı çeşitli objelerin, giyim ve deri gibi malzeme satışlarının gerçekleştirildiği bilinmektedir (Pevsner, 1976). Coleman (2006), Ortaçağdaki açık ya da yarı açık alanlarda gerçekleşen ticarette, çeşitli çiftlik hayvanlarının, zirai ürünlerin ve zanaat ürünlerinin, ekipmanlarının ve giysilerin satıldığını belirtmektedir. Fiziksel mekân incelendiğinde; kent nüfusundaki artış sonucunda ticaret mekânları yetersiz kalmış; buna paralel olarak artan ihtiyaç, hallerin alan olarak büyümesine, zemin katlardaki yarı-açık mekânların kapalı alanlara dönüştürülmesine ve yapılara çeşitli eklerin inşasına yol açmıştır. Ortaçağdaki bu yapılaşmada, sonradan çeşitli bölünmeler, bir nevi ayrışmalar gerçekleşmiştir (Geist, 1989).

İngiltere'de, Ortaçağda ortaya çıkan bu yapılaşma tarzının, daha sonraki yüzyılda da izlerini sürdürdüğü görülmektedir. 15. yüzyıl sonuna gelindiğinde ise Hollanda gibi bazı ülkelerde "fonksiyonların ayrıştığı mekânlar" yaratılmıştır. Et satılan ayrı bir yer oluşturulmuş, ya da giyim eşyalarının satışı için bir başka özelleşen mekân düşünülmüştür. 16. yüzyılda ise Avrupa genelinde fonksiyonel ayrışma yaygınlaşmıştır.

Avrupa'daki belirtilen yapılar ile aynı zaman içerisinde, doğuda farklı bir mekansal kurgu denenmiş, "çarşılar" ortaya çıkmıştır Coleman (2006). "Eastern Bazaars" başlığı altında doğudaki çarşıların, dükkânların organize edilmiş hali olduğunu vurgulamaktadır ve en iyi örnek olarak İstanbul'daki Kapalı Çarşı'yı göstermektedir.

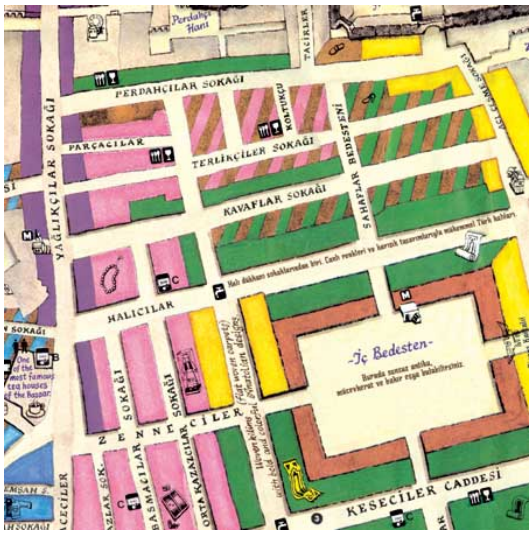
Cerasi (1999), Osmanlı şehirlerinin genellikle çarşı alanını geometrik merkez kabul ederek çarşının etrafında geliştirdiğini belirtmektedir. Bu gelişmede, şehrin gündelik yaşamda kullanılan önemli dolaşım aksları ve yolları çarşıya açılmaktadır. Şehrin kentleşmiş yüzölçümünün % 6'sı ile %10'unu kaplayan ticaret alanı, konutları mutlak biçimde dışarıda bırakarak tek bir alanda yoğunlaşmıştır. "Çarşı" alanını; hanlar, bedesten ve atölyelerin sıralandığı bir veya daha fazla sokaktan oluşan bir yapılaşma grubu çevrelemektedir. Hanlar; zanaatkârların, tüccarların ve gezginlerin hem konaklama hem de ticaret için kullandığı yapılardır (Vural, 2005). Ticaret açısından önemli görülen bu yapıların sayıca çokluğu, bulunduğu kentte ticaretin gelişmesinin bir göstergesi olmaktadır. Bedesten ise hem yerleşik hem de gezgin tüccarların iş yerlerinin bulunduğu bir merkez yapıdır. Kalın duvarları ve dışa kapalı olması ile korunaklı bir mekân sunmaktadır.

Cezar (1983), çeşitli bedesten tiplerinden söz etmiştir. Buna göre bedestenler genellikle iki ya da üç sıra kubbe dizisi ile üzeri kapatılmış; etrafında dükkânların yer aldığı içe dönük yapılardır. Yapının zamanı için önemli olması nedeni ile çevresindeki yapılaşmanın, satılan malların değerlerine etki ettiği bilinmektedir. Bu yapıya yakın konumlanmış dükkânlar, diğerlerine göre daha değerli ürünler sunmakta; bu yapı adasının etrafında da hanlar yer almaktadır. Zanaat atölyeleri ve daha az değerli ürünler satan, daha küçük dükkânlar ise bu merkezden uzakta yer almakta, bir dış bölge oluşturmaktadır.

Cerasi (1999), "Osmanlı Kenti: Osmanlı İmparatorluğunda 18. ve 19. Yüzyıllarda Kent Uygarlığı ve Mimarisi" adlı kitabında, çarşının kentteki toplumsal kitlenin tümünün kamusal yaşamının geçtiği yer olarak tanımlamaktadır ve tarihteki önemini şu şekilde vurgulamaktadır:

> "Osmanlı kentinin hayat damaları başka hiçbir yerde olmadığı kadar merkez-çarşıda atar; orada bütün sosyal gruplara ait kadın ve erkekler karşılaşır, bütün dil ve diyalektler işitilir (Cerasi, 1999)."

En büyük çarşı yapılarından biri olan İstanbul Kapalı Çarşı, 200 bin metrekarelik bir alana oturmakta ve tarihteki bu bölgenin tüm ticari ihtiyacını karşılamaktadır (Şekil 3.7, Şekil 3.8). Fatih Sultan Mehmet'in İstanbul'u fethetmesinin ardından inşa edilen çarşı, 3000 dükkânın yanı sıra hamam gibi bazı ek fonksiyonları da içermektedir. Bu dükkânlarda daha çok özgün ve yerel ürünler satılmakta, kilim, antika gibi simgesel objeler öne çıkmaktadır (Url-6).





Kapalı Çarşı genel yerleşim planı haritası (Url-6).

Kapalı Çarşı hava fotoğrafı (Url-6).

3.3 Modern Dönem

Modern dönem, insanlık tarihindeki en büyük kırılma noktalarından biri olarak görülmektedir. Bu dönemde, insanların yaşadığı ortam başta olmak üzere, kendisine ve çevresine bakış açısı da tümden değişmiştir. Geleneksel dünyanın kurum ve kuralları çözülmüştür ve artık Marx'ın deyişiyle "dünyevileşmiş" yeni bir ortam tarif edilmektedir.

Modernlik, 18. yüzyılda Avrupa'da ortaya çıkan ve daha sonra bütün dünyaya yayılan toplumsal yaşam ve örgütlenme biçimlerine verilen genel ad olmuştur (Giddens, 1990).

Bugün "modern" dediğimiz dönemin adlandırılmasında, modernite gibi yeni bir kavram ile açıklamaya çalıştığımız farklı bir sürece geçişteki en önemli olaylardan biri ise kuşkusuz Sanayi Devrimi'dir. Sanayi Devrimi ile birlikte üretim – tüketim ilişkileri değişmiş, üreten ile tüketen ilişkisi farklılaşmıştır.

Gerek üretimin gerçekleştiği mekânlarda, gerekse üründe doğrudan gözlemlenebilen farklılaşma, geniş bir endüstri hacminin ortaya çıkışını sağlamıştır. Feodal toplum yapısı kentli bir nüfusa yerini devretmiş, günümüz tüketim toplumuna dek uzanan bir değişim süreci başlamıştır. "Tüketim Toplumu", günümüzde pek çok düşünür tarafından tüketim merkezli bir toplumsal yapılanmayı ifade etmek amacıyla kullanılmaktadır.

Gündelik hayatı oluşturan nesneler ile insanlar arasındaki ilişki hem niteliksel hem de niceliksel olarak bir dönüşüm geçirmiştir. Geleneksel üretim kalıpları içerisinde insanlar kendi ürettikleri ürünü kullanır ya da takas yolu ile ihtiyaçlarını karşılar iken, kapitalist ekonominin gelişmesi ile ürettiklerine yabancılaşmış ve emek karşılığı ücret alır hale gelmişlerdir. Maddi üretimin nesneleri kullanım değerlerini kaybetmiş, dolaşıma çıkan ürün yelpazesinin gerek dolaşım şeklinde gerek ise oluşan taleplerde olarak büyük bir dönüşüm yaşanmıştır. Arz-talep dengesi dâhilinde piyasa koşulları içerisinde nesneler, değişime uğramakta; bu da kullanım değerinin önüne geçmektedir (Yırtıcı, 2002).

Ürünlerin üretimindeki sistemleştirme, satışta ve dolayısı ile mekân gereksinimlerinde de farklı bir sisteme gidilmesini gerektirmiştir. Vural (2005), farklı sistem arayışına girilmesini bir örnek üzerinden şu şekilde aktarmaktadır:

> "Söz gelimi artık dikiş kalıpları kullanılarak birbirinin aynısı olarak üretilen yüzlerce giysi için farklı mağazalarda farklı fiyatlar uygulanması ve bunlar için pazarlık yapılması çok anlamlı değildir. Dolayısıyla bu anlamda yeni pazarlama stratejilerin geliştirildiği ve uygulandığı alışveriş mekânlarına ihtiyaç duyulmuştur: "Büyük mağazalar" (Department store)"

Modern mimarlık ise 19. yüzyılda gerçekleşen, Endüstri Devrimi'nin yol açtığı gelişmelere dayanan ve 20. yüzyılın ilk yarısında yaygınlaşan, çağının gereksinimlerine, sanat anlayışına ve yapı teknolojisine uygun dolaysız çözümler arayan mimarlık üslubu olarak tanımlanmaktadır (Hasol, 2005).

Sürekli olarak kentleşen, karmaşık, modern bir toplumun gereksinimlerine yeni malzemelerin ve strüktür yöntemlerinin sağladığı olanaklar, yeni bir mimarlığı hem gerekli hem de olanaklı kılmıştır. Yeni bir ruh anlayışı ile rasyonelleşmeye ve endüstrileşmeye yönelen modern mimarlık, tarihsel eski biçimlerin kopyaları yerine özgün tasarım arayışlarını benimsemiştir (Hasol, 2005).

Yırtıcı (2005), hızla değişen, devinen, "yeni" olanın varlığını kısa bir süre sürdürüp, yerini bir başka "yeni"ye bırakma zorunluluğu yaşatan bir dünyada mekânı, bir fiziksel üretim nesnesi olarak tanımlamaktadır. Somut olarak üretilen, kullanılan ve tüketilen bir nesne olarak mekân, işlev olarak da tüketim eylemine birebir ev sahipliği yaptığında, oluşan tüketim toplumu için bir çekim noktası haline gelmektedir.

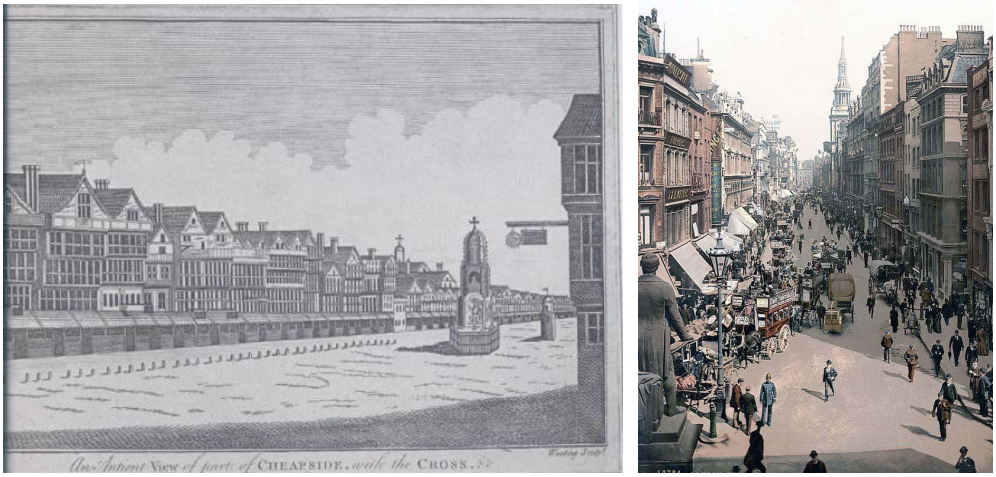
Üründeki ve sistemdeki değişiklikler, kentlerin değişiminde de önemli rol oynamaktadır. Son iki yüzyıl içerisinde, kırsaldan kente göçün artması ile birlikte, gelişmiş ülkelerde yüzde 90'lara varan, dünya genelinde ise insan nüfusunun yarısının kentlerde yaşadığı bir dünya oluşmuştur. Berman (1982) kapitalizmin etkisi ile her şeyin eskimek üzere üretildiğini belirtmektedir. Artık "katı olan her şey" , üründen sürecinde kullanılan makinelere kadar, makine başında çalışan insanlardan yaşadıkları evlere, mahallelere, bölgelere ve hatta ulusa kadar "her şey" ertesi gün yıkılmak, dağıtılmak, parçalanmak ve yerle bir edilmek üzere yapılmaktadır.

3.3.1 Erken Modern Dönem

"Erken Modern" başlığı altında, modernizmin asıl söz ettiği dönemden önce ortaya çıkan kilit yapılar ya da önemli değişimler aktarılmaktadır.

16. ve 17. yüzyıllar boyunca, Londra ve Paris gibi kentleşmenin daha hızlı gerçekleştiği şehirlerde caddeler çeşitli dükkânlar, barlar ve kafeteryalar ile çevrelenmiştir. Ticaret hala loncaların tekelinde olmak ile birlikte, caddeler dükkânların yan yana gelmesi ile zemin katta sıralı bir aks oluşturmaktadır. İngiltere, Londra'da yer alan Cheapside, 17. yüzyıl caddeleri genel anlayışına örnek olarak gösterilmektedir (Şekil 3.9, Şekil 3.10). Bu alışveriş caddelerinin zemin katlarında dükkânlar, üst katlarda ise konutlar yer almaktadır (Coleman, 2006).

17. yüzyıl ve sonrasında, nüfusa paralel olarak artan büyük alan gereksinimi, büyük açıklık geçme problemini de beraberinde getirmiştir. Alt katları, özellikle 16. yüzyılda yaygınlaşmış bir alışveriş anlayışı olan, mağaza ve müşteri sirkülâsyonu için sokak şeklinde oluşturulmuş, üst katlarında ise dükkân sahiplerinin ofislerinin yer aldığı; dökme demirden üretilmiş çok katlı mekânlar ortaya çıkmıştır (Tokyay, 2005).



İngiltere, Cheapside Bölgesi eski görseli (Coleman,2006).

Cheapside Alışveriş Caddesi genel görünümü.

18. yüzyıl kapitalizminin kentlerdeki ilk izleri büyük mekânsal düzenlemelerdir. Demiryolu ağının genişlemesi, yeni gelişmiş kentlerin simgesel yapıları olarak tren garlarının inşası, kentte insan ve meta hareketini kolaylaştıracak, kentin farklı bölgeleri arasındaki iletişimi sağlayacak büyük bulvarların açılması, ticaretin gelişmesi ve dönüşümü ile yeni kamusal alan sorunsalı çerçevesinde tartışılan alışveriş merkezlerinin ortaya çıkışı ve artan konut ihtiyacını karşılamak üzere ortaya konulan konut stok alanları, kentin var olan imajını tamamıyla değiştirmiştir (Yırtıcı, 2005).

1700'lü yılların başlarından itibaren meyve, sebze, balık gibi ürünler ve koyun, keçi gibi canlı küçükbaş hayvanların satıldığı, kent merkezine görece uzak konumlarda, büyük kapalı pazar alanları olan "haller" inşa edilmeye başlanmıştır. 18. yüzyılda ortaya çıkan yeni pazar alanları olan hallerin; hem mekânsal olarak, hem de alışverişe getirilen düzenlemeler anlamında bugünkü büyük alışveriş merkezlerinin ilk örnekleri oluşturduğu düşünülmektedir. Farklı bir özellik olarak ise haller, alışveriş meydanları ve caddeler gibi sabit bir ticaret aksı oluşturmamakta, pazarın olduğu gün ve saatlerde kullanılmakta, diğer günlerde ise boş kalmaktadır (Vural, 2005).

Sanayileşme ile birlikte, 1800'lü yıllara yaklaştıkça artış gösteren göç olgusu, birçok şey gibi yiyecek gereksinimine olan artışı da beraberinde getirmiştir. Bu ihtiyacın karşılanır olduğu kent meydanlarındaki küçük pazar alanları ise artık gereksinimlere karşılık verememiş, yetersiz kalmaya başlamıştır. Buna çözüm olarak kimi kentlerde kapalı pazar alanları oluşturulmuş, kimi kentlerde ise bu pazar alanları kentin farklı bir noktasına taşınmıştır.

Arkatlar ve Pasajlar

Kapalı pasajların inşasına, Endüstri Devrimi sonrasında, özel girişimciler tarafından başlanmış ve bu yeni tip yapılar, yepyeni bir toplumsal düzenin oluşmasına katkıda bulunmuştur. Farklı bir yapısal kurgu olan ve Baudelaire'in (2003) "modern gündelik hayat kültürünün beşikleri" olarak tanımladığı pasajlardaki yaşam şu şekilde ifade edilmiştir:

> "Yeme içme, giyim kuşam görgüsünün, hazzın, cazibenin, modanın, lüksün dünyaya sunulduğu sahneler. Vitrinler barlar, bistrolar, panaromalar, balmumu heykel müzeleri, sergiler… Ve tip tip Parisli. Narin dökme profillerle, bu profillerin çerçevelediği camların ve aynaların kuşattığı Gotik özentisi mekânlar: Pasajlar."

Baudelaire'ın (2003) tanımından anlaşıldığı üzere, artık bu yeni alışveriş mekânları salt bir fiziksel mekândaki değişimi değil, tamamı ile topluma ait bir dönüşümü yansıtmakta ve sınıfsal özellikleri dile getiren, bir nevi kimlik göstergesine dönüşmeye başlayan, sosyal bir merkez haline gelmektedir. Walter Benjamin (2001) pasajlardaki şık dükkânlara ve üstten doğal ışık alınmasını sağlayan cam örtüye vurgu yaparak, pasajların "küçük bir dünya" olduğunu belirtmektedir.

Arkatlar, ya da bir başka deyişle arkatlı yapılar, özellikle 18. yüzyıl sonlarından İkinci Dünya Savaşı'na kadar olan süreçte dünyanın birçok kentinde yaygınlaşmıştır. Bu yapı türü, özellikle Londra ve Paris gibi gelişmenin ve kentleşmenin yoğun olduğu kentlerde ortaya çıkmıştır. Kamusal alan olarak ele alındığında, git gide kalabalıklaşan kentlerde, popülerliği buna paralel olarak artan araçlar artık yoğun bir trafik oluşturmaya başlamış, mevcut toplanma alanlarının kullanılabilirliği azalmıştır.

“Yayalara yönelik” bir sokak gereksinimi arkatlı yapılarla kurgulanmıştır. Böylece güvenli, kullanışlı ve daha organize edilmiş bir alışveriş aksı yaratılmıştır. Dükkânların belirli bir düzenle sıralanması, mevcut iki yoğun ana caddenin bu aks ile bağlantılı kılınması sağlanmıştır.

Coleman (2006), ilk arkatlı yapılarda, geçici pazar yerlerinde olduğu gibi tezgâhların kurulduğunu ve kısa bir süre sonra vitrinli dükkânlara geçiş yapıldığını belirtmektedir. Arkatlı yapılar, genellikle çatıdan doğal aydınlatma sağlanacak şekilde tasarlanmıştır ve ilk örneklerinde iç mekânlarda ahşap malzemenin kullanıldığı görülmektedir. Kemerler belirli bir düzenle sıralanmış, zeminde doğal taş kullanılmış ve duvarlar plasterlarla süslenmiştir. Özellikle Paris’teki ilk arkatlı yapılar 3 metreye yakın bir genişlikte, dar koridorlara sahiptir. Daha sonra yapıdaki genişlik git gide artmıştır: Örneğin, 1830’da Galerie de Bois’in (Ahşap Galeri’nin) yerine geçen Galerie d’Orleans 8,5 metre genişliğindedir (Şekil 3.11). Yapılar genellikle iki kat yüksekliğindedir ve hatta bazıları daha da yüksek olmakla birlikte üst katlarında apartman daireleri bulunmaktadır. 1788 yılında Paris’te inşa edilen The Galerie de Bois, Palais Royal’in ilk arkatlı yapısı olarak bilinmektedir. Londra’daki 1819 yılında Samuel Ware tarafından tamamlanan Burlington Arkadı da 150 metre uzunluğundadır ve 72 dükkânı ile iyi bir arkatlı yapı, pasaj örneğidir.



Galerie d’Orleans görseli (Url-7).

Paris ve Londra gibi kentlerdeki pasaj örneklerinden sonra, Brüksel, Hamburg, Nantes ve Trieste gibi kentlerde de arkatlı yapıların inşası hız kazanmıştır. Saint Hubert Pasajı ise hala ayakta olan, zamanı için seçkin pasaj örneklerinden biridir.

Belçika, Brüksel'deki Galeries Saint-Hubert (Saint-Hubert Pasajı), Kral Leopold I tarafından Haziran 1847'de açılmıştır (Şekil 3.12). Brüksel merkezde yer alan Saint Hubert Pasajı, en eski arkatlı yapı örneklerinden biri olarak iki önemli caddeyi birbirine bağlamaktadır. Her ne kadar İtalya, Milano'daki Vittorio Emmanuelle II, en eski arkatlı yapı olarak bazı kaynaklarda yer bulsa da Saint Hubert Pasajı daha önce inşa edilmiştir. Brüksel'e özgü salonları, kitapçıları, zarif kafeteryaları ile Art Deco etkisinde bir iç mekânı bulunmaktadır. Montagne Caddesi cephesi, Mimar Jean-Pierre Cluysenaar (1811-80) tarafından klasik bir üslup ile tasarlanmıştır. İç mekân cephesinde birçok heykel bulunmakta, lüks mağazalar yer almaktadır.



Saint Hubert Pasajı iç mekan görünümü (D.D.).

İlk arkatlı yapılar, lüksün ve gösterişin simgesi ve sergileme yeri olarak görülmüştür. Çeşitli şekerlemelerin, çikolataların, meyvelerin, eldiven, ayakkabı gibi giyim eşyalarının satıldığı dükkânlar bir gridal düzen içerisinde sıralanmıştır. Ayrıca mezeci, kuyumcu, kırtasiye, oyuncakçı ve benzeri dükkânlar da burada yerini almıştır.

Geist (1989), 19. yüzyılın ortalarından sonra arkatlı yapılarda ikinci bir jenerasyonun başladığını belirtmektedirler. Bu yeni kuşak yapılar fiziksel açıdan, kendinden önceki örneklerine göre çok daha geniş ve de büyük yapılardır. 1840'da camın demir strüktür ile kullanımı, geniş açıklıkların geçilmesine bir çözüm olmuş, yapıların da genişlemesini mümkün kılmıştır. 1876 yılında Milano'nun Duomo Meydanı'nda yapılan Galleria Vittorio Emmanuele II, 17. yüzyıl sonrası büyük açıklık geçme ihtiyacı üzerine ortaya çıkan yapılar arasında önemli bir yere sahiptir (Şekil 3.13). İki ayrı meydandaki geçişi sağlamasının yanı sıra alışveriş için sağlı sollu dükkânların yer aldığı bir "alışveriş mekânı" sunmaktadır.





Vittorio Emmanuele II Pasajı'nın geçmişteki kullanımı.

Vittorio Emmanuele II Pasajı'nın Duomo Meydanı cephesi (Url-8).

Pasaj, Duomo Meydanı ile ünlü La Scala Opera Yapısı'nın yer aldığı Scala Meydanı'nı birbirine bağlamaktadır (Şekil 3.14). Giuseppe Mengoni tarafından tasarlanan yapı, zamanının en büyük arkatlı yapısı olması bakımından önemlidir. Çarpı şeklindeki alışveriş sokaklarının kesişim noktası, 39 metrelik cam bir kubbe ile örtülmüştür (Şekil 3.15, Şekil 3.16).





Vittorio Emmanuele II iç mekan fotoğrafi (D.D.).

Vittorio Emmanuele II Pasajı Scala Meydanı çıkışı (D.D.).

Çok katlı mağazalar

Fransa, Paris'te yer alan Bon Marche yapısı, "department store" olarak adlandırılan yeni bir yapı tipinin başlangıcını teşkil etmesi bakımından alışveriş mekânlarının değişiminde önemli bir yere sahiptir.

Bon Marche, bir yapının salt alışveriş eylemine ayrıldığı ilk örneklerdendir. 1852'de inşası tamamlanan Bon Marche, Boucicault isimli bir aristokrat tarafından yaptırılmıştır.

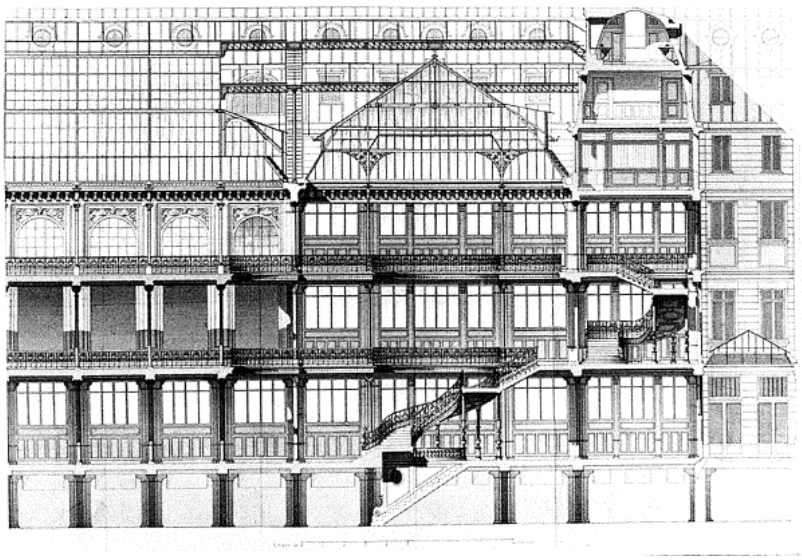


Bon Marche (Coleman, 2006).

Çok katlı mağazalar (*department store*), hem pazarlama stratejileri açısından, hem de bu pazarlama stratejilerinin mekân organizasyonu ile sağlanması açısından, alışveriş mekânlarına önemli bir farklılık getirmiştir. Yani tüketim anlayışı sadece mekânsal açıdan değil, komple bir sistem örgütlenmesi olarak değişmiştir.

Sennett (1996), satın alma zorunluluğu olmadan, herkesin mağazaya girip etrafa bakabilmesinin yeni bir durum olduğunu belirterek bu değişimi vurgulamaktadır ve Bon Marche'nin tasarımında üç temel ilkenin rol aldığını belirtmektedir (Şekil 3.17, Şekil 3.18). Bu ilkeler; parça başı kar oranının düşük oluşu, satış hacminin geniş tutulması ve malların fiyatlarının sabit olmasıdır. Yeni oluşturulan bu mağaza hacimleri, insanların hayal kurmasını sağlamakta ve bu, satılan mallar kadar alışveriş eylemini ve oluşturulan mekânı da çekici kılmaktadır. Teknolojinin gelişimi, mekânların dekorasyonundaki yenilikleri beraberinde getirmiştir. Süslemelerle bezenmiş bu çekici ortamın, bugünün alışveriş merkezlerinde yaratılmaya çalışılan atmosferin temelini oluşturduğu düşünülmektedir. Gürbilek (2001), bugünün alışveriş merkezlerini "vitrinde yaşama" alanları olarak belirtmekte, "seyir etme" durumuna değinmektedir.

Yırtıcı (2002) mağazanın başarılı olabilmesi için büyük bir alıcı kitlesinin varlığına ve bu kitleye ulaşılabilir bir ortam sunulması gereğine değinmektedir. Dolayısı ile insanların toplanabilecekleri mekânlara gereksinim olmakta ve yeni ulaşım sistemleri ile bu olanak sağlanabilmektedir. Yani modern mağazayı, seri üretim, bunları idare eden geniş bir bürokratik oluşum ve talep dengelerini karşılayacak bir tüketici kitlesi mümkün kılmaktadır.



Bon Marche kesiti. (British Architectural Library , Coleman, 2006).

3.3.2. Modern Dönem

Yırtıcı (2005), gelişmiş kapitalizmin 20. yüzyılın sonunda aldığı biçim ve küresel akışkanlığın, insan yaşamlarının mekânsal karşılığı olan kentlerin yapısında yeni dönüşümlere neden olduğunu belirtmektedir. 18. yüzyılda kentlerde boy göstermeye başlayan kapitalizm etkileri, maddi dünyanın üretilmesindeki artışı sağlamış, sosyal ve fiziksel bir hareketlilik yaratmıştır. Günümüzdeki metropolleşme adı altında ortaya çıkan mekânsal örgütlenme, geleneksel kent kavramının içeriğinde farklılaşmaya neden olmuştur. Hiyerarşik ve yoğun kent merkezleri yerine çok merkezli, düşük yoğunlukta ve fragmanter yapıda yeni yaşam alanları ortaya çıkmış, yeni bir yaşam formatı oluşmuştur.

Göç, beraberinde gelen ulaşım ağlarındaki gelişim ve motorlu taşıt kullanımının yaygınlaşması; kentin daha geniş bir alana yayılmasına yol açmış, yeni yerleşim alanları ortaya çıkmıştır. Bu yeni oluşan yerleşim alanlarının alışveriş gereksinimleri için de farklı bir mekân organizasyonu gerekmiştir.

Alışveriş ve kentleşme ilişkisinin yoğunlaştığı, kamusal alanların bu bağlamda yeniden ele alındığı söylenebilmektedir. Bazı "merkez"ler savaş ve benzeri nedenlerden ötürü tekrardan kurgulanması gerekirken bazıları ise "daha iyi"nin arzusu içerisinde yok edilmiş ve baştan tasarlanmıştır. Rotterdam, savaştan sonra yeniden tasarlanması gereken kentlerden biri olarak örnek verilirken; İngiltere'deki Blackburn ise bir yeniden yapım süreci yaşamıştır.

Rubenstein (1992), "Modern Pedestrian Malls" başlığı altında Batı Avrupa'da ortaya çıkan "trafikten arındırılmış" yeni alışveriş alanlarından bahsetmektedir ve ilk örneğinin 1926 yılında Essen'de ortaya çıktığını belirtmektedir. İkinci Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkan trafik, insan yoğunluğunun artışı, kentleşmenin hızlanması gibi problemler neticesinde bu yeni tip alışveriş merkezleri bir ihtiyaç haline gelmiştir ve 1966 yılında sadece Batı Almanya'da 60 tane yayalaştırılmış alışveriş caddesi karşımıza çıkmaktadır. Bu sayılar 1973'de 214'e, 1977'de 340'a ulaşmıştır ve 1980'de ise 800'ü bulmuştur.

Rubenstein (1992) yapılardaki nicel artışın yanı sıra, metrekare bazında da bir artışın kaçınılmaz olduğunu vurgulayarak 1960 yılında 250 feet (76.2 metre) uzunluğunda olan alışveriş caddelerinin, 1973'e varıldığında ise 800 feet'e (243.8 metre) kadar çıktığını belirtmektedir. Her alan bir diğerinden farklılaşmakta, kimi sadece tek bir uzun ve ince bir alışveriş caddesi planına sahip iken kimi bir meydan ile bütünleşen birkaç caddeyi kapsamaktadır.

Scott (1989), 1945 yılı itibari ile İkinci Dünya Savaşı'nın etkisi ile iflasa sürüklenmiş ülkelerin farklı bir döneme girdiğinden söz etmektedir. O dönemdeki genç mimarlar, her şeyi minimumda tutmak üzere iyi bir mimarlığın "duyarlı" olması gerektiğinin vurgulandığı bir eğitim sistemi ile yetiştirilmişlerdir. Bu çerçevede genç mimarlar, her şeyin minimal olması gerektiği gibi bir yargı ile tasarıma yaklaşmışlardır. Hem ölçülerde ve mekânsal organizasyonda, hem de kullanılan malzemenin boyutlarında bu yaklaşım görülebilmektedir.

1963 yılında Buchanan takımı "Traffic in Towns" başlığını verdikleri projelerini gerçekleştirmişlerdir. Bu işteki ana yaklaşımın, kentlerin artık insan aktiviteleri ve fonksiyonları ile yoğunlaşmış bir aglomerasyon olduğu, bireysel araçlar ile bu ana noktalara ulaşma talebinin ise sadece bir hayalden ibaret olduğu belirtilmektedir.

Yaklaşımdan bir çıkarımda bulunulduğunda ise karşımıza iki seçenek çıkmaktadır: Yeterli kapasitede caddelere sahip olup merkezlerden arınmak ya da kent merkezlerini yayalaştırmak ve tümüyle araçlardan arındırmak. Bugün hala tartışmakta olduğumuz kent problemlerine getirilen çözümler ana hatları ile bu yöndedir.

20. yüzyılın ortalarına dek Amerika'da ortaya çıkmış yapıların fiziksel özelleri ile Avrupa'dakiler birbirinden farklılık göstermektedir. Bunun başlıca sebebi, aynı zaman çerçevesinde Amerika'nın çeperlerinin, kentlerin gerek popülasyon gerek ise sınır bazında gelişmesine elverişli olması; Avrupa'nın ise özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası tekrardan yapılanma sürecini yaşaması ile farklı bir tarihsel noktada bulunmasıdır. Bu sebepten ötürü, Amerika'da alışveriş merkezleri yapılandırılırken Avrupa'daki birçok ülke, önemli kent merkezlerini ayağa kaldırmak için karma-kullanımlı yapıları inşa etmeye çalışmıştır. Aralarındaki ortak nokta ise, teknologinin gelişimi ile ortaya çıkan yeni sistemlerin kent hayatına dâhil edilmesine çalışılmıştır.

Ülkelerdeki ortak problem, araçların yaygınlaşması ile ortaya çıkan trafik olmuştur. Yeniden inşası gerçekleştirilen Avrupa kentlerinde, bu problem ile başa çıkabilmek adına, kent planlamasında trafik ana aksları mümkün olduğunca merkezden uzak tutulmaya çalışılmış; kent merkezleri tekrardan düzenlenirken, merkezlerin yayalarca kullanılabilmesine ve rahat sirkülâsyonun sağlanabilmesine öncelik verilmiştir. Savaş sonrası tasarlanan ve yaya odaklı düşünülen kent merkezleri yönünden en iyi örneklerden biri Hollanda'nın Rotterdam kentinde uygulanan Lijnbaan projesi olmaktadır.

Lijnbaan (Hollanda)



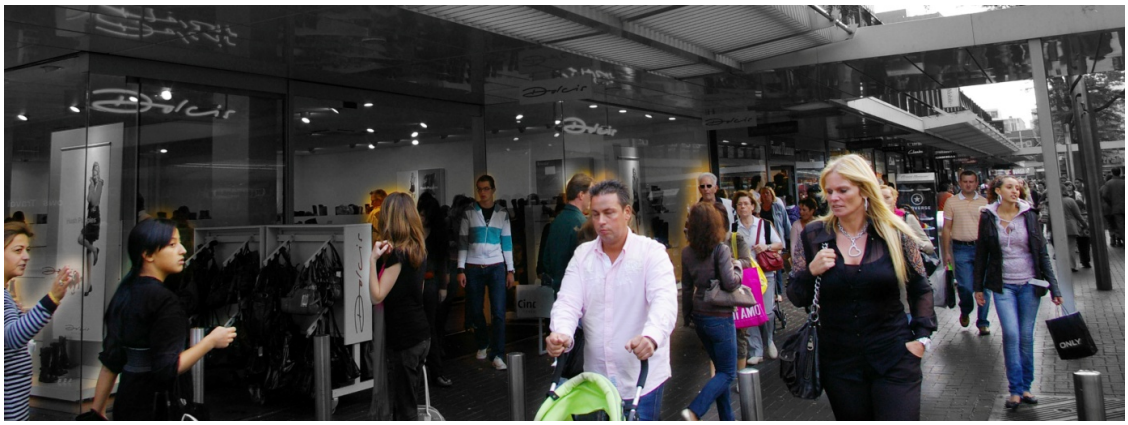


Lijbaan Alışveriş Caddesi'nin genel görünümü (Url-9).

Lijbaan Caddesi girişi eski görseli (Url-9).

Savaş ve sonrasında en çok hasar gören ülkelerden biri olan Hollanda, Alman Luftwaffe tarafından bombalanan kentlerinden Rotterdam'ın yeniden yapılandırılması gereği ile karşı karşıya kalmıştır. Kent merkezleri yeniden düzenlenirken, dükkânların önüne dek araçlar yollarını ulaştırma düşüncesi tekrarlanmamış, yayalaştırılmış kent merkezinde sıra ile yerleştirilen alışveriş caddeleri ile "yaya odaklı" bir merkez düşüncesi gerçekleştirilmiştir. Rotterdam Linjbaan, 1953 yılında açılmıştır ve bugün Rotterdam'da oluşturulmuş alışveriş bölgesinde yer alan ana alışveriş caddelerindendir (Şekil 3.19, Şekil 3.20). Mimarları Hollandalı Jo van den Broek ve Jacob B. Bakema'dır. Caddenin iyi yanında iki katlı yapılar bulunmaktadır. Ayrı bir bölgedeki apartman blokları, caddeye yakın konumlandırılmıştır. 18 metre genişliğindeki bu caddede, korunaklı bir alan sağlama amacı ile yer yer gölgelikler kullanışmıştır. Gölgeliklerin tekrar ettiği noktalar, planda bütünlüğü sağlama düşüncesi ile yerleştirilmiştir.

Alışveriş yapılarındaki gridal düzen 6,6 metre ve 8,8 metrelik iki ayrı uzunluk belirlenerek çeşitlendirilmiştir. Bu farklı aksların oluşturulduğu ölçü düzeni ile farklı büyüklükteki dükkân seçeneklerinin oluşturulabilmesi amaçlanmıştır (Şekil 3.21, Şekil 3.22).



2010 yılı Lijbaan Caddesi genel görünümü (D.D.).

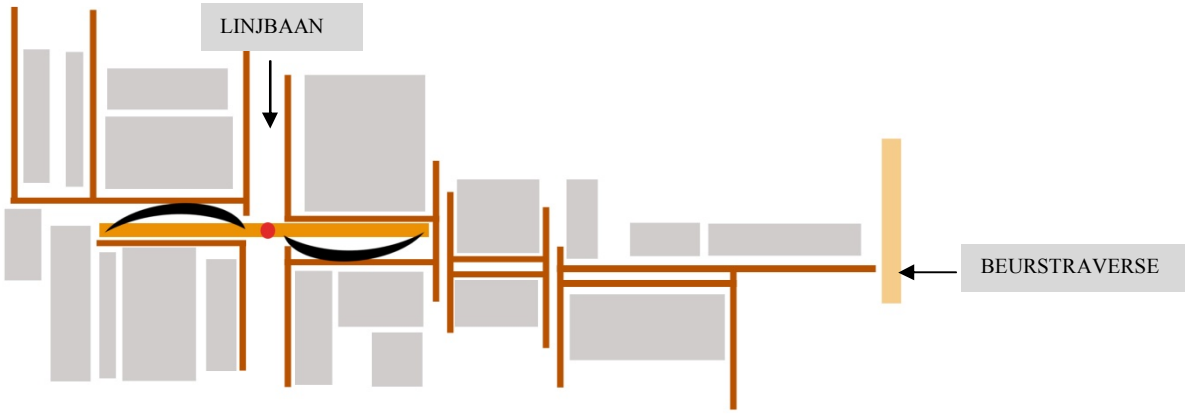
Yapıların konumu, kent planlaması göz önünde bulundurularak belirlenmiş ve buna uygun arka servis yolu ile birlikte kurgulanmıştır. Tasarımından 40 yıl sonra ise Lijbaan'ın yanında yer alan Beursplein için açılmış mimari yarışma sonrasında, yeni tip alışveriş formatlarının da alana dâhil olmuştur. Günümüzde bu caddenin bağlandığı Beurstraverse Caddesi'nin pazar alanına yakın bölgesindeki inşa çalışmalar devam etmektedir.



2010 yılı Lijbaan Caddesi genel görünümü (D.D.).

Beurstraverse

Beurstraverse Caddesi, ana kesitte iki farklı kottan devamlılığı sağlanan iki alışveriş aksı oluşturmaktadır. Bu akslardan üst ana kottaki yaya aksı, araçların geçtiği Coonsingel Caddesi tarafından kesintiye uğramaktadır (Şekil 3.23, Şekil 3.24). Diğer yandan caddede alt kotundaki yaya aksı, dükkânlar ile birlikte sürdürülmüş ve bir alt geçit niteliğindeki alışveriş caddesi devam ettirilmiştir. Cadde seviyesindeki bazı dükkânlar hem alt hem üst kotlarda girişe sahiptir.



Lijbaan ve Beurstraverse Caddeleri'nin şematik planı (D.D.).



Beurstraverse Caddesi kesiti (D.D.).

Rotterdam kenti merkezindeki alışveriş bölgesi sadece Lijnbaan ile sınırlı değildir. Linjbaan'ın bağlandığı Van Oldenbarneveltplaats'ın devamı niteliğinde süregelen Beurstraverse, Coolsingel caddesinde yeraltı alışveriş caddesi olarak devam etmekte, hatta önemli bir alışveriş yapısı olan De Bijenkorf'u da dâhil ederek Binnenrotte'ye dek uzanmaktadır. Bu caddeyi önemli kılan etmenlerden biri, kentin yayalaştırılmış ve alışveriş faaliyetine ayrılmış bir caddesi olmasının yanı sıra, aynı aks üzerinde birden fazla alışveriş mekânının sunulmasıdır. Haftanın belirli günleri Binnenrotte üzerinde pazar kurulmakta, ikinci el ya da düşük fiyatlı ürünler sergilenmektedir. Bu alanda sabit nesneler kullanılmamakta, geçici tezgâhlarla alışveriş için yaya aksları oluşturulmaktadır. Giyim, yiyecek ve benzeri ürünlerin yanı sıra ikinci el elektronik eşyalar ve aletler, bisikletler, antikalar da satılmaktadır.





Beurstraverse Caddesi'nden ulaşılan alt kot yaya aksı (Url-10).

Beurstraverse Caddesi genel görünümü (Url-10).

Hemen tekrar Beurstraverse Caddesi'ne dönüldüğünde ise pazardaki kadar uygun olmasa da farklı uyruklardan insanların işlettiği küçük dükkânlar ile karşılaşılmaktadır. Çanta ve benzeri eşyalardan günlük malzemelerin satıldığı küçük çaplı marketlere kadar çeşitli ürünler bulunmaktadır. 2009 yılı itibariyle hala caddenin pazar alanına ve Blaak bölgesine bağlandığı kısmında inşaat devam etmekte, buradaki dükkânların bulunduğu bazı yapıların da yenileneceği belirtilmektedir (Şekil 3.25, Şekil 3.26).

Avrupa'da ortaya çıkan bu tür yapılar, Avrupa için, Amerika'da ortaya çıkan ilk alışveriş merkezi örneklerinin kendinden sonra geliştirilen tasarımlara öncü olmasına benzer bir rol üstlenmiştir. Arkatlı yapılardan sonra, belirli bir amaca yönelik organize edilmiş olarak bu tasarımlar, kentin alışveriş eylemini içeren kamusal alanının gelişmesinde önemli bir adım teşkil etmiştir.

20. yüzyıl, aynı zamanda "bireyselliğin" öne çıktığı bir yüzyıl olmuştur. Bireyselliğin öne çıkması birebir tüketime, tüketim alışkanlıklarına yansımış ve mekânlardaki farklılaşmayı beraberinde getirmiştir. Kentler de buna bağlı olarak, gerek fiziksel gerek ise toplumsal kullanım yönünden bir değişime uğramıştır.

Endüstri Devrimi öncesinde kentin merkezinde yer alan konut ve küçük zanaat dükkânları, merkez dışına taşınmış; kentteki değişimle birlikte bazı aktivitelerin mekânsal farklılaşma gerektirmesinden ötürü, tek bir merkez etrafında birçok aktivitenin yoğunlaşması mümkün olamamıştır. Dolayısıyla bazı aktiviteler yer değiştirmiş, bazıları bütünleşmiş, bazıları ise merkez çevresinde konumlandırılmaya başlanmıştır.

Bugüne dek alışveriş merkezleri ile ilgili yapılan çalışmalarda, zamansal açıdan ve/veya belirli yerde konumlanma gibi çeşitli kısıtlamalar ile çeşitli kategoriler oluşturularak bu yapı tipolojisi incelenmek istenmiştir. Maitland'ın 1990 yılında hazırladığı rapora göre, alışveriş merkezleri fiziksel formu, yerleşimi, fonksiyonları ve ticaret stilleri gibi özellikleri ile sınıflandırılırken; BCSC 2001 yılındaki raporunda fiziksel form özelliğine yer vermemekte ve listeye "boyut" olarak ayrı bir değerlendirme ölçütü eklemektedir. Bugün kullanılan sınıflandırmada ise daha fazla madde bulunmakta, diğer raporlardaki maddelerin hemen hemen değerlendirme kapsamına dâhil edilmektedir. Hatta diğer kullanımlar ile beraber; birliktelik, birinci ve ikinci jenerasyon olma gibi ek maddeler de bulunmaktadır.

Coleman (2006), "Shopping Environments Evolution Planning and Design" adlı kitabında alışveriş merkezlerini kategorize ederken; kent dışı, kent merkezi ve yeni tip alışveriş mekânları olmak üzere üç ana başlık belirlemiştir. Ancak tarihsel süreç incelendiğinde, alışveriş merkezlerini sınıflandırma konusu her dönemde değişkenlik göstermiştir ve gösterecektir. Dolayısı ile bugünkü sınıflandırma da gelecekte düzeltme gerektirecektir ki gelecek, alışveriş merkezi yapıları için çok kısa vadede bir değişimi zorunlu kılmaktadır.

Bu sebepten dolayı, bu bölümde, sınıflandırma yapılmadan bütüncül olarak alışveriş merkezlerinin genel özelliklerine ve tipik örneklerine yer verilmektedir.

Avrupa'da savaştan zarar görmüş bazı ülkelerdeki kentlerin baştan oluşturulması zorunluluğu, Hollanda'da yer alan Rotterdam Lijbaan Caddesi projesi ile aktarılmıştır. Amerika'da ortaya çıkan yeni tip alışveriş mekânlarına ise, bu tipolojinin öncüsü olmaları bakımından ayrı bir başlık halinde değinilmektedir. Bunların dışında, özellikle Endüstri Devrimi sonrası gelişmelerle farklı arayışlara girmiş ve farklı kent planı önerilerini gündeme getirmiş ülkeler de bulunmaktadır. Özellikle motorlu taşıtların nicel olarak artışı, büyük kentlerdeki mevcut yollar için bir sıkıntı teşkil etmiştir. At arabalarına göre kurgulanmış bu yolların genişletilmesi, araçlara uygun hale getirilmesi gerekmiştir. Bu ve benzer sorunlar çerçevesinde birçok tartışma, beraberinde birçok farklı çözüm düşüncesini getirmiş; İngiltere örneğindeki gibi farklı kent şemalarının ortaya çıkmasına neden olmuştur. İngiltere'de Birmingham ve Londra gibi kentler ile Blackburn, kentsel açıdan ve alışveriş merkezlerinin ortaya çıkması bakımından farklı gelişim göstermiştir. Dolayısıyla bu kentlerdeki alışveriş mekânlarının gelişimi, farklı kentlerden seçilen ve dönemine öncü olan örnekler üzerinden değerlendirilmektedir.

The Bull Ring (İngiltere)

İngiltere'de ortaya çıkan ilk kapalı alışveriş merkezleri, 1964 yılında açılan Birmingham'daki The Bull Ring ile Londra'daki Elephant ve Castle'dır. Her iki yapıda da ulaşım temel alınmış, otoyollar göz önünde bulundurularak tasarıma başlanmıştır (Şekil 3.27).

Bugün İngiltere'nin en önemli ikinci şehri olarak gösterilen Birmingham, büyük sanayi şehirlerinden birine dönüşmüştür. Kent, bir savunma kenti değil; ticareti ile ünlü bir kent olmuştur.

1960'lı yıllarda The Bull Ring'in inşası, zamansal açıdan Amerika'da kapalı alışveriş merkezlerinin ortaya çıkışına ve yaygınlaşmasına denk gelmektedir. Alandaki üç sembol, silindirik Rotunda binası, eski çarşı merkezini saran ring yolları ve 32.500 metrekarelik dükkân ve market alanı ile The Bull Ring Alışveriş Merkezi olmuştur.





1954 yılı eski Bull Ring pazar alanı görünümü (Url-11).

2005 yılı "The Bullring" projesi genel görünümü.

The Bull Ring, Sydney Greenwood Tarafından tasarlanmış, İngiltere'deki ilk kapalı alışveriş merkezidir. Projeyi diğerlerinden ayıran özellikleri; araç yolu ile yaya yollarını birbirinden ayırması, açık bir avluda çeşitli katlarda dükkânların olması, yapay aydınlatılan iç mekân kurgusu, otobüs ve tren gibi kamusal ulaşım araçları ile bağlantısının düşünülmüş olması ve kendi içerisinde farklı bir ortam sunmasıdır. Yapı, karma kullanımlı olarak tasarlanmış, alışverişin yanı sıra ofis ve konaklama birimlerine de yer verilmiştir.




The Bull Ring projesi ve çevresinin genel görünümü (Url-12).

The Bull Ring yapısı genel görünümü (Url-13).

The Bull Ring'de, Amerika'daki kapalı ve çok katlı alışveriş merkezi tasarımlarındaki prensiplerin adaptasyonu görülebilmektedir ancak başarılı bir örnek olarak adlandırılmamaktadır. Bunun en önemli sebebi ise, Amerika'da ortaya çıkan bu tipolojinin kent çeperinde uygulanmış olması ve bu örnekte ise aynı koşulların yaratılmaya çalışıldığı projenin bir kent merkezinde konumlandırılmasıdır. Plan düzeni, üç ana parça şeklinde düşünülmüştür ve proje, beş katlı olarak tasarlanmıştır.

Yapıya girişler hem net olmamış, hem de yer yer rampaların kullanımını zorunlu hale getiren kot farklılıkları ortaya çıkmıştır. Tüm bunlar, yapının kullanımını karmaşık hale getirmektedir. İç mekânda düşünülen, gün ışığının doğal ve ferah bir aydınlatma sağlayacağı fikri uygulamada başarısız olmuştur. Bunun en önemli sebebi, Avrupa'daki iklimsel farklılıklar neticesinde, kentin şeffaf yüzeyler ile iç mekânda doğal aydınlatma sağlayacak kadar elverişli bir iklimsel yapıya sahip olmaması, dolayısı ile yapı içerisinde uzun saatler boyunca karanlık bir atmosfer oluşmasıdır (Coleman, 2006).

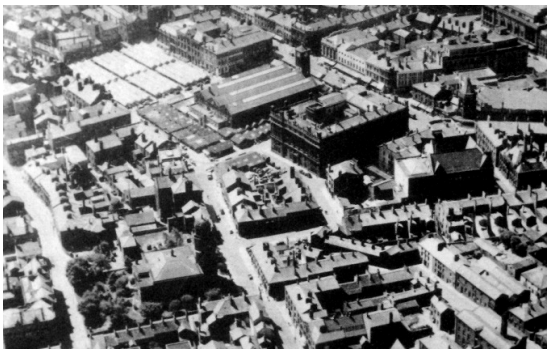
The Bull Ring, İngiltere'deki alışveriş merkezi tasarımının başlangıcı için önemli bir yapıdır ancak kullanımındaki aksaklıklar neticesinde yıkılması kararlaştırılmıştır. 30 Haziran 2000 yılında yıkımı başlatılmış, Mart 2001'de tamamlanmıştır. Yıkımı esnasında ortaya çıkan malzemelerin tekrar kullanımı sağlanmıştır (Şekil 3.28, Şekil 2.29, Şekil 3.30).

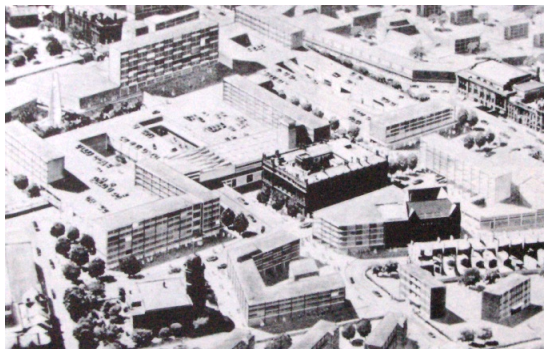
Blackburn (İngiltere)

Scott (1989), İngiltere'de 1960 yılında Blackburn'ün savaştan etkilenmemesine rağmen, çok iyi koşullara sahip olmayan bir bölge olduğunu bildirmektedir. Koton dokumacılığı endüstrisinin sona ermesi, bu alanın artık tercih edilir olmamasında önemli bir etmendir. Blackburn Kurulu'nun hazırladığı broşürde söyledikleri, o günkü koşulları aktarma konusunda faydalı olmaktadır:

> "Lancashire'daki birçok endüstri kentinde de olduğu gibi, Blackburn endüstri devriminin bir ürünü olmaktadır. Görünür bir planlama olgusundan uzakta büyümektedir ve çok az yapı gerçek mimarideki güzelliği betimleyebilmektedir ve kalabalık alışveriş merkezi, modern trafikteki gereksinimler konusunda tamamen yetersiz kalmaktadır. Yeniden planlama ve yeniden yapılaşma kesinlikle kaçınılmazdır."

Blackburn'ün merkezi, planlama problemlerinin örneklenmesi bakımından iyi bir örnek teşkil etmektedir. Burasının yenilenmesi konusunda çalışmalar başlatılmış, Laing Grubu'ndan üç ay içerisinde fikirlerini ve alan için konut tasarımlarını içeren bir sunum hazırlanması istenmiştir. Sunum, 1962 Mart'ta Blackburn Sanat Galerisi'nde gerçekleştirilmiştir. Daha sonra Laings'in Blackburn'de zaten bir iş yapıyor olması gerekçesi ile Building Design Partnership, Blackburn'e yeni bir yüz kazandırmak üzere projeyi almıştır.





1960 yılı Blackburn görünümü (Scott, 1989).

1962 yılında yeni görünümü ile Blackburn kent merkezi (Scott, 1989).

1962 yılında eski pazar alanı ve çevresindeki yapılar tamamen ortadan kaldırılmıştır. Yıkılan yapılardan biri de Blackburn Saat Kulesi olmuştur (Scott, 1989). Bugün düşünülmesi dahi mümkün olmayan bu çözüm yolu, o zamanın oturanları tarafından beğeni ile karşılanması neticesinde başarılı bir proje olarak görülmektedir (Şekil 3.31, Şekil 3.32). Birçok basın bülteninde yer almasının ve ödüllendirilmesinin nedeni de budur.

Eski ile yeni arasındaki fark, hem hava fotoğraflarından hem de aynı perspektifle çekilmiş King William Caddesi fotoğraflarından görülebilmektedir. Yapıda üstten aydınlatma kullanılmış, zeminde düz yaya geçiş aksları sağlanmış, 24 saat açık bir alışveriş merkezi yaratılmıştır (Şekil 3.33, Şekil 3.34).



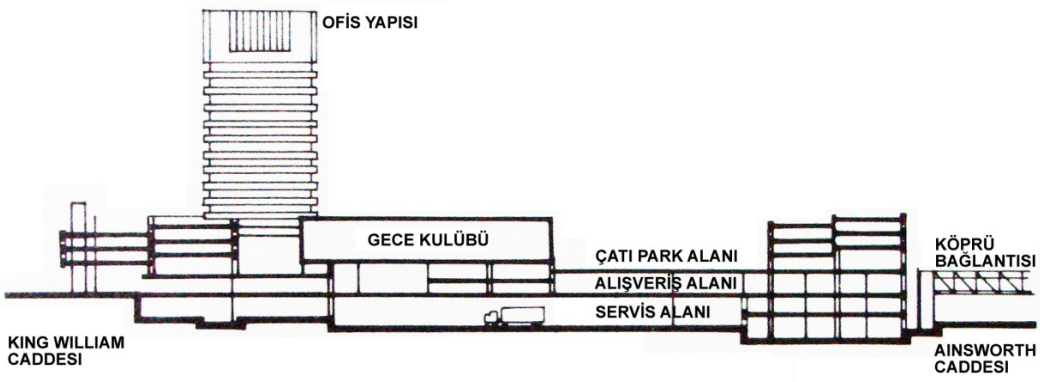


King William Caddesi eski görünümü (Scott, 1989).

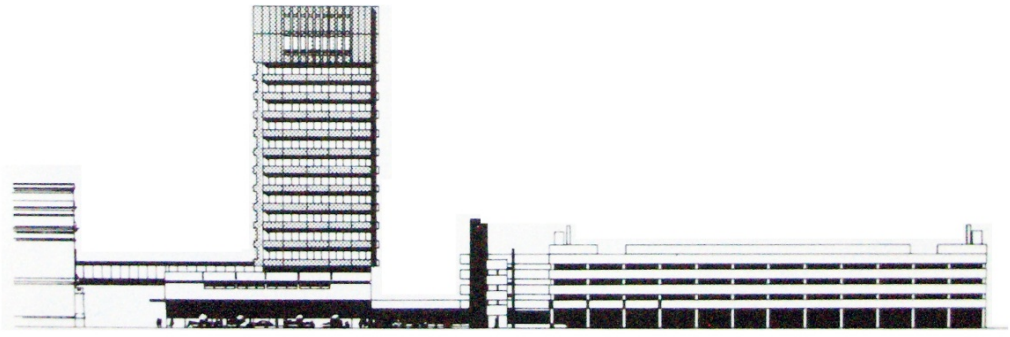
1964 yılı King William Caddesi'nden görünüm (Scott, 1989).

Coleman (2006), Blackburn'ün, 1950'lerin karmaşası içerisinde yeniden yapılandırılması gereken bir hal aldığını belirtmektedir. Bu bakış açısı ile yayınlanmış broşürde, modern kentin yeni ihtiyaçlarının artık karşılanamadığı, var olan yapıların mimari bir estetik anlayışının olmadığını ve yeniden planlanması gerektiği vurgulanmaktadır. Kent merkezinin yeniden yapılandırılması esnasında, The Bull Ring'de görülen iç mekandaki yapay aydınlatma, ulaşım akslarına mekanı entegre etme, tüketicileri trafikten ayırma ve alışveriş alanını kapalı olarak tasarlama gibi mekan organizasyonuna yönelik bazı prensiplerin uygulandığı görülmektedir.

İki proje değerlendirildiğinde, The Bull Ring'den farklılaştığı noktalar ise, Blackburn'ün tasarımına bütüncül bir bakış açısı ile yaklaşılmış olması, çevreye daha duyarlı bir şekilde merkeze yaya ulaşımının sağlanması, 24 saat açık olan dükkânların tek bir katta konumlandırılarak yaya ulaşımı ile ilişkilendirilmesidir (Coleman, 2006) (Şekil 3.35, Şekil 3.36).



Blackburn projesi kesit çizimi (Scott, 1989).



Blackburn projesi cephe görünümü (Scott, 1989).

Northland ve Southdale Alışveriş Merkezleri (Amerika)

Vural (2005), ilk alışveriş merkezleri kabul edilen Amerika'daki Northland ve Southdale Alışveriş Merkezleri'nin tasarımcısı Gruen'in, çağdaş kent yaşamı için ticari bir merkez olmanın ötesinde sosyal ve kültürel bir merkez olarak hizmet etmesini öngördüğünü belirterek; günümüzdeki alışveriş merkezlerinin yalnızca tüketim ürünlerinin değil, sosyal ve kültürel aktivitelerin de tüketildiği birer "tüketim katedralleri" haline geldiğini söylemektedir.

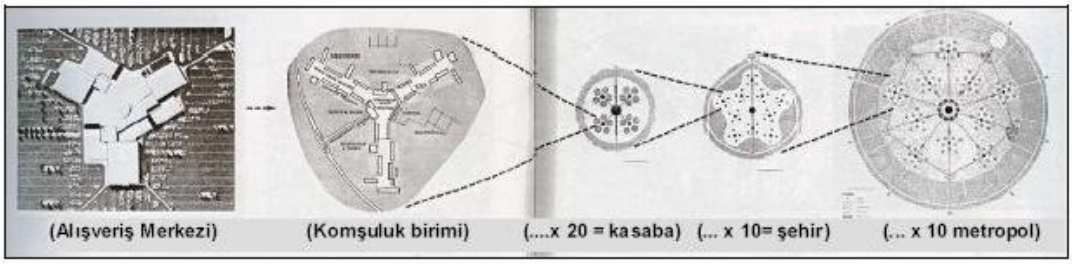
Alışveriş merkezleri, birbirleriyle anlamsal ve mekansal olarak hiçbir ilişkisi bulunmayan atlıkarınca, buz pateni pisti gibi eğlence öğeleri, panaromik asansörler, yürüyen merdivenler gibi teknolojik öğeler; kemerler, kubbeler, köprüler gibi mimari öğelerin bir araya geldiği gerçeküstü mekanlar haline dönüşmüşlerdir. Yeni bir kamusal alan yaratma amacı taşıyan bu sosyal merkezler, kimi zaman geçmişe öykünen "kitsch", kimi zaman ise bir uzay istasyonunu andıran "high-tech" iç mekan anlayışlarıyla karşımıza çıkmaktadır.

Gruen, İkinci Dünya Savaşı sırasında 1938 yılında Avusturya'dan Amerika'ya göç eden Viyanalı Yahudi bir mimar ve aynı zamanda kent mekânı ve kentlerdeki sosyal yaşam örüntüleri arasındaki ilişkileri inceleyen bir kuramcıdır. Kent çeperlerinde yaşayanların, kent merkezindeki ticari, sosyal ve kültürel aktivitelere ulaşım sorunundan yola çıktığını söyleyen Victor Gruen, Northland Alışveriş Merkezi'nin bu düşünsel alt yapı ile tasarladığını belirtmektedir (Gruen, 1964). Gruen, kentlerde sağlıklı bir toplumsal yaşamın kurulabilmesi için sosyal mekânların oluşturulması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu sosyal mekânlar, insanların kentteki trafik, sıkıcı çalışma ortamı ve konut alanları gibi ortamlardan soyutlanmasını sağlamak üzere oluşturulacaktır. Yani Gruen'e göre alışveriş merkezleri, günümüzde kentin farklı aktivite alanlarına bölünmesiyle anlamı boşalan kent merkezinin yerini doldurabilecek bir grup mekânlar bütünlüğü sunacaktır. Böylece geçmişteki Yunan agorası, Ortaçağ pazar alanı veya kent meydanları, rollerini günümüzde de sürdürebilecektir (Gruen, 1964).



Northland AVM yerleşimi (Gruen,1960).

Northland AVM (Coleman, 2006 alıntısı ile Bettman, 1954).



Northland AVM'nin kent gelişimine etkisi (Vural,2006).

Gruen (1960), "Shopping Towns USA" kitabının giriş yazısında şöyle demektedir:

> "Alışveriş merkezleri farklı yapılanmaların bir araya geldiği kompleksler olmaları ve bu yapıları bir arada tutan bir ruhun/düşüncenin olması gerekliliğinden ötürü bu yapıların tasarımında çevreyi de ele alan bir planlama anlayışı gerekmektedir. Bu gereklilik ancak alışveriş merkezlerinin günümüzde insanların çeşitli ihtiyaç ve aktivitelerini karşılayan kentsel organizmaların karakteristiğine sahip olabilmeleri kaydıyla mümkündür. Bu da bize aslında "alışveriş kasabaları" tasarımının haklılığını göstermektedir."

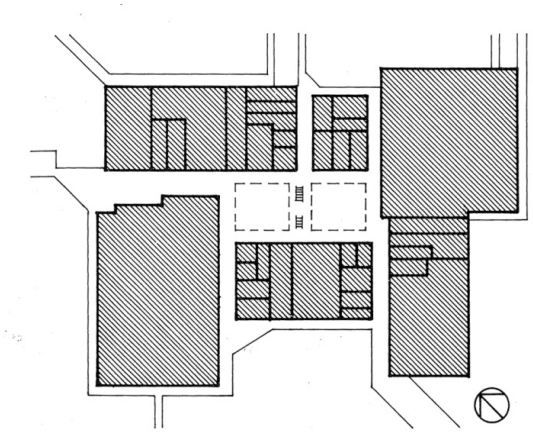
Northland Alışveriş Merkezi tek katlı olarak inşa edilmiş çeşitli bina kitlelerinin birbirlerine açık alanlar ile bağlanmasından oluşan bir komplekstir (Gruen, 1973) (Şekil 3.37, Şekil 3.38, Şekil 3.39).

Northland'dan sonra Minnestota'da tasarladığı Southdale Alışveriş Merkezi, kışın dondurucu soğukların yazın ise kavurucu sıcakların etkin olduğu bir bölgede yapılacak olması nedeni ile benzer bir açık bina kompleksi olarak tasarlanmamıştır.

Gruen (1964), 1956 yılında tasarladığı Southdale Alışveriş Merkezi'ndeki hedefini, hem satıcılar hem de tüketici için karlı olan ve toplumsal paylaşım hissi geliştiren birçok mağazanın bir arada olduğu tamamen kapalı bir merkez inşa etmek olarak belirtmektedir (Kowinski, 1985). Böylelikle ilk kez yatayda tek katlı olarak yayılan değil, düşeyde iki katlı olarak genişleyen bir alışveriş merkezi ortaya çıkmıştır (Şekil 3.40).

Bu iki katlı alışveriş merkezinin ortasındaki alan Gruen'in beklentilerine uygun olarak bir sosyal toplanma mekânı haline gelmiş, Mineapolis Senfoni Orkestrasının yıllık baloları gibi pek çok önemli sanat ve kültür olayına ev sahipliği yapmıştır (Gruen, 1973, Vural, 2005).

Coleman (2006), Detroit'in merkezine 20 mil uzaklıkta tasarlanan Northland Alışveriş Merkezi'nin planının, iki tarafında büyükçe bir alanı bağlayan koridor şeklindeki planlardan; merkezinde büyük bir mağaza, çevresinde gruplar halinde dükkânların yerleştirildiği bir plan olarak tasarlanması ile farklılaştığını belirtmektedir. Kullanım sırasında ise Northland Alışveriş Merkezi, kendi içerisinde bir merkez sunmanın yanı sıra, Detroit merkezinden ayırt edilemez bir şekilde kentin bir parçası haline gelmiştir.



Southdale AVM planı (Maitland, 1985).

Birbiriyle ilişkili yaya alanları tasarlayan Gruen'in yapısında görülen dikdörtgen pavilyon alanı, merkezi bir alan olarak oldukça nettir. Genellikle 1950lerdeki ilk örneklerinin de kanıtladığı durum olarak, alışveriş merkezlerinde, açık bir alanda düzensiz ancak birbiri ile ilişkili sokakların yayalarca kullanıldığı bir düzen karşımıza çıkmaktadır.

Gruen'in 1956 yılında tasarladığı Southdale Alışveriş Merkezi, Minneapolis'in dışında yer almaktadır ve -30 dereceden +42 dereceye kadar değişkenlik gösteren mevsimsel sıcaklık farkına sahip bir alanda konumlanmıştır (Şekil 3.41). Korunaklı bir alan yaratma fikri ile oluşturulan kapalı alışveriş merkezi tasarımı Kuzey Amerika'da bu şekilde ortaya çıkmıştır.

Yapının tasarım kararı için yapılmış olan önemli tespitlerden biri, Maitland'ın (1985) ifadesi ile "magnet" mağazalar arası, yani çekim noktaları arasındaki yürünmesi gereken mesafedir. Bu tespit neticesinde farklı kotlarda mağazalar oluşturulmuş, yapı iki katlı olarak tasarlanmıştır. Kesit çalışmasında da vurgulandığı üzere, yapının doğal ışık alması amaçlanmış, çatı ona göre kurgulanmıştır. Southdale'deki önemli kararlardan bir diğeri ise klimatizasyon sistemi ile ilgili olmaktadır. Yapıdaki fonksiyonlara bakıldığında, alışverişin yanı sıra çocuklar için bir hayvanat bahçesi alanı, yeme-içme mekanları düşünülmüştür. Bir "yaşamsal" bütünlük içerisinde tüm fonksiyonların birbirleri ile ilişkileri öngörülmüştür. Uzun koridorlardaki monotonluğu kırmak için de, alışveriş merkezlerinde "kamusal alancıklar" oluşturulmaktadır (Maitland, 1985).



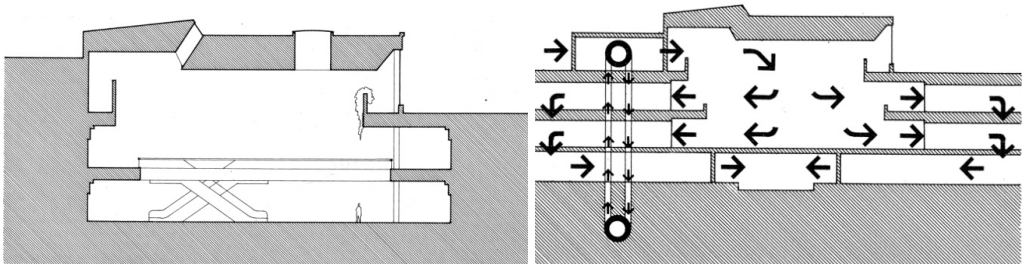
Southdale AVM genel yerleşimi (Url-14).

Coleman'a (2006) göre Minneapolis, Edina'da yer alan Southdale Alışveriş Merkezi, alışveriş merkezi tasarımı açısından çığır açıcı bir yapıdır. Tamamen kapalı ve kontrollü tasarlanan ilk alışveriş merkezi olarak, iki katlı ve her kata yaya ulaşımının sağlanabileceği şekilde tasarlanmıştır.

Gruen, müşterilerin klimatize edilmiş bir ortamda daha konforlu olacaklarını, dolayısı ile daha çok alışveriş edeceklerini öngörmüştür ve bu fikir, sonra tasarımı gerçekleştirilen çeşitli kamusal alanların bu şekilde tasarlanmasına yol açmıştır.

İnsanlar, rahat ettikleri bu merkezlere uzak olsalar dahi araçları ile ulaşmışlardır. Fikir, mağaza sahipleri tarafından da benimsenmiştir. Ancak bu kapalı, klimatize ortam yaratma fikri sonunda çok daha az pencereli, içe dönük bir yapılaşma ortaya çıkmaya başlamıştır.

Southdale Alışveriş Merkezi'ndeki kapalı kamusal alan fikri, dış mekânı iç mekana yönlendirmiş ve yeni bir kentsel mekan yaratmıştır (Şekil 3.42). Bu yeni tip "alışveriş merkezi" yapıları, arkatlı yapılardan sonra bir ikinci adım olarak alışveriş mekânlarında bir değişim yaratmıştır. Kaçınılmaz olarak "iç mekân" tasarımına yönelen ilgi sonucunda, iç mekân daha zengin bir şekilde donatılmaya başlanmıştır (Şekil 3.43, Şekil 3.44).



Southdale AVM kesit çizimleri (Maitland, 1985).

Günümüz için belirlenmiş olan "alışveriş merkezi tasarımı" kurallarından, vitrinlerle süregelen bir koridorun uzunluğu 200 metreyi geçmemeli kuralının ortaya çıkışı da Southdale'in oluşturulmasındaki tespitlerle paralellik göstermektedir..



Klimatize edilmiş ortamı ile Southdale AVM projesi.

Southdale AVM projesi iç mekan görünümü (Baldauf, 2008).

Southdale Alışveriş Merkezi'nden sonra amaçlanan ile sonucun birbiri ile çelişmesi üzerine Gruen "benim düşlerim ziyan edildi, çirkinleştirildi, müteahhitler sadece kar peşinde" diyerek bir Frankenstein yarattığını belirtmiştir. Amaçladığı yaşam kompleksinin içinde var olan bu alışveriş alanının düşünsel kısmı ile ilgilenilmediğini vurgulamaktadır.

The Brent Cross Centre (İngiltere)

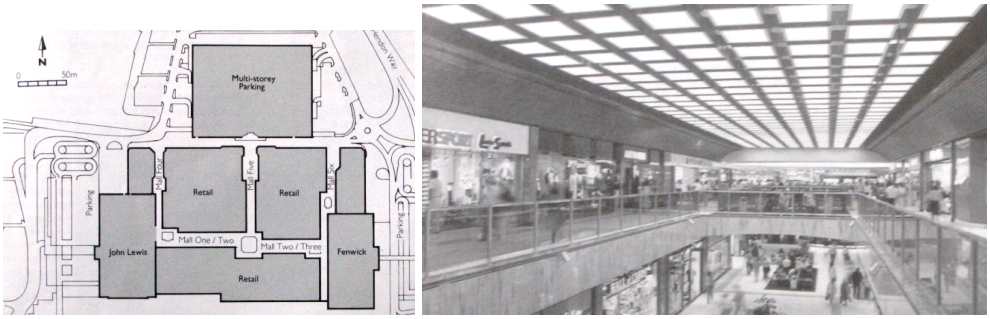


The Brent Cross Centre dış cephesi (Scott, 1989).

Scott (1989), inşa edildiği tarihte İngiltere'deki en büyük alışveriş merkezi olan, Londra'daki The Brent Cross Centre'ın, Amerikan alışveriş tipolojisindeki tüm prensipleri gösteren bir örnek olduğunu söylemektedir.

1976 yılında açılan bu alışveriş merkezi'nde; W H Smith, Boots, C&A ve Marks & Spencer gibi mağazaların olduğu not edilmektedir ki bu, aslında, 1960'larden itibaren alışveriş merkezlerinde hangi mağazaların yer aldığının da ticari açıdan önem kazandığının, alışveriş merkezlerinin tasarımının yanı sıra "nelere sahip olduğunun" da artık sözünün edileceğinin bir kanıtıdır. The Brent Cross Centre, küçük yiyecek dükkanları, oturma yerleri, su öğeleri, yeşil alanları ve söz edilen mağazaları ile İngiltere'deki ilk alışveriş merkezi örneklerindendir (Şekil 3.45).

Scott (1989), The Brent Cross Centre'ın iç mekân tasarımında başarıya ulaştığını ancak mimari olarak cephe düzenlemesine bakıldığında ise başarısız olduğu belirtilmektedir. İç mekân detaylı bir şekilde planlanmış, istenilen atmosfer sağlanmıştır ancak Amerika'dan transfer edilen tipolojideki noksanlık, alışveriş merkezinin banliyö alanında kurulması olmaktadır (Şekil 3.46, Şekil 3.47).



The Brent Cross Centre planı (Scott, 1989).

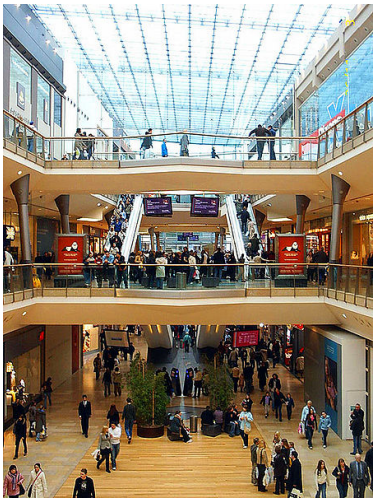
The Brent Cross Centre iç mekan görünümü.

The Bullring (İngiltere)

Birmingham, İngiltere'deki en büyük ikinci kent olarak adlandırılmaktadır ve sanayileşmesi bakımından önemli bir geçmişe sahiptir. İngiltere ve hatta Avrupa'da kapalı alışveriş merkezi yaratma konusunda öncü yapılardan The Bull Ring, daha önce belirtildiği üzere, 1964 yılında Birmingham'da inşa edilmiştir. 1980'lere gelindiğinde, ticari geçmişi uzun yıllara dayanan bu bölge, yeni nesil perakendeciler ve büyük mağaza sahiplerince "yeniye" ayak uydurulamaması nedeniyle tercih edilmemiştir.

The Bull Ring Alışveriş Merkezi, kentteki en önemli ticari merkez olarak yeterli olamamış ve gelişen kent ihtiyaçlarına göre ticari anlamda bir yeniliğe ihtiyaç duyulmuştur. Projenin geliştirilmesi, 40 dönümlük bu alanın tarihi için önemli bir dönüm noktası olmuştur ve 2003 yılında, yapıdaki hataları da gidermek üzere alan yeniden değerlendirilip, yeni adıyla "The Bullring" alışveriş merkezi tasarlanmıştır (Şekil 3.48).

Yeni yapılan proje, kente entegre olması bakımından aynı yüzyıldaki diğer kapalı alışveriş merkezlerine oranla çok daha başarılı görülmektedir (Şekil 3.49). The Bullring'de açık mekânlar da yaratılmıştır ve bu alanlarda kapalı alanlarda yer verilen alışveriş aktivitesinin devam ettirilmesi amaçlanmaktadır. Projenin planlanmasında mevcut kent merkezine bağlantı kurulması için New Street ve High Street'e kadar mağazaların yönlendirilmesi sağlanmaktadır.





The Bullring projesi alışveriş merkezi iç mekan görünümü (Url-15).

The Bullring kent merkezi projesi hava fooğrafı (Url-15).

Birmingham, tarihi caddeleri, meydanları ve açık alanlarına sahip bir kent olarak; Bullring projesinin doğu yöne bir kapı rolü üstlenmesinden sonra daha da birbiri ile ilişkili ve bütüncül bir kamusal alana sahip olmuştur (Url-15).

Vasco da Gama (Portekiz)

Portekiz, Lizbon'da yer alan Vasco da Gama'nın yer aldığı Expo 98 bölgesi konut alanı, ofis yapıları, alışveriş merkezi gibi birçok kullanımın düşünüldüğü bir kent parçası olarak bütüncül bir yaklaşım ile ele alınmıştır. Bölgede yer alan tüm yapılar ünlü mimarlar tarafından tasarlanmıştır (Şekil 3.50).





Vasco da Gama AVM girişi (D.D.).

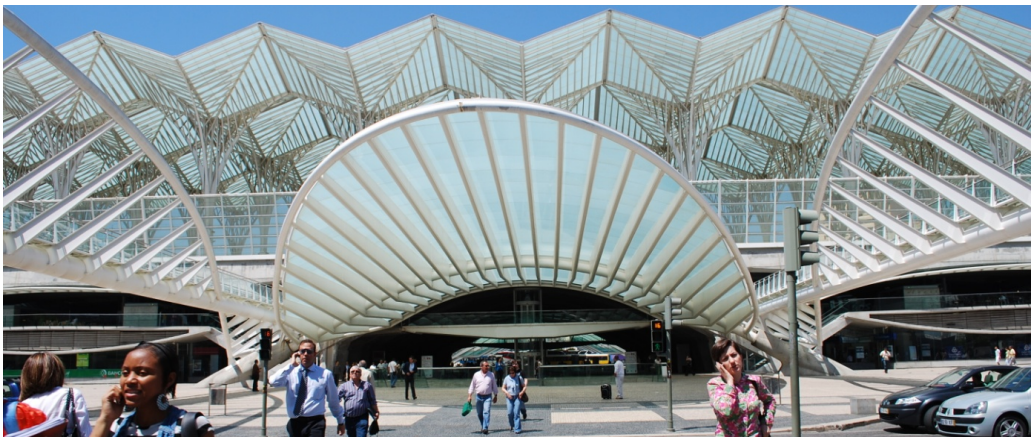
Vasco da Gama ile istasyon yapısı bağlantısı (D.D.).

1999'da bu bölgede alışveriş işlevini karşılamak üzere Building Design işbirliği ile Jose Quintela tarafından tasarlanan Vasco da Gama, Santiago Calatrava'nın metro istasyonu ile bağlantılı bir şekilde kurgulanmıştır (Şekil 3.51). Gerek Calatrava'nın tasarımı, gerekse bağlantıyı sağlayan köprüler günümüzde turistik açıdan önem kazanmış, Expo alanındaki bu yeni yapılar turist turlarına dâhil edilmiştir.



Vasco da Gama genel iç mekan fotoğrafları.

Vasco da Gama iç mekan gece görünümü.



Calatrava tarafından tasarlanan istasyon yapısı (D.D.).

47.600 metrekarelik alanı ile alışveriş merkezi, üç kattan oluşmaktadır. (Şekil 3.52, Şekil 3.53) Ortada bir galeri boşluğu vardır ve galeri boyunca cam bir çatı uzanmaktadır. Cam zemine sahip çelik köprüler ile dükkânların önünde süren karşılıklı koridorlar birbirlerine diyagonal şekilde bağlanmaktadır.

Zemin kat, ana yol ile bağlantılıdır. Üçüncü katta ise Santiago Calatrava tarafından tasarlanan istasyona ulaşımı sağlayan köprüler bulunmaktadır (Şekil 3.54). En alt katta bir hipermarket ve sinema alanı yer almaktadır. Coleman (2006) alışveriş merkezinin iki yoğun caddeyi birbirine bağlayan geleneksel arkatlı yapılara benzediğini belirtmektedir.

3.4 Bölüm Değerlendirme

Tarihsel süreçteki alışveriş fonksiyonunun gerçekleştiği kamusal alanlara değinilen bölümde, dönemi için önemli yapılardan söz edilmiştir. Örnek yapıların seçimi esnasında, çeşitli kaynaklarda ve tez çalışmalarında yer verilen yapılar listelenmiş, bu listeden dönemi için öncü görülerek birçok kaynakta ortak olan yapılar seçilmiştir. Bu seçim ile liste güncellenerek tez kapsamında değerlendirmeye alınacak yapılar belirlenmiştir.

Değerlendirilmek üzere belirlenen yapılar, agora ve forumdan başlanarak günümüz alışveriş merkezlerinin ilk örneklerine kadar, kronolojik bir şekilde sıralanmıştır. Her yapının yerleşimi, inşa tarihi ve gerekçesi, inşasından sonra kullanımı araştırılmıştır.

Tarihten günümüze dek genel hatları ile bakıldığında, kamusal alanın bir parçası olarak ortaya çıkmış alışveriş fonksiyonunun zamanla ayrıştığı ve özerk mekanını oluşturduğu görülmektedir. Özerk mekanını oluşturan fonksiyon için daha sonra kapalı hacimler tasarlanmış, tez kapsamında beşinci bölümde açıklaması yer alan ve "içe dönük" olarak adlandırılan yapılar ortaya çıkmıştır. "Kamuya" hizmet etme ya da kullanıcıları çekme amacı ile ortaya çıkmış bu yapıların bir kamusal alan yaratıp yaratmaması sorunsalı doğmuştur.

Açık bir fiziksel mekandan kapalı hacimlere dek uzanan süreçte, alışveriş caddeleri, çok katlı mağazalar gibi birçok farklı kurgu ortaya çıkmıştır. Tez kapsamında değerlendirilmesi amaçlanan soru ise, bu farklı yapıların, bir öncekine göre nasıl bir fark yarattığı ve kentten kullanıcı ölçeğine kadar nasıl bir kamusallık sunduğudur.

Tarihsel süreçte tespit edilen diğer önemli bir nokta, ilk alışveriş merkezlerine dek, dönemi için farklılaşmış ve yere ait olabilmesi ya da olamaması yönünden eleştirilmiş yapıların, bir dönem sonra yerini her ülkede benzerleri görülen bir tipolojiye bırakmasıdır. Yani, farklı ülkelerde görülen öncekilerden farklılaşmış

mekansal kurgunun bir süre sonra farklı ülkelerde yinelenen, benzer bir tipoloji olduğu görülmektedir. Buna göre tarihsel sürece ek olarak, "alışveriş merkezleri"nin bahsedileceği, tek bir kent bazında bu yapı tipinin irdeleneceği bir başka bölüme gereksinim duyulmuştur.

İstanbul, alışveriş merkezleri adına hem hızlı bir gelişim süreci geçirmesi bakımından hem de birebir gözlem yapılabilme olanağı ile tercih edilmiş, değerlendirmeye bu kentteki alışveriş merkezleri değişimi ile devam edilmiştir.

4. İSTANBUL'DAKİ ÇAĞDAŞ ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ

4.1 Amaç

"Tüketmek için üretir" hale geldiğimiz günümüzde, dünyanın herhangi bir ülkesine gittiğimizde, kendi ülkemizde karşılaştığımız aynı simge ve semboller ile karşılaşmaktayız. Yere ait tarihsel bir süreç incelendiğinde ise, geçmişte lokal ölçekteki farklılıkların bugün birçok yer için aynılaştığı gözlemlenebilmektedir. Teknolojinin ilerlemesi, ulaşım ağlarının gelişmesi, sanal ortam yardımı ile iletişimin kolaylaşması ile birlikte kaçınılmaz olarak karşımıza çıkan bu gerçeğin, bugün tartışılmakta olan hem olumlu hem de olumsuz yanları bulunmaktadır.

Teknolojinin ve ulaşım ağlarının gelişmesi ile birlikte dünyadaki güncel mimari örneklerin artık birbirine benzemeye başladığı, yerelliğe ilişkin özelliklerin git gide sönümlendiği gözlemlenebilmektedir. Tasarım yaklaşımlarında, küreselleşme ile birlikte oluşan genel taleplerinin sağlanmaya çalışıldığı görülmektedir. Birçok uluslararası firmanın benzer yapı konseptlerini dünyanın farklı iklimlerindeki farklı ülkelerde tekrarladığı bilinmektedir.

Yırtıcı (2005), kapitalizmin mekân üzerindeki etkisinden bahsederek, geçicilik durumunun, modern dünyaya ait her şeyde olduğu gibi, mekânsal değerlerin nicelleşmesi ile de doğrudan bağlantılı olduğunu belirtmektedir. Nicelleşme olgusu, mekânın en temel konvansiyonu olan "yer" ile olan ilişkisini kopartmaktadır. Yani geleneksel dünyada mekânın bir defaya mahsus, özel koşullar içinde, belli bir yere ait olarak üretilmesi ve bir defaya özgü olması özellikleri artık tasarım önceliğini kaybetmeye başlamıştır. Buna göre ortaya çıkan yeni mekânlar, kendilerini her türlü yerel farklılıklardan bağımsız olarak yineleyen ve mekânın altyapısal dönüşümünü örnekleyen örgütlenmelerdir. Ayrıca bir bağlam içerisinde yer almayıp, yapısal ilişkilerin geliştirilmesi, mekânsal örgütlenmelerin dışa kapalı birimler olmasına neden olmaktadır. Bu da her birimin, kendi içinde kendine yeten bir dünya olduğuna dair çeşitli söylemlerin üretilmesine ve kullanıcıya sunulmasına yol açmaktadır.

Sayısı git gide artmakta olan alışveriş merkezlerinin tümünün değerlendirilebilmesi mümkün olamamaktadır. İkinci bölümde aktarılan, tarih boyunca önemli dönüm noktaları teşkil eden alışveriş mekânlarındaki gibi farklılaşmış bir tasarım anlayışlarından bugün söz edilememektedir. Herhangi bir ülkedeki alışveriş merkezi tasarım konsepti bir başka ülkede karşımıza çıkabilmektedir. Alışveriş fonksiyonunu içeren yapıların incelenmesinde, dünya ölçeğinde kilit rol üstlenecek yapıların seçimi, bilimsel bir araştırmadan ziyade ancak kişisel beğeni yolu ile olabilecektir. Bu sebepten dolayı, günümüzdeki alışveriş merkezlerini incelerken, daha hâkim olabileceğimiz bir alt ölçeğe inilmesi, tek bir kentteki son yirmi yılın örneklerinin incelenmesi kararlaştırılmıştır. Dünya'da metropolleşme adına önemli bir kent olan İstanbul, tarihsel sürecin devamını daha detaylı değerlendirebilmek adına seçilmiştir. Bu bölümde, İstanbul'da son yirmi yılda yapılmış önemli projeler, bir önceki bölümde ele alınmış dönemsel örnekler ile birlikte değerlendirilerek, tarihsel çerçevedeki kamusal alanın dönüşümünün günümüz alışveriş merkezlerine nasıl yansıdığı tartışması yapılacaktır. İstanbul, kendi toplumsal yapısı ve gelişimi ile ele alınacak; ilk alışveriş merkezi örneğinden günümüzde gelinen noktaya ilişkin bir değerlendirme yapılacaktır.

4.2 İstanbul'da Kamusal Alan – Alışveriş Fonksiyonu Etkileşimi

Globalleşme ile birlikte özellikle modern zamanda tamamlanan birçok yapı benzerlerinin, dünyanın farklı noktalarında karşımıza çıkabildiğinden bahsedilmiştir. Bunun yanı sıra, bu örneklerin ortaya çıktığı zamanın, yere ait gelişme hızına bağlı olduğu ve her ülkedeki kamusal mekân dönüşümünün benzer özellikte olmadığı bilinmektedir. Toplumlar, gelişme farklılıkları ile birlikte kendi geçmiş kökenleri ile olayları yaşamakta; dolayısı ile aynı olgu farklı zaman dilimlerinde görülebilmektedir.

Gürbilek (2007), "Vitrinde Yaşamak" kitabında Türkiye'de Habermas ya da Sennett'in anlattığı türden bir kamunun olmadığını; çöküş biçiminin de farklı yaşandığını söylemektedir. Son yirmi yıllık dönem içinde Türkiye'de kamusal alana yatırılan enerjinin geri çekildiğini vurgulamaktadır. Alışveriş merkezleri ise tam bu noksanlıkta var edilmekte, bu açığı doldurduklarını iddia etmektedirler.

80'lerde yaşanan kırılma noktası, toplumsal değişimde de önemli rol oynamıştır. 80'lerdeki değişimde ilgi, kamusal olandan özel olana kaymıştır ki bu durum yaşananlar çerçevesinde bir zorunluluk şeklinde ortaya çıkmıştır. Her baskı dönemi; yani sokağa, iş yerine, siyasi örgüte uygulanan her baskı, insanları ister istemez "iç"e kapanmaya, eve, kişiselliğe ve yalnızlığa çekilmeye zorlamaktadır. Türkiye'de 80'li yıllarda gerçekleşen olaylar ise tam tersi bir ortam yaratmıştır. Döneme damgasını vuran, bu tür bir içe kapanma veya geri çekilmenin tam tersine, bir patlamanın yaşanmış olmasıdır. Yaşanan, yakın zamana kadar mahrem kabul edilen birçok şeyin "dış"a açılması, "kamuda" metalaşmasıdır. Bu bağlamda; "özel"e ait birçok şeyin artık habere, enformasyona, görüntüye dönüşmesi, bir kamuoyu meselesi haline gelmesi, özel ve kamusal alanlar arasındaki ayrımın, "iç" ile "dış" arasındaki sınırın erimesi, öznelliğin diliyle kamunun dilinin iç içe geçmesi aradaki farkın belirsizleşmesi gibi olgulardan söz edilmektedir (Gürbilek, 2007).

Bölüm kapsamında, İstanbul'dan on adet alışveriş merkezi değerlendirmeye alınmaktadır. Bunlar, açılış tarihlerine göre Galleria, Akmerkez, Carousel, Profilo, Metrocity, Cevahir, Kanyon, İstinyePark, Meydan Ümraniye ve Forum İstanbul Alışveriş Merkezleri'dir. Alışveriş merkezleri, kullanıcı yoğunluğuna, basında yer almasına, aldıkları ödüllere ve en önemlisi ise açıldıkları dönemde, sadece bulundukları semt için değil tüm kent için bir çekim noktası haline gelmiş olmalarına göre seçilmiştir.

Galleria Alışveriş Merkezi





Şekil 4.1 : Galleria AVM girişi (Url-17).

Şekil 4.2 : Galleria AVM iç mekan genel görünümü (Url-17).

Galleria, Ekim 1988 yılında Ataköy sahil bandında kurulmuş, İstanbul'un ilk büyük alışveriş merkezidir. Bu anlamda bir öncü olduğundan söz edilmektedir (Url-16).

Türkiye'de yapılmış ilk alışveriş merkezi olması, inşa edilen birçok merkez için örnek olarak ele alınmasını sağlamıştır. 77 bin metrekarelik kapalı alanı bulunmaktadır. Sadece alışveriş değil, buz pisti gibi eğlence unsurları da tasarımda düşünülmüş, yemek bölümleri ile desteklenmiştir (Şekil 4.1, Şekil 4.2). Yapıya yaya ulaşımı güçlükle sağlanmaktadır. Diğer yandan yapı, sahil kesiminde yer almasına rağmen deniz ile ilişki kurmamaktadır.

Akmerkez Alışveriş Merkezi

Etiler'de 1991 yılında inşasına başlanan ve 18 Aralık 1993 tarihinde tamamlanarak açılışı yapılan Akmerkez Alışveriş Merkezi, 14 ve 17 katlı ofis bölümlerinin, 23 katlı rezidansının ve apart otelinin bulunduğu 180 bin metrekarelik bir alan üzerinde konumlanmaktadır. 1500 araç kapasiteli bir otoparkı mevcuttur. Üçgen bir alana yayılan yapı, dört çarşı dört de garaj katı olmak üzere toplam sekiz kattan oluşmaktadır. İç mekânda, birbirine ana dolaşım yolları ile bağlantılı üç atrium bulunmaktadır (Url-18).

2009 yılında, 15. yılının ardından Akmerkez için yenileme kararı alınmış, basına bin metrekarelik yeni mekânların oluşturulacağı, bu alanlarda yeme-içme mekânlarının tasarlanacağı belirtilmiştir.

Profilo Alışveriş Merkezi

1998 yılında 75 bin metrekarelik alanı ile Mecidiyeköy'de ziyaretçilerine kapılarını açan Profilo Alışveriş Merkezi, bugün bünyesine kattığı 117 bin metrekarelik bir alanla hizmet vermektedir. Profilo Alışveriş Merkezi'nde 209 mağaza, 7 sinema salonu, bowling ve bilardo salonları, üç tiyatro salonu, 1300 araç kapasiteli ücretsiz otopark alanı ve 2200 metrekarelik bir alan üzerine kurulu kapalı yüzme havuzlu spor merkezi bulunmaktadır. Bugün diğer alışveriş merkezlerine göre farklı olduğu nokta, tiyatro salonları ve oyunlarının aktif bir şekilde kullanılması ve basında yer almasıdır (Url-19).

Carousel Alışveriş Merkezi

Bakırköy'de yer alan Carousel Alışveriş Merkezi, yaklaşık 11 bin metrekarelik alan üzerinde; 76 bin metrekare kapalı alan, 24 bin metrekare kiralanabilir alan, 19 bin metrekarelik park alanı ve 17 bin metrekarelik hastane alanına sahip olacak şekilde konumlandırılmıştır. 114 işyeri ve mağazası, 750 araçlık otoparkı bulunmaktadır.



Şekil 4.3 : Carousel AVM galeri boşluğu ve konsepte adını veren atlıkarınca.

1995 yılında açılan Carousel'deki galeri boşluğundan görülebilen, iç mekânın ortasında konumlandırılmış bir atlıkarınca bulunmaktadır (Şekil 4.3). Alışveriş merkezi adını ve konseptini bu atlıkarıncadan almaktadır. Bu alanın üzerinde, sera etkisini yok edici özelliğe sahip, 34 metre yüksekliğinde özel bir camla kaplı bir piramit örtü bulunmaktadır. Bu piramit ile mekâna gün ışığının alınması ve ferah dolaşım imkânı sunulması amaçlanmıştır. Alışveriş merkezinin inşa edildiği tarihte, dış cephede yer alan 45 metre uzunluğundaki camın, Türkiye'deki en uzun cam vitrini oluşturduğu belirtilmiştir (Url-20).

Metrocity Alışveriş Merkezi

5 kat üzerinde 165 mağazası, 1200 kişi oturma kapasiteli restoran ve kafeteryası, 1.200 araç kapasiteli kapalı otoparkı, Metro 1.Levent durağına olan direkt bağlantısı Metrocity Alışveriş Merkezi, 60 bin metrekarelik alanıyla Büyükdere Caddesi üzerinde yer almaktadır (Şekil 4.4). 43 bin metrekarelik kiralanabilir alanının yanı sıra 24 katlı ofis binası ve toplam 205 daireden oluşan, her biri 26 katlı iki adet rezidans binası bulunmaktadır (Url-21).



Şekil 4.4 : Kanyon ve Metrocity projelerini gösteren genel yerleşim planı (Url-21).

Alışveriş merkezi bölümünde, teflon kaplı fiberglas çatı örtüsü kullanılarak ziyaretçilerin gün içinde direkt gün ışınlarının zararlı etkilerinden arındırılması, diğer yandan doğal gün ışığında alışveriş yapabilmesi amaçlanmıştır.

Cevahir Alışveriş Merkezi

15 Ekim 2005 yılında açılan, Mecidiyeköy'de yer alan Cevahir Alışveriş Merkezi, yerli ve yabancı 17 mimari büro arasında yapılan bir yarışma sonucunda birinci seçilen Minoru Yamasaki (ABD) tarafından avan proje olarak hazırlanmış, Cevahirler Projelendirme Merkezi tarafından uygulanmıştır. Yaklaşık 62 bin metrekarelik arsa alanı, 420 bin metrekarelik toplam inşaat alanı, 348 bin metrekarelik kapalı inşaat alanı ile 71 bin metrekarelik otopark alanı bulunmaktadır. Cevahir Alışveriş Merkezi, on kata yayılmış toplam 343 mağazaya ve 2500 araç kapasiteli bir kapalı otoparka sahiptir. Diğer alışveriş merkezlerinden farklı olarak, yapının içinde 58.500 metrekarelik bir alanda Atlantis adlı kapalı bir eğlence merkezi tasarlanmıştır (Url-22).

Kanyon Alışveriş Merkezi

Levent'te yer alan Kanyon Alışveriş Merkezi, Tabanlıoğlu Mimarlık & Jerde işbirliği ile tasarlanmıştır (Şekil 4.5, Şekil 4.6). Yapımına 2003 yılında başlanan projedeki konutlar Haziran 2006, ofisler ve alışveriş merkezi ise Mayıs 2006 tarihlerinde tamamlanmıştır. Toplam inşaat alanı 250 bin metrekaredir. 37 bin metrekarelik bir alışveriş ve eğlence alanına sahiptir. Dört kattaki 160 mağazasının yanı sıra 2300 araçlık otoparkı, 9 sinema salonu, sağlık ve spor kulübü bulunmaktadır. 80-380 metrekare arası değişen daireleri ile bir rezidans bandı, alışveriş alanını

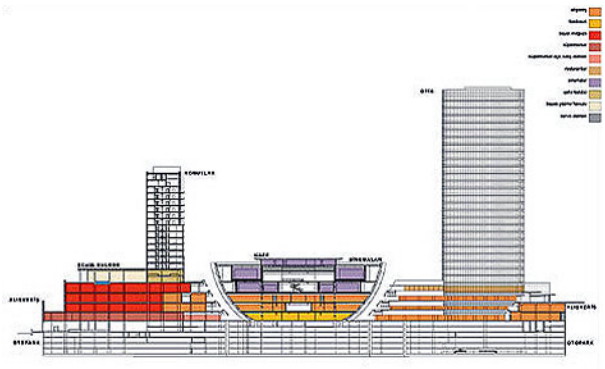
çevrelemektedir. 179 konut, 21 farklı tip ile bu alanda teraslar şeklinde yer almaktadır ve 3500 metrekarelik bir ortak alan kurgulanmıştır.



Şekil 4.5 : Kanyon AVM gece görünümü.

Şekil 4.6 : Kanyon AVM genel görümü.

30 bin metrekarelik alana sahip, 25 katlı betonarme ve cam yüzeyli ofis binası, alışveriş alanı ile ilişkilidir (Url-23). Yapının ana sirkülasyonu üzerinde bir kubbe yükselmektedir ve sosyal alanlar yoğunluklu olarak merkezde yer almaktadır. Kanyon Alışveriş Merkezi'nin planlanmasında, diğerlerinden farklı tutulan bir diğer özellik ise, yemek alanlarının tek bir katta toplanmaması, genellikle en üst kata yerleştirilen yemek alanlarının farklı katlara yayılmış olmasıdır (Şekil 4.7).



Şekil 4.7 : Kanyon AVM kesiti.

Tasarım Dergisi'ndeki Kanyon'un proje tanıtımında şu ifadelere yer verilmiştir: "Çevresi ile etkileşimli ilişkinin motive edildiği ve kompleks içinde çağdaş yaşam ihtiyaçlarının gerektirdiği koşulların en üst düzeyde sağlandığı, nezih bir semt olarak

tasarlanan Kanyon, şehir merkezinde, ortak yeşil alanlarla çevrelenmiş konut, ofis, dükkanlar, eğlence ve diğer sosyal alanlar gibi farklı mekanların bir arada yer aldığı yeni kent yaşamı modeli." Yapılan bir gazete haberinde ise Kanyon Alışveriş Merkezi'nin "alışveriş merkezi konforuyla sokak ruhunun aynı anda yaşanabildiği dört sokağı" olduğu ifade edilmiştir. Kompleksin tasarımında, doğal ışık almayan alışveriş kutularından biri olmamasının önemsendiği, bu doğrultuda alışveriş merkezi kısmının açık olarak tasarlandığı belirtilmektedir. Planlama aşamasında, yapı önündeki bulvarla ve çevresindeki sokaklarla ilişki kurulması ve kamusal alanın devamı niteliğinde sürdürülen bir yapı olması amaçlanmıştır. Giriş kapılarından biri metro çıkışına göre yönlendirilmiştir. "Doğal bir çevre içinde ancak mevsimsel değişikliklere maruz kalmadan alışveriş imkânı sağlaması" düşüncesi ile gerçekleştirilen tasarımda, açık yürüyüş alanlarındaki kullanıcı konforunun sağlanabilmesi için alışveriş koridorları boyunca ısıtma panelleri yerleştirilmiştir. Böylece ısının kış aylarında 15 derecenin altına düşmemesi sağlanmıştır. Ancak kullanım esnasındaki rüzgâr yönü ile ilgili problemler neticesinde, alışveriş koridorlarının bazı yerlerinin kapatılması gerekmiştir.

İstinyePark Alışveriş Merkezi

İstinyePark Alışveriş Merkezi projesinin çizimlerine 2004 yılında başlanmış, 26 aylık bir inşaat dönemi sonrası 2007 yılı Eylül ayında ise kullanıma açılmıştır. Yaklaşık olarak 300 mağaza ve 87 bin metrekarelik bir mağaza alanına sahip olan projede 32 bin araçlık bir otopark mevcuttur.



Şekil 4.8 : İstinyePark projesi yerleşm planı sunuşu.

Toplam inşaat alanı ise 270 bin metrekaredir. Yapı üç katlı olarak tasarlanmıştır. Cam kubbe ve cam tavanlar ile mekânlara gün ışığı alınması, "dışarıdaki" mevsimsel farklılıkların "iç mekâna" yansıtılması amaçlanmaktadır (Şekil 4.8). Diğerlerinden farklı olarak eğlence ve yeme içme bölümleri alt katta yer almaktadır. (Şekil 4.9, Şekil 4.10). İstinyePark'ta süpermarket bulunmamakta; süpermarket yerine, yapının "Nostaljik Pazar" konseptli bölümü kullanılmaktadır (Url-24).





Şekil 4.9 : İstinyePark AVM projesi alışveriş koridorları genel görünümü.

Şekil 4.10 : İstinyePark AVM projesi galeri boşluğunda yaratılan sosyal alan.

İstinyePark'ta kapalı ve açık bölümler tasarlanarak farklı tüketici gruplarının farklı ihtiyaçlarına aynı yapıda cevap verilebilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç ile çeşitli konseptler oluşturulmuştur: Markalar Sokağı, Nostaljik Pazar Yeri, Çocuk Eğlence Merkezi gibi. Markalar Sokağı, "modern ve çağdaşlığın kesiştiği bulvar" olarak betimlenmektedir. Eğlence ve spor merkezinin her kesime hitap edeceği düşünülmüş, geçmişe ithafta bulunan pazar yeri ile çarşı nostaljisine yer verilmiştir. İstinyePark'ın açılışından itibaren ortaya koyduğu bir diğer önemli iddiası ise, Türkiye'de olmayan bazı markaların ilk kez bu alışveriş merkezi vesilesi ile İstanbul'a getirilmiş olmasıdır. Proje tanıtımında şu sözcüklere yer verilmiştir: "İstinyePark'ın açık alandaki park bölümünde, Türkiye'deki alışveriş merkezlerinde bir ilk olan alışveriş caddesi yer alacak. Bu cadde; yeşil park alanı, su ve lazer oyunlarıyla bezenmiş havuzu, dünya modasına öncülük eden mağazaların sıralandığı sokakları ile bir şehir meydanını çağrıştırıyor. Osmanlı mimarisinden esinlenerek oluşturulan "Pazar Yeri", İstinyePark'ın ayrı bir özel mekânını oluşturuyor. Caddeye bakan dış cephesindeki konumuyla nostaljinin ağır bastığı bu bölümde, kasaptan manava, balıkçıdan baharatçıya kadar pek çok seçeneğin en kaliteli örnekleri bir arada bulunuyor." 130 ile 560 metrekare arası değişen daireleri ile rezidans bölümü ise alışveriş merkezinin yanında yer almaktadır.

Meydan Ümraniye Alışveriş Merkezi



Şekil 4.11 : Meydan Ümraniye AVM projesi hava fotoğrafı.

Londralı mimarlık şirketi FOA (Foreign Office Architects) tarafından tasarlanan,15 Ağustos 2007 yılında açılan Meydan Alışveriş Merkezi, 128 bin metrekarelik bir alana yayılmakta ve Ümraniye'de yer almaktadır (Şekil 4.11). 52 mağaza, 15 yiyecek içecek bölümü, 10 sinema salonu ve 2500 araç kapasiteli bir otopark alanı bulunmaktadır. Yapıların üst örtüleri yeşil olarak tasarlanmış, ismini konsepti olarak belirnen meydandan almıştır (Şekil 4.12). Proje tanıtımında "Alışveriş merkezlerine yepyeni bir yorum getiren çarpıcı mimarisi, tematik konsepti, gelişmiş altyapı teknolojileriyle gelecekte kurulacak alışveriş merkezleri için yeni standartlar getirecek" şeklinde nitelendirilen Meydan Alışveriş Merkezi, jeotermal enerji ile ısıtma ve soğutma sistemi kullanması yönü ile farklılaşmaktadır.



Şekil 4.12 : Meydan Ümraniye AVM projesindeki açık sosyal alan.

Meydan Alışveriş Merkezi için uygulanan proje, 2005 yılında düzenlenen ve beş adet uluslararası tanınmış firmanın katıldığı workshopta birinciliği kazanmıştır. Tasarımında, açık alanların nefes alan; kapalı alanların ise gün ışığından maksimum ölçüde faydalanan mekânlar olması öngörülmüştür.

Resmi internet sitesinde verilen bilgi şu şekildedir: "Bir Orta Avrupa şehrinin yüzyıllardır gelişen meydanı gibi; bu mağazalar, kafeteryalar, restoranlar ve sinema kompleksinin ortasında bulunan meydan da peyzaja tabi tutulmuş geniş bir açık alandır (Url-25).

Alışveriş merkezinin çatısı tamamıyla yeşillendirilmiştir ve üstelik küçük bir park oluşturan bazı kısımlarında gezilebilmektedir. Yapıma başlanmadan önce çorak alan olan inşaat alanı bile bitkilendirilmiştir. Meydanın ortasında yazın fıskiyesi bulunan ve kışın çekici bir buz pateni pisti olarak kullanılabilen bir su oyunları alanı bulunmaktadır. Bu alan ayrıca plaj voleybolu ve benzeri gibi spor organizasyonları, spor karşılaşmaları ve büyük kutlamalar için de kullanılmaktadır. Yer karolarının parlak pişmiş toprak kırmızısı, bu bölgedeki toprağın doğal rengini, yani kerpiç kırmızısını yansıtmaktadır. Meydan'ın zemin katı, yiyecek bölümü ve restoran alanıyla bu pazar yeri karakterini çok açık şekilde göstermektedir. Alanın kenarları dikey olarak aralıksız bir cam kaplama ile sınırlanmıştır ve bu camın arkasında mağaza işletmecilerine kendilerini alana doğru tanıtabilme imkanı tanınmaktadır. Büyük camlar sayesinde gün ışığı en iyi şekilde içeri girmektedir, ve mağazalar da optik olarak alanın ortasına doğru açılmaktadır. Sinema kompleksi alışveriş meydanının en yüksek noktasını oluşturmaktadır ve geceleri ışıklandırılabilen delikli tuğla cephesi sayesinde geniş bir alanda görülebilmektedir."

Forum İstanbul Alışveriş Merkezi

Multi Turkmall firması, sözlük anlamı "buluşma noktası" olan forum adını kullanarak birçok alışveriş merkezi inşa etmektedir. Projeleri ile biçok kent için yeni buluşma noktaları tasarladıklarını belirten firma yetkilileri, tasarlanacak Forum projelerinin yer alacağı bölgenin özelliklerine göre, bulunduğu kentin tarihi ve mimari dokusuyla uyum içinde bir konsept yaratmaya çalıştıklarını belirtmektedir.

Genel merkezi Hollanda'da bulunan ve Almanya, Fransa, İspanya, İtalya gibi 17'den fazla Avrupa ülkesinde faaliyet gösteren Multi Turkmall'un, Türkiye'de Denizli, Trabzon, Ankara, Aydın, İstanbul, Antalya, Kayseri, Diyarbakır, Nevşehir ve Gaziantep gibi çeşitli illerde toplam 25 "Forum" projesi bulunmaktadır. Multi Turkmall'un Türkiye'deki yedinci, İstanbul'daki ilk projesi olan Forum İstanbul'un 24 Mayıs 2006 tarihinde inşasına başlanmış, 17 Kasım 2009 tarihinde ise açılışı yapılmıştır. Forum İstanbul'un konsept tasarımı Hollandalı T+T Design, mimari tasarımı ise İngiltere'den BDP, İspanya'dan Chapman Taylor ve Türkiye'den ERA tarafından gerçekleştirilmiştir (Şekil 4.13, Şekil 4.14, Şekil 4.15).



Şekil 4.13 : ForumİstanbulAVM zemin kat görünümü (D.D.).

Şekil 4.14 : ForumİstanbulAVM iç mekan genel görünümü. (D.D.).



Şekil 4.15 : ForumİstanbulAVM yapısı, cephe çizimleri (D.D.).

495 bin metrekarelik inşaat alanına sahip Forum İstanbul'un, 175 bin metrekare kiralanabilir alanı, ulusal ve uluslararası 265 markası bulunmaktadır. Forum İstanbul'un kiracıları arasında, 29.500 metrekarelik alanda hizmet veren IKEA ile Türkiye'nin ilk dev akvaryumu Turkuazoo da vardır. (Url-26).



Şekil 4.16 : ForumİstanbulAVM girişi ve önündeki sosyal alan. (D.D.)

Forum İstanbul'da ayrıca 15 ayrı kafeterya, 34 restoran, fast food zinciri ve 5 bin araçlık otopark alanı bulunmaktadır. Alışverişin ve dev akvaryumun yanı sıra bowling, sinema, buz pisti gibi çeşitli eğlence aktiviteleri için toplam 20 bin metrekarelik eğlence alanına sahiptir. Metro istasyonuyla Forum İstanbul arasında kentsel bir meydan yaratılmıştır. Bu meydan restoranlarla, gösteri platformuyla, su ve ışık oyunlarıyla zenginleştirilmektedir. Burada su oyunları aktiviteleri düzenlenmekte; su perdesi üzerinde projeksiyon, ışık ve ses sistemi ile film gösterimlerinin gerçekleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu yapının önünde yer alan kamusal alan dışında, ahşap panjurlu cepheleri, oturma alanları ve aktivite alanlarıyla bir iç avlu tasarlamıştır (Şekil 4.16). Tüm mekânlar birbirinden farklı iki caddeyle birleştirilmiştir.

4.3 Bölüm Değerlendirme

Dördüncü bölümde, üçüncü bölümde bahsedilen, tarihsel süreçteki kamusal alan – alışveriş fonksiyonu birlikteliği için seçilmiş örnek yapılara, üçüncü bölüm sonunda bahsedilen nedenler çerçevesinde İstanbul ölçeğindeki alışveriş merkezleri eklenmiştir. Yapıların seçimi için üçüncü bölümde bahsedilen yöntem kullanılmış, tüm yapıların listelenmesinden sonra birçok tezde bahsedilen ve inşa edildiği tarih için önemli görülmüş alışveriş merkezleri tercih edilmiştir.

Bölümde, Galleria Alışveriş Merkezi ile başlanan alışveriş merkezi yapılarının git gide yaygınlaştığı; tercih edilme potansiyeli arttıkça da yeni bir arayışa girildiği görülmektedir. Kent çeperlerinde ilk örneklerinin görüldüğü alışveriş merkezlerinin, günümüzde, hacimsel olarak büyümelerine rağmen kent merkezlerinde tasarlandıkları ya da tasarlandıkları bölgeleri merkezleştirdikleri gözlemlenmektedir. Birbirine yakın bölgelerde inşası tamamlanan yapıların, tasarım esnasında getirilen farklılıklarla da lanse edildiği bilinmektedir. Dolayısı ile mimarlık, alışveriş merkezleri için, satılan ürünlerin sunulduğu bir pazarlama stratejisinin yanı sıra, tanıtımlarda mekânsal kurgusu ile rekabete dâhil edilmiş bir disiplin olmuştur. Bu ortam, farklı tasarım yaklaşımlarını beraberinde getirmiştir.

Bahsedilen arayış, İstanbul ölçeğinde rahatlıkla gözlemlenebilmektedir. Galleria Alışveriş Merkezi sonrası kent merkezlerine inşa edilen Akmerkez, Profilo gibi çeşitli alışveriş merkezleri olmuştur. Bu yapılar da ilk örnekleri gibi kendi içerisinde bir dünya vaat etmektedir. Sonrasında ise Kanyon, İstinyePark, Meydan gibi çeşitli alışveriş merkezleri ile mevcut kapalı hacimlere bir yenilik getirilmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede yapılar, tamamen kapalı bir kurguda değil, yarı-açık mekânları ve hatta tamamen açık kamusal alanları ile bütüncül olarak tasarlanmaya çalışılmıştır. Bu noktada, fiziksel farklılaşmanın gözlemlenebildiği alışveriş merkezlerinin yeni örnekleri için sorulması gereken yeni sorular ortaya çıkmaktadır: Fiziksel farklılaşma, kullanımda ve kent-yapı ilişkisinde ne değiştirmiştir?

Üçüncü ve dördüncü bölümlerdeki yapıların benzeri sorular çerçevesinde değerlendirilmesi adına beşinci bölümde bahsedilecek kriterler oluşturulmuştur.

5. TARİHSEL SÜREÇTEKİ KAMUSAL ALAN DEĞİŞİMİNİN ALIŞVERİŞ FONKSİYONU ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Tarih boyunca kamusal alan ile alışveriş fonksiyonu ilişkisi; kimi zaman kamusal alanın alışverişi fiziksel mekân olarak kapsamasına, kimi zaman ise alışverişin özerk yapısının bir kamusal alan oluşturup oluşturmadığı sorunsalına yol açmıştır. Fiziksel mekândaki değişim ile toplumsal talepler birbirini etkiler iken, toplumsal taleplerin de sistemleştirilebildiği yeni bir mekânsal örgütlenme şekli ortaya çıkmıştır. Günümüzün kamusal alanları olarak görülen alışveriş merkezleri mekânsal açıdan büyük birer "tüketim ürününe" dönüşmüş, her geçen gün açılmakta olan yeni bir merkez diğerine olan talebi azaltmış, hatta neredeyse yok etmiştir. Mimarlık, bu anlamda artık eskisinden daha fazla sözü edimesi gereken potansiyel bir güç taşımaktadır. Mekân organizasyonun, bir çekim noktası yaratabilecek şekilde sunulması amaçlanmış; buna göre sayısı git gide artan bu tüketim mekânları arasında "tasarlananın" farklı kılınarak "tercih edilen" olabilmesine çalışılmıştır. Tüm bunlar, fiziksel olarak ele alındığında, bu mekânların tasarımında yeni arayışlara girilmesine yol açmıştır. "Farklı" tasarım konseptleri ile mekân da kendini sergiletmekte, tüketilen bir ürün olmaktadır. Buna göre ikinci bölümde ele alınan kavramsal çerçeveye, üçüncü bölümde ise tarihsel süreçte kilit rol üstlenmiş yapılara değinilmiştir. Dördüncü bölümde, alışveriş merkezleri konusundaki tartışmaların sürdüğü İstanbul'dan seçilmiş on yapı belirlenmiş, özellikleri belirtilmiştir. Beşinci bölümde ise tüm bu tarihsel süreçte, kamusal alan ve/veya alışveriş fonksiyonunun kesiştiği yapıların, oluşturulan dört ana başlığa göre değerlendirmeleri yapılmaktadır. Değerlendirme esnasında, belirlenmiş kriterlere uygun olarak semboller oluşturulmuştur. Tarihteki eğilim, bugünkü mekân tasarımındaki arayış için bir veri oluşturmakta; tek tek başlıklar altındaki değerlendirme sonrası bu veri bir öngörü şeklinde sunulmaktadır.

5.1 Değerlendirme Kriterleri

Geçmişten günümüze dek, geçmişin kamusal alanlarının bugüne hangi özellikleri ile taşındığı, tüm bu süreçteki önemli yapıların kent ile ve kullanıcı ile ilişkisi, yapı içerisinde ne gibi potansiyeller barındırdığı değerlendirme kriterleri çerçevesinde incelenmektedir.

Değerlendirmenin sonunda, gerek fiziksel mekânın ve kamusal alanın farklılaşması, gerek ise kullanıcı-yapı ilişkisi yönünden bir karşılaştırma yapılması amaçlanmaktadır. Bir önceki bölümde, önemli değişim noktalarındaki olaylara değinilmiş, bu kırılma noktalarında öncü olarak zamanının yapı tasarımlarına etki etmiş yapılar örneklenmiştir. Bu örneklerden simge haline gelmiş yapılar seçilmiş ve belirlenmiş kategorilere göre görselleştirilmiştir. Görselleştirme, tarihi çerçevede anlatılan yapıların değişimini daha iyi gözlemlemeyi mümkün kılmakta ve süreç sonrası karşılaştırma verilerini yorumlamayı kolaylaştırmaktadır.

Değerlendirme için birçok başlık belirlenmiş ancak tüm bu başlıklar ölçek sıralamasına ve geçmişte de günümüzde de geçerli kavramlar olup olmadıklarına göre dört başlığa indirgenmiştir. Bu değerlendirme kategorilerini anlatan dört ana başlık, üst ölçekten yapının kent ile ilişkisi, yapının kendisi ve bir alt ölçekte yapının iç kurgusu olmak üzere bir sıralama ile ele alınmıştır. Sıralamaya göre dört başlık şu şekildedir:

1. Kent Merkezi / Kent Çeperi: Kent ölçeğinde yapının konumu, yeri;
2. Açık / Yarı Açık / Kapalı Yapılaşma: Kent ile yapının fiziksel mekan olarak ilişkisi;
3. Dışa Dönük / İçe Dönük Yapılaşma: Yapının fiziksel mekan olarak kullanıcı ile ilişkisi;
4. Değişkenlik / Sabitlik: Yapı içerisindeki fiziksel mekanların farklı fonksiyonlara dönüştürülebilirliği.

Kriter başlıklarında belirtildiği üzere, değerlendirme için yapılar "fiziksel mekân" olarak ele alınmakta ve kent ölçeğinden iç mekana kadar farklı ölçeklerde incelenmektedir. Döneminin önemli yapıları, bu dört başlığa göre tek tek değerlendirilecek ve en sonunda semboller ile grafikleştirilen, her yapı için hazırlanan tüm veriler tek bir çizelge üzerinde toplanmaktadır. Bu tabloda, tüm değişim dört ana başlık çerçevesinde gözlemlenebilmektedir.

Yeni oluşturulan yapıların, kent çeperinde ya da kent merkezinde yer alması, kentin merkezini değiştirmesi ya da sınırlarını genişletmesi, değerlendirilmek üzere oluşturulan ilk başlık ile ele alınmaktadır. Ancak, yapının kentin merkezinde yer alması, bir merkez yaratıp yaratamadığı sorunsalını da beraberinde getirmektedir. Bu anlamda fiziksel olarak yapının kent ile kurduğu ilişki önemlidir. Yine fiziksel ilişkinin de kullanıcı bağlamında kente entegre olup olamaması bir başka tartışılması gereken nokta olmaktadır. Yapının, bir alışveriş mekanı olarak, yeni bir kamusal alan yaratma gayesi ile "açık planlanması", kentin bir parçası olarak "kent planı" göz önünde bulundurularak tasarlanmış olduğu anlamına gelmeyebilmektedir. Bu nedenle ikinci başlıkta söz edilen açık / yarı-açık / kapalı değerlendirilmesinin yanı sıra, dışa dönük / içe dönük kategorisine ihtiyaç duyulmaktadır. Son başlıkta ise artık yapının kendi içerisindeki dinamikler değerlendirilmektedir.

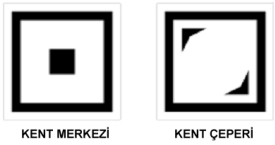
Kategorilerin belirlenmesinde bugünün terimlerinden kaçınılarak günümüz dilinden seçilmiş kavramlar yerine genel-geçer sözcükler seçilmiştir. Modern sonrası ortaya çıkan kavramlar ile geçmişi değerlendirmek, o zaman için geçerli olmayan çeşitli sözcükleri tarihe dâhil etme çabası olacaktır. Bu sebepten ötürü seçilmiş başlıkların gerek geçmişteki gerek ise günümüzdeki mekânsal kurgu ile çelişmemesine gayret edilmiştir. Sınıflandırma ve sınıfları temsil etmek üzere oluşturulmuş başlıklar ve değerlendirmede tekrarlanan sembolleri şu şekildedir:

5.1.1 Kent merkezi / Kent çeperi

Kategori, kent içerisinde yapının konumunu belirtmektedir. Yapının kentin merkezinde mi kurgulandığı, kent çeperinde mi inşa edildiği belirtilmektedir (Şekil 5.1). Bu sınıflandırma çerçevesinde yapının ilk yapıldığı tarihteki kent oluşumu göz önünde bulundurulmuştur.

Kentlerin zamanla geliştiği, yayıldığı ve birden çok merkezli bir hal aldığı bilinmektedir. Bu sebepten ötürü, yapıldığı tarih itibari ile yapının o zaman zarfında merkezi bir noktada mı yer aldığı, kent çeperinde yer alıyor ise yapının günümüzde çevresindeki oluşuma nasıl etki ettiği sorgulanmaktadır.

Tarih boyunca "kamusal alan" genellikle yoğunluğun yüksek olduğu kent merkezlerinde konumlanmıştır. Ancak daha sonra ortaya çıkan alışveriş merkezlerinin Amerika'daki ilk örneklerinin, bu durumun aksine kent merkezinde değil çeperde konumlandırıldığı ve kullanıcıların araçları ile ulaşmasının hedeflendiği bilinmektedir. Bu nedenden ötürü yapının kent ile ilişkisi değişmiş, geçmişte kent çeperinde inşa edilmiş bazı yapılar günümüzde çok merkezli kentlerdeki bir başka merkez yaratmışlardır. Bu gibi durumların da değerlendirilebilmesi adına kent merkezi / kent çeperi kategorisi, fiziksel konumu değerlendirmektedir.



Şekil 5.1 : Çizelgelerde kullanılan "kent merkezi" ve "kent çeperi" sembolleri.

5.1.2 Açık / Yarı açık / Kapalı yapılaşma

Açık / yarı-açık / kapalı değerlendirme başlığında, farklı alışveriş mekanlarının fiziksel mekan olarak kent ile ilişkisi değerlendirilmektedir (Şekil 5.2).

Coleman (2006), alışveriş mekanlarındaki kamusal sirkülasyon alanını üç ayrı kategoride ele almıştır. Bunlardan ilki "açık" alanlardır. Caddeler, meydanlar, en basit anlamları ile bu başlığa girmektedir. Açık alanlar, gökyüzü ile birebir ilintili olma özelliği ile tanımlanmaktadır. Gölge elemanları ya da yağmur ve benzeri hava şartlarından koruyan çeşitli örtülerin kullanılmış olması mümkündür, ancak bu tür alanlarda iklimsel özellikler birebir deneyimlenebilmekte ve buradaki koruma, var olandan farklı bir iklimsel koşul yaratma gibi büyük değişiklikler sunmamaktadır.

Coleman'ın (2006) ikinci kategorisi "korunaklı" alanlardır. Bu korunaklı alanlar, adından da anlaşıldığı üzere, üstü kapalı olan ve planda bir kapı veya benzeri bir elemanla sonlandırılmak yerine giriş-çıkışı bir sokakmış gibi açık bırakılmış mekânlardır. Bu da iklimsel kontrolün yüzde yüz sağlanmaması, dış hava şartlarının açık alanlar kadar olmasa da hissedilmesi anlamına gelmektedir. Bu "korunaklı" ortamı yaratan örtülerde, dönemine göre değişiklik gösterebilen, teknolojinin gelişmesi ile farklılaşmış çeşitli malzeme tercihleri söz konusudur. Cam ve demirin birlikte kullanıldığı ya da tamamen opak malzemelerden tasarlanmış örtüler gibi çeşitli örnekleri görülmektedir. Bu başlık altında örneklenebilecek en iyi yapı türü ise pasajlardır. Son kategori olarak "kapalı" alanlar ise, korunaklı alanlarda plana, mekânı sınırlandıracak ve kapalı hale getirecek kapı ve benzeri elemanların eklenmiş hali ile oluşmaktadır. Korunaklı alanlarda görülen çeşitli örtü sistemleri ve malzeme çeşitliliği, kapalı alanlar için de geçerlidir. Tüm bunların dışında, günümüzde birini değil birden çok kategoriyi içerisinde toplayan hibrid yapıların inşa edildiği görülmektedir. Yani tek bir tasarımda bu başlıkların birden fazlasının görülebilmesi mümkündür.

Değerlendirme için kullanılan sınıflandırma, Coleman'ın (2006) sınıflandırılmasını içerik yönünden korumaktadır. Korunaklı alan yerine "yarı açık" alan denilmesi daha anlaşılır olacağı ve diğer bir koruma duygusu yaratan kapalı mekânlar ile karıştırılmayacağı için, ikinci başlık "yarı açık" olarak değiştirilmiştir. Sınıflandırmada açık mekânlar, meydan ya da cadde gibi iklimsel koşulların birebir yaşatıldığı alanları temsil etmektedir. Yarı açık mekânlar, ara bir sınıf olup genellikle açık mekânların üstünün kapatılması ve ayrı bir mekân yaratması ile korunaklı alanlar şeklinde oluşmaktadır. Kapalı mekânlar ise duvar ve benzeri yapısal sınırları olan, dışarısı ile görsel ilişkiye müsaade etse dahi fiziksel anlamda kendine ayrı fiziksel bir dünya tanımlayan, kapısı olan yapılar olarak ele alınmaktadır. Bu kategoride amaç, kent ile yapının fiziksel mekân olarak ilişkisinin geçmişten günümüze dek değerlendirilmesi, fiziksel anlamda bu değişimin sorgulanmasıdır.



Şekil 5.2 : Çizelgelerde kullanılan "açık", "yarı açık "ve "kapalı" sembolleri.

5.1.3 Dışa dönük / İçe dönük yapılaşma

Değerlendirme kapsamında, kentle kurulan ilişki iki bağlamda ele alınmaktadır. İlki, fiziksel mekânın kent planındaki ilişkisine dairdir ki ilk iki değerlendirme başlığı bu noktaya değinmektedir. Yani, yapının kent ile "fiziksel" ilişkisi, açık, yarı açık ya da kapalı bir kurguda olması ilk iki başlığın konusu olmaktadır. Bu başlıklar ile seçilen yapıların, kent içerisindeki konumu ele alınmakta, daha sonra bu yapının özellikleri çerçevesinde kent ile kurduğu fiziksel ilişki değerlendirilmektedir. Ancak iki değerlendirme başlığı ile kullanıcı faktörü salt ulaşılabilme bazında yorumlanabilmekte, farklı sınıflardaki kullanıcı kitlelerinin yapı ile daha alt bir ölçekte kurduğu ilişki göz ardı edilmektedir.

Yapısal değerlendirmede, yapının bir hacim olarak kentin çevresindeki diğer hacimlerle birlikteliği sorgulanmaktadır. "İçe Dönük / Dışa Dönük" değerlendirme başlığı ise hacimsel anlamda, yapısı ile ilişkide "görünen" kimi güncel merkezlerimizin aslında belirli ölçütler çerçevesinde ilişkili olamaması neticesinde oluşturulmuştur. Burada, dışa dönük ve içe dönük yapılaşma başlığı ile kullanıcının yapıyı kullanımda karşılaştığı psikolojik engel ve fiziksel mekânın bu durum ile ilgisi ele alınmaktadır (Şekil 5.3).

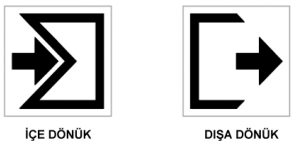
İçe dönüklük ya da içine kapanıklılık, özellikle psikoloji disiplininde karşımıza sıklıkla çıkan kavramlardır. Dış etkenlere karşı kayıtsız kalma, içsel dünyasında olayları yaşama ve dışarıya yansıtmama gibi anlamları bulunmaktadır. Mekânsal sınıflandırmada da dış dünya olarak "kent", içsel olarak da "yapının kendisi" incelenmektedir. Kentle ilişki kurabilen, gerçekten kentin bir "kamusal alanını" tanımlayıcı mekânlar sunan yapılar "dışa dönük" olarak adlandırılmaktadır. Tersine bir kamusal alan yaratıp yaratmadığı tartışmalı olan, bir "yaşam merkezi" sunsa dahi bu duvarlar ile sınırlanan bir başka "kentçikte" süregelen ve kentten bağımsız bir mekânsal örgütlenmeye sahip yapılar ise "içe dönük" başlığı altında ele alınmaktadır.

Yırtıcı (2005), "dışa kapalılık" başlığı altında metropol alanlarındaki mekansal örgütlenmenin dışa kapalı birimlerin oluşmasını gerektirdiğine değinerek, dışa kapalı mekanların kendi içinde kendine yeten alanlar oluşturduğunu söylemektedir.

Sennett (1996), Lever House ve Brunswick Centre'da kamusal alanlara değinerek bu alanların belli bir kullanım için değil yalnızca geçip gitmeye yaradıklarını eleştirmektedir. "Kamusal İnsanın Çöküşü" adı kitabında, Brunswick Centre'da yükselen iki dev apartmanı kastederek şunları belirtmektedir:

> "Brunswick Centre'da beton bir merkezi giriş alanının yanlarında yükselen iki dev apartman kompleksi vardır. … Brunswick Centre'daki sıra sıra apartman daireleri büyük ölçüde camla kaplıdır. … İçerisiyle dışarının böylesine iç içe geçişi ilginç bir biçimde soyut bir niteliktedir: Hoş bir gökyüzü manzarası vardır ama binalar öyle bir açı ile yükselirler ki o çevredeki diğer binalarla hiçbir ilişkileri olmadığı gibi onları görmezler de. Bloklardan biri Londra'nın en güzel meydanlarından birine açılabileceği halde ona arkasını dönmüştür. Bina herhangi bir yere dikilebilirmiş gibi durmaktadır yani besbelli ki tasarımcıları değil olağanüstü bir şehir merkezinde olduklarının, belli bir yerde olduklarının bile farkında değillermiş (Sennett, 1996)."

Sennett'in (1996) belirttiği, yapının fiziksel özelliklerine bakıldığında oluşan beklentilerin aslen gerçekte var olmamasıdır. Kullanılan malzeme ile "dışarısı" ile kurulmuş olması beklenen ilişki ne yazık ki varsayımda kalmaktadır. Diğer yandan "herhangi bir yere dikilebilme", Yırtıcı'nın (2005) belirttiği "yere ait olmama" durumu ile bire bir örtüşmektedir. Nitekim orada konumlanan bu ve benzeri yapıları değerlendirdiğimizde, salt fiziksel özelliklerinin değerlendirilmesinin; yani, açık ya da kapalı bir yapılaşma sunması ya da kentin merkezinde konumlanması gibi kıstasların yeterli olmayacağı anlaşılmaktadır. Bu sebepten ötürü "içe dönüklük ve dışa dönüklük", fiziksel değerlendirmenin yetersiz kaldığı bir kör noktayı tespit etmek amacı ile ortaya konmuş bir değerlendirme maddesidir.



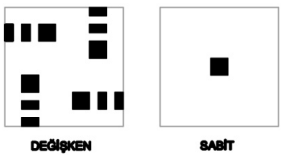
Şekil 5.3 : Çizelgelerde kullanılan "içe dönük" ve "dışa dönük" sembolleri.

5.1.4 Değişkenlik / Sabitlik

Son değerlendirme başlığı olan "değişkenlik / sabitlik" ile yapı içerisinde oluşturulan sosyal alanlardaki fonksiyonların değişiminin değerlendirilmesini amaçlanmaktadır. Diğer başlıklara göre çok daha alt bir ölçek temel alınarak mekânlardaki fonksiyon bazındaki dönüşüm incelenmektedir (Şekil 5.4). Bu başlığın kurgulanmasındaki asıl ölçüt, mekânın dönüştürülebilirliğidir. Örnek olarak, agora ve forum benzeri açık alanlarda değinilen çoğu fonksiyon, genellikle haftanın belirli günlerinde gerçekleştirilmektedir. Bu da o mekânda kullanılacak öğelerin geçici olmasını, yani mekânın değişebilir kılınmasını gerektirmektedir.

Değişkenlik, genellikle boş bir alanın birçok fonksiyon için kullanılması durumunda ortaya çıkmaktadır. İlk dükkânların ortaya çıkışında görüldüğü üzere, yapısal olarak bir mekânı diğerinden ayırmaya başladığımızda sabit bir fonksiyona ayrılmış, o fonksiyona ait mekânlar karşımıza çıkmaktadır. Burada da kuşkusuz zaman içerisinde bir değişim yaşanmaktadır ancak bu değişim, mekânın tamamına yansımamakta ve "değiştirilmek" üzerine kurulu bir tasarım öngörülmemektedir. Günümüz alışveriş merkezlerinde ise belirli mesafelerden sonra çeşitli fonksiyonları da karşılayabilen sosyal mekanlar oluşturulmakta, alışverişe ayrılan dükkanlar koridorlar şeklinde bu alana bağlanmaktadır. Bazı merkezler konseptli alışveriş merkezi şeklinde tasarlanmakta, bu sosyal mekana tasarım esnasında bazı anlamlar yüklenmektedir.

Mekânda kullanılan elemanlar ki bunlar açık alanda pazar ve benzeri etkinlikler için taşınılan geçici tezgâhlar ya da meydanda konser amaçlı kurulan sahne ekipmanları gibi farklılık gösterebilmektedir, bu "dönüştürülebilme" durumu için veri sağlamaktadır ve "değişkenlik / sabitlik" kategorisi ile günümüz yapılarına dek kullanılan öğelerin ya da mekânsal kurgunun dönüşümü irdelenmektedir.



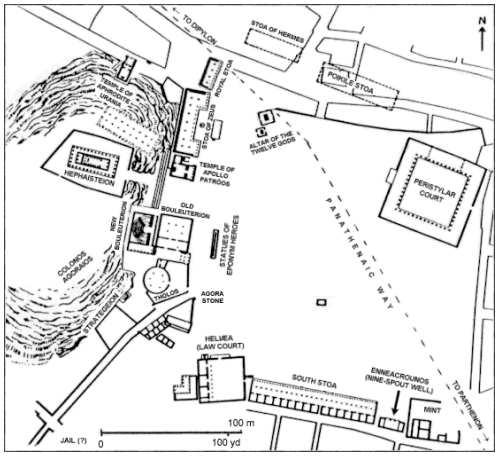
Şekil 5.4 : Çizelgelerde kullanılan "değişken" ve "sabit" sembolleri.

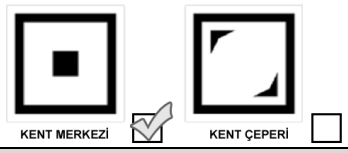
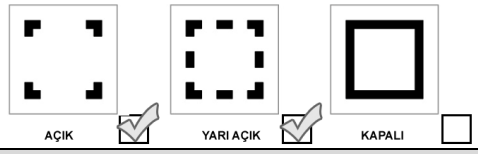
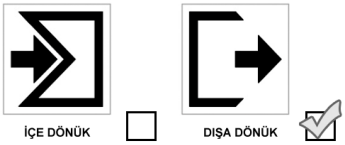
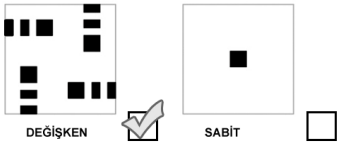
5.2 Değerlendirme

Tarihsel süreçte aktarılan, döneminin önde gelen yapıları; belirtilen dört ana başlık çerçevesinde şu şekilde değerlendirilmektedir:

Agora:

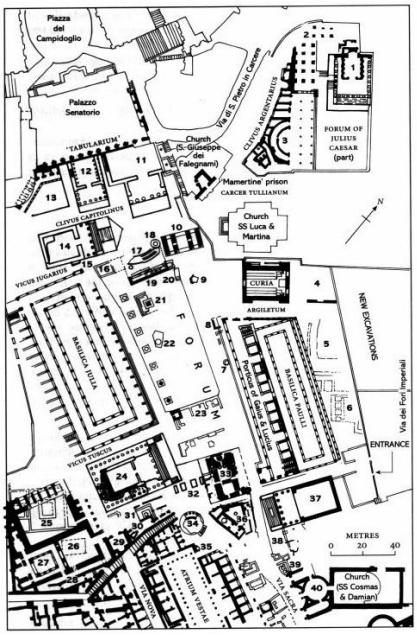
Çizelge 5.1 : Agora değerlendirme tablosu

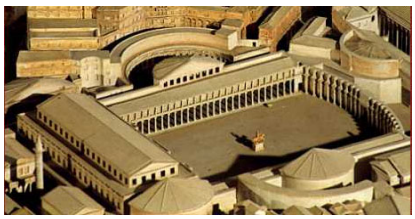
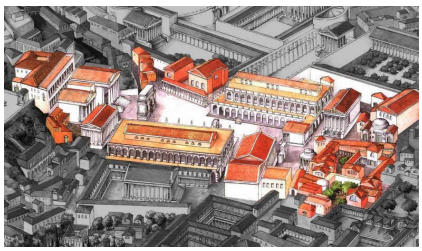
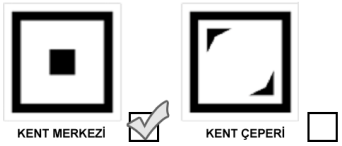
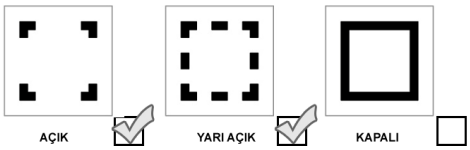
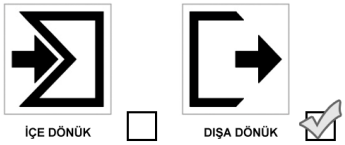
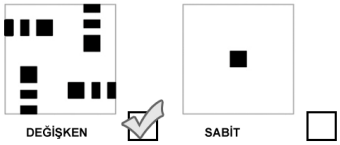
<table>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>

</td><td>Yapının Kentteki Konumu:
Antik Yunan ve Helenistik dönemde alışveriş eylemi kent merkezlerindeki agoralarda gerçekleşmiştir.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Pazar yeri olarak açık mekanlardır. Stoalarla yani sütunlu galerilerle çevrili bir yarı-açık alana da sahiptir.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Sosyal hayat agorada geçmekte ve bu alan, sosyal hayat için ortak bir platform oluşturmaktadır. Kullanıcı ilişkisi bakımından dışa dönük bir kurguya sahiptir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Değişkendir. Haftanın belirli günleri geçici elemanlar ile mekân dönüştürülmektedir. Pazar alanı için sabit elemanlar kullanılmamakta, pazarın gerçekleşeceği gün ürünler portatif tezgâhlarda sergilenmektedir.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

Forum:

Çizelge 5.2 : Forum değerlendirme tablosu

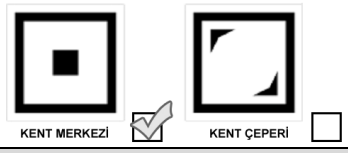
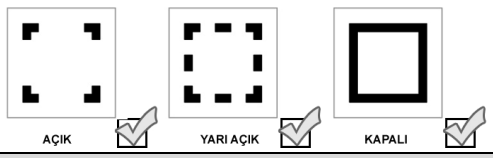
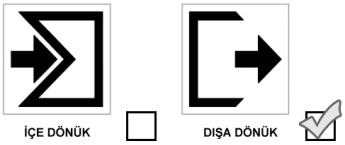
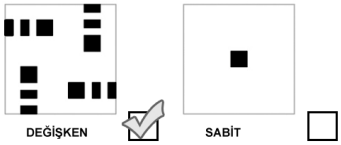
<table>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>


</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Kent, forum etrafında şekillenmiştir, dolayısı ile forumun olduğu alan, kent merkezini temsil etmektedir.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Çevresindeki yapılar ile ilişkili çeşitli dini, ticari ve yönetimi ilgilendiren fonksiyonlara ev sahipliği yapan forum, açık bir kamusal alan olarak kullanılmıştır. Çok fonksiyonlu yapılaşmanın da ilk örneklerinden biridir ve açık alan, stoalarla çevrili yarı açık bir mekân ile dükkânlara bağlanmaktadır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Forum, agoraya benzer özellikleri ile toplumsal kullanıma yönelik bir mekândır. Yani; tüm toplumun kullandığı ve rahatlıkla ulaşabildiği bir mekân olarak kullanıcı ilişkisi bakımından dışa dönük bir kurguya sahiptir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Birçok sosyal etkinlik için aynı mekân, belirli günler geçici elemanlar yardımı ile dönüştürülebilmektedir. Bu anlamda “değişken” bir mekân oluşturulmaktadır.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

Market ve Pazar Halleri:

Çizelge 5.3 : Market ve pazar halleri değerlendirme tablosu

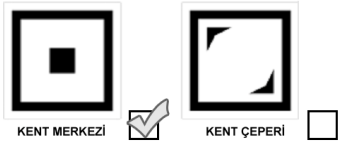
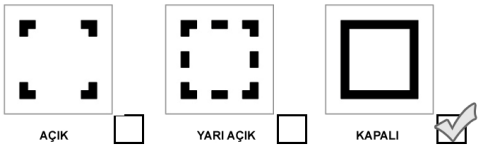
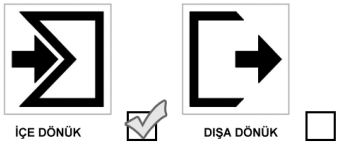
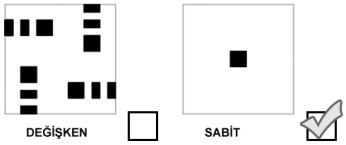
<table>
<tr><td>İtalya</td><td>13.yüzyıl</td></tr>
<tr><td>

</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Market ve pazar halleri, kent merkezinde konumlanmış, pazar alanınca uzanan ve iş-ticaret alanı olarak önem kazanan yapılar olmaktadır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Pazar alanı açık bir mekân sunmakta, ayrıca kolonatlı yarı açık bir aks ile kapalı kurgudaki mekânlara ulaşılmaktadır. Hal yapılarının ilk görülen örnekleri genellikle iki katlıdır. Birinci katında yönetime ait çeşitli mekânlar yer alırken zemin katında ise esnaf locaları ile açık pazar alanı konumlanmıştır. Zemin kat, açık pazar alanının devamı niteliğinde süregelmekte ve kolonatlı bir yarı açık mekân sunmaktadır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Yapı, dışa dönük bir anlayış sergilemektedir. Kullanıcı tüm bu mekânlara rahatça ulaşabilmektedir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Pazar alanı belirli günler farklı etkinlikler ve aktiviteler için kullanılabilmekte, değiştirilebilmektedir. Zemin kattaki kolonatlı yarı açık mekânda, belirli günler geçici tezgâhların konumlandırılması ile ticaret gerçekleştirilmektedir.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
</table>

Kapalı Çarşı:

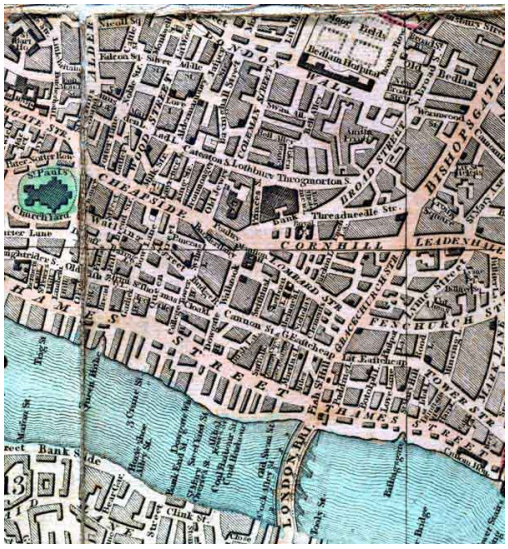
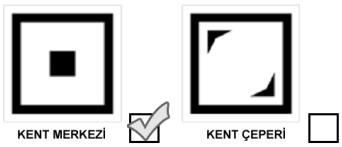
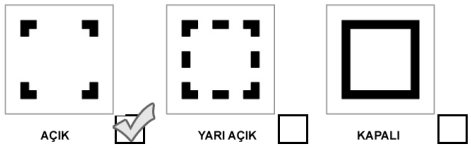
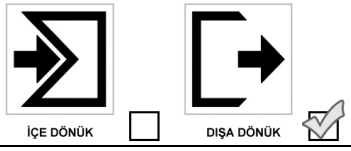
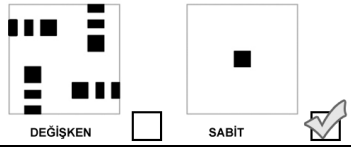
Çizelge 5.4 : Kapalı Çarşı değerlendirme tablosu

<table>
<tr><td>Türkiye</td><td>1461</td></tr>
<tr><td>

</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Kapalı Çarşı, Osmanlı İmparatorluğu zamanında merkez kabul edilen bölgede, Beyazıd'da yer almaktadır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Kapalı bir yapı olarak dükkânların çeşitli koridorlar şeklinde organize edilmesi ile oluşturulmuş bir plana sahiptir.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Mekân, kendi içerisinde bir ayrı satış alanı kurgulamıştır ve çeşitli güvenlik önlemleri sağlanmıştır. Kamuya ait bir çarşı yapısı olsa da, kendi içerisinde bir kamusal alan oluşturması bakımından kullanıcıya yönelik bir "dışadönüklük" özelliği sergilememektedir. Bu anlamda içe dönük bir kurguya sahiptir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Yapı, sabit yerleşke dizisinden ve sabit elemanlardan oluşmuştur. Değişkenlik özelliklerine sahip herhangi bir kamusal alana sahip değildir.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

Cheapside Alışveriş Caddesi:

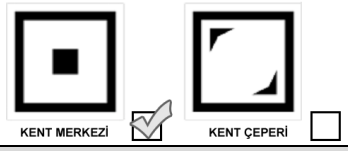
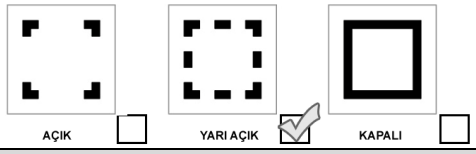
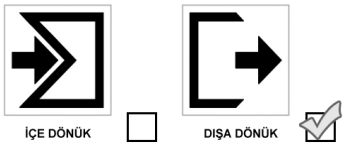
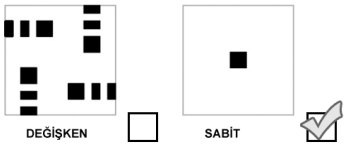
Çizelge 5.5 : Cheapside Alışveriş Caddesi değerlendirme tablosu

<table>
<tr><td>İngiltere</td><td>17.yüzyıl</td></tr>
<tr><td>
</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Cheapside, Doğu Londra’nın en işlek caddeleri ile merkezde yer alan bir bölgesidir. Cheapside, 17. yüzyıl caddeleri genel anlayışına örnek olarak gösterilmektedir. Alışveriş caddeleri haline gelen bu ve benzeri caddeler, kent merkezinde önemli bir kamusal alan yaratmaktadır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Genellikle zemin katlarında alışveriş fonksiyonu devam etmekte, cadde boyunca dükkânlar yer almaktadır. Dükkânlar kapalı mekânlardır ancak dükkânların caddeye açılması nedeni ile alışveriş eylemi, kamuya açık bir alanda sürdürülmektedir.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Cadde şeklindeki kurgusu ile dışa dönük bir mekân sergilemektedir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Kentteki alışveriş caddeleri, meydan ile bağlantılı olup olmama durumlarına göre değişken bir mekân sunabilmektedir.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

Saint-Hubert Pasajı:

Çizelge 5.6 : Saint-Hubert Pasajı değerlendirme tablosu

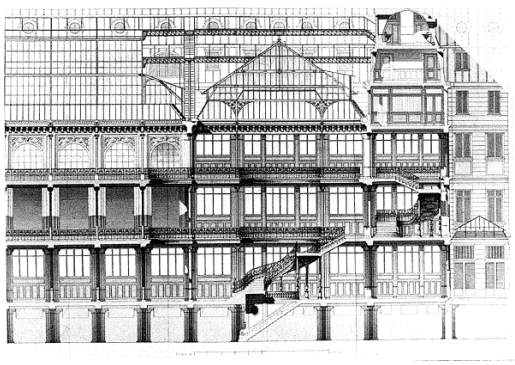
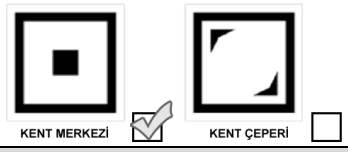
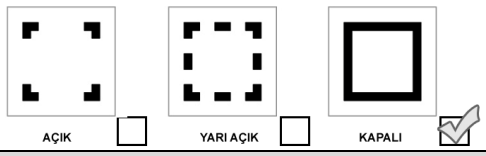
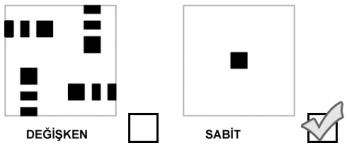
<table>
<tr><td>Belçika</td><td>1847</td></tr>
<tr><td>

</td><td colspan="2">Yapının Kentteki Konumu
Belçika, Brüksel merkezinde yer alan Saint Hubert Pasajı, en eski arkatlı yapı örneklerinden biri olarak iki önemli caddeyi birbirine bağlamaktadır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Bir pasaj yapısı olarak giriş ve çıkışta kapı bulunmamakta ancak korunaklı bir alanda alışveriş sunulmaktadır. Yarı açık bir mekândır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Kent ile kurduğu ilişki ve yayalara yönelik iki caddede kolay geçişi sağlayan bir aks yaratması bakımından dışa dönük bir yapılaşma sergilemektedir. Kentin bir parçası olarak, trafik yoğunluğundan yayaları ayırmakta, alışveriş eylemini yaratılan geçiş koridorunda sunmaktadır.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Sabit mağazaları, kafeteryaları ile değiştirilebilir bir kamusal alana sahip değildir.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
</table>

Bon Marche:

Çizelge 5.7 : Bon Marche değerlendirme tablosu

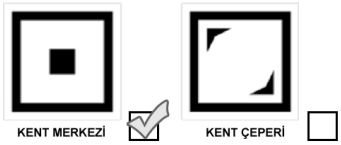
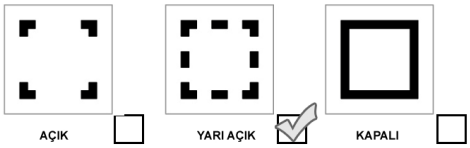
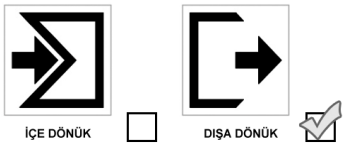
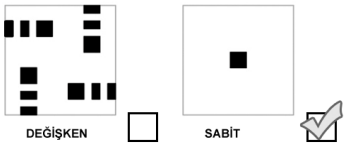
<table>
<tr><td>Fransa</td><td>1852</td></tr>
<tr><td>


</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Paris kent merkezinde konumlanmaktadır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Bon Marche, ilk çok katlı mağaza olarak alışveriş mekanları için önemli bir farklılaşma yaratmıştır. Bu farklılık, dükkânların tek kat ile sınırlı kalmaması ve artık çok katlı bir mağaza oluşturmasıdır ki bu özellik, kapalı alışveriş biriminin ortaya çıkışını belirtmektedir. Yeni çıkan bu yapı tarzı “department store” adı ile tipolojide yer bulmuştur ve genellikle kapalı yapılardır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
İlk kapalı alışveriş yapılarından biri olarak, siluet ile uyumlu olsa da yapı içerisindeki kurgu nedeni ile içe dönük bir kent ilişkisine sahiptir. İlk çok katlı mağaza örneklerinden olan Bon Marche, kendi içerisinde bir yenilik sunmakta, bu anlamda “dış” ile ilişki kurmamaktadır.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Sabit elamanlar ile mekânlar oluşturulmuştur. Yapı çeşitli katlardaki satış birimleri ile değişken bir sosyal mekâna sahip değildir.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

Vittorio Emmanuele II Pasajı:

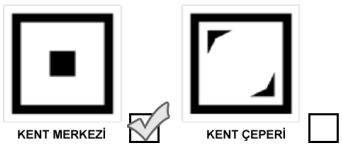
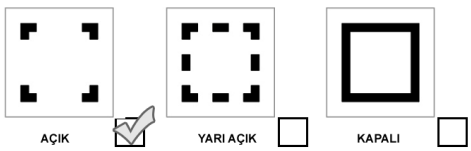
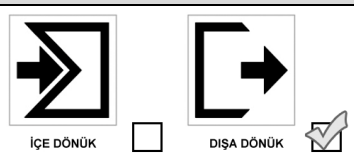
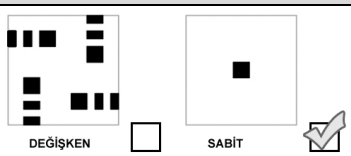
Çizelge 5.8 : Vittorio Emmanuele II Pasajı değerlendirme tablosu

<table>
<tr><td>İtalya</td><td>1876</td></tr>
<tr><td>

 </td><td>Yapının Kentteki Konumu
Yapı, Milano kent merkezinde yer almaktadır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Galleria Vittorio Emmanuele II, yani Vittorio Emmanuele II Pasajı, 19. Yüzyıl pasaj planı sunması bakımından yarı açık olarak kurgulanmıştır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Duomo Kilisesi önündeki meydan ile Scala Meydanı’nı birbirine bağlamaktadır ve kullanıcı kent ilişkisi bakımından dışa dönük bir mekân örneği sergilemektedir. Lüks mağazaların yer aldığı pasajda, alışveriş eyleminin yanı sıra kafeteryalar yer almaktadır ve geçiş için çok sık tercih edilen bir aks yaratmaktadır.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Vittorio Emmanuele II Pasajı, kafeteryalarca kullanılan geçiş alanına sahip olsa da “değiştirilebilirlik” adına ayrıca bir kamusal mekâna sahip değildir.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

Linjbaan Alışveriş Caddesi:

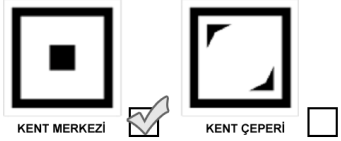
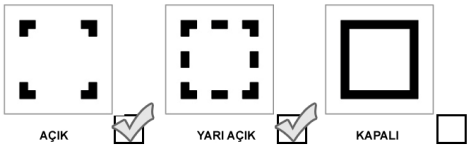
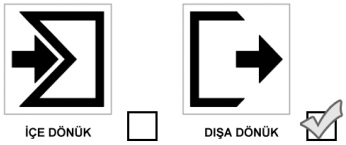
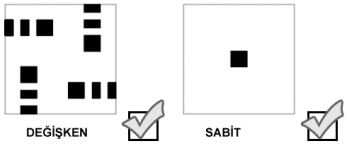
Çizelge 5.9 : Lijbaan Alışveriş Caddesi değerlendirme tablosu

Hollanda	1953
  	**Yapının Kentteki Konumu** Hollanda, Rotterdam kent merkezindeki alışveriş caddesidir. II. Dünya Savaşı sonrası yeniden oluşturulan kent merkezi planlaması çerçevesinde tasarlanan yaya odaklı bir bölgeyi temsil etmektedir. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Yapıların konumu, kent planlaması göz önünde bulundurularak seçilmiştir. Cadde olması bakımından açık bir alışveriş mekânı sunmaktadır. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Açık bir yayaya ayrışmış cadde olması bakımından dışa dönük bir kurguya sahiptir. Dükkanlar, alışveriş caddeleri boyunca yer almakta; alışveriş, yoğun bir geçiş aksına eklenmiş fonksiyon olarak gerçekleştirilmektedir. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** Mağazalar ile yaratılan akslar, ortadaki yayalaştırılmış alışveriş sokakları ile sabit bir kamusal alan yaratmaktadır.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
 	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
 	

Beurstraverse Alışveriş Caddesi:

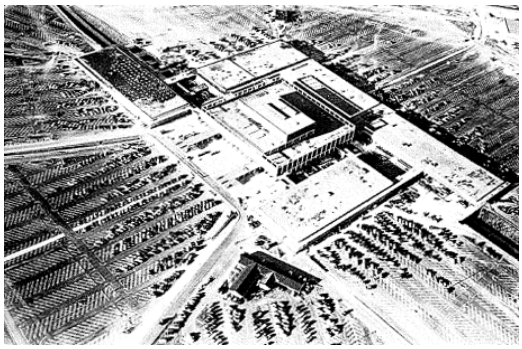
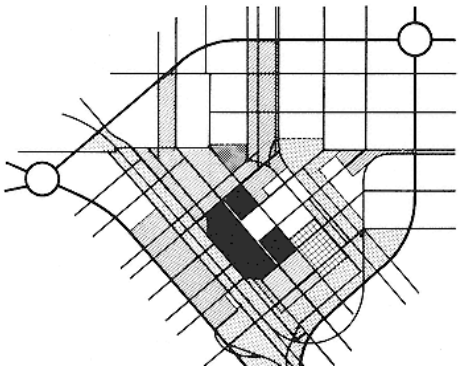
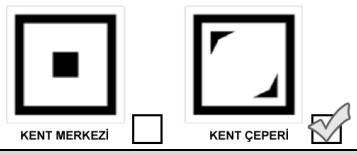
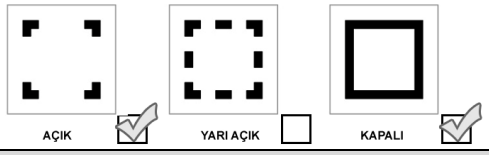
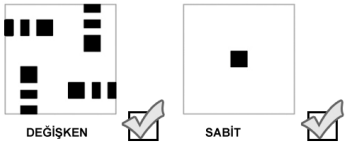
Çizelge 5.10 : Beurstraverse Alışveriş Caddesi değerlendirme tablosu

<table>
<tr><td>Hollanda</td><td>20. yüzyıl</td></tr>
<tr><td>


</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Beurstraverse, Linjbaan’a bağlanan yoğun bir alışveriş caddesidir ve kent merkezinde yer almaktadır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Cadde olması nedeni ile açık alandır. Alt geçit bölümü ise yarı açık bir mekandır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Linjbaan’da olduğu gibi yayalaştırılmış ve çeşitli fonksiyonlar ile birlikte alışveriş mağazalarınca yaratılan bir yapılar dizisinden oluşmaktadır. Bu caddenin ortasında korunaklı bir alan tasarlanmış, alışveriş aksının bir alt kotta devamı sağlanmıştır. Bu korunaklı alan, bir alt geçit niteliğinde trafiğin yoğun olduğu ana cadde ile yayaların kesişmesini engellemektedir. Bunun yanı sıra trene geçiş yine bu alt kottan sağlanmaktadır. Tüm bu özellikleri ile proje, kente ait, kullanıcı odaklı geliştirilmiş bir projedir ve dışa dönük bir kurguya sahiptir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Kamusal alan olarak sabit öğelerden oluşmaktadır. Ancak cadde, pazar alanına bağlanmaktadır ve pazar alanı tamamen değiştirilebilir bir mekan şeklinde kullanılmaktadır.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

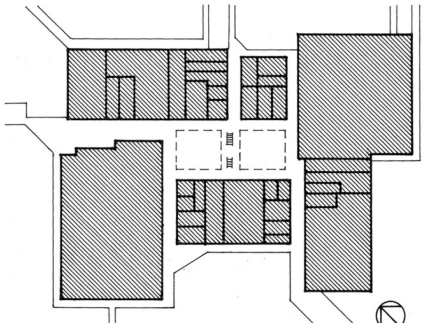
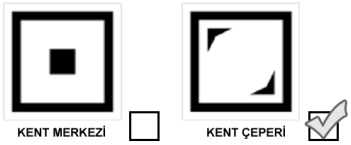
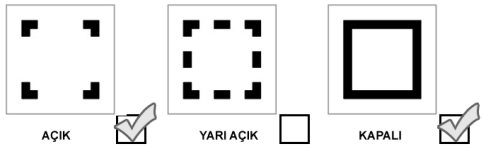
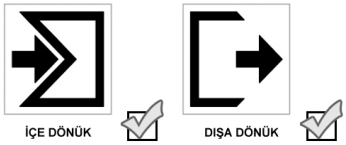
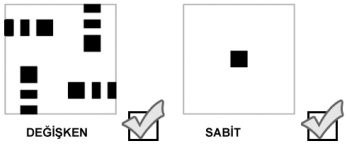
Northland Alışveriş Merkezi:

Çizelge 5.11 : Northland AVM değerlendirme tablosu

Amerika	1952
  	**Yapının Kentteki Konumu** İlk alışveriş merkezleri kabul edilen Northland Alışveriş Merkezi, inşa edildiği tarihte kent merkezinden uzakta, boş bir alanda tasarlanmıştır. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Yapı, tek katlı olarak inşa edilmiş çeşitli bina kitlelerinin birbirlerine açık alanlar ile bağlanmasından oluşan bir komplekstir. Ancak kapalı bir alışveriş merkezi tipolojisindedir. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Yapı, bir kapalı alışveriş merkezi plan tipi oluşturması bakımından, kendi kurgusu içerisinde bir kamusal alan oluşturmaktadır. Bu bakımdan içe dönük bir yapı kurgusuna sahiptir. Ancak diğer yandan, yapı, kent çeperindekiler için bir alışveriş kasabası yaratma fikri ile ortaya konması ve inşa edildiği tarihte bunu başarması bakımından dışa dönük olarak da gösterilebilmektedir. İlk alışveriş merkezi olarak, tartışmaya açık bir kullanıcı ilişkisine sahiptir. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** Yapıdaki açık mekanlar değişkendir ancak yapının kendisi, sabit elemanlardan oluşmaktadır.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
	

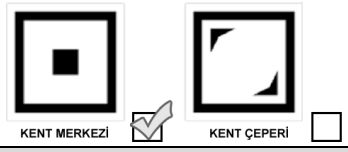
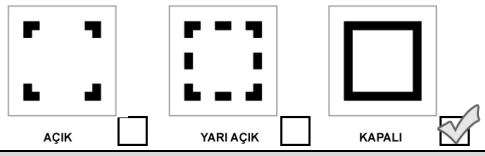
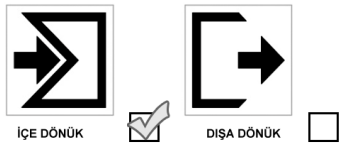
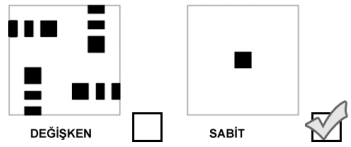
Southdale Alışveriş Merkezi:

Çizelge 5.12 : Southdale AVM değerlendirme tablosu

<table>
<tr><td>Amerika</td><td>1956</td></tr>
<tr><td>

</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Southdale Alışveriş Merkezi, Minneapolis’in dışında yer almaktadır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
İlk alışveriş merkezlerinden kabul edilen Southdale ile ilk kez yatayda tek katlı olarak yayılan değil, düşeyde iki katlı olarak genişleyen bir alışveriş merkezi ortaya çıkmıştır. Kapalı bir kurgudadır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Yapı, kent çeperinde olması bakımından kentin gelişmesinde önemli bir role sahiptir. Bu anlamda dışa dönük olarak değerlendirilmektedir ancak diğer yandan, kapalı plan tipi ile içe dönük bir kurguya sahiptir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Bu iki katlı alışveriş merkezinin ortasındaki alan da Gruen’in beklentilerine uygun olarak bir sosyal toplanma mekânı haline gelmiş, Mineapolis Senfoni Orkestrasının yıllık baloları gibi pek çok önemli sanat ve kültür olayına ev sahipliği yapmıştır. Bu anlamda değiştirilebilir bir kamusal alanı bulunmaktadır.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

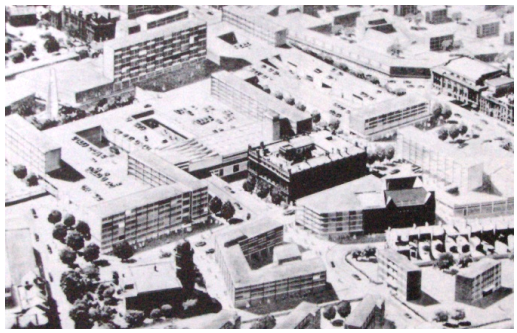
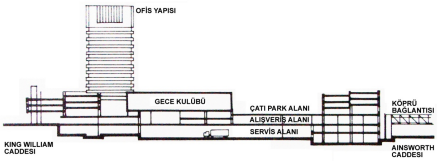
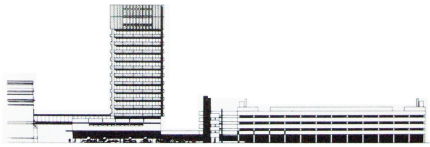
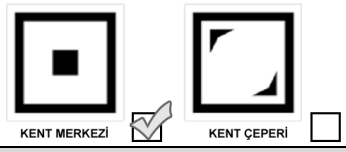
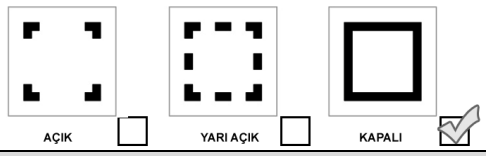
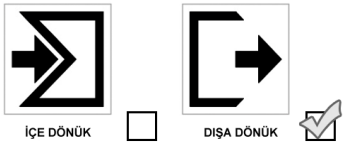
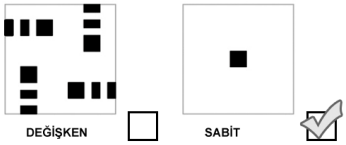
The Bull Ring:

Çizelge 5.13 : The Bull Ring değerlendirme tablosu

İngiltere	1964-2000
  	**Yapının Kentteki Konumu** The Bull Ring, Birmingham kent merkezinde yer almaktadır. Eski pazar alanına inşa edilen bir alışveriş merkezidir. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Yapı, İngiltere'de ortaya çıkan ilk kapalı alışveriş merkezlerinden biridir. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Yapıya girişlerin net olmaması, yer yer rampaların kullanımını zorunlu hale getiren kot farklılıkları ile tasarlanması; kullanımda zorluklara neden olmuş ve kent ile yapı ilişkisini karmaşıklaştırmıştır. Bu bakımdan içe dönük bir kurguya sahiptir. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** Yapı, sabit bir yapılaşma sergilemektedir. Kullanımında olumsuz görülen etmenler neticesinde, Burmingham için önemli bir noktada bulunan pazar alanı çevresi ile birlikte yapının da yıkılmasına karar verilmiştir.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
	

Blackburn:

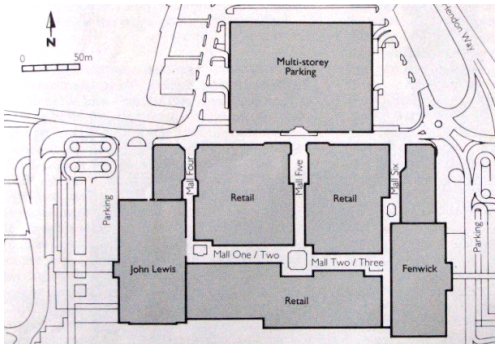
Çizelge 5.14 : Blackburn değerlendirme tablosu

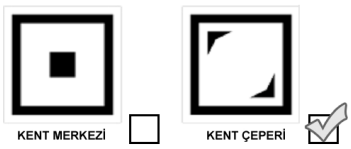
İngiltere	1962
   	**Yapının Kentteki Konumu** İngiltere'deki Blackburn kenti merkezi, Birmingham The Bullring alanında olduğu gibi olumsuzlukların giderilmesi yönünde yenilenmesi gereken bir alan olarak belirlenmiştir. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Yeniden yapılandırma sürecinde, The Bull Ring Alışveriş Merkezi örneğinden önemli ölçüde esinlenildiğini belirtilmektedir. Kapalı bir plan organizasyonuna sahiptir. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Yapı, The Bull Ring'den daha başarılı olmuştur. Blackburn'ün The Bull Ring'den farklılaştığı noktalar ise, tasarımına bütüncül bir bakış açısı ile yaklaşılmış olması, çevreye daha duyarlı bir şekilde merkeze yaya ulaşımının kurgulanması, 24 saat açık olan dükkânların tek bir katta konumlandırılarak yaya ulaşımı ile ilişkilendirilmesidir. Bu anlamda dışa dönük bir yapı tasarımı olarak nitelendirilebilmektedir. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** Sabit mekanlardan oluşmaktadır.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
 	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
 	

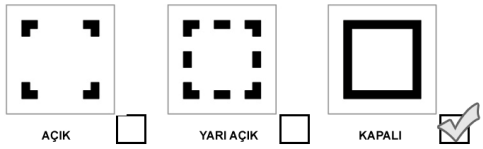
The Brent Cross Centre – Alışveriş Merkezi:

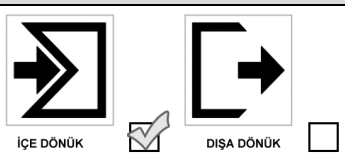
Çizelge 5.15 : The Brent Cross AVM değerlendirme tablosu

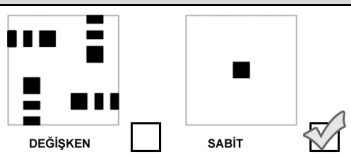
<table>
<tr><td>İngiltere</td><td>1976</td></tr>
<tr><td>




</td><td>
Yapının Kentteki Konumu
Yapı otoyol yanında, kent çeperinde konumlanmıştır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Yapı, geçirimsiz bir yüzey ile caddeler ile çevrelenmiştir. Kapalı bir plan tipine sahiptir.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Kapalı bir plan tipinin bir örneği olarak, kullanıcı bakımından araçsız ulaşımı zor, kendi özerk alanını yaratmış bir mekândır. Dolayısı ile içedönük bir kurgudadır.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
İnşa edildiği tarihte İngiltere'deki en büyük alışveriş merkezi olan, Londra'daki The Brent Cross Centre'ın, Amerikan alışveriş tipolojisindeki tüm prensipleri gösteren bir alışveriş mekânıdır. Scott (1989), The Brent Cross Centre'ın iç mekân tasarımında başarıya ulaştığını ancak mimari olarak cephe düzenlemesine bakıldığında ise başarısız olduğu belirtilmektedir. Bunun en önemli sebeplerinden birinin, Amerika'dan transfer edilen tipolojideki noksanlık olduğu söylenmektedir.
</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>


</td><td>


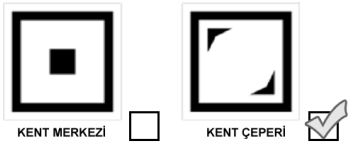
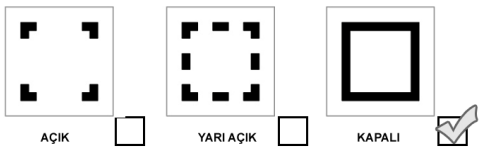
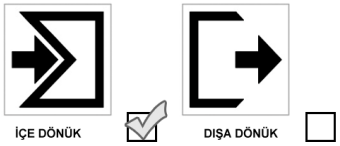
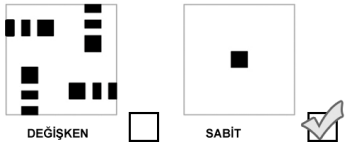
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>


</td><td>


</td></tr>
</table>

Vasco da Gama - Alışveriş Merkezi:

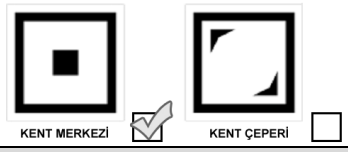
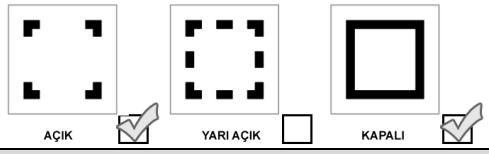
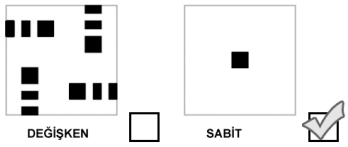
Çizelge 5.16 : Vasco da Gama AVM değerlendirme tablosu

Portekiz	1999
 	**Yapının Kentteki Konumu** Portekiz, Lizbon'da yer alan Vasco da Gama Alışveriş Merkezi, Expo 98 alanı kent planlamasına dâhil olmuştur. Expo 98, kent dışında yer almaktadır. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Kapalı bir alışveriş merkezi yapısıdır. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Santiago Calatrava tarafından tasarlanan metro istasyonu ile bağlantılı bir şekilde ele alınmış; yeni tasarlanan bir bölge olarak Expo 98 alanı kent planlamasına dahil olmuştur. Bu anlamda bu alandaki yapılar, birbirleri ile ilişkili düşünülmüştür. Çevresi ile olumlu ilişki kurmasına rağmen yapı, kapalı bir alışveriş merkezi planında ve içe dönük olarak tasarlanmıştır. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** Değişken bir mekana sahip değildir.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
	

The Bullring Alışveriş Merkezi:

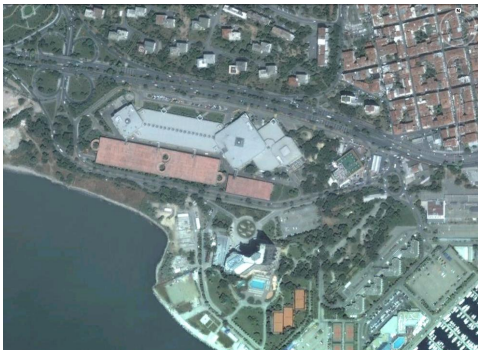
Çizelge 5.17 : The Bullring AVM değerlendirme tablosu

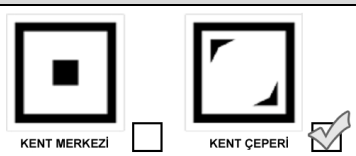
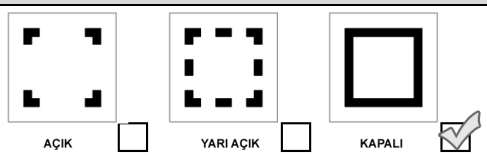
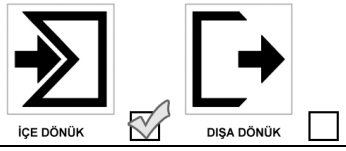
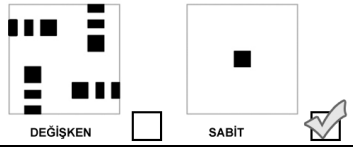
<table>
<tr><td>İngiltere</td><td>2003</td></tr>
<tr><td>

</td><td>Yapının Kentteki Konumu
İngiltere’nin ilk kapalı alışveriş merkezlerinden The Bull Ring’in yıkımı sonrasında, Birmingham kent merkezi için yeni yazılışı ile “The Bullring” projesi gerçekleştirilmiştir.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
The Bullring’de açık mekânlar da yaratılmıştır ve bu alanlarda kapalı alanlarda yer verilen alışveriş aktivitesinin devam ettirilmesi amaçlanmaktadır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Yeni yapılan proje, kente entegre olabilmesi bakımından aynı yüzyıldaki diğer kapalı alışveriş merkezlerine oranla çok daha başarılı görülmektedir. Birmingham, tarihi caddeleri, meydanları ve açık alanlarına sahip bir kent olarak; Bullring projesinin doğu yöne bir kapı rolü üstlenmesinden sonra daha da birbiri ile ilişkili ve bütüncül bir kamusal alana sahip olmuştur. Proje, kapalı avm yapısı olarak içe dönük, kullanıcı kent ilişkisi bakımından ise dışa dönük bir mekân örneği olmaktadır.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Değişken olmayan bir kurgudadır.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
</table>

Galleria Alışveriş Merkezi:

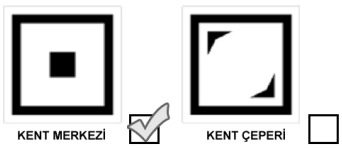
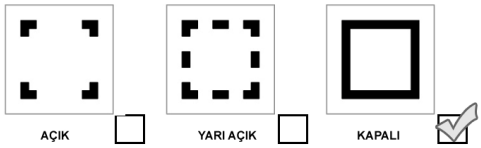
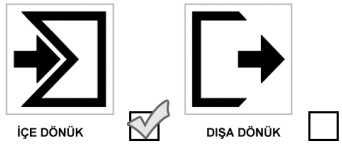
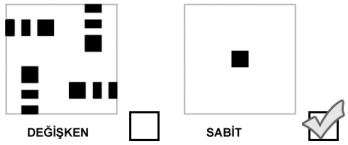
Çizelge 5.18 : İstanbul Galleria AVM değerlendirme tablosu

<table>
<tr><td>Türkiye</td><td>1988</td></tr>
<tr><td>

</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Ataköy’de konumlanmıştır. Günümüzde bu semt, özellikle konut alanındaki kentsel gelişimle birlikte kent merkezi olarak kabul edilebilmektedir. Yine de kent ana ulaşım merkezlerine uzaklığı neticesinde çeper olarak değerlendirilecektir.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Yapı, Amerika’daki ilk alışveriş merkezi planlarından esinlenilerek yapılmış kapalı bir plana sahiptir.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Fiziksel olarak kapalı bir plana sahip olmasının yanı sıra, tüm kapılarında sağlanan güvenlik kontrolleri ile içe dönük bir kent ilişkisini örneklemektedir. Bunun dışında Ataköy için çok önemli bir yer olan sahil bandında kurgulanmasına rağmen; yapı, yer ile ilişki kurmamakta ve kullanıcının yapıya girişten sonra kent bazındaki yerle olan ilişkisi koparılmaktadır. Yapıya ulaşım araç ile kolay olmak ile birlikte, yaya ile ilişkisi cadde nedeniyle kesilmektedir. Tüm bu nedenlerden ötürü yapı “içe dönük” bir mekân anlayışına sahiptir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Sabit öğelerden oluşmaktadır.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
</table>

Akmerkez Alışveriş Merkezi:

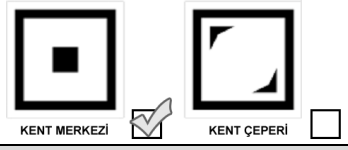
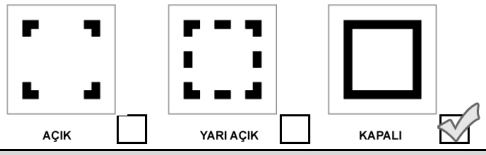
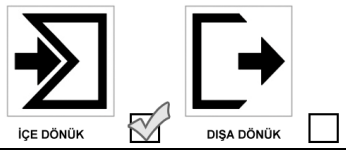
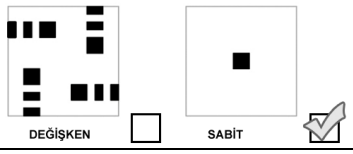
Çizelge 5.19 : İstanbul Akmerkez AVM değerlendirme tablosu

Türkiye	1991
 	**Yapının Kentteki Konumu** Yapının yer aldığı Etiler semti, çok merkezli metropol İstanbul'un kent merkezlerinden biri olarak kabul edilmektedir. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Akmerkez, kent merkezinde yer almaktadır ve kapalı bir üçgen plana sahiptir. Kendi içerisinde üç adet atrium tasarlanmıştır ancak kapalı bir plan organizasyonuna sahiptir. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Akmerkez Alışveriş Merkezi, büyük rakip alışveriş merkezleri inşasına dek, genellikle orta ve üst sınıfa hitap eden önemli bir buluşma noktası haline gelmiştir. Yapının kent ve kullanıcı ilişkisine bakıldığında; kapalı plan yapısı, girişteki yoğun güvenlik önlemleri ve benzeri nedenler ile içe dönük bir anlayışın benimsendiği görülebilmektedir. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** Kendi içerisinde yaratılan sosyal alanlarda sabit elemanlar bulunmaktadır.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
	

Carousel Alışveriş Merkezi:

Çizelge 5.20 : İstanbul Carousel AVM değerlendirme tablosu

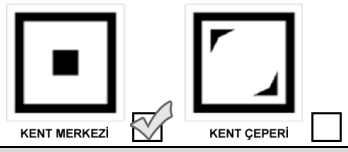
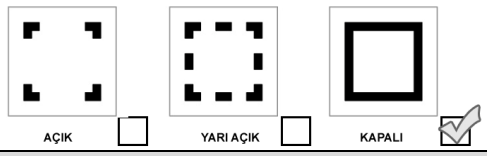
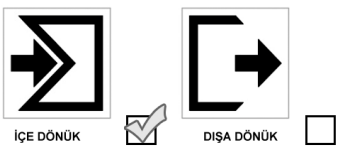
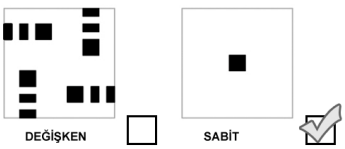
<table>
<tr><td>Türkiye</td><td>1995</td></tr>
<tr><td>

</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Bakırköy’ün en işlek caddelerinden birinde açılan yapı, Bakırköy’ün yayalaştırılmış çarşı alanına yakınlığı bakımından merkezi bir konuma sahiptir.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Kapalı bir plan organizasyonu sunmaktadır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Carousel, inşa edildikten sonra mevcut caddenin trafik yükünü arttırmıştır. Bunun yanı sıra Carousel’in hemen yanına açılan Capacity Alışveriş Merkezi ile birlikte bugün git gide yoğunlaşan bu bölge, trafik yükü bakımından güçlük çekmektedir. Güvenlik önemleri, kendi iç kurgusu ile dışarıda süren diğer alışveriş faaliyetleri ile kopukluğu göz önünde bulundurularak Carousel Alışveriş Merkezi’nin içe dönük bir mekânsal anlayış sergilediği gözlemlenebilmektedir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Galeri boşluğu, adını da aldığı ve konseptin temeli olan atlıkarınca ile bütünleştirilmiştir. Yaratılan sosyal alanlardaki sabit öğeler neticesinde mekânda değiştirilebilir bir alan bulunmamaktadır.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
</table>

Profilo Alışveriş Merkezi:

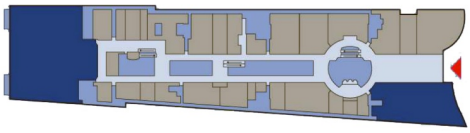
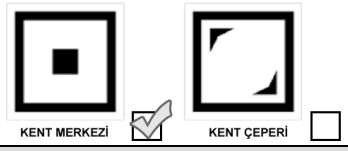
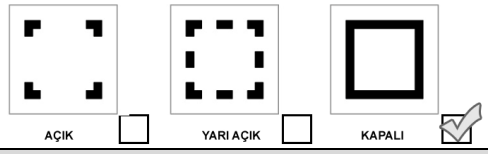
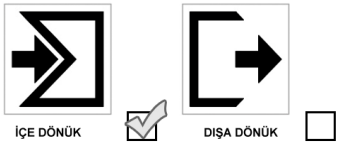
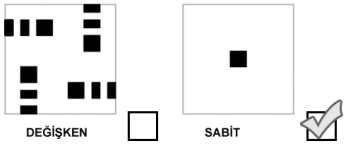
Çizelge 5.21 : İstanbul Profilo AVM değerlendirme tablosu

<table>
<tr><td>Türkiye</td><td>1998</td></tr>
<tr><td>


</td><td>Yapının Kentteki Konumu
Yapı, İstanbul’un önemli dağılım noktalarından birinde, Mecidiyeköy’de yer almaktadır. Kent merkezindedir.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Profilo Alışveriş Merkezi, Galleria Alışveriş Merkezi ve Akmerkez örneklerine benzer olarak, kapalı bir plan yapısına sahiptir.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Profilo, günümüzde üst ölçekteki bir çekim noktasından ziyade daha yerel ölçekte, daha çok semte hitap eden bir alışveriş merkezi olmuştur. Konumlandığı yer itibari ile semt bazındaki yerel ölçek için hem yaya hem trafik bakımından yoğunluğu arttırmaktadır. İçe dönük bir kurguya sahiptir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Kendi içerisinde galeri boşlukları bulunmasına rağmen, gerek farklılaştığı aktiviteler olarak tiyatro salonları, gerekse kafeteryaları ile değişken olmayan bir kurguya sahiptir.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td>
</td><td>
</td></tr>
</table>

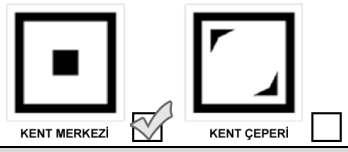
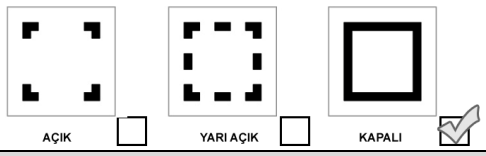
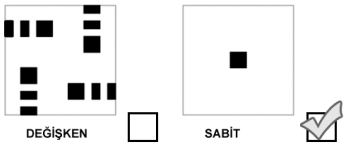
Metrocity Alışveriş Merkezi:

Çizelge 5.22 : İstanbul Metrocity AVM değerlendirme tablosu

Türkiye	2003
  	**Yapının Kentteki Konumu** Yapı, Levent Büyükdere Caddesi üzerinde konumlanmaktadır. Levent, konut, ofis ve alışveriş yapıları ile günümüzün en gözde semtlerinden biri olmaktadır. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Genel olarak tüm yapıya bakıldığında kapalı bir plan tarzı benimsenmiştir. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Yapı, kent ile ulaşım bağlamında olumlu bir ilişki kurabilmiştir. Özellikle metro çıkışının alışveriş merkezine açılan bir kapısının bulunması, inşa edildiğinden bu yana yoğun bir müşteri potansiyelini de beraberinde getirmiştir. Ancak fiziksel yönleniş, Gültepe'yi yok sayma üzerine olmaktadır. Kent ile kurduğu ilişki, kendi içerisinde başka bir kentçik yaratma üzerine düşünülmüştür. Dolayısı ile içe dönük bir yapılaşma sergilemektedir. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** İç mekanda sabit öğeler kullanılmakta, değişkenliğe müsaade eder bir mekanı bulunmamaktadır.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
	

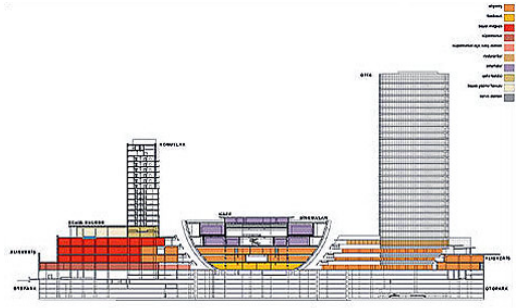
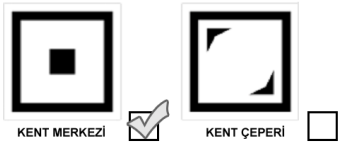
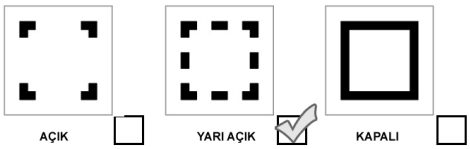
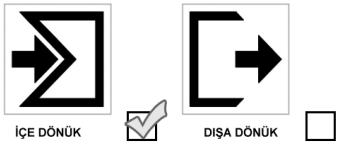
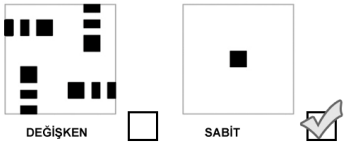
Cevahir Alışveriş Merkezi:

Çizelge 5.23 : İstanbul Cevahir AVM değerlendirme tablosu

Türkiye	2005
  	**Yapının Kentteki Konumu** Cevahir Alışveriş Merkezi, Profilo Alışveriş Merkezi'nden sonra Mecidiyeköy'de açılan ikinci büyük alışveriş merkezi olmuştur. Konumu, cadde üzerinde olması ve metro ile bağlantı kurması bakımından Profilo Alışveriş Merkezi'ne göre daha avantajlıdır. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Kent merkezinde olmasına rağmen, son derece kapalı bir plan yapısına sahiptir. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Cadde ile ilişkisi sadece girişin olduğu yerlerden ibarettir ve iç kurgudaki gereğinden fazla geniş mekânlar, insanı yönlendirme bakımından karmaşa yaratmaktadır. Metro ile bağlantısı olmasına rağmen kent ile ilişkisi çok zayıftır. Çevresindeki sokak ve caddelerden salt bir duvar hissi uyandıran bu devasa yapı, İstanbul sınırlarında bahsedilen önceki örneklere oranla daha da içine kapanık bir ortam yaratmaktadır. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** Mekândaki sosyal alanlar, sabit öğelerle kurgulanmıştır.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
	

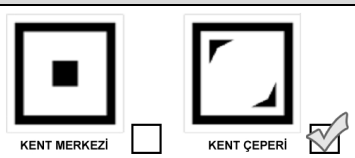
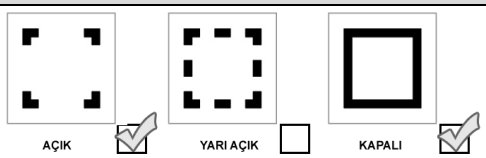
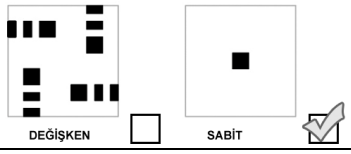
Kanyon Alışveriş Merkezi:

Çizelge 5.24 : İstanbul Kanyon AVM değerlendirme tablosu

Türkiye	2006
  	**Yapının Kentteki Konumu** Metrocity AVM'nin yanında, Levent'te yer almaktadır. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Fiziksel mekân olarak mağaza kısmı kapalıdır. Alışveriş koridorları ise ısıtma sistemi ile birlikte yarı açık mekânlar sunmaktadır. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Giriş ve çıkış kontrollü olarak sağlanmaktadır. Yarı açık bir kurguya sahip olmasına rağmen kendi içine dönük bir mekândır. Gültepe ile ilişkisi, fiziksel mekân olarak Metrocity AVM'ne göre daha iyi olsa da kentsel açıdan zayıftır. İlişki, fizikselden ziyade hedef kitlesinin yarattığı toplumsal sınıf farklılığı nedeni ile psikolojik yönden değerlendirilmelidir. Fiziksel kurgusuna rağmen içe dönük bir yapıdır. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** İç mekanda yaratılmış sosyal alanlarda sabit elemanlar bulunmaktadır. Bazı aktiviteler için sahne ya da stant gibi ek üniteler getirilmekte ise de bu, değişkenlik başlığı altında bahsedilen hareketliliğe müsait bir mekan oluşturmamaktadır.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
	

İstinyePark Alışveriş Merkezi:

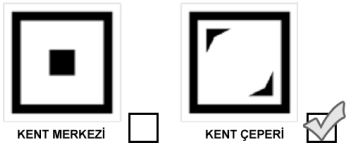
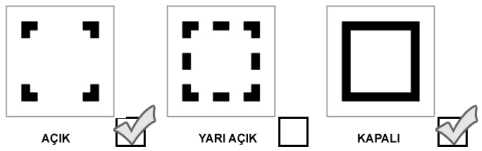
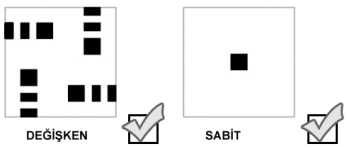
Çizelge 5.25 : İstanbul İstinyePark AVM değerlendirme tablosu

Türkiye	2007
  	**Yapının Kentteki Konumu** Yapı, İstinye'de yer almaktadır. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Ana mekân, kapalı olarak kurgulanmıştır. Bu bölüme bağlantılı olarak, ayrı girişi sağlanan "nostaljik pazar alanı", süpermarket yerine düşünülmüştür. Bir diğer "alışveriş mekânı" kurgusu, alışveriş cadde ve meydanlarından esinlenerek tasarlanan "Markalar Sokağı"dır. Bu alanda, açık bir cadde yaratılmış, tüketicilerin vale hizmetinden de yararlanarak araçları ile bu alana gelebilmesi amaçlanmıştır. Bu anlamda hem açık, hem de kapalı bir yapı olarak değerlendirilmektedir. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Yapı, çevresiyle ilişki kuramaması ve kendi özerk mekânını yaratması bakımından içe dönüktür ancak, benimsediği açık cadde konsepti ile fiziksel mekan olarak dışa dönüklük özelliğini de sağlamaktadır. Ancak alışveriş caddesi kısımda, kontrollü araç geçişinin sağlanması vb. düşünüldüğünde, değerlendirme göreceli olabilmektedir. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** Sabit elemanlar kullanılmıştır.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
	

Meydan Alışveriş Merkezi:

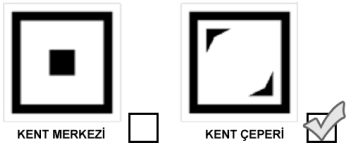
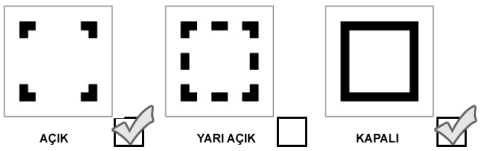
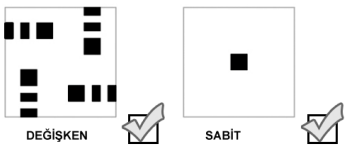
Çizelge 5.26 : İstanbul Meydan AVM değerlendirme tablosu

<table>
<tr><td>İstanbul / Türkiye</td><td>2007</td></tr>
<tr><td>

</td><td>Yapının Kentteki Konum
Yapı, Anadolu yakası, Ümraniye çeperinde konumlandırılmıştır.
Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
Mağazalar kapalı hacimleri oluşturmaktadır ancak genel konsept itibari ile yerleşim açık olarak tasarlanmıştır.
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi
Çatıların tamamen yeşil olarak kurgulanması, yapıların yer yer geri çekilerek bir kamusal alan yaratması bakımından mekân dışa dönük bir plan yapısı sergilemektedir. Oluşturulan kamusal alanlar, tüm ziyaretçiler tarafından kullanılabilmektedir. Kapalı alışveriş mekanları ile de içe dönük bir plan yapısına sahiptir.
Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
Sabit elemanların yanı sıra, açık alanlardaki etkinlikler ile “değişken” olabilmektedir. Buna örnek olarak, açıldığı 2007 yılında yaptığı “yılbaşı meydanı” adı verilen aktivite gösterilebilir. Oluşturulan “yılbaşı pazarı”, Avrupa’daki şehir meydanlarını andıran bir konseptle özel tasarlanmış kulübelerini içermiştir.</td></tr>
<tr><td>Yapının Kentteki Konumu</td><td>Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi</td><td>Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği</td></tr>
<tr><td></td><td></td></tr>
</table>

Forum İstanbul:

Çizelge 5.27 : Forum İstanbu AVM değerlendirme tablosu

İstanbul / Türkiye	2009
   	**Yapının Kentteki Konum** Yapı, Bayrampaşa'da yer almaktadır. **Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi** Açık ve kapalı alanları bulunmaktadır. **Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi** Kocatepe metro istasyon çıkışı ile forumun girişi olarak nitelendirilen, açık bir kamusal alana ulaşılmaktadır. Bu açık alan, tüm ziyaretçilerce kullanılabilmektedir. Vaziyet planına bakıldığında bu alandan öncelikli olarak kapalı kurgulanan alışveriş yapısına, IKEA'ya ya da Praktiker mağazası yapısına ulaşılabilmektedir. Bu yapılar, güvenlik önlemleri ile müşterileri yönlendirmektedir. Ancak genel vaziyet planı itibari ile kentin bir parçası olarak kurgulanan, açık alanları herkesçe kullanılabilen ve çeşitli etkinliklerin kurgulanabileceği alanlar sunan Forum İstanbul Alışveriş Merkezi, dışa dönük bir yapılaşma sergilemektedir. Yapılarda ise avm olarak içe dönük bir kurgu hakimdir. **Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği** Oluşturulan açık alanlar, değişken fonksiyonlara göre çeşitli mekânlar yaratabilme potansiyeli taşımaktadır.
Yapının Kentteki Konumu	Kent ile Yapı Fiziksel İlişkisi
 	
Fiziksel Mekanın Kullanıcı ile İlişkisi	Fiziksel Mekanın Dönüştürülebilirliği
 	

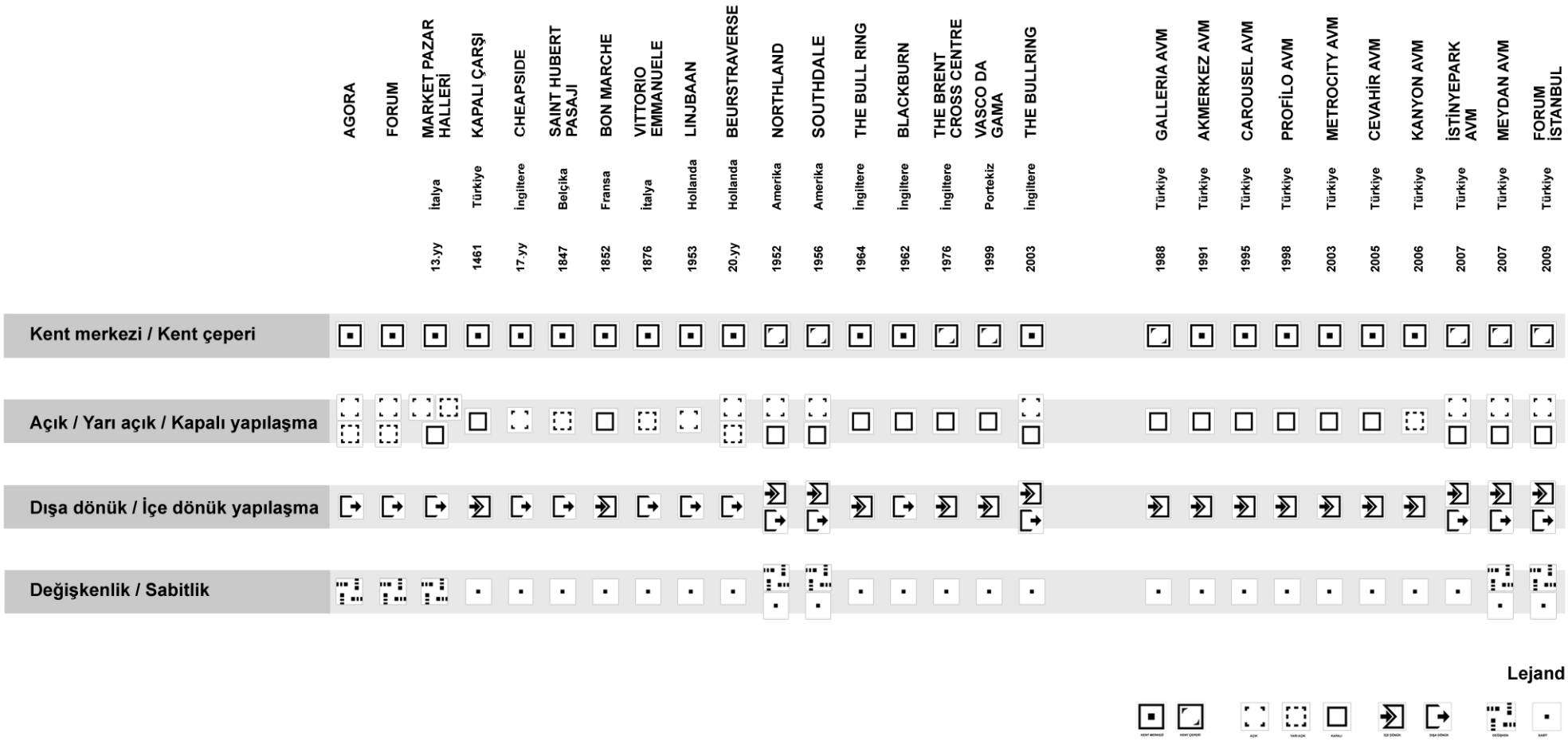
5.3 Tablo Değerlendirme Sonuçları

Tüm seçilen, inşa edildiği dönem için bir dönüm noktası niteliği taşıyan yapıların adları tablonun üst bantında yer almaktadır. Bu yapıların inşa edildikleri ülke ve yapım yılı bilgileri, adının altında yer alan ayrı bir bant şeklinde aktarılmıştır. Dört ana başlığın sol sütunda yer aldığı "Genel Değerlendirme Tablosu"nda, yapılar, özelliklerine en uygun semboller ile belirtilmiştir. Birden fazla sembolün özelliklerini taşıyan yapılar için semboller, karışıklık olmaması adına alt alta getirilerek gösterilmiştir (Çizelge 5.28). Tablonun yorumlanması, semboller için belirlenmiş ana başlıklara uygun olarak şu şekildedir:

5.3.1 Yapının kentteki konumu

Tabloda, "Erken uygarlıklar" başlığı altında incelenen agora, forum ve benzeri yapıların, kent merkezlerinde konumlandığı görülmektedir. Diğer bir bakış açısı ile kent merkezi, bu yapıların konumlandığı alan olmaktadır. Salt alışveriş fonksiyonu için değil, birçok farklı aktiviteye de ev sahipliği yapan bu kamusal alan, kentin oluşumu için büyük bir öneme sahiptir. Dolayısı ile bu alanda haftanın belirli günleri süregelen pazar gibi fonksiyonlar, yine kent ile bütünleşmiş, tüm topluma hitap eden bir kurguda gerçekleştirilmiştir. Ortaçağdan erken modern döneme gelene dek kent merkezlerinin bir kamuya açık alan olma özelliği sürdürülmüş, zamanla kapalı hacimlere dönüşen alışveriş fonksiyonuna bu kamusal alan ile bağlantılı bir şekilde yer verilmiştir. Alışveriş, üretimi ya da satışı gerçekleştirilen ürüne göre zamanla özerk mekânını elde etmiştir. Buna göre haller ortaya çıkmış, ya da kent merkezinin bir parçası olarak girişi sağlanan, toplumca kullanıma açık bir ayrı yapıya dönüşmüştür. Ancak tüm bu değişimin yine kent merkezlerinde gerçekleşmekte olduğu gözlemlenmektedir.

Çizelge 5.28 : Genel Değerlendirme Tablosu



Sanayi devrimi sonrasında, özellikle büyük kentler hem kentsel açıdan hem de toplumsal açıdan değişime uğramıştır. Mevcut konut stoğu, kentlere göç olgusu ile birlikte talebi karşılayamaz hale gelmiştir. Kentlerde, yataydaki yer noksanlığı sebebi ile düşeyde büyüme ve kent çeperlerini kentin bir parçası haline getirme zorunluluğu doğmuştur. Buna paralel olarak kent çeperlerinde yeni merkezlerin inşası fikri ortaya çıkmıştır. Bu fikir ile ilk alışveriş merkezi yapısı Northland, Gruen tarafından Amerika'da kent çeperinde tasarlanmıştır. Diğer yandan savaş nedeni ile zarar görmüş Hollanda gibi bazı ülkeler, yeniden oluşum sürecine girmiştir. Rotterdam gibi kent merkezlerinin yeniden yapılandırılması gerekmiş, bu yeni kent merkezleri değişen ihtiyaçlara paralel olarak, trafikten arındırılmış alışveriş caddeleri şeklinde tasarlanmıştır. İngiltere'de değerlendirilmesi yapılan Blackburn gibi bazı kent merkezlerinde ise, mevcudun yetersizliği nedeni ile başarısız görülen bölgeler için yeni bir planlama yapılmıştır.

İstanbul'daki ilk alışveriş merkezi denemesi Galleria, Ataköy sahil bandında konumlandırılmıştır. Ataköy, bugün daha merkezi bir yer kabul edilse de yapının bulunduğu alan bu semtin de çeperinde kalmaktadır. Bu anlamda "kent çeperi" olarak değerlendirmeye alınmıştır. Levent ve Mecidiyeköy'de inşa edilen çeşitli alışveriş merkezlerinden sonra, yine daha çeperde, merkezdekilere oranla metrekare olarak daha büyük alışveriş merkezleri inşa edilmiştir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, kamusal alan ve alışveriş fonksiyonu birlikteliğini sunan mekânların tarih boyunca öncelikli olarak kent merkezlerinde oluşturulduğu, daha sonra kentlerin yoğunlaşması ile birlikte kent gelişimine paralel olarak bu mekânların kent çeperlerinde, yeni bir merkez yaratma amacı ile tasarlandığı görülmektedir. Yeniden yapılandırılma kararlarının alındığı ülke ve kentlerde ise merkezlerde yeni bir oluşuma girildiği, kent planlarının bu bağlamda revize edildiği gözlemlenebilmektedir.

5.3.2 Kent ile yapı fiziksel ilişkisi

Alışveriş eylemi, agora ve forumların fiziksel özelliklerinde de görüldüğü üzere, ilk olarak bir kamusal açık alanda, pazar yerinde geçici elemanların kurulmasıyla gerçekleştirilmiştir. Açık alanın etrafındaki sütunlu galeriler ile korunaklı bir bölge oluşturulmuş, açık alan ile ilişkili yarı açık bir mekân sağlanmıştır. Bu pazar alanında salt alışveriş fonksiyonu yer almamakta, alışverişin yanı sıra birçok dini ya da yönetime dair fonksiyonlara da yer verilmektedir. Zamanla bu açık ve yarı açık alanda yer alan bazı fonksiyonlar için özerk mekânların oluşturulması gereği doğmuş; buna uygun tanımlı dükkânlardan oluşan bir aks tasarlanmış, hatta belirli üretim ve satış ilişkilerinin birlikte yer aldığı yapılar kurgulanmıştır. Böylece açık ve yarı açık kamusal alanda yer alan pazar fonksiyonuna ek olarak kapalı mekânlar geliştirilmiştir.

Doğuda, Kapalı Çarşı örneğinde görüldüğü üzere, alışveriş için organize edilmiş mekânların tasarlanması, kapalı alışveriş yapılarının ortaya çıkışını simgelemektedir. Ancak diğer yandan Avrupa'daki kentlerin gelişmesi neticesinde, altı dükkân üstü dükkân sahibinin konutu olmak üzere birçok yapının birlikteliğinden oluşturulmuş, açık alışveriş caddeleri ortaya çıkmıştır. Yani doğu, kapalı mekânlarda alışveriş eylemini sürdürürken batıda açık bir mekânda farklı mekânsal arayışlara gidilmiştir.

Sanayi Devrimi sonrası kent yaşantısının değişimi, mekân taleplerinde de farklılığa yol açmıştır. Buna paralel olarak artan trafik yoğunluğu neticesinde, yayalara ayrılmış alışveriş caddesi fikri oluşturulmuş ve pasaj yapıları ortaya çıkmıştır. İlk arkatlı yapılarda, kent merkezlerinde bir yarı açık mekan yaratmak sureti ile iki önemli caddeyi birbirine bağlayan, yayaların geçişini sağlayan bu alışveriş koridorları; git gide genişleyerek ve farklı malzemeler ile örtü sistemleri geliştirilerek ikinci bir jenerasyon yaratmıştır. Milano'daki Vittorio Emmanuele II, bu arkatlı yapıların en başarılı örneklerindendir. Pasajlar, "Açık / Yarı açık/ Kapalı" değerlendirme bağlığında Coleman (2006)'ın kategorizasyonunda belirtildiği üzere, açık iki alanı birbirine bağlayan ve herkesçe kullanabilen kapısız mekânlar olarak yarı açık sınıfına dâhil olmaktadır.

Kapalı ve yarı açık alışveriş mekânlarının geliştirilmesinden sonra, Çizelge 5.28'de görüldüğü üzere tekrardan bir açık mekâna dönüş yaşanmıştır. Bunun en önemli sebebi, II. Dünya Savaşı sonrasında tekrardan kent planlarının kurgulandığı Rotterdam gibi kentlerde, yeni ihtiyaçların analiz edilmiş olması sebebi ile yayalar için ayrılmış ve alışveriş fonksiyonuna daha çok yer veren bir kent merkezi fikrinin uygulanmasıdır.

Amerika ise Avrupa'dan çok daha farklı bir kentsel gelişim süreci geçirmiş; çeperlerde yeni kent merkezlerinin sağlanması fikri, oluşturulan yeni "kent kasabaları"nın, yani Gruen tarafından ilk alışveriş merkezinin tasarlanmasını sağlamıştır. Kent çeperlerindeki bu kapalı birimlerin açık alanlarca bir araya getirildiği projeler, sonraki alışveriş merkezi tasarımları için öncü rolünü üstlenmiştir. Dolayısı ile bu ilk kapalı alışveriş merkezi tipolojisi, kendinden sonraki alışveriş mekânları için tekrar edilmiştir.

Türkiye, İstanbul'da da Gruen'in kapalı alışveriş merkezi tipolojisinden etkilenildiği görülmektedir. Buna paralel olarak İstanbul'daki ilk merkezler, tamamen kapalı birimler olarak tasarlanmıştır. Bu kapalı hacimlerin nicel artışı, alışveriş merkezi tasarımında yeni bir yol izlemeyi zorunlu kılmış; farklı merkezlerin oluşturulabilmesi adına yarı açık veya açık sosyal mekânları içeren yapılar yaygınlaşmaya başlamıştır. Galleria, Akmerkez, Carousel, Profilo gibi kapalı alışveriş merkezlerinden sonra Kanyon, İstinyePark, Meydan, Forum İstanbul gibi yeni merkezlerde kapalılık oranı azaltılmış, daha açık ve yarı-açık mekânlar ile alışveriş koridorları bütünleştirilmiştir. Bu, arz-talep dengesi olarak bakıldığında; rekabet içerisinde farklı olmanın zorunluluğu, alışveriş merkezi tasarımlarındaki yeni arayışı doğrulayan bir yaklaşımdır.

5.3.3 Fiziksel mekânın kullanıcı ile ilişkisi

Değerlendirmedeki en önemli basamak olarak "fiziksel mekânın kullanıcı ile ilişkisi", fiziksel mekânın kullanıcı bakış açısı ile algısını; yani bir ürün olarak mimarlığın, birinci ve ikinci safha değerlendirmelerde ortaya çıkan fiziksel özellikleri ile kullanıcı ilişkisini irdelemektedir. Dışa dönüklük ya da içe dönüklük / içe kapalılık olarak bir önceki bölümde açıklaması yapılan kavramların seçilen kilit yapı örnekleri ile değişimi Çizelge 5.28'de görülmektedir.

Kamusal alanda gerçekleştirilen alışveriş eylemi, agora ve forumda "dış" ile ilişkili bir kurguya sahipken, alışveriş caddeleri şeklinde yeniden ele alınan kent merkezleri ile sürdürülmüş ancak kapalı alışveriş merkezi tipolojisinin yaygınlaşması ile içe dönük bir yapılaşma sergilemiştir.

Tarih boyunca fiziksel olarak açık ya da yarı açık olan ve kent merkezinde konumlanmış kamusal alanların; toplum ile birebir ilişkili, herkesin rahatlıkla ulaşıp kullanabildiği mekânlar olduğu görülmektedir. Ancak bu durum, "açık ve merkezi olan dışa dönüktür" yargısı ile örtüşmemektedir. Açık ya da yarı açık mekân kurgusu, fiziksel özellikleri ile dışa dönük olması beklenen bir kullanıcı ilişkisini sağlayamayabilmektedir.

İlk yapılan alışveriş merkezlerine bakıldığında, kent çeperinde konumlandırılmış bu yapıların "çevresi ile ilişki kurması" değil, "çevreyi oluşturması" öngörülmüştür. Yani neredeyse boş bir alanda tasarlanan yapı etrafında kent şekillenmiş, dolayısı ile kentin bir parçası haline gelmeleri sağlanmıştır. Çeperdeki bir merkez rolünü üstlenen bu yapılar bu anlamda dışa dönük olarak nitelendirilebilmektedir. Genel mekân organizasyonu ele alındığında ise kapalı birimlerin sıralandığı, kendi içerisinde bir sosyal alan oluşturduğu görülebilmekte, bu özellikleri ile içe dönük bir yapılaşma sergilemektedir.

Alışveriş merkezinin bir tipoloji olarak Avrupa'ya sıçraması ve burada yaygınlaşması beraberinde çeşitli problemler getirmiştir. Bunlardan ilki, mevcut kent merkezlerinde yer alması düşünülen yapıların aslen çeper için tasarlanmış olmasıdır. Dolayısı ile bir kent merkezinin kent ve kullanıcı ilişkisini, tamamen kendi içerisinde bir kentçik oluşturmuş bu plan yapısı ile sağlamak mümkün olmamıştır. İngiltere'deki örneklerinde de görülen, kente entegre olamamış bu tarz yapıların yıkımı gündeme getirilmiş, daha kente dönük yeni yapılar kurgulanmıştır. Böylece merkezdeki yapılarda,"içedönüklük" oranının azaltılması uygun görülmüştür.

Günümüzde yapılan alışveriş merkezleri ise çeperde yer alsa dahi, kentin gelişme potansiyeli öngörülerek konumlandırılmaktadır. Dolayısı ile gelecek için bir kent gelişimi önerisini içermemekte, aksine kentin geliştiği noktalarda bu yapıların inşası gerçekleştirilmektedir. Alansal açıdan çeper, merkezden daha elverişli metrekareler sunabilmektedir.

İstanbul kenti içerisinde incelenen on alışveriş merkezi yapısı ele alındığında, ilk örnek olan Galleria Alışveriş Merkezi'nin tamamen kendi içerisinde bir sosyal merkez yaratma amacı taşıdığı fiziksel özellikleri ile görülebilmektedir. Bunun sonucu olarak değerlendirme bazında yapı, kapalı alışveriş merkezi tipolojisinin tipik bir örneği olarak içe dönüktür. Bugün kentsel planlaması yapılmakta olan Ataköy sahil bandı ve çevresinin bir parçası olarak konumlandırılmış yapı, deniz ile ilişki kurmamaktadır ve hatta tasarım esnasında otopark kısmı denize yönlendirilmiştir. Yapıya yaya ulaşımı cadde ile kesilmekte, geçitler ile sağlanabilmektedir. Yapı içerisine olan girişler, bir güvenlik duvarı ile denetlenmektedir. İlk örnek olarak Galleria, bir "vitrin seyretme" mekânı olmasının yanı sıra bir "alışveriş merkezi tüketimi" için de öncü rol üstlenmiş, İstanbul'da bu yeni yapı tipolojisini görmek adına gelen birçok ziyaretçiyi ağırlamıştır.

Galleria'dan sonra tasarlanan yapılarda, Galleria Alışveriş Merkezi'ne benzer özellikte bir mekân organizasyonu gözlemlenebilmektedir. Akmerkez, Carousel, Profilo ve Metrocity Alışveriş Merkezleri, konum olarak kent merkezinde yer almaları bakımından bir adım öne geçmiştir. Yapıya ulaşım ağlarının güçlü kılınması, kent merkezlerinde yer alan yapıların tercih edilme sebeplerinden biri olmaktadır. Metrocity Alışveriş Merkezi, , kurulan metro yaya bağlantısının yapının bir girişi olarak tasarlanması ve Büyükdere Caddesi'nden araç girişinin sağlanması bakımından bu avantajın değerlendirildiği bir proje olmuştur.

Nicel olarak artan alışveriş merkezleri arasındaki rekabet neticesinde, hem mekânların içerisindeki mağazalar ve hitap ettiği tüketici sınıfları farklılaşmıştır, hem de tasarımında mimari özelliklere daha çok önem verilmiştir. Bununla birlikte ortaya çıkan yeni alışveriş merkezlerinde farklı konsept arayışlarına girildiği görülebilmektedir. Böylece, alışveriş fonksiyonuna adanmış ilk yapı örneklerinden beri "kendi içinde bir dünya" kuran içedönük mekan organizasyonları, artık daha "dış" ile ilişkili bir konsept arayışı ile ele alınmaktadır. Yeni yaklaşımlar, geçmişteki "dışadönük" mekanların günümüze uyarlanmış hallerini sunarak, daha "kente ait" projeler olmaktadır.

Metrocity Alışveriş Merkezi yanına inşa edilen Kanyon Alışveriş Merkezi, fiziksel açıdan yarı açık bir mekân sunmaktadır. Açılışından itibaren vurgulanan bu özelliği, birçok kullanıcı tarafından beğeni ve merak ile karşılanmış; bu anlamda mimarisi ile ilgi çekici olmuştur. Dışadönük olması beklenen bu fiziksel özelliğine rağmen Kanyon, içe dönük bir mekândır. Gültepe ile kurduğu ilişkisizliğin yanı sıra kapalı bir alışveriş merkezi sistemi uygulanmakta, dolayısı ile "açıklık" sadece fiziksel bir özellik olarak kullanıma taşınmaktadır. Diğer yandan Kanyon Alışveriş Merkezi ile birlikte ve sonrasında inşa edilen İstinyePark ve Meydan örneklerinde, kapalı alışveriş merkezlerinden sonra farklı bir kurgunun denendiği görülebilmektedir.

Kanyon Alışveriş Merkezi'nden sonra inşa edilen İstinyePark Alışveriş Merkezi, kullandığı farklı alışveriş tipolojilerinin etkisi ile başarılı olmaktadır. Tasarımcılarının kuşku ile yaklaştığı, süpermarket yerine düşünülen "Nostaljik Pazar" konseptli koridor, en rağbet gören mekânlardan birini oluşturmuştur. Diğer yandan Nişantaşı semti örneğinin alışveriş caddesi tipolojisi ile tasarlandığı üst bölüm, farklı bir tüketici sınıfını hedeflemiştir. Böylece birçok sınıf için düşünülmüş farklı alışveriş mekânlarının birbirinden bağımsızlığı sağlanmıştır. Markalar Caddesi olarak adlandırılan açık alan, dışadönük bir kurguya sahiptir. Diğer yandan bu alana giriş yapan araçlardaki denetim düşünüldüğünde ise "dışadönüklük" özelliği tartışma konusu olabilmektedir. Ancak genel hatları ile yapı, birçok alışveriş mekânı ile hem dışa dönük hem içe dönük olarak değerlendirilmektedir.

Meydan Ümraniye Alışveriş Merkezi, tamamen açık bir kamusal alan yaratma fikri ile "meydan" adını alarak daha açık bir fiziksel plan şeklinde tasarlanmıştır. Yapı, farklı teknolojilerin kullanımı bakımından olumlu değerlendirmekte, diğer yandan fiziksel olarak geçmişteki alışveriş mekânı kurgusunu yinelemektedir. Bu anlamda kent ile kullanıcı ilişkisinin bütünleşmesine yönelik bir tasarımın yapılması amaçlanmış, bu çerçevede yapı, dışadönük olarak değerlendirilmiştir. Diğer yandan dükkânlardan oluşan birimlerde kapalı alışveriş merkezi tipolojisi tekrarlanmaktadır. Bu özellikleri ile de sunulan "açıklık" fikri yer yer kullanıcı bazında bir engelle karşılaşmıştır. Dolayısı ile bütüncül açıdan mekân, hem dışa dönük hem içe dönüklük özelliklerini barındırmaktadır.

En son açılışı gerçekleşen, "forum" konseptli alışveriş merkezleri zincirinin İstanbul basamağı olan "Forum İstanbul", ulaşım ağlarının proje ile bütünleştirilmesi bakımından olumlu değerlendirilmektedir. Metro bağlantısı ile ulaşılan sosyal alan, birçok aktivitenin gerçekleşebileceği bir kamusal mekân sunarak ve herkesçe ulaşılabilmektedir. Yapı, bu anlamda dışa dönüktür. Kapalı alışveriş merkezi yapısı ile birlikte, Bayrampaşa bölgesi ile ilişkisi düşünüldüğünde ise içe dönüklük özelliklerini taşımaktadır.

Tarihsel süreç genel hatları ile değerlendirildiğinde, Çizelge 5.28'de görüldüğü üzere; açık ve dışa dönük bir kamusal alan içerisinde yer alan alışveriş eyleminin zamanla yerini daha kendi içine dönük ve fiziksel açıdan kapalı birimlere bıraktığı görülmektedir. Günümüzde ise bu mekânlardaki nicel artış ile birlikte ortaya çıkan piyasa koşullarındaki rekabetin, geçmişteki kurguyu yaşatma arayışına yol açtığı ve yeni alışveriş mekânlarının daha dışa dönük tasarlanmaya başlandığı söylenebilmektedir.

5.3.4 Fiziksel mekânın dönüştürülebilirliği

"Fiziksel mekânın dönüştürülebilirliği" başlığı, diğer üç başlıktan sonra birebir yapı ölçeğinde; yapı içerisinde sunulan sosyal alanların değerlendirilmesi ile ilgilidir. Erken uygarlıklardaki kamusal alanda görülen "değişkenlik" özelliği, aynı mekanın dönüştürülebilirliğini simgelemektedir. Gerek agorada gerekse forumda meydan alanı, birçok aktivite için kullanılabilmekte; haftanın belirli günleri pazar yerine dönüştürülürken, diğer günler dini ya da yönetime ilişkin çeşitli etkinliklerce değerlendirilebilmektedir.

Belirli ürünlerin satışının gerçekleştirilmesi üzerine açık alandan ayrışan alışveriş yapıları ile birlikte, değişkenlik özelliği, yerini daha sabit bir kurguya bırakmıştır. Northland ve Southdale Alışveriş Merkezleri'nin tasarımına kadar olan süreçte açık veya kapalı olarak tasarlanan mekânlarda sabit elemanların kullanımı yinelenmiştir. Yeni bir kent merkezi oluşturabilme fikri ile ortaya çıkan ilk alışveriş merkezlerinde, geçmişteki meydanın işlevinin sürdürülebilmesi amaçlanmıştır. Bu nedenle kapalı hacimlerin çevrelediği ve değişkenliğe müsaade eden bir "iç kamusal alan", yapının merkezi bir yerinde konumlandırılmıştır.

Alışveriş merkezlerinde galeri boşluklarının yönlendirildiği sosyal alanlarda bir "değişken mekânın" oluşturulduğu bilinmektedir ancak bu değişkenlik, çok tanımlı, tasarlanmış ve kontrollü bir şekilde gerçekleştirilmektedir. Belirli günlerde bu sosyal mekânlar küçük birer konser pistine dönüştürülebilmekte ya da burada bir sergi mekânı oluşturulabilmektedir. Bu anlamda değişkenlik söz konusudur ancak buradaki değişimin, yapıdaki genel mekân anlayışı ile birlikte ele alındığında; agora ve forum örneklerindeki değişkenlik ile paralel olmaması ve çok daha sınırlı bir kurgu ile gerçekleştirilmesi nedeni ile mekân, "sabit" olarak değerlendirilmiştir.

Sabit elemanlar ile günümüze dek gelen bu sosyal mekân anlayışına paralel olarak, İstanbul'daki alışveriş merkezleri değerlendirildiğinde, Avrupa'dakine benzer bir tablo oluşmaktadır. Diğer değerlendirme başlıklarında söz edilen "yeninin" arayışı ile artık, alışveriş merkezi planlamasında sabit mekânların yanı sıra bir değişken alanın da yaratıldığı gözlemlenebilmektedir. Meydan Alışveriş Merkezi'nde oluşturulan kamusal alan buna örnek olarak gösterilebilmektedir. Forum İstanbul girişinde yer alan, oturma birimlerinin ve süs havuzunun çevrelediği sosyal mekânda da değişkenlik sağlanmaktadır.

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Tez çalışması kapsamında yapılan literatür araştırmasından, gözlemlerden ve ele alınan değerlendirme kriterlerine göre hazırlanan tabloların sonuçlarından sağlanan veriler bu bölümde bir araya getirilmekte ve tartışılmaktadır.

Tarih boyunca hem "kamusal ve özel" kavramlarına yüklenen anlamlar, hem de "alışveriş" eyleminin gerçekleştirildiği mekânlar değişime uğramıştır. Kamusal alanda gerçekleşen alışveriş fonksiyonu zamanla özerk mekânını yaratmıştır. Bu yeni alışveriş mekânları, kentin etkileşim noktaları olarak bir kamusal alan yaratabilmiştir. Zamanla daha içe dönük bir kurguda yeniden yorumlanan yapılar, bir süre sonra kendi iç dünyalarını çekici kılmak üzere farklı bir sosyal mekân sunmaya yönelmiştir. Bu noktada fiziksel mekândaki değişim, kamu ile kurulan etkileşimi de etkilemektedir.

Alışveriş merkezi tipolojisinin tarihine göz atıldığında, ilk örneklerinin kent çeperlerinde, daha çok çeperdeki yeni konut alanları için bir merkez yaratabilme düşüncesi ile tasarlandığı görülmektedir. Bu düşüncenin Avrupa'daki kent merkezlerinde uygulanmaya başlaması bir takım problemleri de beraberinde getirmiştir. İnşa edilen alışveriş merkezleri, var olan kent merkezlerindeki kapalı kutular olarak ayrı birer merkez yaratmış, mevcut kent dokusu ile ilişki kuramamıştır. Bu problemlerin tespit edilebildiği bazı ülkelerdeki yönetim, kente entegre olabilen yeni bir alışveriş mekânı yaratılması yönünde karar almış; mevcut yapının yıkımı kararlaştırılmıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrası zarar gören kentlerde ise oluşturulan alışveriş mekânları, diğer örneklerden farklı bir süreç geçirmiştir. Yeniden tasarlanması gereken kamusal alanlar ile alışveriş fonksiyonu birlikte ele alınarak, daha yaya odaklı bir tasarım gerçekleştirilmiştir. Burada geçmişteki alışveriş caddesi tipolojisinin tekrarlandığı, açık alanlarda oluşturulan yapılar ile kamusal alan ve alışveriş fonksiyonu etkileşiminin sağlandığı görülmektedir.

İstanbul'daki son yirmi yıl değerlendirildiğinde, kapalı alışveriş merkezi plan tipolojisinin tekrarlandığı, alışveriş merkezlerinin yaygınlaştığı görülmektedir. İlk alışveriş merkezi tasarımlarında, kent merkezinde olmasına rağmen kent ile ilişki kuramayan, içe dönük, kapalı ve sabit mekânlar oluşturulmuştur. Galleria ile başlayan, ana caddelerde yan yana inşa edilen yapılar ile süregelen bu tipoloji ile yere ait olma hissinden uzak, kendi iç dünyasında bir sosyal alana sahip mekânlar yaygınlaşmıştır.

Günümüzde tasarlanan yapılar değerlendirildiğinde, merkezdeki yoğunlaşma ile birlikte yeni gelişmekte olan ya da gelişmesi öngörülen kent bölgelerinin tercih edildiği görülebilmektedir. Kapalı alışveriş merkezlerinin nicel artışı ve bir süre sonra ticari gereksinimler çerçevesinde "outlet center"lara dönüşmesi; tasarım yönünden de yeni bir arayışa girilmesini zorunlu kılmıştır. Ziyaret edilen ve merak uyandıran alışveriş merkezlerine bakıldığında, mevcut yapısal kurgu tekrarlanmamış, fiziksel mekânda bazı değişiklikler uygulanmaya başlamıştır. Artık salt kapalı bir hacim yaratılmamakta, yarı açık ve açık mekânlar ile tasarlanan kütlenin çevresi de projeye dâhil edilmektedir. Bu yarı açık ve açık mekânların oluşumunda, geçmişte alışveriş fonksiyonu ile bütünleşmiş meydan, alışveriş caddesi gibi alışverişe ev sahipliği yapmış tarihteki mekânlardan etkilenildiği söylenebilmektedir. Hatta alışveriş merkezi reklamlarında, "yeni bir meydan" ya da "bambaşka bir alışveriş caddesi" şeklindeki çeşitli söylemler kullanılarak tasarım konsepti tüketiciye aktarılmaktadır. Fiziksel mekân olarak "yeniliklerin" katılması, "eskinin" bir geri dönüşü olarak yorumlanabilmektedir. Bu geri dönüş kuşkusuz birebir tekrarlama yolu ile gerçekleştirilmemektedir ve günümüz teknolojisi ve ihtiyaçlarına uygun olarak geçmişteki başarılı uygulamalar revize edilmektedir.

Geçmişteki kamusal alan ve alışveriş fonksiyonunun birlikteliği, fiziksel mekândaki farklı tasarım arayışları ile şekillenen günümüz alışveriş merkezleri için bir esin kaynağı oluşturmaktadır. Dışa dönük, kent ile bütünleşmiş ve toplumu sınıfsal olarak bir süzgeçten geçirmeyen bu kamusal alanlardaki davetkâr alışveriş bölümü, bugün yeni tasarlanan yapılarda denenen bir özellik olmaktadır. Başarı, göreceli bir kavramdır ancak alışveriş merkezi tasarımında, nicel artış ile birlikte bir doyum noktasına ulaşıldığı ve mevcudun artık başarı yakalayamadığı ortadadır. Bununla birlikte tasarım anlayışına getirilen yeniliklerin de tarihsel süreçte karşımıza çıkan örneklerdeki mevcut özellikler olduğu göz ardı edilmemelidir.

Dışa dönük mekânlardan içe dönük kurguya, değişken mekanlardan sabit kamusal alana, kent çeperlerine uygun hacimlerden kent merkezlerindeki devasa kütlelere kadar değişimi vurgulanan örnek yapılara dek uzanan sürecin değerlendirmesinde karşımıza çıkan tablo ise şu şekildedir: Tarihten günümüze denenmiş, kamusal alan ile alışveriş fonksiyonun birlikteliğinden oluşmuş mekanların bugün bambaşka bir tipoloji yaratması söz konusu değildir. Geçmişteki yapısal kurgu, günümüze uyarlanarak devam etmektedir. Yeni ortaya çıkan alışveriş merkezleri gibi yapıların nicel artışı ile oluşan doyum noktası, mimarinin de rekabetin bir parçası haline dönüşmesine ve farklı konseptlere mensup bina tasarımlarının ortaya çıkmasına yol açmıştır. Bu yapıların tasarımında ise iddia edildiği üzere bir "ilk"in oluşturulması ise söz konusu değildir. Geçmişteki forum, meydan, alışveriş caddeleri; mevcut alışveriş merkezi kurgusuna dâhil edilerek bir farklılaşma yaratılmaktadır ki bu da müşteri bazında ilgi çekici olmaktadır. Dâhil edilen, geçmişten günümüze uyarlanan mekânların ise sadece fiziksel olarak varlık gösterdiği gözlemlenmektedir. Kamuya ait mekânlar, günümüz "kamusal alanları" olarak gösterilen alışveriş merkezlerinin bir parçası olarak sunulmaktadır. Bu farklılaşmanın gözlemlendiği Kanyon Alışveriş Merkezi gibi ilk örneklerine bakıldığında ise, değişimin sadece fiziksel mekanda yaratıldığı görülmektedir. Kent ile ilişki ya da kullanıcı çerçevesinden oluşturulmuş süzgeç, geçmişteki alışveriş merkezlerine göre bir değişim yaratmamıştır. Diğer yandan İstanbul'a bakıldığında, Meydan ya da Forum İstanbul adları ile açılışı gerçekleştirilen merkezlerde bir adım daha "kamuya" ait olma, dolayısı ile esinlenilen tipolojilerin gerçek amaçlarını uyarlayabilme söz konusu olmuştur. Doyum noktası sonrası ortaya çıkan arayış, geçmişteki yapılara "esinlenmenin", sadece fiziksel mekan ile sınırlandırılmaması gerektiğini; geçmişteki "kamusallığın" günümüze uyarlandırılarak mekanların anlam kazanabileceği ortaya çıkartmıştır.

KAYNAKLAR

Anonim, 2007. Kentlerin Renkleri, Milliyet Gazetesi Eki

Arendt, H., 1994. İnsanlık Durumu: Human Condition, İletişim Yayınları, İstanbul.

Auge, M., 1992. Non-Places: Introduction To An Anthropology of Supermodernity, Londra.

Aymonino, A., Mosco V.P., 2006. Contemporary Public Space Un-Volumetric Architecture, Skira Editore, Italy.

Aytıs, S., 2008. Alışveriş Merkezleri: Dün, Bugün, Yarın, Tasarım/Uygulama Esasları, Arkitekt Dergisi, Mart-Nisan 2008, sayı:2008/02, s.26-40.

Baldauf, A., 2008. Shopping Town USA: Victor Gruen, the Cold War and the Shopping, < *http://www.metamute.org/en/Shopping-Town-USA>,* alındığı tarih 05.02.2010.

Batı, U., 2007. Tüketim Katedralleri Olarak Alışveriş Merkezlerinin Toplumsal Göstergebilimi, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, sayı:1.

Baudelaire, C., 2003. Modern Hayatın Ressamı = Le Peintre De La Vie Moderne, İletişim Yayınları, İstanbul.

Baudrillard, J., 2000. Tüketim Toplumu, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Baudrillard, J., 2002. Mimarlık ve Tüketim, "Tüketimin Tanımına Doğru", Boyut Yayın Grubu, say, s. 67-73.

Beddington, N., 1982. Design For Shopping Centers, Butterworth Architecture, London.

Beddington, N., 1991. Shopping Centres, Retail Development, Design and Management, Butterworth Architecture, Oxford.

Benjamin, W., 2001. Pasajlar, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Berman, M., 2002. Katı Olan Her Şey Buharlaşıyor, İletişim Yayınları, İstanbul.

Berman, M., 2005. Marksizmle Maceram, İletişim Yayınları, İstanbul.

Beyard, M. D., 2001. Developing Retail Entertainment Destinations, Urban Land Institute, Washington D.C..

Birol, G., 2005. Çağdaş Alışveriş Merkezlerinde Kent Dokusunun Yeniden Yorumlanması, Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Dergisi, sayı:4.

Bohannan, P., 1995. How Culture Works, Free Press, New York.

Bocock, R., 1997. Tüketim, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

Coleman, P., 2006. Shopping Environments Evolution, Planning and Design, Architectural Press, Italy.

Carr, S., Francis M., Rivlin L., Stone A., 1992. Public Space, Cambridge University Press, England.

Cerasi, M., 1999. Osmanlı Kenti: Osmanlı İmparatorluğunda 18. Ve 19. Yüzyıllarda Kent Uygarlığı ve Mimarisi, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Cezar, M., 1983. Typical Commercial Buildings of The Ottoman Classical Period and The Ottoman Construction System, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul.

Darlow, C., 1972. Enclosed Shopping Cenres, Architectural Press, London.

Geist, J.F., 1989. Arcades, The History of A Building Type, MIT Press, Cambridge.

Gemici, F., 2007. Gündelik Hayatın, Mekan Pratikleri ile İlişkisinde Yeni Kamusal Alanların Yorumlanması, Alışveriş Merkezleri, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Gruen, V., 1964. The Heart of Our Cities : The Urban Crisis: Diagnosis and Cure**,** Simon and Schuster, New York.

Gruen, V., 1973. Centers For The Urban Environment : Survival of The Cities, Van Nostrand Reinhold Co., New York.

Gürbilek, N., 2001. Vitrinde Yaşamak, Metis Yayınları, İstanbul.

Güvenç, B., 1996. İnsan ve Kültür, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Habermas, J., 2000. Kamusallığın Yapısal Dönüşümü, İletişim Yayınları, İstanbul.

Hasol, D., 2005. Ansiklopedik Mimarlık Sözlüğü, 9. Baskı, Yapı Yayın, İstanbul.

Hornbeck, J. S., 1962. Stores and Shopping Centers, McGraw-Hil, New York.

Kowinski, W.S., 1985. The Malling of America: An Insıde Look At The Great Consumer Paradise, W. Morrow, New York.

Lewis, D., **Bridges, D.,** 2001. The Soul of The New Consumer, Nicholas Brealey Publishing.

Maitland, B., 1985. Shopping Malls: Planning and Design, Construction Press, London.

Maitland, B., 1990**.** The New Architecture of the Retail Mall, Architecture Design and Technology Press.

Miller, D., 1998. A Theory of Shopping, Cambridge.

Marx, K., 1966. Kapital, Sol Yayınları, Ankara.

Otaner, Z.F.., Keskin A., 2005. Kentsel Geliştirmede Kamusal Alanların Kullanımı, İTÜ Dergisi La, sayı 1.

Öner, S., 2007. Alışveriş Merkezlerinin Tasarım Kriterleri Açısından Değerlendirilmesi, *Yüksek Lisans Tezi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Özbek, M., 2004. Kamusal Alan, İstanbul Hil Yayınları.

Özdemir, D., 1999. Pazar Yerinden Shopping Mall'a Alışveriş Merkezlerinin Kısa Tarihi, *<http://arsiv.hurriyetim.com.tr/agora/99/12/14/tarih1.htm>,* alındığı tarih 02.12.2009.

Paco, U., 1999. Why We Buy: The Science of Shopping, Simon & Schuster, New York.

Pevsner, N., 1970. Avrupa Mimarisinin Anahatları**,** İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Mimarlık Tarihi ve Rölöve Kürsüsü, İstanbul.

Pevsner, N., 1976. A History of Building Types, N.J. : Princeton University Press, Princeton.

Rapoport, A., 2004. Kültür, Mimarlık, Tasarım, YEM, İstanbul.

Rubenstein, H.M., 1992. Pedestrian Malls, Streetscapes and Urban Spaces, Wiley, New York.

Sayılı, T., 1992. Alışveriş Merkezlerinin Gelişimi, Sınıflandırılması ve Tasarımını Etkileyen Faktörler, *Yüksek Lisans Tezi*, M.S.G.S.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Scott, N.K., 1989. Shopping Centre Design, VNR (Van Nostrand Reinhold) , New York.

Sennett, R., 1996. Kamusal İnsanın Çöküşü, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Süer, D., Sayar, Y., 2002. Mimarlık ve Tüketim, "Küresel Sermayenin Yeni Tüketim Mekanları Lüks Konut Siteleri", Boyut Yayın Grubu, say, s. 39-67.

Sjoberg, G., 1965. The Pre-Industrial City: Past and Present, The Free Press, New York.

Tokyay, V., 2005. Yeni Tasarım Kültürü Işığında Alışveriş Mimarlığı ve Gösteri Kültürü, Yapı 286 YEM (Yapı Endüstri Merkezi) Yayını, İstanbul.

Url-1 <*http://tdkterim.gov.tr*>, alındığı tarih 03.10.2008.

Url-2 <*http:// plato-dialogues.org/tools/agora.htm*> alındığı tarih 25.10.2008.

Url-3 < *http://famouswonders.com/roman-forum-in-rome*>, alındığı tarih 25.10.2008.

Url-4 < *http://tr.wikipedia.org/wiki/Dosya:Trajan_Forum.jpg*>, alındığı tarih 25.10.2008.

Url-5 <*http://www.idehist.uu.se*>, alındığı tarih 27.10.2008.

Url-6 < *http://www.kapalicarsi.org.tr*>, alındığı tarih 28.10.2008.

Url-7 <*www.shafe.co.uk*>, alındığı tarih 05.03.2010.

Url-8 <*http://www.pbase.com/*>, alındığı tarih 02.12.2009.

Url-9 < *http://henkvanrenssen.nl*>, alındığı tarih 22.04.2009.

Url-10 < *http://commons.wikimedia.org*>, alındığı tarih 23.04.2009.

Url-11 <*http://www.photobydjnorton.com/InnerRingRoadSouth.html*>, alındığı tarih 05.11.2009.

Url-12 <*http://www.flickr.com/photos/brettwilde/66052087*>, alındığı tarih 06.11.2009.

Url-13 <*http://www.bbc.co.uk*>, alındığı tarih 03.02.2010.

Url-14 *http://macalester.edu,* alındığı tarih 05.02.2010.

Url-15 <*http://www.bullring.co.uk*>, alındığı tarih 11.02.2010.

Url-16 <*http://www.galleria-atakoy.com.tr*>, alındığı tarih 12.02.2010.

Url-17 <*http://www.alisverismerkezleri.blogcu.com*>, alındığı tarih 10.02.2010.

Url-18 <*http://www.akmerkez.com.tr*>, alındığı tarih 11.02.2010.

Url-19 <*http://www.profiloalisverismerkezi.com.tr/>,* alındığı tarih 11.02.2010.

Url-20 < *http://www.carousel.com.tr>,* alındığı tarih 12.02.2010.

Url-21 < *http://www.metrocity.com.tr>,* alındığı tarih 12.02.2010.

Url-22 <*http://www.istanbulcevahir.com*>, alındığu tarih 15.02.2010.

Url-23 <*http://www.kanyon.com.tr>,* alındığı tarih 15.02.2010.

Url-24 <*http://www.istinyepark.com.tr>,* alındığı tarih 15.02.2010.

Url-25 <*http://www.meydanumraniye.com.tr>,* alındığı tarih 15.02.2010.

Url-26 <*http://www.forumistanbul.com.tr>,* alındığı tarih 15.02.2010.

Uzun, İ., 2008**.** Kamusal Mekan-Tüketim Olgusu Etkileşiminin İzmir'deki Alışveriş Merkezleri Bağlamında Değerlendirilmesi, *Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Ünv. Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.

Vural, T., 2005. Değişen Üretim-Tüketim İlişkileri Bağlamında Alışveriş Merkezlerinin Anlamsal ve Mekansal Dönüşümüne Eleştirel Bir Bakış, *Doktora Tezi*, İ.T.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Vural, T., Yücel, A., 2006. Çağımızın Yeni Kamusal Mekanları Olan Alışveriş Merkezlerine Eleştirel Bir Bakış, İTÜ Dergisi La, sayı 2.

Wheeler, A., 2004. Designing Brand Identity: A Complete Guide to Creating, Building and Maintaining Strong Brands, John Wiley, New Jersey.

Yırtıcı, H., 1996. Modern Mimarlığın Süreklilikleri 20.yüzyıl Modernizmi İçin Ortak Bir Zemin Oluşturma Çalışması , *Yüksek Lisans Tezi*, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Yırtıcı, H., 2002. Mimarlık ve Tüketim, "Tüketimin Mekansal Örgütlenmesinin İdeolojisi", Boyut Yayın Grubu, say, s. 9-38.

Yırtıcı, H., 2003. Mekanın Altyapısal Dönüşümünün Ekonomi Politiği, Arredamento Mimarlık, sayı 6, s. 73-76.

Yırtıcı, H., 2004. Modern Kapitalist Toplumlarda Mekan Üretimi : Hipermarketler Özelinde Tüketim Mekanlarının Altyapısal Dönüşümü ve Yeni Bir Mekan Epistemolojisi Tartışması, *Doktora Tezi*, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Yırtıcı, H., 2005. Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

ÖZGEÇMİŞ

1985 yılında İstanbul'da doğan Demet Dinçer, İzmir Atatürk (Anadolu) Lisesi'ni 2003 yılında tamamlamıştır. Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Bölümü'nden 2007 yılı fakülte ve bölüm birincisi olarak mezun olmuştur. 2008 yılından itibaren İstanbul Kültür Üniversitesi'nde "Araştırma Görevlisi" olarak çalışmalarını sürdürmektedir.