

**T.C.
MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

KENTSEL GELİŞME VE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ

YÜKSEL LİSANS TEZİ

Filiz ATSEVER

**Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı
Kentsel Tasarım Programı**

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Fatma ÜNSAL

MAYIS 2009

KABUL VE ONAY SAYFASI

Filiz ATSEVER tarafından hazırlanan KENTSEL GELİŞME VE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ adlı bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Fatma ÜNSAL
Tez Yöneticisi

Bu çalışma, jürimiz tarafından Anabilim Dalında
..... tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: : _____

Üye : _____

Üye : _____

Üye : _____

Üye : _____

Bu tez, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü tez yazım kurallarına uygundur.

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iiiv
ABSTRACT	v
GİRİŞ	1
1. KENTLEŞME SÜRECİ	3
1.1. KENT VE KENTLEŞME	3
1.1.1. Kent ve Kentleşme Olgusunun Tarihsel Gelişimi	8
1.1.2. Kentlileşme	12
1.1.3. Kentleşmenin sebepleri	14
1.1.4. Kentleşme ve Göç	18
1.1.5. Göç' ün Kentleşme Sürecine ve Toplumsal Gelişmeye Etkisi	22
1.2. HIZLI KENTLEŞME	23
1.2.1. Hızlı Kentleşme Sorunsalı-Çarpık Kentleşme	25
1.2.2. Hızlı Kentleşmenin Toplumsal Gelişmeye Etkileri	28
1.2.3. Kentsel Dönüşüm	29
1.3. ÇAĞDAŞ KENTLEŞME DİNAMİKLERİ	37
1.3.1. Küreselleşme	37
1.3.1.1. Küreselleşmenin Kentlere Etkisi	38
1.3.1.2. Dünya Kentleri	42
1.3.2. Postmodernizm	47
1.3.2.1. Postmodernizmin Toplumsal Gelişmeye Etkisi	49
1.3.2.2. Postmodernizm Kentlere Etkisi	51
1.4. BÖLÜM SONUCU	54
2. KENTLEŞME SÜRECİNDE TOPLUMSAL VE MEKÂNSAL İLİŞKİLER	56
2.1. MAKROFORM	57
2.2. AYRIŞMA	59
2.3. KAMUSAL ALAN	66
2.3.1. Kamusal Alanın Tarihsel Gelişimi	71
2.3.2. Açık Kamusal Alanın Çözülmesi: Kapalı Kamusal Alanlar	83
2.4. KAMUSAL ALANLARIN TOPLUMSAL İLİŞKİLERDEKİ ETKİLERİ	86
2.5. BÖLÜM SONUCU	87
3. KAMUSAL ALAN ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ	90
3.1. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ	91
3.2. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ VE MEKÂN İLİŞKİSİ	97
3.3.1. Yer Seçimi ve Etki Alanı/Erişebilirlik ve Kent İçi Konum	99
3.3.2. Fiziki Çevre ve Tasarım/Fiziki Mekan Özellikleri	104
3.3.3. Mimari ve Simgeselleşme	107
3.3. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNDE KAMUSAL KULLANIM YOĞUNLUĞU	119
3.4. BÖLÜM SONUCU	122
4. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ: ÖRNEKLER ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	
4.1. DÜNYA ÖRNEKLERİ	124
4.2. İSTANBUL ÖRNEKLERİ	132
4.3. SONUÇ	172
KAYNAKLAR	176

KENTSEL GELİŞME VE ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Filiz ATSEVER

**MİMAR SİNAN GÜZEL SANATLAR ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

Mayıs 2009

ÖZET

Kentler, toplumların ve bireylerin bir arada buldukları ve sosyalleştikleri, farklı sosyal ve kültürel sınıftan, farklı etnik gruplardan farklı özellikteki insanların bir araya geldiği buluşma alanı rolü üstlenen mekânlardır.

Kültürü mekân ölçeğinde ele aldığımızda; yaşamımızdaki değerleri fiziksel çevredeki biçimlere dönüştürerek yaşam biçimini etkilemekte ve davranışlarımızı belirlemekte olduğu sonucunun ortaya çıktığı görülmektedir. Her kültürel uzantı, mekânı kavramamızı, yakından etkilemektedir. Mekân kullanımında fiziksel çevre, içinde yaşayanların değerlerini, yargılarını, hayat görüşlerini ileten bir ortam olup, içinde barındırdığı anlamları kapsayan simgeleri kullanan mimari dil, gücünü gelenek ve kültürden almakta ve kentleşme derecesini ortaya çıkarmaktadır. Yeni çevrelerin tasarımı ve alternatif çözümleri söz konusu olduğunda, kültürel öğelerin tanımı kadar değişim sürecinin ve değişime uğramış davranışın belirlenmesi de önemli yer teşkil etmektedir.

Bireyler sosyal ve kültürel yaşantılarını kentsel mekân kurgusu içindeki aktiviteleri ile sürdürmektedirler. Bu anlamda toplumun yapılanması, bireyler ve toplum arasındaki ilişkinin desteklendiği kamusal alanlarda gerçekleşmektedir.

Ancak, günümüzde kentler kontrolsüz gelişmekte ve oluşan kamusal alanlar tasarım ve sosyal kurgu bağlamında kentte yaşayan ve birbirinden ayrışan kullanıcılarının, farklı sosyal gruplar arasında belirgin bir şekilde göze çarpan mekânsal sınırlamalarından dolayı beklentilerine tam olarak cevap verememektedir.

Bu çalışma; kentleşme kapsamında, toplumsal davranış kalıpları ile çağdaş kamusal mekânlar olan alışveriş merkezlerinin tasarımının etkileşimini irdelemeyi amaçlamaktadır.

URBAN DEVELOPMENT AND SHOPPING CENTERS

(M.Sc. Thesis)

Filiz ATSEVER

**MIMAR SINAN FINE ARTS UNIVERSITY
INSTITUTE OF SCIENCE AND TECHNOLOGY**

MAY 2009

ABSTRACT

Cities are the environments where communities and individuals from different ethnic and cultural groups with different characteristics gather to socialize.

When we approach the culture on the scale of environment; we come to a conclusion that it transforms the values of our lives to the forms of the physical environments. Each and every cultural extension have influence on to comprehend the environment. Utilizing the physical surroundings benefits the values, evaluations and view of lives of the people who subsists in that environment. The tradition and culture are the main core of the architectural symbolicalness and it brings out the scale of urbanization. When designing new surroundings and alternative solutions are in consideration, it is crucial to determine the changes in attitude and the variation process as well as the definition of the cultural factors.

Individuals persue their social and cultural lives with their activities in the urban environment assambly. In this sense, forming the community structurely can only exist where the relationship is supported between the individuals and the community in public places.

However, cities are developing uncontrollably and public areas can not satisfy the needs of the different individuals and the constraintment of the surroundings between different social groups, in the means of design and social assambly.

Social behavioural patterns and modern puplic places such as shopping malls will be evaluated in this study with urbanization in mind.

GİRİŞ

Kentler; mekânsal kurgu bağlamında, davranışsal ve toplumsal uzlaşma alanı olarak insanların toplumsal ilişkilerini etkilemektedirler. Kent mekânları ve bu mekânlara yüklenen anlamlar toplum ve birey arasındaki iletişimin en önemli unsurlarındandır.

Kentlerdeki nüfus oranı, çağdaş dünyanın kent denebilme derecesini belirlemede tek başına bir etken değildir. Bu bağlamda kent ve kentli kültürü, kentsel tasarımın giderek daha önem kazanan bir alanı haline gelmiştir. Çevre ve insan etkileşimi anlamında toplum, mekân ve davranış ilişkileri bireylerin ve toplumun kendi yaşam koşullarını belirlemesine imkân vermektedir.

Kent hayatının önemli özelliklerinden birisi rastlantısal ve istem dışı gelişen karşılaşmalardır. Toplumun bir arada bulunduğu her alanda sosyal bir aktivite meydana gelmektedir. Bu bağlamda fazla sayıda insanın etkileşimde bulunmasını sağlayan kamusal mekânlar, kamusal iletişim için odak noktaları olarak oluşmaktadırlar. Bu çerçevede kamusal mekânların bireyler tarafından ne şekilde anlaşıldığı, bu alanların nasıl seçildiği, bu alanlarda neler yaptıkları ve aktivitelerini nasıl gerçekleştirdikleri, ne tür mekânsal özelliklerin bu etkileşime imkân verdiği toplum ve kentsel mekânlar arasındaki etkileşimde göz önünde bulundurulması gereken temel unsurlardır.

Bu mekânsal alanların çağdaş örneklerinden alışveriş merkezleri ise; hızlı kentleşme süreci içinde günümüz kentlerinin, fonksiyonel kamusal mekânları olarak ortaya çıkmış ancak gösterdiği gelişmenin kentsel doku ile başarılı bir şekilde örtüşmediği görülmüştür.

Kentsel çevre ile söz konusu uyumsuzluk; bir rant paylaşımı sürecinin ürünü olan alışveriş merkezlerinin; gayrimenkul yatırımı olduğu için inşaat sektörünü canlı tutarak kente ekonomik girdi sağlamasının yanı sıra kentsel mekânın kullanımını gelir ve statüye göre parçalama tehdidi oluşturmasıyla ve ayrışmanın sebep ve sonucu olması ile başlamaktadır. Bu yeni kamusal alanların kentsel ulaşım sistemiyle bütünleşmeler dahi, çoğunlukla kentsel doku ile bütünleşmedikleri, güvenlik ve yaratılan yapay ortamdandır dolayısıyla gerçek bir kamusal mekân özelliği taşımadıkları,

kentsel mekân öğelerini özel iç mekânlara taşıdıkları ve geleneksel kent merkezinde gelişen kente ait olma hissini yaratmadıkları görülmektedir.

Kapalı, kontrollü ve içe dönük bir tipoloji sunan, kentsel politikaların ve sermayenin yönlendirdiği bu merkezlerin son dönemlerdeki örneklerinin, kentsel ranttan maksimum ölçüde faydalanmak için karma kullanımlı ofis, konut gibi işlevleri barındırdıkları, hedef kitleye göre bir ayrışmanın yapılanmaya yansıtıldığı mimari konsept açısından bakıldığında ise yapıların daha cazibe noktası olması için mekânsal kurgu açısından tematik, yarı açık ve açık yapılanma biçimlerinin tercih edildiği görülmektedir.

Kent mekânında kamusal alan kullanımında değişiklik yaratan ve kent içindeki mevcut alışveriş caddeleri ve çarşıların oluşturduğu anlamsal bütünlüğe aykırı biçimde eklenmiş bu merkezlerin desteklenmesi, mevcut kamusal alanların canlılığı açısından olumsuz etki yaratmaktadır. Kentsel kamusal alanların, bu yapay kamusal mekânlar karşısında güçlendirilmesi bu alanların kullanım dengesi açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda kentsel doku ile bütünleşen daha başarılı alternatif kamusal alanların yaratılmasında bu alanların tasarım ve planlama ilkeleri ortamında değerlendirilmeleri, oluşturulacak yeni kentsel mekânların geliştirilmesinde daha etkili olacaktır.

1. KENTLEŞME SÜRECİ VE EVRELERİ

Kentleşme bir değişme sürecidir. Gelişmekte olan ülkeler kentleşmeyi, ileriye dönük kalkınma hedeflerine varmada hızlandırıcı ve yön verici bir araç olarak kullanmakta ve bunun yanında kentleşme sonucu meydana gelen sorunları, olumsuz etkileri ortadan kaldırmak için büyük çaba harcamaktadırlar. Bilindiği üzere kentlerin asıl gelişmesi sanayi devriminden sonra olmuştur. Sanayi devrimiyle birlikte kentlerin gelişmesi, büyümesi, büyük endüstri merkezleri halini alması köylerden kentlere doğru olan göçlerin artmasına ve hızlı bir kentleşmenin ortaya çıkmasına neden olmuş ve 21. Yüzyılın en önemli özelliklerinden birini teşkil eden bu hızlı kentleşme süreci ile birlikte gerek bireylerin, gerekse bir bütün olarak toplum hayatını etkileyen, hızlı ve sağlıksız kentleşmenin sebeplerinden olan göç faktörünün etkisiyle birçok toplumsal ve mekânsal problem ortaya çıkmıştır. Söz konusu mekânsal problemler; barınma sorununa çözüm odaklı büyüyen gelişigüzel konut üretiminden, hızlı kentleşme ile farklılaşma gösteren toplumun, günlük hayatın ihtiyaçlarına yönelik ortaya çıkardığı ortak kamusal alanlara kadar kendini göstermiştir. Günümüz kentlerinde, zaman ve mekân olgularında paralellik sağlanması ve gündelik hayatı kolaylaştırma amaçlı kamusal alanlar oluşturulmaya başlanmıştır. Kent boşluklarında oluşturulan açık kamusal alanların yanında her türlü hizmetin karşılandığı post modern toplumun kamusal alanları olan alışveriş merkezleri de bu amaçla ortaya çıkmıştır. Ancak hızlı kentleşmenin bir ürünü olan bu merkezler gelişme süresi içinde hızlı kentleşmenin etkilerinin daha çok artmasına neden olmuştur.

1.1. KENT VE KENTLEŞME

Kent Kavramı

Kent, genel anlamda kırsal olmayan kentsel yerleşmelerin bilinen adıdır. Sosyo-ekonomik ve kültürel özellikleri, yönetim durumu ve nüfus bakımından kırsal alanlardan ayırt edilen, genellikle tarımsal olmayan üretimin yapıldığı, ancak; hem tarımsal hem de tarım dışı üretim, dağıtım ve denetim işlevlerinin toplandığı, teknolojik gelişme derecelerine göre belirli bir büyüklük, heterojenlik ve bütünleşme düzeyine varmış, ikincil toplumsal ilişkilerin, toplumsal farklılaşma, uzmanlaşma ve hareketliliğin yaygın olduğu, doğurganlık oranının kırsal kesime göre düşük olduğu, çekirdek aile tipi yaygın olan, eğitim öğretimin yaygın olarak yapıldığı yerleşim alanlarıdır.

Kentte, kırsal yerleşim birimlerinden farklı olarak, siyasal, dinsel, sanatsal hoşgörüden, özgürlükten, düşünce özgürlüğü ve demokrasiden, bilimsel bilgi ve nesnellikten oluşan bir bütünlük olarak ifade edilen kent kültürü egemendir. Kentsel yerleşimlerde var olan alt kültürlerin çokluğu o kente bir dinamizm kazandırmaktadır. Modern kentlerde tek tip anlayışların, mimarinin, yaşam biçiminin veya kent ideolojisinin üretilmek istenmesi bu kültürel çoğulculuğu törpüleyen bir durum haline gelebilmekte ve kent kültürü demokratik, uzlaşmacı ve toleransa açık ve çok renkli bir yapı olarak karşımıza çıkmaktadır.

İnsan topluluğunun yoğun bir şekilde yaşadığı yerleşim birimi olarak nitelendirilen kentleri, fiziki ve fonksiyonel açılardan değerlendirmek mümkündür. Fiziki açıdan kentler, farklı amaçlar için kullanılan çok sayıdaki binalar ile insanların ulaşımını sağlayan yollardan oluşurken, fonksiyonel açıdan kent ise ekonomik, sosyal ve kültürel faaliyetlerin, aktivitelerin gerçekleştirildiği yerleşim birimleri olarak ifade edilmektedir. (İspir, E 1991) Sosyal, siyasi ve ekonomik açılardan bakıldığında ise: “Kent olarak ifade edilen yerleşme birimini bir diğer yerleşme biriminden ayıran en önemli özellik kendi kendine yetmeyen bir ekonomik birim olmasıdır. Kent civar yerleşmelerin ekonomik faaliyetlerini denetleyen, ona göre uzmanlaşan, üretimi gerçekleştiren ve bunun sonucunda toplumsal ve idari yönden de çevresi üzerinde denetimci bir görev üstlenen yerleşme birimidir” (İspir, E 1991) şeklinde tanımlanmaktadır.

Yine ölçüt olarak ifade edip, tanımlama yapabileceğimiz kentin, ekonomik ölçüte göre ele alabileceğimiz kent tanımlaması, “kent, mal ve hizmetlerin, üretim, dağıtım ve tüketimi sürecinde toplumun sürekli olarak değişen gereksinimlerini karşılamak için ortaya çıkan bir ekonomik mekanizmadır. Bu genel tanımın dışında bir yerleşmeye ‘kent’ adının verilebilmesi, genellikle, nüfusun tarım dışı kesimlerde çalışmasına bağlıdır. Buna göre yerleşmeler, tarım dışındaki ve tarımdaki nüfus oranlarına bakılarak kent ve köy adını almaktadır” Keleş, R., (2002) şeklindedir. Kent kavramını siyasi açıdan değerlendirildiğinde ise, uygarlık kavramı ile ilişkilendirilmesi söz konusudur. Sosyal açıdan ise kent; bir toplumsal kümenin ürünü olmayı simgelemektedir. Kent bu açıdan canlı bir varlık değil, toplumsal bir varlığın kendi yapısını denetlemek ve ayakta tutmak üzere kullandığı araçlardan biri olup, insanların karşılıklı ilişki içerisine girdikleri ve özellikle gelişmekte olan

ülkelerde değişmenin itici gücünü sağlayan, yerleşim birimi olarak ifade edilmektedir. (Laborit, H. 1990)

Diğer yandan sosyo-ekonomik açıdan bakıldığında kent, sosyal hayatın mesleklere, işbölümüne, farklı kültür gruplarına göre organize edildiği; kurumlaşmaların yoğunluk kazandığı, karmaşık insan ilişkilerinin bütün bir günlük yaşamı etkilediği yerleşme merkezi olarak tanımlanabilmektedir. Ayrıca kent, tarımsal olmayan üretimin egemen olduğu, hem tarımsal hem tarım dışı üretimin, dağıtım ve denetim işlevlerinin toplandığı, örgütleşme, bütünleşme, ayrı cinstenlik derecelerinin tanımlamasında, yüksek düzeyde bulunduğu yoğun bir nüfus odağı olarak da ifade edilmektedir. Ayrıca kentin kullanılan ölçüte bağlı olarak çeşitli tanımları yapılmaktadır. Kent tanımlamasında nüfus ölçütü göz önünde bulundurulduğunda, belirli bir nüfus düzeyini aşmış yerleşimlere kent adı verilebilmektedir. Diğer bir ölçüt olan yönetsel sınır ölçütüne göre, belli bir yönetsel örgüt biriminin sınırları içinde kalan yerlere kent, bu sınırların dışındaki alanlara köy denilmektedir. Keleş, R., (2002)

Toplumsal bilimsel ölçüte göre kent, toplumsal bakımdan benzerlik göstermeyen bireylerin oluşturduğu, göreceli olarak geniş, yoğun nüfuslu ve mekânda süreklilik niteliği olan yerleşmedir. Canpolat, H., (2002) Amerikan sosyologlarından Queen ve Carpenter, kenti, “yerine ve zamanına göre geniş sayılacak biçimde bir araya gelmiş ve bir takım ayırt edici özellikleri bulunan insanlar ve yapılar topluluğu” olarak tanımlamaktadır. Keleş, R., (2002)

Bu ölçütler bir arada değerlendirildiğinde, kenti, sürekli toplumsal gelişme içinde bulunan ve toplumun, yerleşme, barınma, gidiş-geliş, çalışma, dinlenme, eğlenme gibi gereksinmelerinin karşılandığı, pek az kimsenin tarımsal uğraşılarda bulunduğu, köylere bakarak nüfus yönünden daha yoğun olan yerleşme birimi olarak tanımlamak mümkün olmaktadır. Keleş, R., (1998)

Kentleşme

Kentleşme dar anlamda, kent sayısının ve kentlerde yaşayan nüfusun artması şeklinde tanımlanmaktadır. Sanayileşme ve ekonomik gelişmeye bağlı olarak, çeşitli nedenlerle kırsal kesimlerden yönelen göç sonucunda, bir taraftan mevcut kentlerin nüfus ve alan itibariyle büyümesi, diğer taraftan da köy, kasaba gibi yerleşim birimlerinin giderek büyümesi sonunda kente dönüşüp, mevcut kent sayısının artması ve bugünkü kentlerin büyümesi sonucunu doğuran, toplum yapısında artan oranda örgütlenme, işbölümü ve uzmanlaşma yaratan, insan davranış ve ilişkilerinde kentlere özgü değişikliklere yol açan bir nüfus birikim süreci olarak ifade edilmektedir. Keleş, R., (2002) Ancak kentleşme sadece demografik bir olgu olmayıp, ekonomik, sosyal, siyasal, kültürel bir sürecin de ifadesidir.

Bu nedenle kentleşmeyi tanımlarken nüfus hareketini yaratan toplumsal ve ekonomik dönüşümlere de yer vermek gerekmektedir. Hem kırsal bir toplumun kentsel bir topluma dönüşme süreci, hem de kentsel mekânın ve toplumsal pratiğin değişme ve evrimleşme süreci olarak da tanımlanabilmektedir.

Bu bağlamda kentleşme sosyal açıdan değerlendirildiğinde, eski geleneklerin yerine yenilerinin yer alması, kentin sosyal değişiminin merkezi olması, sosyal değişimin kentten dışarıya etki etmesi, kentlerin, içinde yaşayan insanların davranışları üzerinde etkili olması, alt yapı hizmetlerinin derecesi ve kalitesinin artması, kentleşme ile birlikte kent ve kentli kültürü birey ve kurum ilişkilerine hâkim olması hususları önem kazanmaktadır.

Kentleşme ekonomik boyutu ile ele alındığında ise; ortaya çıkışının batıda feodal dönem sonrasında; yaygınlaşmasının ise sanayi devrimi sonrasında başladığını söylemek mümkündür. Kentin, başından beri para ekonomisinin ve ticaretin merkezi olması durumuna, büyük sanayinin-kitleselel üretimin kentte kurulması yönü eklendiğinde, kırsal alandan kopan, tarımla veya zanaatla iştilgal eden nüfusun kentteki bu sanayilerde istihdam edilmesi söz konusu olmuştur. Böylelikle kitleselel göçlerin kentlere yönelmesiyle, öncelikle işçilerin barınma sorunlarıyla başlayan, daha sonra kötü yaşam koşullarınca pekişen bir kentleşme sorunu doğmuştur.

Günümüz toplumları sanayileşme süreciyle birlikte az kentleşmiş ya da çok kentleşmiş olarak nitelendirilmektedir. Kentleşme ve sanayileşme arasında doğrudan ilişki göz önüne alındığında, gelişmiş olan ülkelerde bu durum paralellik arz ederken, gelişmekte olan ülkelerde, sanayileşme, kentleşmeyi yavaş bir hızla takip etmektedir.

Kentleşmenin ekonomik boyutunun ideal anlamda gerçekleşmemesi, yani ticaret ve sanayinin kentsel özellik taşınamaması kentte biriken halk kitlesinin kentli olmayan bir sosyal kimlik geliştirmesine sebep olmaktadır. Bu durum kültürel yabancılaşma şeklinde tezahür ederken; sanayileşmenin tam olarak gelişmediği yerlerde ise çarpık kentleşme ve kültürel geri kalmışlıktan söz edilebilmektedir.

Yukarıda belirtildiği gibi kentleşme gerçekte belirli bir yerleşim bölgesinde, nüfusun yüksek ölçüde artışı ve bu nedenle yeni etkenlerin yaratılması, yeni çözüm koşullarının bulunması demektir. Kentleşme özellikle gelişmekte olan ülkelere sosyal değişimin en açık göstergelerinden birisidir. Henüz tam anlamıyla sanayi toplumu olma aşamasına erişememiş bulunan toplumlarda, bir yandan aile ve nüfus planlaması konusundaki politikaların yetersizliği; diğer yandan tarıma dayalı üretim tarzının hâkim olması ve kent merkezlerin iş alanlarının, sosyal imkânların cazibesi kırsal alandan kente doğru bir göç hareketinin yaşanmasına neden olmaktadır. Başka bir ifadeyle, kırsal yapıda yaşanan hızlı nüfus artışı ve toprağın parçalanması, kentin de çekiciliği ile birleşerek hızlı bir kentleşme sürecinin yaşanmasını gerekli kılmaktadır.

Kentleşme oranındaki yükselme, üretim ve hizmetlerin büyümesini sağlayan sanayileşmenin etkisiyle veya doğum oranının fazla olması ve bu fazlalığın kent içi yerleşim yerlerinde yaşamak istemeleri veya iskân edilmeleri nedeniyle nüfusun kentlerde birikmesine ve kent sayısının artmasına neden olan, aynı zamanda da burada yaşayanların özel hayatlarını ekonomik, sosyal ve siyasal davranış açısından etkileyen ve devletinde belirli birtakım faaliyetlerini gerektiren değişiklikler olarak tanımlanmaktadır. İspir E., (1991) Daha öncede belirttiğimiz gibi kentleşme dar anlamıyla, kent sayısının ve kentlerde yaşayan nüfusun artması olarak tanımlamakta ve kentleşmenin ekonomik, toplumsal ve siyasal boyutlarını da hesaba katan, geniş anlamda bir tanımı şu şekilde yapılmaktadır: “Sanayileşmeye ve ekonomik

gelişmeye koşut olarak kent sayısının artması ve bugünkü kentlerin büyümesi sonucunu doğuran, toplum yapısında, artan oranda örgütlenme, işbölümü ve uzmanlaşma yaratan, insan davranış ve ilişkilerinde kentlere özgü değişikliklere yol açan bir nüfus birikimi süreci olarak ifade edilebilir.” Keleş, R., (2002)

Kentsel nüfus bir yandan doğumların ölümlerden fazla olması sebebiyle, diğer yandan da köylerle kasabalardan gelenlerle, yani iç göçlerle artmaktadır. Türkiye gibi az gelişmiş ülkelerde de kentsel alanlarda doğurganlık eğilimi azaldığından, kentleşme daha çok köyden kente doğru olan akımlarla beslenmektedir. Kısaca, kentleşme zaman içindeki bir değişmeyi, bir süreci anlatan devingen bir özellik taşımaktadır. Kentleşme olgusunu bir yandan ekonomik, sosyal ve teknolojik değişmelerin, diğer yandan bunlara bağlı gelişmeler sonucunda toplumun yapısında ve insanın tutum ve davranışlarında meydana gelen değişmeler açısından ele alan Kartal, kentleşmeyi iki boyutlu olgu olarak: “Birincisi, birtakım ekonomik, sosyal, siyasal ve teknolojik değişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan bir olgu, ikincisi, toplumun ekonomik, siyasal ve sosyal yapısında ve insan tutum ve davranışlarında değişmelere yol açabilme gücüne sahip bir olgu” Kartal, S. K. , (1987) şeklinde tanımlamaktadır.

Bu anlamda son yıllarda kamusal alan anlayışı da sosyal yapıdaki ve insan tutum ve davranışlarındaki değişmeye paralel olarak belirsizleşmiş durumdadır. Modern şehirlerde bireylerin günlük aktivitelerini gerçekleştirdikleri mekân tip ve çeşitleri önemli ölçüde değişiklik göstermiş, özellikle kent merkezlerindeki bazı eski, yerleşik kamusal alan formları, kaynak eksikliği ve güvenlik nedeniyle önemini kaybetmiştir. Toplumun bu değişen yapısı ile alışveriş merkezleri gibi özel mülkiyette olan ve kamunun kullanımına hizmet veren alanlar ortaya çıkmıştır. Kamusal olarak algılansa da özel mülkiyete ait tüketim amaçlı bu alışveriş merkezleri ve bunlara ilişkin mekânlar kamusal alan anlayışının doğasını değiştirmişlerdir.

1.1.1. Kent ve Kentleşme Olgusunun Tarihsel Gelişimi

Tarihçiler ve toplumbilimciler, kentlerin ortaya çıkışına uygarlıkların doğuşu gözü ile bakmaktadırlar. Yeryüzünün Doğu bölgesinde coğrafya özelliklerine bağlı bazı güçlük ve imkânsızlıklara getirilen toplumsal çözüm ve başarılar; uygarlık olarak kabul edilebilecek işlevlerin, birbirini takip eden bir süreç boyunca ortaya çıkmasına

neden olmuştur. Bu dönemde insanların karşılaştıkları ve tek başlarına çözemedikleri güçlük, sorun ve imkânsızlıkların toplum içinde gerçekleştirilen ilişkilerle çözümlenmek istendiğini ve bunun başarıldığı her durum ileri toplumsal bir birlik aşamasına ulaşıldığı kabul edilirse, tarihte ilk kentlerin ortaya çıkışını da bu yaklaşım içerisinde değerlendirildiği sonucu ortaya çıkmaktadır Keleş, R., (2002)

Kent, M.Ö. 3000 ve 2000 li dönemlerde, Mezopotamya ile Nil, İndus ve Sarı Irmak vadilerinde verimli tarım ürünlerinin biriktirilmesi ve fazlasının takas edilmesi için bir komuta merkezi olarak ortaya çıkmıştır. “Bu zamanda Mısır’da, düşmandan ve dış dünya korkusundan kurtulmak için çok katlı koruyucu katmanların belirginlik kazandığı görülmektedir. Kentin doğuş problemi üzerinde ilk incelemeyi yapıp, kent ile ilgili ilk teoriyi öne süren “Antik Şehir” adlı eserin sahibi Numa-Denis Fustel De Coulanges, inceleme yaptığı eski Yunan ve Roma kentlerinde dini unsurun etkili olduğunu ileri sürerek kendinden sonraki kent ile ilgili teorileri oluşturacak araştırmacılara da yol açmıştır”. Benevelo, L., (1995).

Daha sonra Maine, kenti her şeyden önce hukuki bir yapı olarak görmüş ve teorisini, hukukun gelişmesiyle şekillendirmiştir. Mailland kent teorisini “askeri”, **Rietschel** “Pazar yerinin kurulması”, Von Below Zonaat “Fonksiyonu” İle Paul Meurist “ekonomi” ile Pirenne ise alım-satımın olduğu “ticaret” ile açıklamaya çalışmışlardır. Benevelo, L., (1995). Dolayısıyla kent teorisyenleri, kentin doğuşunu birer faktör olarak ele alarak veya o an buldukları toplulukların durumlarını, sosyal yönlerini dikkate alarak yapmışlardır.

Kent oluşumunda etkili olan farklı faktörler belirlendikten sonra kentleşmenin başlangıcını belirlemek için, kent dışı yerleşim alanlarının, kent haline ilk defa ne zaman dönüştüğü konusu düşünüldüğünde, uygarlığın başlangıcına kadar gitmek mümkündür. Bununla birlikte insan hayatındaki bu büyük değişikliğin ilk olarak Yakın Doğudaki yiyecek üreten toplumlarda gerçekleştiği görülmüştür. M.Ö. 5000 ile 3000 yılları arasındaki ilk kentleşme, tekerlekli taşıma araçları, nehir kaynakları, sulama kaynakları, sulama kanalları ve metal işleme sanatının gelişmesi sonucu toplumdaki ekonomik, sosyal ve fiziksel değişiklikleri meydana gelmesiyle sağlanmıştır. Özellikle tarım ürünlerinin artması ve gelişen ulaşım sonucunda,

kentlere gıda maddelerinin getirilmesi aynı zamanda bunların depolanması, değişimi ve tekrar dağılımı için yeni örgütler kurulmasını zorunlu kılmıştır. İspir, E., (1991)

Bir yaklaşıma göre büyük surların bulunduğu, yerleşme merkezinden kilometrelerce uzağa ve 4000 metre yükseğe kurulmuş Tiahvanaco'daki kent en eski kent olarak kabul edilmiş ve kentleşme hareketinin başladığı daha çok haberleşme, ticaret, yönetim için kilit noktalarda bulunan Amsterdam, Lizbon, Roma gibi kentler ise 17. Yüzyılda yeni kurulan devletlerin başkentleri olmuştur.

Ortaçağ Avrupa'sında kentleşmeyi doğuran iki ana etken bulunmaktadır. Bunlar, üretilen malların satıldığı pazar ve çarşıların öneminin giderek artması ve belirli bir yerde yaşayanların dış etkenlerden korunmaları gerekliliğidir.

Kentsel gelişmenin temel belirleyicinden olan alışveriş kavramı, her ne kadar ticari ve ekonomik bir kavram olsa da, bu bağlamda sosyal bir olgu olarak ta kabul edilmektedir. Modern öncesi dönemde alışveriş, doğal ihtiyaçların rasyonel bir biçimde karşılandığı bir etkinliktir. Bu etkinlik, kentteki diğer işlevlerle bütünleşerek kentsel mekânda gerçekleşmektedir. Bu kentsel mekân, aynı zamanda kamusal bir mekândır ve içinde kentlilerin sosyal etkinliklerini zenginleştiren ve destekleyen mekânsal karakteristikler barındırmaktadır. Çağdaş alışveriş merkezi ise, alışveriş mekânını ve kent mekânını kentten görsel, fiziksel ve sosyal olarak kopmuş, devasa büyüklükteki kapalı kutu içerisine almakta ve böylece kamusal mekânı kent merkezinin dışında yeniden yaratmaktadır. Bu yapı içerisinde ise alışveriş etkinliği tüketime dönüşmektedir.

Bu noktada kentlerin tarihsel gelişiminin üç aşama gösterdiği anlaşılmaktadır.

“1- Sanayi öncesi kentler, varlıklı sınıfların merkezde yaşadıkları, yoksul sınıfların ise sur dışında yaşamaya itildikleri, dinsel mekanizmanın işletildiği, sosyal, ekonomik, yapının egemenlerce denetlendiği yerleşme merkezleri,

2- Sanayileşmekte olan kentler, geçiş dönemini yaşayan ülke kentlerindeki halkın bir kısmına çalışma, mal ve hizmet olanakları sunan geleneksel yapıyı zorlayan, nüfus hareketleri görülen ve sağından solundan yırtılan göçebe yerleşim merkezleri,

3-Sanayi kentleri ise ticaret ve sanayinin geliştirdiği, toplumsal hayatın örgütlendiği, oturma ve çalışma alanlarının birbirinden ayrıldığı, yoksul ve varlıklı sınıfların birbirinden uzaklaştırdığı yerleşme merkezleridir.” İspir, E., (1991)

Sanayideki teknik değişim, nüfusu az ve seyrek olan eski yaşam alışkanlıklarının, basit üretim yöntemlerinin, kapalı ekonominin hâkim olduğu toplumları derinden etkilemiş, basit alet ve üretim araçları ile çalışan insanları büyük kentlere ve modern makinelerin başına getirmiştir. Böylece toplumun çok farklı yönlerinde bir değişimi meydana getiren sanayileşme, kısaca günümüz kalabalık kentlerini oluşturmuştur. Giddens, A. ,(1997 Sanayileşmeyle kentleşme büyük bir ivme kazanmış, bu ivme kırsal alandaki nüfusun kentlere yönelmesiyle kendini göstermiştir. Nüfus hareketiyle başlayan niceliksel değişiklik ve niceliksel değişikliğin yaşanması ile de, kentleşme ile sanayileşmenin birbirlerini etkiledikleri görülmüştür.

Nüfusun artması, işçilerin yaptıkları işleri farklılaştırmakta ve işlerin farklılaşması da “uzmanlaşmaya” yol açmaktadır. Uzmanlaşmanın en önemli sonuçlarından bir tanesi olan verim artışı başlangıçta sanayileşmenin esas birimlerinden olan işçinin hayatını olumlu yönde etkilemiş, böylece bu etki altında bulunan nüfus artarak kentlerin sayısını ve nüfusunu sağlamıştır. İspir, E., (1991) Böylece hızlı bir kentleşme yaşanması ve sanayinin kentleşme üzerindeki bu etkisi, günümüz kentlerinin de yapısını ortaya çıkarmıştır.

Kentlerin yapısını belirleyen, o kentte yaşayan insanların sosyo-ekonomik durumu belirlemede önemli bir unsur teşkil etmektedir. Kentin iktisadi, siyasi yapısı, coğrafi konumu ve kent insanların üretim ilişkileri ve bireylerin sosyal eylemi kentin fiziki yapısını şekillenmesinde doğrudan etkileyici etken olarak rol almaktadır. Daha önce de değinildiği gibi; insanlığın barınma ve dış etkilerden korunma gereksinimini karşılamak için mağaralara sığınması evresinin binlerce yıl sonrasında, aletin bulunması ve tarıma geçişle birlikte tarım yapılan alanlara yakın yerlerde korunak ve barınakları yaparak yerleşim mekânları oluşturma aşaması, insanın kentleşme sürecini başlatmaktadır. Tarımla uğraşının yoğun olduğu yerleşim alanlarında kentleşme bu uğraşının biçimlediği yapısal bir forma girmiştir. Ticaretin yoğun olduğu yerleşim alanlarında kent, pazar merkezli bir yapısal form almıştır. Küçük ölçekli üretim biçiminin yoğun olduğu yerleşim alanlarında atölyeler ve el zanaatı

yapılan işyeri merkezli kentler oluşmuştur. Sanayinin gelişmesine bağlı olarak da sanayi merkezli kentler kurulmuş eğlence ya da dinlenme yoğunluklu yerleşim alanlarında kentler bu duruma uygun yapılanmıştır. Ekonomik durumuna bağlı olarak göç alan kentlerde ise göçün seviyesi kentin mekânsal yapısını etkilemiştir. Ekonomik durumla beraber kentin siyasi ve idari yapısı da, kentin yapılanışında önemli olmuştur. Öte yandan toplumun dinsel ve ideolojik konumlanması da, iktisadi ve siyasi aygıtların yanında kentin yapısını, doğrudan belirleyen bir unsur olmuştur. Baudrillard, J., (2004).

Üretim şeklindeki değişimin, yani ekonomik ögenin kentleşme üzerinde önemli bir yeri bulunmaktadır. Kentleşmenin tarımsal üretimden daha ileri bir üretim düzeyine geçiş olarak tanımlanabilmesinin asıl nedeni de budur. Kentleşme bir yandan kent nüfusunun artışı anlatırken, öte yandan kent kültürü olarak nitelendirebileceğimiz davranış ve tutumların benimsenmesi olarak ifade edilebilmektedir.

1.1.2. Kentleşme

Sosyo ekonomik, kültürel ve demografik yapılardaki değişmelerin neticesi olarak ortaya çıkan kentleşme, sosyo-ekonomik, kültürel ve demografik değişmelerden de etkilenmektedir. Kent, sadece yeni bir ekonomik teşkilatlanma ve değişmiş bir fiziki çevreyi belirtmekle kalmayıp; aynı zamanda insanın davranış ve düşüncelerini de etkileyen yeni bir farklı düzeni ifade etmekte ve bu farklı fiziki çevre ve teşkilatlanma şeklini içeren mekân olarak kendine özgü sosyal ilişki ve yaşama tarzını da belirlemektedir. Sezal, İ.(1992) Bu yeni oluşan kente özgü davranış şekli ve sosyal ilişkilere “kentleşme” denilmektedir.

Geleneksel değerlerin, alışkanlıkların ve ilişki biçimlerinin içinin boşaltıldığı ve yerinden yurdundan çıkartılıp oynatıldığı, bunun yerine yeni biçimlerin yerleştiği süreç olarak kentleşme, kimliksel bir dönüşümü içermekte, değerlerdeki, davranış kalıplarındaki, toplumsal pratikteki ve gündelik yaşam alanındaki özgül bir birleşmeyi ve belli özelliklerle şekillenmiş bir birey tipini işaret etmektedir Genç, E.,(1997) şeklinde ifade edilebilmektedir.

Kentleşme, kentsel yaşam deneyimi içinde elde edilen kültür birikimi olarak nitelendirirken, diğer yandan da toplum üyelerinin örgütler yoluyla formel yaşama

alışmaları birey-örgüt ilişkisinin yerini örgüt-örgüt ilişkisinin alması, böylece bireyin, diğer ölçütler karşısında güçlenmesi, bireylerin örgütsel yaşamın gerektirdiği bilgi ve becerilerle donanması ve kente özgü ilke, değer ve amaçları benimsemiş olması durumu Giritlioğlu, C., (1991) olarak tanımlanmaktadır. Kentleşme boyutu içerisinde değerlendirilmesi gereken kentlileşme, geleneksel toplum yaşantısından çıkan, eski değer ve normların, gelenek ve göreneklerin hâkim olduğu, nüfusu seyrek ve homojen olan kırsal alan bireyini bir değişikliğe zorlayarak yeni davranışlar geliştirme ve benimsetme sürecinin sonucudur. Dolayısıyla kentlileşme, yeni mekânsal zorunluluğun ve yaşama şeklinin; kendi iç dinamiğiyle davranış, usul ve yöntemlerini belirlemektedir.

Toplumsal boyutu olan “kentli olmak” veya “kentlileşme”, birey ölçeğindeki bir değişimi içermektedir. Toplum ölçeğindeki kentleşme sürecinin birey ölçeğindeki yansıması ve sosyal psikolojik yanı ağırıklı olan kentlileşme süreci kırdan kente göç sonucu kişinin kente özgü işlerde çalışması, hem kente özgü davranış kalıpları benimsemesi, hem de kentin sunduğu tüm olanaklardan yararlanması yönünde bir değişim olarak tanımlanabilmektedir. Böylece kentleşmenin göç ile ve göç edinilen yer ile bağlantısı da ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda sosyo-kültürel açıdan kentlileşme; kente göç edenlerin ve kentte yaşayanların, kent toplumunun değer-norm sistemini, kentli insanın düşünme, davranış biçimlerini ve giderek yaşama biçimini benimsemesi olarak ifade edilmekte olup, ekonomik bakımdan kişinin geçimini tamamen kentte ve kente özgü işlerde sağlıyor duruma gelmesiyle, sosyal bakımdan ise kente özgü tavır ve davranış biçimlerini benimsemesi ile gerçekleşmektedir.

Mekânsal ağırıklı tanımlamaya göre kentlileşme ise; kente göç ile birlikte başlayan nüfus dinamiğinin kentin belli bir kesiminde kararlılık kazanmasına kadar süre gelen aşama olarak adlandırılabilir. Kente göç eden nüfusun yeni koşullara uygun ilişkiler biçimi geliştirerek kentin bir ögesi olma, toplumsal değişme, uyum ve bütünleşme süreci olarak ta tanımlanabilmektedir. Tanım her ne kadar sosyal ve kültürel özellikleri de kapsamakta ise de, temel vurgu mekâna ilişkindir. Oysa kentlileşme, sadece kentte yaşama ya da kentin belli bir kesiminde yaşamaya karar

kılma ile sınırlı değildir. Hatta bu süreç, kentleşmenin temel zeminini oluşturmakta ise de, asıl özellikleri kültürel-sosyal boyutlarda ortaya çıkmaktadır.

Bu anlamda kentler, ekonomik etkinliğin ve toplumsal yaşamın merkezi olarak kabul edilebilmektedir. Mekânsal bağlamda kent merkezleri ise toplanma alanları olup; farklı toplumsal gruplardan, farklı kültürlerden bireylerin bir araya geldiği, iletişim içerisine girdiği, farklılıkların çatıştığı ve birbirlerini dönüştürerek var olduğu yerler olarak ifade edilebilmektedir. Tüm bu nitelikleri ile kent ve kent yaşamı bir kamusal alan oluşturmaktadır. Kentin kamusal alanı kentlilerce paylaşılan, ancak herkese açık, bu niteliğiyle anonim olan, kimsenin yabancı sayılmadığı, herkes tarafından erişilebilen, farklı konum ve bakış açılarının birlikte var olduğu bir paylaşım ve eylem alanı olarak tanımlanabilmektedir.

1.1.3. Kentleşmenin sebepleri

Kentsel mekânın toplumsal olarak üretilme süreci ve kent topraklarında toplumsal yeniden üretimin mekânı olarak tanımlanan kentleşmenin oranı ülkeden ülkeye, ülkenin az gelişmişlik veya gelişmişliğine göre farklılık göstermesine rağmen, kentleşmeye etki eden itici, çekici ve siyasi faktör olmak üzere evrensel nedenleri bulunmaktadır. Ülkenin sosyal, ekonomik, kültürel ve politik tüm alanlarını yakından ilgilendiren kentleşmeyi, “göç” olgusuyla açıklamak mümkündür. Bu çerçevede insanların, evlerinden, yurtlarından, topraklarından, ailelerinden, arkadaş ve akrabalarından ayrılma isteği veya zorunda kalma halinin açıklanması, kentleşmenin sebeplerini ortaya çıkarmaktadır. “Bu sebepler:

1. İtici nedenler,(Ekonomik Faktörler)
2. Çekici nedenler, (Sosyo-Psikolojik Faktörler)
3. Siyasi ve İletici nedenler (Siyasal ve Teknolojik Faktörler) olarak değerlendirilmektedir.” Keleş, R., (1975)

İtici Faktörler (Ekonomik Sebepler)

İtme faktörü, insanların içinde yaşadıkları koşulların ya katlanılmaz olarak görülmesi ya da rahatsızlık vermesidir. İtme faktörleri arasında, toprağın düşük verimi, düşük ücret, sınırlı iş olanakları, eğitim, sağlık gibi olanaklardan yoksulluk, kıtlık, sınırlı toplumsal devingenlik, toplumsal çatışma ve terör sıralanabilmektedir. İtme faktörü veya bir başka ifadeyle itici nedenlerde bir zorunluluk mevcuttur. Keleş

kentleşmenin sebepleri arasında itici sebepleri, ekonomik sebepler olarak isimlendirmekte ve bunları da sanayileşme, makineleşmenin tarıma dayalı insan gücünün, geçimini ziraatçılık ile sağlayan insanların işsiz kalmaları neticesinde kente yöneldiklerini ifade etmektedir. Tarımda modern üretim araçlarının kullanılması, makinenin tarıma girmesi, tarım üretim sürecinin her aşamasında ilkel yöntemlerin terk edilmesi, buna karşılık, üretimi etkileyen yeni etmenlerin artan oranda kullanılması, tarımda çalışmasına gereksinme duyulan insan gücü miktarını azaltmaktadır. Kısacası kapitalistleşmiş tarım işletmeleri, tarımdaki iş gücünün azalmasını özendirici etkiye bulunmaktadır. Keleş, R., (1976)

Öte yandan, özellikle az gelişmiş ülkelerde, tarımın verimliliği ve kişi başına düşen tarımsal gelir, köylüyü köyünde tutmaya yetmeyecek kadar düşük olması, gerek bu yetersiz gelirin, gerekse toprak mülkiyetinin dengesiz dağılımı tarım topraklarının çok parçalanmış olması, iklim koşulları ve erozyon, bu itici etkenleri güçlendiren nedenlerdir.

Goodall, kentleşmenin, ekonomik üstünlüklerini beş noktada toplamaktadır. Bunların başında “uzmanlaşma” gelmektedir. Uzmanlaşma, hem üretim maliyetinde bir azalmaya, hem de gelirlere bir artışa yol açmaktadır. Uzmanlaşma, büyük çapta üretimi kolaylaştırarak, üretim sürecinin bölünmesini olanaklı kılmakta, çok sayıda uzmana gereksinme yaratmaktadır. Kentleşmenin, bu sürecin hızlanmasına yardım eden ikinci üstünlüğü, kentlerin sunduğu “dışsal biriktirimlerdir”. Dışsal biriktirimler kısaca, birbirinin tamamlayıcısı olan, birbirinin ürettiği mal ve hizmetlere gereksinme duyan üretim birimlerinin, aynı yerleşme yerini seçmeleri halinde sağladıkları ekonomik yararlar olup, kentin büyüklüğü oranında da artış göstermesidir. Üçüncü olarak çeşitli ekonomik faaliyetlerin belli bir merkezde yığılma sonucunda sağladıkları kimi üstünlükler vardır ki, bunlara da “kentleşme biriktirimleri” adı verilmektedir. Ucuz ve kullanışlı bir ulaşım sistemi, işyeri açmak için elverişli arsa ve arazi, çeşitli yardımcı hizmetler, araştırma ve eğitim kolaylıkları, yedek ham madde stokları yapma olanağı bu üstünlüklerden bir kaçıdır ve kentleşme biriktirimleri, kent büyüdükçe, bir noktaya kadar artış göstermektedir. Kentleşmenin dördüncü üstünlüğü de özellikle emek ve girişim gücünde olduğu gibi, ekonomik üretim etkenlerinin, kentlerde ucuz ve kolay bulunması olasılığıdır. Kentler, çok sayıda, yetenekli ve nitelikli insan gücünün kolay bulunduğu

yerleşmelerdir. Son olarak, kentte yaşayan insanlar, daha geniş çalışma olanaklarının yanı sıra köylerde bulmaları güç olan türlü mal ve hizmetlerden yararlanabilmektedir. Kentlerin sunduğu bütün bu göreceli üstünlükler, kent büyüdükçe artmakta ve daha fazla sayıda bireyi kırsal alanlardan kente doğru çekmektedir. Keleş, R., (1976)

Böylelikle itme faktörünün göç üzerindeki derin etkisi büyük oranda ortaya çıkmaktadır. Yine bunun yanında, tarımda verimin azlığı, tarımsal gelirin yetersizliği, toprak mülkiyetinin dengesiz dağılışı, tarım topraklarının çok parçalanmış olması, iklim koşulları, erozyon kentleşmenin itici sebeplerini oluşturmaktadır. Tarımda makineleşme insan ve hayvan gücünden yararlanmadan makine gücüne, başka bir ifadeyle organik enerjiden organik olmayan enerjiye geçilmesi Tekeli, İ. (1982) daha az insanla üretimin yapıldığı tarıma geçilmesi, sulama kanallarının yetersizliği ekilebilir toprağın sınırına ulaşması, dolayısıyla ekim için yeni toprak kullanma olanağı bulamayan köylü kente yönelmekten başka çözüm yolu bulamamaktadır. Böylece kentleşme sürecinde göçün etkisi ortaya çıkmaktadır.

Çekici Faktörler (Sosyo-Psikolojik Nedenler)

Genel olarak ifade edilecek olursa, çekici sebepler arasında iş olanakları, yüksek ücret, ucuz ve verimli toprak, yükselme olanakları, sağlık, eğitim gibi olanakların artması, gıda maddelerin bol ve çeşitli olması, iyi konut olanağının, toplumsal güven ve huzurun artması mevcudiyeti sıralanabilmektedir. Kent insan ilişkisi açısından belirli nüfusa sahip toplumlarda karşılanması mümkün olan fizyolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçların belirli düzeyde karşılandığı yer olması nedeniyle daima civar yerleşimi yerlerinden daha çok çekim merkezi haline gelmesini sağlamıştır. Özellikle, büyük kentlerde, çalışan insan için daha fazla ilerleme imkânı bulunmaktadır. Kentlerde ücret yüksekliği, iş olanaklarının, eğitim, sağlık, eğlence gibi hizmetlerin yerine getirilmesinin kırsal alanlara göre daha fazla olması ve kentlerde yüksek eğitim kurumlarının bulunması, festival gibi kültürel faaliyetlerin, kongreler gibi bilimsel çalışmaların yapılması kentleri çekici kılmaktadır.

Bir başka ifadeyle kentler daha iyi eğitim, sağlık gibi hizmet, çalıştığı işte yükselme isteği taşıyan, daha fazla gelir, daha güzel ve iyi konut, kısacası daha iyi yaşam isteyen insanlar için cazip olmuştur. Dolayısıyla bu tür düşüncüleri taşıyan bireyler

için yerleşilmesi gerekli yerleşim merkezleri halini almıştır. Böylelikle göç olgusunun çerçevesinde bir kentleşme süreci yaşanmaktadır.

Sosyo-psikolojik etkenler de diyebileceğimiz çekici faktörler, köy ve kent yaşam biçimleri ve standartları arasındaki farklardan kaynaklanmaktadır. Kentlerin sahip bulunduğu birçok toplumsal ve kültürel olanaklar ve hizmetler çok cazip olmakla beraber, kentlerin özgür havası, daha geniş bir gruba mensup olma duygusu, kentli olmanın gururunu paylaşma, bu etkenlerin başında gelmektedir. Kimi yerlerde kente göç etmeye "yükseliş" gözüyle bakılması kentli olmayı, kentte yaşamayı beraberinde getirmektedir. Keleş, R., (1976) Siyasi ve İletici Faktörler (Siyasal ve Teknolojik Nedenler)

Bir ülkede çeşitli düzeyde verilen kararlar, yönetim yapısının özellikleri, uluslar arası ilişkilerin yapısı da kentleşmeyi özendirilmekte ve dolayısıyla kentleşmeye etki etmektedir. Bu noktada ülkemizi örnek verecek olursak, Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana çeşitli dönemlerde özellikle sanayileşme, ulaşım, eğitim ve dış ilişkiler konusunda benimsenen ve uygulanan politikaların ülke kentleşmesinde etkili olduğu bir gerçektir. Atatürk döneminde devletin kurduğu sanayi tesislerinin ülkenin çeşitli yörelerine yayılmış olması ve izlenen demiryolu politikası, göçün yönü bakımından belirleyici olmuştur. Keleş, R., (1976) Gerek sanayi devriminin getirdiği değişiklikler, gerekse tarıma egemen olan koşullar, kentleşmenin hızlanmasını, teknolojik gelişmelerle birlikte sağlamışlardır. Artan üretimin kentleşmede rol oynaması, ürünün kolay ve ucuz taşınmasını sağlayacak teknolojik araçların gelişmesine bağlıdır.

Çeşitli düzeylerde verilen siyasi kararlar, yönetim yapısının özellikleri ve hukuk kurumlarından bazıları ve uluslararası ilişkiler de kentleşmeyi özendirici nitelik taşıyabilmektedir. Örneğin İngiltere'de 1946 yılında çıkarılan Yeni Kentler Yasası ile kentleşme, Londra çevresinde kurulacak yeni kentlere yöneltmek istenmiştir.

Savaşlar ve siyasi anlaşmazlıklar da, kentleşmeye etki etmektedirler. II. Dünya savaşında İngiltere'de savaş ekonomisinin isteklerini karşılamak üzere, köylerden büyük kentlere göç edilmiştir. 1947'de Pakistan'ın, Hindistan'dan ayrılmasını izleyen yıllarda, Pakistan'lı göçmenlerin çoğu, büyük Hint kentlerinde yerleşerek, Hindistan'ın kentleşme oranını yükseltmişlerdir. Bugün de, birçok ülkelerin

gelişmemiş bölgelerinde feodalizme çok benzeyen ilkel sistemlerin kentleşme sürecini yavaşlattığı görülmektedir.

Sanayileşmeye öncelik veren ekonomik ve toplumsal kalkınma planları ve toprak reformları kentleşmeyi hızlandırmaktadır. Keleş, R., (1976) 1950'lerden sonra izlenen liberal ekonomi politikası ve sanayi yatırımlarının daha büyük kentlere ve büyük kentlerin çevresine yapılması, gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşen iç göçün yönünü etkileyen faktör olmuştur. Yine ülkemizi örnek verecek olursak aynı yıllarda "Marshall yardımı" olarak adlandırılan Amerikan yardımının ülkeye girmesiyle tarımda makineleşme hızlanmış, kentsel mekânlarda da spekülâtif yatırımlar artmış, ulaşım yatırımlarının yönü demiryolu yapımından karayolu yapımına kaymıştır. Bu oluşumlar ise köy ile kent, köylü ile kentliyi birbirine daha yaklaştırmış, bu da kırsal alan imkânını kente yöneltmiş, dolayısıyla kentleşme hızlanmıştır. Özer,İ., (1998)

Modernleşmenin "küreselleşme" sürecinde algılanması, "iletici" faktörlerle açıklanan göç olgusunu daha çok belirginleştirmiştir. Böylece iletişim ve ulaşım imkânlarının gelişimindeki devamlılık, bireysel yaşamın toplumsal yaşam karşısında öne çıkmasını ve sivil toplumun önünde seyretmesi ile toplumun hareketliliğini artırmasını olanaklı kılmıştır. İletici etmenlerin kentleşme sürecinde diğer etmenlerin etkilerini azaltma veya çoğaltma yönünde bir fonksiyonu mevcuttur. Haberleşme ve ulaşım olanakları ile değerlendirilen iletici etmenler, mekân tanımayarak kır-kent tüm alanlarda etkilerini göstererek kentleşmeye etki etmiştir. Haberleşme araçlarındaki ilerleme, televizyon gibi aracın yaygınlaşması kent hayatını kırsal planlara tanıtmış, kentin imkânlarını köylü vatandaşlara iletmiş, kentin imkânlarıyla tanışan kırsal alan insanı da bundan yararlanmak için kente göç kararını vererek, göç olgusunu gerçekleştirmiştir. Özer,İ., (1998) Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması kentleşmeyi olumlu yönde etkilemiştir.

1.1.4. Kentleşme ve Göç

Kentleşme olgusu genel olarak belirli öznel koşullara bağlanmasının yanında belirli bazı nesnel esas ve ilkelere de bağlanmaktadır. Daha öncede belirtildiği gibi normal doğurganlığın yarattığı nüfus artışı tek başına kentleşme olayının yaratıcısı değildir. Bu açıdan kentleşme, iç göçlerin doğal bir sonucu olarak ele alınmakta ve kentleşmenin nedeni iç göçtür denilmektedir.

İç göçler dünyanın her yöresinde, değişik ölçüde ve değişik nedenlerden ötürü varlığı kabul edilen bir olgu olup, “iticilik-çekicilik” ilişkisi içerisinde gerçekleşmektedir. Bu noktada göç olgusu ve göçün tanımını yaparken, göçün insanlar kadar eski olduğunu belirtmek gerekmektedir. Tümertekin, E., (1985) Çok eski dönemlerde ilkel kabilelerin beslenip barınabilmeleri için kendilerine uygun, beslenme ve barınma gibi ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri iklim ve tabiat şartlarını arayıp sürekli bir hareket halinde oldukları görülmektedir. Dolayısıyla ilkel topluluklarda “göçebe toplum” anlayışının yerleştiği göze çarpmaktadır. Bu bağlamda toplumların ve medeniyetlerin gelişim süreci içerisinde önemli bir yere sahip olan göç olgusunun ne olduğunu anlayabilmek için göçün tanımının ve çeşitlerinin bilinmesi gerekmektedir.

Göç, toplumun sosyal, kültürel, politik gibi tüm alanlarıyla yakından ilişkili ve bu alanları derinden etkileyen bir olaydır. Göçün, çok kapsamlı olması, meydana gelişıyla toplumda ve insanlarda büyük değişiklikler yaratması nedeniyle antropolog, sosyolog, planıcı ve idarecilere kadar herkesin ilgisini çekmiştir. İnsanlık tarihiyle bir paralellik gösteren ve 18.y.y.’da sanayi devrimiyle birlikte ivme kazanarak toplum yaşamındaki önemini ortaya çıkaran kırdan kente olan göçün, genel olarak aynı anlamı taşıyan değişik ifadelerle tanımı yapılmıştır. Bu genel tanımıyla göç, insanların kendilerine özgü nedenlerle yaşadıkları yerlerden bir başka yere doğru mekân değiştirmesidir.

Daha geniş bir tanımlamayla ise göç, kişilerin hayatlarının gelecekteki kısmının tamamını veya bir kısmını sürdürmek üzere tamamen veya geçici olarak bir yerleşim merkezinden, diğerine yerleşmek kaydıyla yaptığı coğrafi yer değiştirme olayıdır.

Kişinin mekânda yer değiştirmesi olarak tabir edilebilen göç olgusu, insanların belirli bir zaman boyutu içinde bir yerleşim alanından başka bir yerleşim alanına geçişi, başka bir deyişle insanların buldukları alanları uzun süreli veya tamamen terk ederek, diğer yerleşim birimlerine yerleşmek amacıyla yaptıkları yer değiştirme eylemi olarak anlatılmaktadır.

Coğrafi mekân değiştirme sürecinin sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi yönleriyle toplum yapısında değişikliğe neden olan nüfus hareketi olarak da tanımlanan göç

eyleminde kırsal alanların itme, kentsel alanların çekme etkileri görülmektedir. Neticede bir nüfus hareketi olarak değerlendirilen göçün toplumda ve insanda göç edilen yerde ve göç alınan yerde meydana getirdiği değişikliğin boyutunun yüksek olması onu önemli hale getirmektedir.

Göç, ekonomik imkânlarla nüfus arasında denge sağlayan, aynı zamanda da insanların, kabiliyet ve uzmanlıklarından en etkin biçimde faydalanmayı olanaklı kılan, kişilerin sosyal, kültürel, psikolojik isteklerini tatminine imkân veren olumlu bir mekanizmadır. Aynı zamanda sağladığı yararlardan çok problemlerle bir bünye kazanması durumunda ise mekanizmanın olumsuz bir işleyişe yöneleceği de unutulmaması gereken bir gerçektir.

Bir ülke içinde yaşayan insanların ülkenin bir yerinden diğer bir yerine, çalışmak, eğitim almak, iş kurmak ve yerleşmek amacıyla gitme olayına “iç göç” denilmektedir. Bir memleketin veya devletin kendi sınırları içerisinde cereyan eden iç göçler, bu memleket veya bölgedeki nüfus hareketlerinin, ilgili bölgedeki nüfus dağılışı üzerinde önemli etkileri vardır. Tümertekin, E., (1985) Öyle ki aynı bölgede kent ile kır arasındaki nüfus artış oranları arasında önemli ölçüde farklılıklar gözlenmekte, hane halkı sayısının kentlerde hızla artmasına karşılık, kırsal yerleşmelerde bu artış oldukça düşük düzeylerde kalmakta, kent ile kırsal yerleşmeler arasında görülen bu durum, yerleşmeleri kendi içindeki şartların doğal bir sonucu olarak değerlendirilebilmektedir.

Bir ülke sınırları içinde olan harekete denilen iç göç, çeşitli sebeplere bağlı olarak kent bilim literatürüne göre üç tipte incelenmektedir.

“1-Kırdan Kente

2-Kırdan Kıra

3-Kentten Kente” Keleş, R., (1976)

Bunlara ek olarak örneği ve önemi çok az da olsa kentten kıra olan göç eklenebilir. Bu sıralamada kırdan kente olan göç ilk sırayı alırken kentten kıra olan göç ise en az oranda seyretmektedir. İlk sırayı alan kırdan kente göçleri “kırın itmesi” ve “kent çekmesi” olarak incelemek gerekmektedir. Burada üzerinde durulması gereken nokta, kentlerde açık işsizliğin ve düşük istihdamın gittikçe artış göstermesine

rağmen, kırdan kente olan göçlerin hızında bir azalma olmaksızın devam etmesidir. Kentten kente olan göç ise bir kentte yaşayan kişilerin çeşitli sebeplerle bir başka kente göç etmesi şeklinde gerçekleşmektedir. Bu olgu temelde bölgesel, sosyal ve ekonomik dengesizliklerden kaynaklanmaktadır.

Bu tipler, göçün akım yönleri göz önünde tutularak sınıflandırılmıştır. Bunun dışında “Zorunlu Göçler” ve “Gönüllü Göçler” olarak da sınıflandırılabilir. Zorunlu göçte, bireyin karar verme durumu söz konusu olmazken gönüllü göçte birey veya aile çeşitli seçeneklerden biri veya birkaçı üzerinde karar vermektedir.

Gözlemlenen göçlerin çoğunluğu isteğe bağlı iken zorunlu olan göçlere ise güvenlik sebebiyle veya baraj yapılacak ve su altında kalacak olan köy halkının bir başka yere yerleştirilmesi örnek olarak verilebilir. Ayrıca göç edilen yerdeki kalış süresine bağlı olarak “geçici” ve “devamlı” olarak ayrı bir sınıfta da incelenebilir. İç göçlerin bir kısmının devamlı ve bir kısmının geçici oluşu bir ihtiyaçtan doğmaktadır. Geri dönmek üzere, gidilen yerde ikamet etmek amacıyla kalıcı olarak bir yere göç edilirse bu da devamlı göç olur. Tümertekin, E., (1985)

Günümüzde iç göç, belli bir zaman dilimi içinde belli bir yerleşme alanında yaşayanların, kendi istekleriyle yaşam yerlerini söz konusu yerleşme alanının dışına taşıyanların miktarı olarak tanımlanmıştır. Ancak bu tanıma dikkat edildiğinde, daha çok modern sanayi toplumları için geçerli olduğu anlaşılmaktadır. Oysaki tarım toplumunda insanlar toprağa bağlı oldukları için nüfusun kendi isteğiyle yer değiştirmesi söz konusu olmamaktadır. Dolayısıyla iç göçün içerisinde serbest bir karar ile yer değişme yanında, bir zorunluluk neticesinde yer değiştirmeye zorlanma gibi boyut ta bulunmaktadır.

Bu bağlamda, genel anlamda göç, belirli bir yerleşme merkezine nüfus oranını arttıran bir nüfusun, diğer yerleşme bölgelerinden akımı olarak anlaşılmaktadır. Bu şekilde nüfus oranı ile doğurganlık arasındaki denge bozulmakta, o bölgenin ekonomik ve demografik niteliği değişmektedir. Göç, büyük kitlelerin yerleşme alanlarını değiştirmeleri olarak ortaya çıkınca, bu değişkenliğin belirli bir yöre de aynı nüfus grubunun kendisine çekici bir etkenlik taşımasıdır.

Özellikle 1900'lü yıllardan sonra ekonomik ve teknolojik gelişim kentleri çok daha çekici bir duruma getirmiştir. Belirli kesimlerde el emeğine gereksinimin azalıp diğer bazı kesimlerde çoğalması, teknolojik gelişmenin getirdiği yenilikler, bu işleyişin bir sonucudur. Göçe etken olan itici ve çekici nedenler, ülkeden ülkeye değişmekle beraber, özellikle küçük çaplı üretimden büyük çaplı sanayi üretimine geçiş dönemlerinde ortaya çıkmaktadır.

Temeli tarımda kapitalistleşme ve sanayileşmeye dayanan kentleşme; sağlıklı bir kentleşmeye, planlı bir kent gelişimine yol açarken köylerde iticiliğe dayanan, sanayileşmenin gerekli büyümeyi gösteremediği ülkelerde ise; göç olayında daha çok iticilik etken olmakta ve dağınık düzensiz, sağlıksız kentleşme olmaktadır. Bu sağlıksız büyüme ise daha değişik ve ekonomik kalkınmaya paralel olmayan, dengesiz ve çözümü güç sorunlar olarak belirmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin hızla kentleşmesi, hızlı nüfus artışına, tarımsal gelişmenin yetersizliğine, sanayileşmenin yavaş olmasına, dış ticaret engellerine bağlanmakta ve mevcut kentsel yapının iç ticaretten çok dış ticaretin etkisi ile koşullanması, yavaş gelişen bu ekonomilerde çok hızlı bir kentleşme yaratmaktadır. Kentleşmeyi bilinçli bir politikanın ürünü haline getirmek, kaynak savurganlığını önlemekle beraber, köylerden kentlere akımın hızını, biçimini, coğrafi dağılışını ve kentlerde yarattığı sorunların çözümünü organize etmektedir.

1.1.5. Göç' ün Kentleşme Sürecine ve Toplumsal Gelişmeye Etkisi

Göç toplum bünyesinde meydana getirdiği değişiklikler ile sosyolojik, insan üzerinde meydana getirdiği farklılıklar ile de psikolojik boyutlara sahiptir. Göçler doğrudan doğruya ülkelerin veya daha küçük toplulukların nüfusunun gelişmesini etkileyen önemli faktörlerden biri olup, nüfusun yaş ve cinsiyet yapısında değişmeye sebep olduğu gibi toplumun yapısını, kültürünü, ekonomik, politik bütün kurumlarını etkilemektedir.

Kentleşme tanımı ile beraber algılanması gereken kırdaki "çözülme", kentte "yoğunlaşma" olgularında, göçün kırsal alanlarda ve kentsel alanlardaki farklılaşmaya etkisi anlatılmaktadır. Göç ile bir yerdeki nüfusun aktif kesimi gitmekte, daha az girişimci ve az dinamik kesimi kalmaktadır. Bu da net göç veren

yörelere gelişme hızlarını düşürmektedir. Gelişme hızı düştükçe göç artmakta ve geri kalmışlık ortaya çıkmaktadır. Kişinin yer değiştirmesine sadece üretim faktörü olarak değil, aynı zamanda da bir tüketim olayı olarak baktığımızda, göç veren yörelere Pazar olarak görevi avantajlarını yitirmekte oldukları, bunun da gelişmeyi bir başka yoldan etkiledikleri ortaya çıkmaktadır. Bunlar göçün kırsal alanlarda meydana gelen “çözülme” yönünü oluşturmaktadır. Keleş, R., Hamamcı, C., (1993)

Göç olgusu, yalnız insanların değil, aynı zamanda onlarla birlikte çeşitli yeteneklerin, sermayenin ve kültürlerin de fiziki mekân üzerindeki hareketliliği anlamını taşımaktadır. Bu nedenle genel olarak göç, göç veren yerleri etkilediği gibi göç alan yerleri de etkilemektedir. Özellikle farklı, sosyal-kültürel gruplara ait bireylerin göç yoluyla aynı kent merkezlerinde yaşamaya başlamaları, toplumsal bütünleşme ya da bütünleşmeme gibi sosyal olguların ve sorunların ortaya çıkmasında etkin rol oynamaktadır. Ülkedeki kentli nüfus kentlerde bir nüfus yığılmasına dönüştükçe, kentsel sorunlar yalnızca çevreye zarar vermekle kalmaz aynı zamanda toplumsal ve siyasal rahatsızlıkların da oluşmasına neden olmaktadır.

Özellikle kentleri büyük göç alan toplumlarda, hızla topraktan kopan ve kente gelen insanlar bir anlamda köyü kente taşımaktadırlar. Çünkü kentsel mekânlar, kentsel meslekler ve kurumlar yeni gelenleri sindiremeyerek bu yeni kitleyi kent dışına itmektedir. Sanayileşme hızından daha hızlı olan kentleşmenin ve kentlerin sosyal ve ekonomik altyapılarının tamamlanmamış hatta hazırlanmamış olması, kente gelen insanların iş, konut, hizmet, uyum ve güvenlik gibi ihtiyaçlarının karşılanmaması sonucunu doğurmuş, büyük problemleri de beraberinde getirmiştir.

1.2. HIZLI KENTLEŞME

Daha öncede değinildiği gibi, dar anlamda kent sayısının ve kentlerde yaşayan nüfusun artması olarak tanımlanabilen kentleşme, demografik, ekonomik ve sosyo-kültürel bir değişmeyi ifade etmektedir. Demografik anlamda kentleşme, nüfusun kırsal ve tarımsal alanlardan kente göç etmesi iken, ekonomik anlamda kentleşme, tarım ve hayvancılıkla uğraşan nüfusun başta sanayi olmak üzere, tarım dışı faaliyetlere kayması, sosyo-kültürel anlamda kentleşme ise, demografik ve ekonomik olarak kentleşen nüfusun kentin normlarını ve yaşayış biçimini bir tarz olarak benimsemesi, yaşaması, yani ‘kentlileşmesi’ demektir. Bu bağlamda kentlileşmeyi

temelde bir kültür değişmesi olarak tanımlamak mümkündür. Kentleşme için kent kültürünün geliştirilmesi yanında, kentte yaşayanların fiziksel ve davranışsal olarak da uyum içinde olmaları gerekmektedir.

Kentleşme adından da anlaşılacağı üzere, başlamış ve devam eden bir süreci ifade etmektedir. Bu sürecin sonunda gerçek anlamda bir kentleşmeden bahsedebilmek için yukarıda sayılan unsurların, bir arada yaşanması gerekmektedir.

Toplum yapısındaki ve ekonomideki değişmelerle yakından ilgili bulunan kentleşme, özellikle ikinci dünya savaşından sonra hız kazanmıştır. Kentleşme bir yandan kentlerin sayısını arttırırken, bir yandan da, kentlerin nüfus ve alanca büyümesine ve bu süreç içinde de, içyapılarında, örgütlenmelerinde önemli değişikliklere yol açmıştır.

Kentleşmeye hız kazandıran en önemli olguların başında göç gelmektedir. Kentleşmeyi ve göç olgusunu incelerken de değinildiği gibi; insanlar, ekonomik ve sosyal sebeplerin ve bazen de siyasal sebeplerin bir sonucu olarak yerlerini yurtlarını terk edip daha iyi yaşama şartları bulabileceğini umduğu kentlere doğru hareket etmektedir. Bununla beraber; sağlık, eğitim, sosyal hizmetler ve altyapı hizmetlerinde yaşanan sorunların gözle görülür bir şekilde ortaya çıkması göç eylemi ile kendini göstermektedir. Bu bağlamda kente yeni yerleşen halk kesimi birçok alanda hizmetlerin kendilerine ulaşmasını beklemekte ve hizmetlerin karşılanmaması veya karşılanamaması durumunda ise ihtiyaçlarını kendi yöntemleriyle gidermeye çalışarak marjinal hizmetlerde yığılmalarla beraber, mekânsal ve toplumsal karmaşanın oluşmasına neden olmaktadır. Keleş, R., (1975)

İnsanların sahip oldukları gelenekleri, görenekleri ve kimliklerinin değişim göstermesi de hızlı kentleşmenin ortaya çıkardığı karmaşanın sonuçlarından birisidir. Daha geniş bir ifadeyle hızlı kentleşme; kasaba ve köy yaşamının tarımsal ilişkilerle beslenen değer, kültür ve kurumlarının yanı sıra, kent yaşamının yurttaşlık ilişkileri ile beslenen değer, kültür ve kurumlarını da etkisi altına almaktadır. İsimsizlik, homojenlik ve kurumsal devasalık gibi boğucu özelliklere sahip hızlı kentleşme, insanlar arasındaki yakınlığı, benzersiz nitelikteki mahalleleri ve insani ölçekli bir politikayı içinde barındıran kentsel alanı etkilediği gibi, doğaya yakınlığı, kutsal bir

yardımlaşma anlayışını ve sıkı aile ilişkilerini barındıran kırsal alanı da ortadan kaldırmaktadır”. Robert, J., (1999)

1.2.1. Hızlı Kentleşme Sorunsalı-Çarpık Kentleşme

Hızlı kentleşmenin en önemli sorunsalı çarpık kentleşme olarak ortaya çıkmaktadır. Çarpık kentleşme, kenti hem fiziki, hem de sosyal yapı bağlamında ortaya çıkardığı sorunlarla karşı karşıya bırakmaktadır.

Çarpık kentleşme, kentlerin, yüksek nüfus artışı sonucunda, plansız ve denetimsiz olarak, gelişigüzel, altyapısız, her türlü estetik kaygıdan uzak bir şekilde merkezden dışa doğru büyümesi olarak ifade edilmektedir. Bu durum çevrede, insanca yaşamaya olanak vermeyen ilkel yerleşmelerin kenti kuşatmasına, merkezde ise mevcut dokunun tahribine, tarihsel, kültürel ve doğal değerlerin yok olmasına yol açmakta ve kentlerin karmaşası, insanların mutsuzluğu ve fakirliği, toplumun düzensizliği sonuçlarını ortaya çıkarmaktadır.

Bu sorunlu kentleşmenin ardında yatan temel öge ise sanayileşme ile kentleşme arasındaki uyumsuzluktan kaynaklanmaktadır. “Dünyada kent ve çevre sorunlarının kökeni, hızlı ve çarpık sanayileşmeye, sürekli kar olgusuna, teknolojinin insan ve doğa yararına kullanılmamasına dayanmaktadır. Bu bağlamda, insan nüfusunun büyük yoğunluğunun yaşadığı kentler, tüketim toplumunun, sürekli kara dayanan “gelişmelerin” talan ve yağmanın sonucunda insana yabancılaşan mekânlar halini almıştır. Robert, J., (1999)

Çarpık Kentleşmenin Neden Olduğu Sorunlar

Çarpık kentleşme, sürdürülebilir kentleşmeyi engelleyen bir özellik göstermektedir. Bilindiği gibi, “Sürdürülebilir Kentler” kavramı, insan gereksinimlerine günümüz kentlerinden daha iyi yanıt veren kentlerin oluşturulmasının yanı sıra, kent sistemlerinin gelecek kuşakların gereksinimlerinin kısıtlanmasını engellemeyecek biçimde geliştirilmesi gerekliliğini tanımlamaktadır. Oysa çarpık büyüyen kentlerde öncelikle doğal kaynaklar hızla yok olmakta, doğa, bir daha dönüştürülemeyecek biçimde tahrip edilmektedir. Çarpık kentleşme doğaya verdiği zararlarla beraber kentlerin kültürel mirasını oluşturan yapılara, görüntü kirliliğine ve sosyal karmaşaya da neden olmaktadır.

Doğal Çevre Sorunları: Çarpık kentleşme öncelikle içme ve kullanma su kaynaklarının kirlenmesi, hava kirliliği, toprak kirliliği, gürültü kirliliği, ekolojik dengenin bozulması gibi fiziksel çevre sorunlarına yol açmakta veya yaşanan sorunları arttırmaktadır.

Tarihi-Kültürel Çevre Sorunları: Çarpık kentleşme yol açtığı diğer bir ana sorun da İmar planı bulunan ve bu plan ile tarihi kültürel mirası günümüze taşıyan Antik kent ve mezarlık anıtlar, Cami, kiliseler, kaleler, sivil mimarlık örnekleri, doğal parklar, Milli parklar gibi koruma altına alınmış, çevresi ile bütünleşmesi için bir düzenleme getirilmiş tarihi-kültürel alanlarda yaşanan tahribat ve yok olma gibi sorunudur.

Sosyo-ekonomik Çevre Sorunları: Çarpık kentleşme, plansız gelişen konut alanlarında yaşayacak nüfus ve bu nüfus için gerekli sosyal ve teknik altyapı alanlarının planlanmamış olması toplumun sosyal yapısında birtakım sorunlara yol açmaktadır. Bu duruma; insanların eğitimsiz kalması, kamu hizmetlerinden yararlanamaması veya bu imkânlardan belirli standartların üzerinde erişme mesafesinde ve ihtiyaç miktarının altında yer alınması örnek olarak verilebilir.

Görsel Çevre Sorunları: Çarpık kentleşmenin oluşturduğu doğal kültürel alanlardaki düzensizlik ve karmaşa, çarpık kent mekânları, düzensiz sokak yapılaşma türleri, insan gözüyle incelendiğinde olumsuz etkiler bırakmaktadır. Şehirlerin gelişmişlik, temizlik ve düzeni ile tarihi, kültürel değerlerin korunması yabancı insanlar göz önünde bir toplumun aynası olduğuna göre çarpık kentleşmenin oluşturduğu sorunların bu açıdan bir görsel çevre sorunu olduğu ortaya çıkmaktadır. Sağlıksız ve plansız kentleşme olgusuna son yıllarda gelişmekte olan turistik amaçlı ikinci konut edinme isteklerinde, çok verimli tarım alanlarının yitirilmesine neden olmuş özellikle kıyıların yok edildiği, kentsel yaşamın can damarı olan su kaynaklarının kirlendiği, bu süre içerisinde koruma havzalarının da çarpık yapılaşmadan büyük ölçüde payını aldığı görülmektedir.

Kentler parçası oldukları toplumun aynası oldukları için, bütün bu sorunlar düzensiz ve sağlıksız kentleşmenin yanında toplum yapısındaki çarpıklığında ürünleridir.

Sonuç olarak, çarpık kentleşmenin;

- Toplumsal mutsuzluğa,
- Çevre kirlenmesine,
- Tarihsel, kültürel ve doğal değerlerinin yok olmasına,
- Verim kaybına,
- Kaynak israfına,
- Hizmetlerin aksamasına,
- Asayişsizliğe, güvensizliğe,
- Devlet düzeninin kurulamamasına,
- Büyümeyle doğan kent rantlarının kamu dışında yağmalanmasına, neden olduğu söylenebilmektedir.

Kaçak Yapılaşma-Gecekondulaşma

Kentler genellikle en verimli tarım arazileri üzerine kurulmaktadır. Örneğin, ülkemizin tarım topraklarının % 3'ünü teşkil eden birinci sınıf tarım toprakları kentleşme sürecinde yok edilmiştir. Rastgele gelişme sonucu parklar, kamuya açık dinlenme ve eğlence yerleri ve doğal manzaralar yok olmaktadır. Yine kamuya ait olması gereken sahil kesimleri binalar tarafından işgal edilmekte ve kent sakinleri için adeta yasak bölgeler haline gelmektedir.

Bir barınma sorunu gibi görünmesine karşın gecekondu olgusu da, gelişmekte olan ülkelerin birçoğunun büyük kentlerinde vardır ve benzer koşullar içinde, benzer nedenlerle oluşmuştur. Meksika'da Jacale, Panama'da Rancho, Brezilya'da Macambo, Arjantin'de Favela, Tunus'ta Gourbeville, Cezayir'de Casbah, Fas'ta Bidonville, Hindistan'da Bustee gibi adlar alan gecekondu, bu ülkelerde büyük kentler nüfusunun % 20 ile % 70'i arasında kalan bir kesimin yaşamını simgelemektedir. Keleş R., (1975)

Gecekondu, köylerden kentlere nüfus akınlarının ve ilgili ülkelerin toplumsal, ekonomik gelişme düzeyinin dolaysız bir ürünüdür. Gecekondu yerleşmelerini, bir başka deyiş ile denetimsiz yerleşmeleri, Afrika, Ortadoğu ve Lâtin Amerika ülkelerinde, bir Birleşmiş Milletler Uzmanı olarak inceleyen Charles Abrams ise, bu yerleşmelerin dokuz kümeye ayrılabilceğine değinmektedir. Keleş R., (1975)

Birinci kümede, gecekondusunun sahibi olan ve onda yaşayan küme gelmektedir (Owner squatter). İkinci küme, gecekonduda kiracı olarak yaşayanların kümesidir (Squatter tenant). Üçüncü küme, kira ödemekten vazgeçen ve ev sahibinin gecekondudan çıkarmaya korktuğu kişilerden (squatter holdover) oluşmaktadır. Dördüncü küme, gecekonduyu kiraya vermek için yaptıran, gecekondusu ağası (squattier landlord) denilebilecek olanları kapsar. Spekülatör gecekondusu ise, gecekondusu yapıp kiralamayı ya da satmayı uğraş haline getirmiş olanların kümesidir. Kimi gecekondular ise, dükkânlarda ya da öteki işyerlerinde kurulur ve yaşamını sürdürür. Bunlara "işyeri gecekonduları" adı verilebilir (store squatter). Yedinci küme gecekondusu, özel kişilerin toprağı üzerinde gecekondusu yaptıktan sonra, toprak sahibi ile pazarlığa girişen ve anlaşılan kimselerin kümesidir. Bunlara yarı-gecekonducu denilebilir (semi-squatter). Yüzen gecekondular adını alan sekizinci kümedekiler ise gecekondularını, bir limanda, ya da deniz üzerindeki sallara, mavnalara, deniz motorlarına kurmuş olanlardır (floating squatter). Son olarak, aynı aileden, kümeden, ortak işi olan ya da aynı kabileden ya köyden olup, birbirini özel ve kamusal karışmalardan korumakta işbirliği ve yardımlaşma içinde bulunanlar (squatter cooperators) gelmektedir. Keleş R., (1975)

1.2.2. Hızlı Kentleşmenin Toplumsal Gelişmeye Etkileri

Kentlerin büyümesi artık sadece o kentte yaşayanların sorunu olmaktan çıkmakta ve hızlı kentleşmenin bir sorunsalı olan çarpık kentleşmenin yarattığı sorunlar ile de tüm ülke ekonomisini ve toplumsal barışı olumsuz etkilemektedir.

Bu bağlamda, bu olumsuz etkilerden dolayı kent merkezleri her bakımdan tıkanmakta ve yaşanmaz duruma gelmektedir. Bu tıkanma; büyük zaman, işgücü ve para kaybına neden olmakta, bu da merkezden kaçışı hızlandırmaktadır. Kentler bu nedenle de daha çok yayılmakta, merkezdeki büyük yapı stoğı atıl kalmaktadır. Atıl kalan bu yapı stoğı özel mülkiyetlere ait ve kamusal alan olarak inşa edilen alışveriş merkezleri ve iş merkezleri yatırımı olarak değerlendirilmektedir. Bu da kent işgücünün büyük bir yüzdesinin, kent sınırlarının çok dışındaki uzak mesafelerden gidip gelmek zorunda kalmasına neden olmaktadır.

Kente yeni göç eden nüfusun çevredeki düzensiz yerleşmesi, her türlü insanca yaşama koşulundan uzak, altyapısız, diz boyu çamur ya da toz içinde kent parçaları

yaratmaktadır. Başlangıçta bir barınma çözümü gibi görünen tek katlı gecekondular, zaman içinde spekülasyon aracı olarak yerlerini beş altı katlı apartmanlara bırakmakta, şehir çevresinde şehri boğan sağlıksız, yoğun yerleşmeler oluşturmaktadır. Bunun sonucunda yalnızca görünüş çirkinliği değil, mutsuz, huzursuz, topluma hatta kendilerine düşman sağlıksız bir toplum yaratılmaktadır. Böyle bir toplumun üretken ve verimli olması beklenemeyeceği gibi, sağlıklı insan kaynağına dayanmayan bir kalkınmanın gerçekleştirilemeyeceği de bir gerçektir.

1.2.3. Kentsel Dönüşüm

İlk kentlerden günümüze kadar olan dönemde, kentler farklı mekânlarda sürekli bir değişim ve dönüşüm sürecinin içinde olmuşlardır. Bu ise, kent koşullarının ya da kent yaşamının olağan bir sonucudur ve kentsel formun yani fizik mekânın devingenliğini işaret etmektedir (Harvey, 1999).

Söz konusu dönüşüm kentin ve kent yaşamının tüm boyutlarını etkileyen oldukça kapsamlı bir biçimde ve çok hızlı gerçekleşmekte ve bunun yanında farklı betimlemelere konu olan çöküşleri, gerilemeleri içermektedir. Pozitif ve negatif özellikleri veya bu doğrultuda yarattıkları algı ile kentte var olan toplumsal kesimler açısından yaşanılabilirliği sorgulanan kentler; tarihsel süreç içerisinde farklı zaman dilimlerine bağlı olarak ekonomik, sosyal, kültürel, mekânsal, teknolojik ve yönetsel dönüşümleri hızlı ve yoğun bir biçimde yaşamışlardır. Ancak hiçbirisi sanayi kentine geçiş ile buradan küresel kente geçiş kadar baskın ve belirleyici olamamıştır.

Kentsel endüstriyel yani modern dünyaya geçiş, kentlerin yeniden kurulma sürecinde “mevcut strüktüre müdahale etme ve onu başkalaştırma” anlamını taşıırken, bu süreçte en dikkat çekici olan ise; “eskiye ait olanın yıkılması, yerine yeninin yapılmasıdır. Bu modernist bakış açısına biçim veren öğeler olarak; karmaşık sanayi toplumlarının yeni gereksinimleri, araçları ve teknolojileri ile rasyonel bir ilerlemeden geçmekte olan evrensel bir tarihin gereksinimleri, araçları ve teknolojilerinden oluşmaktadır. Üretimi fabrikaya bağlı hale getiren modernizm ve modern sanayi kenti, iş ile evi ayırmış ve hiçbir ülke, kültür ya da coğrafyanın dışında kalamayacağı bir güç olarak kabul edilen kapitalizme dayalı kent ekonomisinde, çalışanlar iş güçlerini satarak çalışmaya ve yaşamaya başlamışlardır.

Büyüme sosyal refahın kilidi olarak görülürken, teknolojideki gelişim ve sermaye birikimi bir yandan endüstriyel yaşamın kırsal alanlara doğru yayılmasına, bir yandan da kentsel nüfusun büyümesine neden olmuştur (Thorns, 2004).

Son 30 yıllık dönem ise, başta Avrupa ve Kuzey Amerika kentleri adına sanayi ekonomisinin sermaye birikiminin yaşadığı ve küreselleşme olarak adlandırılan dönüşümü anlatmaktadır. Küreselleşme veya üretim sistemlerinin değişimi ile birlikte toplu pazar yeri için büyük ölçekli mal üretiminden doğan sermayeye dayalı kent sistemlerinden, küresel olarak organize olan bilgi hizmetlerinden üretilen sermaye etrafında kurulan yeni kent sistemlerine geçilmiştir. Bir diğer deyişle; özellikle batı kentlerinin ekonomilerinde sermaye birikiminin endüstriyel yapılanma ve ekonomik büyümeye dayalı hali, tüketimin ve finans ağırlıklı sektörlerin egemen olduğu bir yapılanmaya dönüşmüştür. Bu durum modernizme ait “ulus” ve “kent” gibi iki önemli değeri aşındırmaya başlamış; ulus ötesi anlayış, kentleri yeni güç ve fırsat hiyerarşilerinin olduğu uluslararası düzlemde yarışmaya zorunlu kılarak, kapitalizm; son aşaması olan ideolojik ve ekonomik yeni liberal politikaları ile kentin de satılıp alınan bir meta olarak algılanmasını başarmıştır. Böylece kentler yoğun tüketim normları ile birlikte ekonominin merkezine taşınmaya başlamıştır.

Dünya kentlerini etkisi alan bu süreçte, kentler bir yandan aldığı göçler sonucunda artan nüfusuyla büyümesini sürdürürken, öte yandan dünya kenti kavramıyla serbest pazar ekonomisinin taleplerine teslim edilmiş; yeni ulaşım arterleri üzerinde hızla ortaya çıkan iş ve alışveriş merkezleri, olası her yönde yayılan konut alanları ile kent çeperlerine yayılmaktadır. Bu bağlamda metropolden megapole evrilen büyük kentlerde mekânsal yayılma toplumsal ayrışmayı çarpıcı bir biçimde ortaya koyarken, bu ayrışmayı daha da güçlendirmektedir.

“Kamu yararı” gözetilen bir kentsel gelişme politikasının bulunmadığı, kentsel gelişme stratejilerinin salt serbest piyasa ekonomisinin spekülasyon amaçlı taleplerine göre yön değiştirdiği bu yeni düzende kent mekânı parçalanarak özelleştirilmektedir. Kent, kentlilerin ortak olarak paylaştıkları bir kamusal alan olmaktan çıkarak, farklı toplum gruplarının sahiplendiği herkes tarafından erişilebilir olmayan özel alanlara bölünmekte ve kent ile birlikte kentin kamusal alanı da çözülerek yok olmaktadır.

Bunun yanı sıra, bilginin, teknolojinin üretildiği, ulaşım ağları ve iletişim ile karşılıklı ilişkilerin kurulduğu, etkileşimin yaratıldığı yeni rolleri de kentler üstlenir olmuştur. Giderek üretim biçimlerindeki değişim, üretime ilişkin dünya ölçeğinde yeni yer seçimi kararları ve sanayisizleşme özellikle Batı Avrupa ve Kuzey Amerika'daki kentlerde önemli uyum sorunları ve kentsel sistemlerde değişiklikler yaratmıştır. Bu sonuç ise; kentin, kentsel sistemlerin bir dönüşüm mekânı olduğu kabulü ile bundan ne anlaşılması gerektiği tartışmalarını yoğunlaştırmıştır (Thorns, 2004). Bu doğrultuda küreselleşmenin kentler üzerindeki etkileriyle ilgili farklı yaklaşımlar ortaya atılmıştır. Dönüşüm sürecinin kentin her türlü mekânında bir "homojenleşme" yarattığını savunanlarının yanı sıra, yerler birbirine benzer hale gelmiyor, tersine küreselleşme yerel değerleri daha çok öne çıkararak özgün kimliği destekliyor düşüncesini öne sürenlerde bulunmaktadır. Görünen o ki; bu bağlamda daha çok araştırmaya gereksinme duyulmaktadır (Oruç, 2004). Böylesi tartışmalara konu olan ve ağırlıklı 1980 sonrası izlenen bu yeniden yapılanma devletin yeni rolünü de belirlemiş ve yerel yönetim ilişkileri yeniden kurgulanmıştır. Geline aşama; devletin küçülmesi, özelleşme, özelleştirme ve sanayisizleşme bağlamında kentlerin ekonomik sorunlarını kendi başlarına çözme ve devletin gittikçe azalan maddi desteğidir. Sosyal refah devleti anlayışından oldukça erken vazgeçen gelişmekte olan ülkelerde ise süreç, kentler adına; kaderlerine terk edilme ile eş anlamlı olmuştur.

Gerek değinilen bu nedenler, gerekse uluslararası sermayenin akışkanlığının artması kentleri girişimci olmaya zorlamıştır. Ekonomilerinin yeniden canlandırılması, istihdam yaratılması ve bunun keskin bir yarışma ortamı içinde yapılma zorunluluğu yeni politika ve stratejileri gündeme getirmiştir. İşte bu noktada kentler açısından yeni bir proje olarak "kentsel dönüşüm" önem kazanmıştır. Ya da merkezi yönetimin desteğini kaybeden yerel yönetimler veya kentler adına özel sektörle yapılan işbirliği yeniden canlandırma ve kentsel dönüşüm için yeni bir çıkış noktası olmuştur.

Bir diğer ifade ile merkez-yerel ve sermaye arasında yeniden biçimlenmeye başlayan sözü edilen ilişkilerin modern kentin temel unsurlarını ve vazgeçilmezlerini aşındırması bağlamında kentsel dönüşüm kavramı, metalaşan kent topraklarının alışveriş merkezleri gibi yapılarla yeniden değerlendirilip işlevlendirilmesi amacı ile karşımıza çıkmıştır. Neoliberal küreselleşmenin ideolojik ve ekonomik sonuçlarının

ortaya koyduğu “dünya kenti” ile “küresel kent” tanım ya da kent ideolojileri hemen hemen tüm ülkelerde egemen kılınmaya çalışılmıştır. (Görgülü 2005)

Dünya ekonomisinde bu söylem ve program doğrultusunda yaşanan dönüşümler; dünya kenti ve küresel kent yapılanmasını serbest piyasa güçleri aracılığı ile zorunlu kılmış veya kaçınılmaz olduğu varsayımı ile yaygınlaştırılmıştır. Üretim biçiminin değişimi, ekonominin yeniden organizasyonu, sanayinin merkez ülkelere çevre ülkelere desantralize edilmesi ve buna karşın finans ile hizmet sektörünün gelişiyor olmasının ardından ülkelerin bu süreci küresel ölçekte ancak küresel kentler ile denetleyip, yönetebileceği öne sürülmüştür. Dolayısıyla artık ulus devletlerin yerine kentlerin ve bölgelerin bu yeni ekonomiye eklenme gereğine vurgu yapılmıştır (Öktem, 2006).

Kentlerin bu düzlemde yarışabilmesi, bir başka deyiş ile akışkanlığı küresel olan sermayeden pay alabilmesi, özellikle çevre ülkelerin, sosyal-toplumsal mekânlarında yeni strateji ile politikalar etrafında yeniden organize olması, “yeni imaj”ını beklendiği gibi sunması ve anlatması ile eş anlamlı olmuştur. Küresel pazar ekonomisinin biçimlendirdiği bu yenedünya düzeninde, yatırımcıların kâr amaçlı, rekabete dönük beklentileri en etkin biçimde karşılanmaktadır. Bu bağlamda; kenti, kentsel mekânı dışlayan, kent merkezlerine alternatif olma düşüncesiyle ortaya çıkan son dönem mimarlık ürünleri olan çok amaçlı alışveriş merkezleri, popüler kültür için yaratılan imgeleri ve ithal edilmiş yaşam tarzını kullanan kent dışı projeleri, imge yaratma amacının öncelikli tasarım motifi olduğu şirket binaları, simge olmaya çalışarak birbirleriyle yarışan yüksek ofis blokları üretilmektedir.

Literatürde farklı tanımlamalara sahip olmasının yanı sıra içinde barındırdığı yenileme, koruma, sağlıklılaştırma, yeniden canlandırma gibi kavramlarla dinamik yapısının altı kalınca çizilen kentsel dönüşüm kavramı; batıda 19. yüzyıldan itibaren uygulama alanı bulmaya başlamıştır. Daha önce değinildiği gibi; süreç içinde egemen politika ve stratejiler bağlamında amaç, hedef ve kapsamında değişiklikler olsa da; ilk çıkışı plansız ve denetimsiz büyüyen özellikle büyük kentlerin, metropoliten alanların yeniden yapılandırılıp, biçimlenmesinde yeni bir ateşleyici, yeni bir planlı eylem olarak görülmesiyle başlamıştır.

19. yüzyılın ikinci yarısında sanayileşmenin getirdiği göç sonucunda salt barınma amaçlı yapılan konut alanlarının iyileştirilmesi ile başlayan, aynı amacı her iki büyük savaş sonrası ortaya çıkan yıkımı aşma adına yerleşmelerin yeniden inşasında da sürdüren kentsel dönüşüm, bu yönü ile birçok olumlu anlamı bünyesinde barındıran bir kavram ve uygulama alanı olarak karşımıza çıkmıştır.

Kentli yoksul sınıfların olumsuz barınma koşullarının yine bu sınıflar için daha yaşanılabilir fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel mekânlara sahip olabilmeleri amacıyla İngiltere'deki kentlerde başlayan ve giderek diğer Avrupa ülkelerine yayılan bu müdahale yöntemi, biryandan da suç ile bütünleştiği varsayılan kentsel çöküntü alanlarına da çözüm getirmeyi hedeflemiştir. Kentsel dönüşüm kavramına olumlu anlamlar yüklenmesinin temel nedeni olan bu çabalar, 1950'li yıllarda Kuzey Amerika'da başlayan "kentsel yenileme" uygulamaları ile birlikte söz konusu anlamları olumsuzluğa taşımaya başlamıştır. Mevcut düşük gelirli nüfusu yerinden eden ve bu alanlara getirisi daha yüksek olan ofis, lüks konut, iş merkezi gibi yapılaşmaları öneren bu uygulamalar, bir yandan kent topraklarının artık metalaşır olduğunu anlatırken, kentleri soylulaştırma kavramı ile tanıştırmış, bir yandan da Avrupa ülkelerini etkisi altına almıştır. Refah devletinin konut alanlarına ilişkin kullanıcıyı koruyan reformist dönüşüm çabalarını örselemeye başlayan bu yeni senaryo; giderek uygulama alanlarını genişletirken, modern devletin, toplumun vazgeçilmez unsurlarını da (planlama, kamu yararı, sivil toplum, barınma hakkı, uzlaşma, özel mülkiyete müdahale gibi) devlet-sermaye ilişkisini iyice baskın kılacak biçimde yalnızlaştırmaya başlamıştır (Kocabaş, 2006/Kurtuluş 2006).



Stratford City, Londra-kentsel dönüşüm projesi

Amerika Birleşik Devletleri'nde kentin ve tüm toplumsal sınıfların mekânda varlığını nasıl sürdüreceği sorusunu açan, ancak küreselleşme bağlamında yeniden biçimlenen devlet-sermaye-emek ilişkilerinde de yeni üretim ve paylaşım süreci başlatan bu uygulamalar, başta İngiltere olmak üzere yukarıda vurgulandığı gibi diğer Avrupa ülkelerini de etkisi altına almıştır. Sonuçta, gayrimenkul eksenli kentsel dönüşümün aktörleri emlak pazarının yönlendiricileri olmuşlar ve 1980'lerin İngiltere'sinde başta Londra olmak üzere diğer büyük kentlerini de bu etki altında, dünya kenti yapma uğraşısı içine girmiştir.



Thames-Gateway, Londra-kentsel dönüşüm projesi

Kamu'nun oldukça önemli finansal desteği ile başlatılan bu projelerin ve diğer ülkelerdeki benzeri uygulamaların sonuçları göstermiştir ki; ekonomik ve sosyal hedefler ilgili tüm kesimleri kapsamadığı sürece yoksulluk, ayrışma, mekânsal eşitsizlik ve sosyal adaletsizlik giderek daha da güçlenmektedir. Dolayısıyla kentlere dönüşüm proje ve uygulamaları ile sağlanacak katkının yalnızca gayrimenkul inşa etmenin ötesinde bir anlamı olması gerekmektedir. İşte bu farkındalık, kentsel dönüşümün stratejilerini 1990'lara kadar yaşanan emlak eksenli ağırlıktan; yoksulluğa çözüm arayan, bu sayede toplumsal dışlanma, ayrışma ve bölünmeleri gidermeye yönelik, eğitim aracılığı ile iş olanakları yaratmaya çalışan ve giderek kültür, ekoloji gibi daha yaratıcı eksenleri de kapsayarak yereli gözetken önemseyen bir genişliğe doğru taşımaya başlamıştır. Sonuçta sürekli, dengeli ve eşitlikçi bir gelişmeyi hedefleyen bu yeni stratejiler; gayrimenkul eksenli kentsel dönüşüm uygulamalarının üzerini örttüğü mahalle gelişme planı, yerel gelişme planı gibi kavramlara tekrardan yaşama alanı kazandırmıştır. Bu sayede kentsel dönüşüm mahalle ölçeğinde yeniden irdelenip, yine başta İngiltere ve ABD olmak üzere örnekler verilirken, konunun belediyelerden daha çok devletin görevi ve bu amaçla

planlı gelişmeye planlı bir devlet müdahalesini gerektiren yeni modellere gerek olduğu anlaşılmıştır. (Görgülü v.d. 2006). Bu model ya da uygulamaların temel özellikleri; özgün ve özel ulusal koşullara bağlı olarak programların hazırlanıyor olmasının yanı sıra, genişletilmiş bir kentsel planlamanın ve kentsel stratejilerin bir eylem alanı olması ve düşük gelirli kesimlerin yaşadıkları mahalleleri ile birlikte ve her türlü mekânı ekonomik, sosyal, kültürel kapsayacak biçimde kalkındırılmasını, koşullarının iyileştirilmesini ve bunun sürdürülmesini sağlamak biçiminde açıklanabilmektedir. Bu konuda özellikle son yıllarda kentsel dönüşümün kavranması bağlamında, ülkelerin, kentlerin, mahallelerin özel ve özgün koşulları uyarınca birçok strateji, ona bağlı amaç, hedefler ve modeller geliştirilmiştir.

Sonuçta; kavramın ortaya çıktığı batı ülkelerinin deneyimleri, bir müdahale biçimi olarak kentsel dönüşüm olgusuna yaklaşımların çeşitli aşamalardan geçtiğini ve kentsel politika alanında yerini aldığını göstermektedir. Bu değişim süreçlerini başlatan olguların, dönemi içinde ortaya çıkan sorunlara çözüm üretme ve geliştirilen vizyon doğrultusunda fiziksel, sosyal ya da ekonomik dönüşümleri gerektiren politikalar olduğu izlenmektedir.

Bu bağlamda, kökeni 19. yüzyılda temellenen kentsel dönüşüm, zaman içinde kentsel yenilemeden, kentsel yeniden canlandırmaya yalnızca fizik mekân odaklı bir eylem alanı olmaktan sosyal, ekonomik ve çevresel sorunları da kapsayan daha bütünleşik bir yaklaşıma doğru evrilmiştir. Roller ve sorumlulukları sosyo-ekonomik ve politik değişimler etkisinde biçimlenen dönemlere göre farklılaşan, ama baş aktörleri kamu, özel sektör ve sivil toplum olan kentsel dönüşümün yaşadığı deneyimlerin aşağıda sıralanan dört aşamadan geçtiği ifade edilebilmektedir (Görgülü v.d. 2006).

- a) 1960'lara kadar devam eden "devlet eliyle toptan yeniden geliştirme ve kentsel yenileme",
- b) 1960'ların ortalarından 1970'lere kadar devam eden çok boyutlu "yeniden gelişim" ve "sağlıklaştırma" çalışmaları,
- c) 1970'lerden 1990'lara kadar devam eden "gayrimenkul eksenli kamu-özel ortaklığı dönüşümleri",
- d) 1990'ların ikinci yarısından itibaren ortaklık modellerinin çeşitlenerek devam ettiği ve "toplumun yeniden hatırlandığı" dönüşüm çalışmaları .(Görgülü 2005)

1.3. ÇAĞDAŞ KENTLEŞME DİNAMİKLERİ

1.3.1. Küreselleşme

Küreselleşme, en basit tanımıyla para ve malların dünya üzerindeki hareketliliğinin artmasıdır. Robertson, küreselleşme sürecinin coğrafi keşifler, güneş merkezli evren teorisi, dünyanın ilk haritasının yapılması, böylece Yer'e ilişkin ilk genellemelerde bulunulması ile başladığını belirtmiştir. (www.genbilim.com) Globalleşme süreç ve eylemlerinin birkaç yüzyıldır sürdüğü görülmektedir (Aslanoğlu, 1998).

Küreselleşme 1980'lerin başından beri yaşanan gelişmelerin yarattığı hız'dır. Bu gelişmelerden küreselleşmeyi üretim, ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ortaya çıkarmaktadır. Ancak bu çalışma kapsamında küreselleşmeye çok boyutlu penceresinden bakmak yerine kentsel gelişme bağlamında incelendiğinde; küreselleşme, kente alınıp satılabilen bir meta olarak bakmakta ve kentler kullanım değerinin değil, değişim değerinin odaklandığı yerler olmaktadır. "Küreselleşmecilerin iddiasına göre kentler, küreselleşmenin motor gücü olacaklardır. Önemli olan kentlerin yarışmacı üstünlüklerini kullanarak sermayeyi kendilerine çekmeleridir. Bu çağ kentler arasında yarışmanın çağıdır. Kentler de sermayenin yoğunlaştığı birim olmaktadır."(Bauman 1999) Bu anlayışa göre önemli olan kentsel topraklardan çok kar elde etmektir. Bu tutum günümüz kapitalizmin gelişim evresiyle son derece uyumludur. Çünkü amaç kar olunca kentte yaşayan alt sınıfların sosyal, kültürel ve siyasal yaşamları onu ilgilendirmemektedir. Küreselleşme sürecinde dışarıya açılan kentlerde uluslar arası sermayeyle bütünleşen yeni bir burjuvazi doğmuş ve eski geleneksel ilişkilere bağlı kalmış olan diğer burjuva bloku arasında rekabet başlamıştır. (Bauman 1999)

Günümüz kentleri, küreselleşme süreçleri ve serbest pazar ekonomisinin sınır tanımaz egemenliği altında, ulaşım ve iletişim teknolojilerinin de hızlı gelişimi ile daha önce görülmemiş boyutlarda büyüme ve yayılma göstermektedirler. Kır-kent ayrımını ortadan kaldıran bu kentsel yayılma süreçleri ekolojik açıdan olumsuz sonuçlar doğururken, öte yandan, kentsel alanların coğrafi mekândaki büyümesi karşısında mevcut kentsel yapılar hızla çözülmekte; kentsel alanın çeperlere doğru hızla yayılması toplum gruplarının kesin sınırlarla birbirinden ayrışması yönündeki eğilimleri güçlenmektedir. Bu süreçler sonucunda kent, tüm kentlilerce paylaşılan bir

kamusal alan olmaktan çıkarak, bir araya gelemeyen toplumsal gruplar tarafından bölüşülmüş bir yerleşim alanları kümelenmesine dönüşmektedir. Yenedünya düzeni olarak tanımlanan serbest pazar ekonomisinin belirleyiciliği, gelişmekte olan ülke kentlerinde küresel dünya düzenine eklenilebilen gruplar ile giderek yoksullaşarak marjinalleşen gruplar arasındaki ayrışmayı güçlendirmekte; bu ayrışmanın mekânda somutlaşması ile kentlilerin paylaştıkları bir kamusal alanın var olma zemini de ortadan kalkmaktadır.

1.3.1.1. Küreselleşmenin Kentlere Etkisi

Dünya giderek daha fazla kentli olmaktadır. Gelişme politikalarının çoğu, endüstrileşme, bunun sonucu olarak da kentleşme üzerine kurulmuştur. Her ne kadar 1960'lı yıllardan sonra hızlı kentleşmenin yaratmış olduğu sorunlar tartışma konusu olsa da kırdan kente yönelik bölgeler arası göçler özellikle gelişmekte olan dünyada devam etmektedir. 1950'lerde gelişmekte olan dünya nüfusunun %83'ü, 1975'lerde %75'i kırsal alanlarda yaşarken 1990'ların sonunda ise yaklaşık yarısı kırsal alanlarda yaşamaktadır. Dolayısıyla, 2020'lerde dünya nüfusunun 2/3'ünün kentlerde yaşayacağını ortaya koymaktadır. (Karakurt 2002)

Gelişmekte olan ülkelerin göreceli gelişmiş kentleri kırsal kesimde hızlı ve yoğun göçmen kabul etmektedir. Nüfus dengesiz ve kontrolsüz olarak kentsel yerleşim alanlarına akmaktadır. Gelişmiş endüstri toplumlarında kır ile kent arasındaki yaşam farklılığı giderek kapanmışken gelişmekte olan toplumlarda bu farklılık daha geniş olarak kalmıştır. Gelişmekte olan toplumlarda farklılıkların sosyal, politik, ekonomik, kültürel alanlarda devam ettiği gözlenmektedir. Kentsel yaşam deneyiminin gelişmekte olan dünyada çok daha yeni olması, kentsel yerleşim alanlarının altyapı yetersizliği, sosyal kurumlarının oluşmaması istem dışı büyük göç akınlılarının baskısı altında kalması kentleşme sürecine yeni sorunların eklenmesine neden olmaktadır. Endüstrileşmiş ülkelerdeki gelişme ve değişme, endüstrileşme ile kentleşmenin birlikte oluşum sürecinde sosyal, ekonomik, politik ve kültürel bütünleşme ile devam etmiştir. Ekonomik ve sosyal yapıdaki değişim, göçlerle büyüyen kentler için politik kurumlaşma ve örgütlenmeyi de sağlama olanağı bulmuştur. (Eraydın 2001)

Ekonomik büyüme ve kentleşme politikalarında önemli rol oynayan emek, sermaye, donanım ve bilgi dolaşımının yeterli biçimde plan ve programa bağlanamaması göçün nedeni olarak kabul edilmektedir. Dengesiz büyüme politikalarının sonucu olarak görülen nüfus hareketliliği, gelişmekte olan dünyanın belirli kentlerini baskı altına almıştır. Türkiye'nin de içinde bulunduğu ikinci derecede endüstrileşen gelişmekte olan dünyada az sayıdaki belirli kentler, içselleştiremeyeceği sayıda kabul ettiği göçlerle sadece altyapı yetersizliği ile değil aynı zamanda sahip olduğu doğal kaynakların tükenme sorununu da yaşamaktadır. Gelişmiş dünya kentlerinde sağlıklı çevre anlayışı ve doğal kaynakların korunması politikaları işlerlik kazanırken, gelişmekte olan dünya kentleri konutlaşma, su, kanalizasyon, ulaşım, enerji ve kentsel işsizlik sorununu çözme uğraşındadır. Kentsel doku uluslar arası ilişkilerin öngördüğü refah anlayışına göre yeniden şekillenmekte ve kentler endüstriyel üretim merkezi olma özelliğinden çıkmaktadır. Yoğun nüfusun doğal kaynaklar üzerindeki baskısını azaltmak (su, hava, toprak kirliliği gibi) kentlerin temel hedefleri haline gelmiştir. Bugünün kentleri hizmetler sektörünün yoğunlaştığı toplumsal ve kişisel ihtiyaçlara yanıt veren rekreasyon alanları, kültürel ve bilişim merkezleri haline gelmektedir. Ekonomide mal ve hizmet dolaşımını sağlayan kentler sadece kendi hinterlandı için değil, tek pazara giden dünyada uluslararası dolaşıma katılan örgütlenmeleri de oluşturmuştur. Yeni bir ekonomik anlayış, beraberinde yeni bir insan kaynağı modelini ortaya çıkarmıştır. Öğrenmeye açık, kültürel ve bilişim kaynaklarına ulaşabilen insan kaynağının dünya ile bütünleşmede etkin rol oynayabilecek yeteneklere sahip olması beklenmektedir. (Akbalık E.2004)

Küreselleşmenin yarattığı yeni değerlerle sadece kentler fonksiyonel kimlik farklılaşmasına gitmemekte, aynı zamanda “kentli kimliği” de dönüşüme uğramaktadır. Kent alanları konut ve iş alanlarının dışında, kentlinin kendine ayırdığı zaman dilimini değerlendireceği, ulusal ve uluslar arası gelişmelerin öngördüğü mekânsal düzenlemeleri oluşturmaktadır. Kültür, sanat, spor merkezleri ve eğlenme dinlenme faaliyetlerinin yer aldığı yapılanmalar yeni “kentli” anlayışına göre düzenlenmektedir. Bu mekânlar kültür zenginliği olarak kabul görmektedir. Kentsel yaşam biçimine yeni bir anlam taşımaktadır.

Kent, küresel-yerel geçirgenliği ve etkileşiminin yaşandığı mekân olarak da tanımlanmaktadır. Küreselleşmenin bölgesel etkisine benzer bir etkisi de kentlerde

gözlemlenmektedir. Kentin bazı alanları seçilmiş alan ilan edilip geliştirilirken, küreselleşme diğer alanları göz ardı etme eğilimindedir. (Eraydın 2001)

Küreselleşmenin bir sonucunun kentlerin otonomi kazanması olduğu teorilerden bir diğeridir. (Castell, M. 1997) Kentler, bağlı buldukları ulusal ekonomiden bağımsız olarak hareket edecek, canlı organizmalar olarak tanımlanmaktadır. Kentler neden durup dururken otonomi kazanmaktadırlar? Öncelikle kentlerin dünya ölçeğinde sermayeyi kendilerine çekmek adına bir yarış içerisine olduklarından söz etmek mümkündür. Bu yarış, aslında devletin bir kenti ön plana çıkartarak ulusal ekonomiye girdi sağlama amacından kaynaklanmaktadır. Finansal piyasaların deregülasyonu beraberinde planlama hukukunun deregülasyonunu da getirmiştir; çünkü devlet, yatırımcının kentinde yatırım yapması için elinden gelen bütün tavizleri vermeye hazırdır. (Castell, M. 1997) Kente sermayenin çekilmesi ve kentin küresel boyutta çekici kılınması için yapılacak yatırımlara gücü yetmediğinde ise yetkileri yerel yönetimlere aktarmaktadır. Bu noktada yerel yönetimler girişimci gibi hareket ederek, kenti pazarlamak adına özel sektörle işbirliği yaparak projeler üretmektedir.

Bu aşamada açıklıkla görülmelidir ki kentlilik bilinci, küreselleşme süreçleri tarafından engellenmektedir; küresel kent coğrafya ötesi'dir, herhangi bir yere bağlı değildir. Küreselleşmenin en belirgin etkileri, açıktır ki, kentler ve kentliler üzerinde hissedilmektedir. Hiçbir yerin kentinin kentlilerinin kendilerini bu kente ait hissetmeleri de bu şartlar altında mümkün olmamaktadır. Aidiyet hissetmeyen kentli, kentine sahip çıkmamakta, bir başka deyişle, kentler farklılaşma arayışı ve çabası içinde gitgide birbirlerine benzemektedirler. Bu bağlamda, kent yönetim sisteminden başlayarak kent; fiziksel mekânı, kentlilerin yaşam tarzları, tüketim alışkanlıkları, giderek ekonomik ve toplumsal yapı üzerinde son dönemlerde yaşanan değişimlerin pek çoğu küreselleşme ile başlayan politika ve uygulamaların izlerini taşımaktadır. Bu yeni küresel sistem ile kentler de ekonomileri, yaşam tarzları ve insanları ile tek bir sistem içine sokulmaya çalışılmaktadır. Yerel eğilimler mekânlar yaratılırken göz önünde bulundurulmamakta, kentsel imajlardan söz edilmekte, fakat kent dünya kentlerinde bir veya daha çok kopyası bulunan zincirleriyle donatılmaktadır. Farklılaşma ve kendini pazarlama arayışları sonucunda kentsel mekân ve imajların sürekli olarak tüketiliyor olduğu gerçeği de unutulmamalıdır. (Eraydın 2001)

Bir başka anlatımla, günümüzün tüketim kültürü anlayışından kentsel mekânlar da payını almakta, barınma, dinlenme-eğlenme ve çalışma mekânları da giderek tüketim ile özdeşleştirilmektedir. Özellikle 1980'lerden sonra izlenen benzer politikalarla, ülkemiz kentleri de bu değişim/dönüşüm süreci içine girmiştir.

Giddens, yaşadığımız küreselleşme sürecini, “uzak yerleşimlerin birbiri ile ilişkilendirildiği, yerel oluşumların millerce ötedeki olaylarla biçimlendirildiği dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşması” (Giddens1994) olarak açıklarken, Friedman “bir sistemin giderek artan sayıda insanı giderek çeşitlenen biçimlerde aynı anda etkilemesi” olarak ifade etmektedir. (Friedman, T. 1999). Bu sistem Braudel tarafından, “öncelikle ekonomik bir sistem olarak yorumlanmış ve yeryüzündeki bazı kentler bu sisteme hâkim olan ve bu sistemi yönlendiren kentler” olarak tanımlanmıştır. Braudel “Benzer bir şekilde Sassen ekonomik faaliyetlerin “uzamsal yayılması ile küresel bütünleşmenin bir araya gelmesi sonucunda büyük kentlere yeni stratejik roller biçildiğini” ifade ederek, söz konusu kentleri “**küresel kent**”ler olarak adlandırmıştır.” (Friedman, T. 1999) Küresel kentler bağlamında, küresel ile yerel arasındaki ilişki, belli bir coğrafyada yaşayan insanların ekonomik, sosyal ve kültürel ilişkilerinin belirlediği mekânsal kurgu olarak ifade edilen kent kimliklerinin oluşmasında ya da değişmesinde temel belirleyici olarak değerlendirilmektedir.

Küresel kentin en belirgin özelliklerinden biri de duvar'lardır. “Kent, Nan Elin'in ifadesiyle, güvenlikten çok tehlike çağrıştırır hale gelmiştir. Postmodern günümüzde, korku faktörü, medyanın yaydığı sonu gelmez tehlike haberleri bir yana, kilitlenen arabaların ve ev kapılarının, güvenlik sistemlerinin, bütün yaş ve gelir gruplarında 'kapalı' ve 'emin' cemaatlerin artmasının ve kamusal mekânlarda artan kontrolün gösterdiği gibi büyümektedir. (Eraydın, 2001) Antik çağlardan beri kenti savunmak için kullanılan duvarlar artık kenti bölgelere ayırmak ve bir kesimin kendini güvende hissetmesini sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Büyük şirketlerin kent merkezinden uzakta kurdukları “country”ler, sadece konut değil bir yaşam biçimi pazarlamaktadır. Kendi içine “kapalı”, “güvenli, çevredeki gecekondualarda yaşayan insanların giremeyecekleri” ve “kültürel olarak temizlenmiş” bu mekânlarda yaşayan insanların kent hayatındaki gelişmeler ya da toplumu ilgilendiren konular etrafında hareket etmeleri olası değildir.

Bu gelişmeler karşısında dünyada son dönem planlama, kentsel tasarım ve mimarlık alanlarında değişen anlayışı” ve post-modern çoğulculuk adına meşru görülen kentleşme ve mekân üretme uygulamalarına karşı eleştirel bakış açıları gelişme göstermektedir. Kamusal alan ve kamusal mekân olguları bu karşı bakış açılarının odaklarından birini oluşturmaktadır. Bugün serbest pazar ekonomisinin arz-talep kuralları içerisinde biçimlenen son dönem kentsel gelişme ve mekân üretme uygulamaları kamusal alanı dışlamakta, kentleri içe kapalı, denetimli özel alanlara ayırmaktadır. Bu bağlamında; bu gelişmeye ve özel sektörün taleplerine hizmet edilebilmekte ya da kentlerin kamusal alanının inşa edilmesi hedefi ana ilke edinilebilmektedir. Bugün, bilgi ve iletişim çağında yeni bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşmasıyla birlikte kamusal alanın soyut bir alan olarak yeniden biçim kazandığı savunulmaktadır. Bu görüşe göre kamusal alanın geleneksel mekânlardan sonradan oluşturulan kamusal mekân olan alışveriş merkezlerine taşınmasıyla, kamusal mekân anlayışı kaçınılmaz olarak dönüşmektedir. Ancak, bu görüşün geçerli olduğu, alışveriş merkezlerinin, bir iletişim ve eylem alanı olarak yeniden yaratılmakta olduğu varsayılsa bile, bireylerin yüz yüze gelebildiği, birbirleriyle karşılaşip sosyal ilişkiye girdikleri, birlikte paylaştıkları kent mekânlarının ve bu mekânlarda geçen kamusal yaşamın yerini tam anlamıyla alabilmesi mümkün değildir.

Kamusal yaşamın tüm boyutlarıyla yaşandığı kamusal kent mekânlarının nitelik yitirerek ortadan kalkması ancak toplum yaşamında yoksunluğu, özel alanları içerisinde bireylerin yalnızlaşmasını ve toplum gruplarının ayrışmasını getirmesi kaçınılmazdır. Bu bağlamda kentler, küreselleşmenin farklılık boyutu kapsamına incelendiğinde, kentten beklenen farklılaşmanın tüketim düzeyinde kaldığı görülmektedir.

1.3.1.2. Dünya Kentleri

1970’lerden bu yana kendisine bir yer edinmiş olan küreselleşme ve yerleşme kavramları, kentin hem küre üzerinde hem de ulusal devlet sınırları içindeki konumunu, sahip olduğu rolü ve kentsel mekânda tanık olunan değişimleri ortaya çıkaran değişkenler arasında önemli bir yere sahiplerdir. Küreselleşme toplumsal değişmeyi açıklayabilmede kullanılan temel kavramlardan biridir. “Toplumsal

değişme, modernleşme sürecine bağlı olarak yaşanan değişimlerle şekillenmekte ve modernite döneminin sonuçlarına ilişkin tartışmalar küreselleşme kavramını gündeme getirmektedir”(Yetim, 2002).

Küreselleşme konusunda önemli teorisyenlerden biri sayılan Giddens’a göre küreselleşme; “... Geç modern dönem koşullarının yaşandığı, uzak yerlerin birbirleri ile ilişkilendirildiği, yerel oluşumların millerce ötedeki olaylarla biçimlendirildiği dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşmasıdır” (Giddens,1994).

Küreselleşme konusunda ilk çalışmaları başlatan kişilerden birisi olan Robertson küreselleşmeyi Giddens’tan farklı bir biçimde ele almaktadır. Robertson, analizlerinde küreselleşme süreçlerini irdelerken küreselleşme mi, küre-yerelleşme mi başlığını tercih etmektedir. Robertson, küreselleşme tanımlamasında; farklı kültürlerin birbirlerine göre konumlarını dikkate almaktadır. Genel olarak küreselleşme kavramı, “... Dünya toplumlarının kapitalizmin endüstriyel genişlemesine ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşmasına paralel olarak ekonomik, politik ve kültürel düzeyde çok yönlü olarak iç içe girdiği ve dünyanın bir ucunda oluşmakta olan olayların, kararların, çalışmaların ve etkinliklerin yöresel ve ulusal sınırlar ötesinde toplumları etkileyebilmesi olarak tanımlanmaktadır”(Sungur,1995).

Küreselleşme süreçlerinin yoğun olarak yaşandığı 21. yüzyılda, ulus devletler modern dönemlere ait anlamlarını ve fonksiyonlarını yitirmeye başlamışlardır. Önceki dönemde gelişmenin sürdürülmesini sağlayan ulus devletin artık bazı ekonomik konularda karar verici olmadığı ve ulus devletleri kapsayan dünya ekonomisine yönelik mevcut düzenlemelerin geçerliliklerinin de sınırlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle ulus devletin meşrutiyeti sorgulanırken, ekonomik açıdan ana birim olarak yerel birimler, kentler ve bölgeler önem kazanmaktadır. (Eraydın,2001)

Yeni şekillenmeye başlayan sistem içinde ekonominin motoru olarak kentler veya bölgeler ön plana çıkmaya başlamışlardır. Söz konusu yeniden yapılanma içerisinde kenti anlamlandırma süreçleri de değişikliğe uğramıştır: artık belirli bir ulus devlet içinde yer alan ve söz konusu ulus devletin bir parçası olan kent tanımlamaları yerine tüm küre üzerinde nüfuz alanı oluşturabilen ve bunun için küre üzerindeki diğer

kentlerle sürekli bir yarış içinde olan ve bu süreci hem etkileyen hem de ondan etkilenen kent tanımı ağırlık kazanmaktadır. Kentler bu yarışta yer alarak küresel sermayeyi çekebilmek için gerekli alt yapıyı oluşturmanın yanında yerel özelliklerini ve değerlerini ön plana çıkartarak farklılıklarını da vurgulamaktadırlar, bu da beraberinde küreselleşmenin diğer bir yüzü olan yerel kimliklerin tanınması ve kabul edilmesini içeren yerelleşme süreçlerinin önemini ortaya koymaktadır.

Ulus devletlerin görece olarak önemlerini yitirdikleri ve buna paralel olarak kentlerin ve bölgelerin ön plana çıktığı şeklindeki bir düşüncenin tüm mekânlarda ve zamanlarda geçerli olduğu kabul edilmemektedir. Çok hızlı dönüşümlerin yaşandığı günümüz toplumunda küreselleşme tüm mekân ve zamanlarda kendiliğinden gerçekleşecek doğal bir sonuç değildir. Bu süreçte yer alabilmek için kentlerin ve bölgelerin çeşitli girişimlerde bulunmaları gereklidir. Çünkü küreselleşme sürecinde sadece bazı kentler ön plana çıkarak cazibe noktası olurken bazıları ise önemsizleşmekte, terk edilerek yoksulluğa mahkûm edilmektedir. Ulus devlet sınırlarının yok olması nedeniyle bazı kentlerin konumlarının değiştiği ve bu nedenle görece önemlerini kaybederek çöküş gösterdikleri, kendilerini yenileyemeyen eski sanayi kentlerinin ve hızlı ulaşım-iletişim altyapısına ayak uyduramayan merkezlerin ise yeni koşullara uyum sağlayamadığı görülmektedir. Tüm bu gelişmeler, kendilerini yenileyemeyen eski sanayi kentlerinin küresel ilişkiler ağının dışında kalmaları ve dolayısıyla bu ilişkiler ağının ortaya çıkardığı refaktan pay alamaması sonucunu doğurmaktadır. Bu noktada yarışan kentler kavramı ön plana çıkmaktadır. Bu süreçten dışlanmamak ve diğerlerin önüne geçebilmek adına kentler ve bölgeler birbirleriyle sürekli bir yarış halindedirler. “Gerçekte ulus devletler gibi kentler de yarışmazlar; rekabet gücü buralarda yer alan firmalar ve bireylerle gerçekleşmektedir. Bu nedenle kentleri oluşturan birimlerin ortak bir strateji ve sinerji etkileri yaratabilecekleri ortamı oluşturmak için düzenleme mekanizmalarına ihtiyaç bulunmaktadır” (Eraydın,2001).

Dünyanın tüm bölgelerinde dünya çapında sermayeyi kendisine çekebilecek maddi koşullara sahip sayısız kent bulunmakta, ancak bunların hangisinin başarılı olacağı; bu kentlerde yaşayan yöneticilerin, sermaye sahiplerinin, sivil toplum kuruluşlarının, halkın ve nihayetinde merkezi devletin sergileyecekleri işbirliğine bağlı olarak şekillenmektedir. “Küreselleşme sürecinde kentler etkili oldukları bölgelere göre

hıyerarşik bir yapılanma içinde yer almakta ve en geniş düzlemde etkili olan kentler, kentsel hıyerarşi sisteminin tepesine oturarak gücün üretildiği yer konumuna sahip olmaktadır. Kentler arası hıyerarşide konumsal ve ekonomik açılardan üst noktada bulunan kentler dünya düzeyinde gerçekleşen bir kontrol sürecinde işlev görmektedir. Sektörel istihdam yapıları, nüfusları, mekânsal dağılımları bu küresel işlev çerçevesinde anlaşılabilir. (Aslanoğlu,1998).

Kentlerin önemsizleşerek yoksulluğa mahkûm olmama adına söz konusu bu hıyerarşik yapılanma içersinde yer alabilmeleri oldukça önemlidir. Kentsel hıyerarşi sisteminin en üst noktalarında yer alarak, küre üzerinde en geniş düzlemde etkili olan kentler “dünya kenti” olarak adlandırılmaktadır. Dünya kenti kavramı ilk olarak Friedman tarafından geliştirilmiştir. Friedman’a göre; kentin dünya ekonomisine eklenme biçimi ve bu süreçteki mekânsal fonksiyonlar kentte oluşan yapısal değişiklikleri etkilemektedir, kentte meydana gelen söz konusu yapısal değişiklikler de küre üzerindeki kentler arasında hıyerarşik ilişkilerin oluşmasına neden olmaktadır. Kentsel hıyerarşi sisteminde yer alan kentlerin sayısı oldukça azdır ve bu kentlerin küresel kent veya dünya kenti seçilmelerini sağlayıcı temel kriterler şunlardır;

1. Dünya ölçeğinde süregelen finansal hareketlerin yoğunlaştığı merkezler.
2. Çok uluslu şirketlerin yönetim merkezlerinin yoğunlaşma oranı.
3. Uluslar arası kurumların yoğunlaşma oranı.
4. Önemli kabul edilen üretimlerin yoğunlaşma oranı.
5. Ulaşım ağı açısından önemli bir konuma sahip olma şeklindedir.

http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=163

Günümüzde küre üzerinde bu özelliklere sahip kentler arasında ilk sırada, New York, Londra ve Tokyo gelmektedir. Frankfurt, Zürih, Amsterdam, Chicago, Los Angeles, Sidney, Hong Kong gibi kentler ise bir alt kademe yer alan stratejik kentler veya uluslararasılaşmış kentler olarak tanımlanmaktadır. Fuat Ercan, küre üzerindeki birçok kentin dünya kenti olarak kabul edilemeyeceği, New York, Londra ve Tokyo dışındaki birçok önemli kentin uluslararasılaşmış kent olduğunu vurgulamaktadır. Dünya kenti ve uluslararasılaşmış kent ayrımını ise, gücün üretildiği yer ve gücün içinden geçtiği yerler olarak ifade etmiştir. (Ercan.,1996)

Dünya kentleri bir anlamda “küresel ekonominin kontrol merkezleri” olarak tanımlanmıştır. Böylesi bir merkezileşme yaşanmasının temel nedenleri; bazı hizmetlerin, ihtiyaç duydukları bazı diğer hizmetlerle bir arada bulunmak istemesidir. Finans sektörü, bankalar, sigorta şirketleri, danışmanlık şirketlerinin merkezleri bu “dünya kenti” adı verilen odalarda bulunmaktadır. Önemli kabul edilen birçok üretim de bu kentlerden yönetilmekte ve üretimin kendisinin ise işgücü ve toprak maliyetlerinin çok düşük olduğu ülkelere yayılması tercih edilmektedir. Ayrıca kentsel topraklar ve konut üretimi de sermaye için değer kazanmıştır. Uluslararası spekülâtif emlak piyasaları kentsel arazinin aşırı değerlenmesine neden olmuşlardır. Ercan’ın (Ercan F. 1996) belirttiği gibi Los Angeles’ın kentsel mekânına yapılan yatırımlar sonucunda merkezi iş alanının yarısından fazlası yabancı sermayenin eline geçmiştir.

Serbest pazar ekonomisinin belirleyici olduğu tüm bu yeni kentleşme dinamikleri son yıllarda İstanbul metropoliten alanında da tüm boyutlarıyla gerçekleşme göstermektedir. 1980’lerin ikinci yarısından başlayarak karayolu altyapısının hızla genişletilmesi, ikinci Boğaz köprüsü ve çevre yollarının tamamlanmasıyla kentsel yayılmanın altyapısının kamu yatırımlarıyla gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu büyük ölçüde petrole bağımlılığı arttıran özel otomobil kullanımını zorunlu kılan bir kentsel gelişme modelinin ilk adımı olarak algılanmaktadır. Mevcut konut bölgesi içerisinde yükselen Akmerkez’in ardından, eski ilaç endüstrisinin yer aldığı bölgede birbiri ardı sıra tekil gökdelen ve plaza’ların inşa edilmesiyle büyük bir hızla İstanbul’un yeni merkezi iş alanını oluşturacak boyutlara ulaşan Maslak iş ve finans merkezi, Anadolu yakasında Kozyatağı, yeni ulaşım arterleri üzerinde yükselen plazalar, son yirmi yıl içerisinde sermaye gruplarının girişimleriyle kendiliğinden ortaya çıkan tüm bu yeni “kentsel merkezler” bütünsel bir kent planlama vizyonu olmaksızın, sermaye gruplarının tekil taleplerine yanıt veren parçacı bölgesel kararlarla gerçekleştirilmişlerdir. Bu yeni merkezler kent çeperlerine doğru yayılma anlayışında olan kentleşme dinamiklerinin odaklarını oluştururken otomobile bağımlı karayolu ulaşımının gelişimi, özel sektör yatırımlarıyla olası her yönde yeni yerleşim alanlarının açılmasına olanak sağlamayı ve tüketim amaçlı ortak alanların ortaya çıkmasını sürdürmektedir.

Karayolu altyapısının geliştirilmesi ile planlı ve plansız yeni konut alanları kentin çeperlerinde her yönde yayılmasını devam ettirmekte ve “ tek işlevi konut olan büyük yatakhane kentler, orman alanları ve Boğaz koruları içerisinde “country”ler, kapalı – korunmuş özel siteler, her biri kent büyüklüğüne ulaşan gecekondular alanları gelişme göstermektedir. Üst gelir grupları yaşam kalitesi adına ve gerçekte öteki’lerle karşılaşmadan türdeşleriyle bir arada yaşama arayışıyla kent dışında kendilerine sunulan kapalı özel sitelere (gated communities) yerleşirken, en alt gelir düzeyindekiler de yine kentin çeperlerinde kendi mekânlarını üretmeyi sürdürmektedirler.” (Bilsel 2004) Bu anlayıştaki kentsel yayılma; mekânsal parçalanma ve toplumsal ayrışma olmak üzere iki olguyu ortaya çıkarmaktadır. Diğer bir deyişle, kent bir yandan mekânsal olarak parçalanarak çözülürken, diğer yandan toplum sosyo-ekonomik ve kültürel ayrışmalarla çözülmekte; mekânda ve toplumsal yapıdaki bu iki çözülme süreci karşılıklı olarak birbirini belirlemektedir. Artan ekonomik gelir dengesizliği ile ayrılan toplum grupları mekânda kendi yaşam çevrelerine kapanırken, kentin mekânsal çözülmesi bu toplumsal ayrışmayı daha da güçlendirmektedir. Bu süreçler sonucunda kent; “tüm kentlilerce paylaşılan bir kamusal alan olmaktan çıkarak bir araya gelemeyen toplumsal gruplar tarafından bölüşülmüş bir kentsel alanlar kümelenmesi’ne dönüşmekte ve toplumsal ayrışma süreçlerinin mekânda somutlaşmasıyla kentlilerin kentlilik bilinci ile paylaştıkları bir kamusal alanın mekânda var olma zemini ortadan kalkmaktadır.” (Bilsel 2004)

1.3.2. Postmodernizm

Modernlik: Rönesansla ortaya çıkan ve o zamandan bu zamana batı da toplumsal, ekonomik ve siyasal sistemleri işaret ederek gelişme gösteren bir akımdır.

Post modernlik: Kimi düşünörlere göre sanayi sonrası bir çağ doğrultusunda gelişen hareket olup, belirsizliği beraberinde gösteren bir durum sergilemektedir. Modernizmin bir parçası olup olmadığı, bir süreklilik mi olduğu veya modernizmden radikal bir kopuş olduğu gibi post modernlik; totaliter sistemler yerine çoğulcu ve açık bir demokrasi düşüncesini savunmaktadır. Postmodernizm; kente bütöncöl bakmamakta, onun yerine modernizmin baktığı kente bütöncöl olarak değil birçok kent parçacıkları olarak bakmaktadır. Postmodernizme göre kent, parçalardan oluşan bir kolâj olmaktadır. Kente bilimsel bakışın yerini kişinin zevk, estetik ve psikolojisini yönlendiren tasarımcılık almıştır. Postmodernistlere göre kenti oluşturan

toplum değil, toplumu oluşturan cemaatçi bakış açısıdır. Kenti cemaatler ve topluluk oluşturduğundan, topluluk kendi zevkine ve istediğine kendi kent parçacığını biçimlendirmektedir. Bunun da en önemli aracı kentsel tasarım projeciliğidir. Postmodernizmde kentler parçalanmıştır ve kentliler arasındaki ilişki dayanışmacı değil ayrışmaya dayalıdır. (Harvey 1999)

Postmodernizmin ne olduğuna ilişkin tanımının yapılması yâda postmodernizmin nasıl değerlendirileceği 21. yüzyılın en çok tartışılan soruları arasında yer almaktadır. Postmodernizme ilişkin ifadeler genel olarak modernizme dayandırılmaktadır. Postmodernizm ile ilgili birbirinden farklı tanımlamalar yâda anlamlandırmalara rastlamak mümkündür. Bazı akademisyenlere göre postmodernizm, modernizmden kesin bir kopuşu ifade etmektedir. Modernizm ile aralarında ciddi farklılıkların var olduğu, postmodernizmin modernizmi reddettiği öne sürülmektedir. Bazı akademisyenler ise; modernizm ile postmodernizm arasında farklılıktan ziyade bir süreklilik olduğunu kabul etmektedirler.

Özünde çok anlamlı ve tartışmalı olan post modernlik düşüncesinin çoğunlukla işaret ettiği şey, her şeyden önce dünyanın ortadan kaldırılmaz çoğulluğunun kabulüdür. Bu çoğulluk, henüz ulaşılmamış mükemmelliğe giden yoldaki geçici er yâda geç arkada bırakılacak bir istasyon olmayıp varoluşun kurucu bir niteliği olan çoğulluktur (Baumann,2003).

Kimi akademisyenler için postmodernizm, modernlik tasarımının sorgulanışı ve modernliğe duyulan inancın yitirilmiş olmasını ifade etmekte, çoğulluk ruhunun var olduğunu, geleneksel bağnazlıklara karşı kuşkuculuğun arttığını göstermekte ve nihayet dünyayı evrensel bir bütünlük olarak algılayan ve kesin çözümlerle sorulara tam yanıtlar bekleyen bakış açısının reddini öngörmektedir. Postmodernizm için anlam berraklığından çok anlam zenginliği ve biri yâda öteki diyebilmek yerine hem biri hem öteki diyebilmenin yolunu bulmak önemlidir.

Postmodernizm özneyi âdem-i merkezi kılarak çoğul akılcılaştırmanın yolunu açmakta, bireyci toplumsal düzenlemelere olanak tanımaktadır. İçinde bulunduğumuz 'postmodern durum'da aydınlanma çağının ürünü olan insan anlayışı ile dünya görüşleri bir sarsıntı geçirmektedir. Modernizmde, Tanrı'nın merkez

olduğu kutsal bir düzenden insanın merkez olduğu bir dünya düzenine geçiş varken, postmodernizmde ise, ne Tanrı ne de insan merkez olmayıp, merkezsiz bir düşünce sistemi söz konusudur. Bu sistem içinde insan, tutarlı bir ‘akıl’, tarihi inşa eden bilinçli bir özne değil, sürekli bir oluş halinde etkileyen etkilenen, çeşitli ‘özne konumları’nda konuşan çelişkilere düşen bir kimliktir. Modern düşünce benzerlikleri, karşılaştırılabilir nitelikleri, ayrılıkları merkezleştirirken postmodernizm farklılıkları vurgulamaktadır. (Çubukçu, 2005)

Post modern teori, sınır çizgisini çiğnemeye ve yeni olanın sahasını tasvir etmeye girişmiş olsa da modernlik ve post modernlik arasında mutlak bir kopuş olduğu konusundaki iddialar ikna edici olmaktan uzaktır. Max Horkheimer’in deyimiyle; “biz tamamen yeni post modern bir toplumsal oluşumdan ziyade geçiş durumundaki bir toplumsal düzen içinde yaşamaktayız. Postmodernizm; iki dünya savaşı, kitle kültürü gibi dünya resminin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir, fakat tam anlamıyla tamamlanmış bir proje değildir” (Jencks,1987).

Lyotard postmodernizmin ne olduğunu tarif ederken postmodernizmin henüz tamamlanmamış bir süreç olduğunu şu şekilde ifade etmektedir; “postmodernizm modernizmin bir parçasıdır. Fakat postmodernizm, amacında modernizm değildir oluşumunda modernizmdir ve bu oluşum süreklidir” (Lyotard,1994). Yine bir kısım akademisyen ise, postmodernite söylemine karşı çıkar ve yaşanan dönüşümlerin postmodern kavramı ile ifade edilemeyeceğini; söz konusu dönüşümleri açıklamada modernite söylemlerinin kendi içinde üretilen kavramlarla açıklanabileceğini iddia etmektedirler.

1.3.2.1. Postmodernizmin Toplumsal Gelişmeye Etkisi

Postmoderniteyi savunan teorisyenler; bilgisayarlar ve medya gibi teknolojilerin, yeni bilgi biçimlerinin ve toplumsal–ekonomik sistemdeki değişimlerin bir postmodern toplumsal oluşum ürettiğini iddia ederler. Baudrillard ve Lyotard bu gelişmeleri yeni enformasyon, bilgi ve teknoloji biçimleri çerçevesinde yorumlarken, Jameson ve Harvey gibi Neo-Marksistler ise, postmodernizmi, sermayenin dünya çapında daha yüksek bir derecede nüfuz sağlaması ve homojenleşmesinin damgasını taşıyan kapitalizmin daha yüksek bir aşamasının gelişimi çerçevesinde

yorumlamaktadır. Bu koşullar postmodern teorinin toplumsal, ekonomik ve kültürel temelini sağlamaktadır. (Best and Kellner,1998).

Postmodern durum içinde moderniteye yöneltilen eleştiriler ve gelişmiş batı ülkelerindeki oluşumların saptanması birlikte gerçekleşmektedir. Dünyada özellikle 1970’li yılların ikinci yarısından başlayarak yaşanan ekonomik bunalıma çözüm arayışları kapsamında; yeni teknolojilerin ortaya çıkışı, üretimin yeni biçimlerde örgütlenmesi, üretim sürecinin ayrışması, tüketici grupların farklılaşması şeklinde yapısal dönüşümler gözlemlenmektedir (Aslanoğlu,1998).

1970’li yıllardan itibaren yaşanan yapısal dönüşümler ekonomiden, politikaya ve kültüre kadar uzanan geniş bir düzlemde etkili olmuşlardır ve hala etkilidirler. Postmodernizm olgusu, ilk başlarda gelip geçici moda akımlarından biri olarak değerlendirilmiştir. Belli bir sistem önerisi olmayan, bütün gücünü modernizme yönelttiği eleştirilerden alan bir tutumun, kalıcı ve etkili akım olabileceğine ihtimal verilmemiştir. Postmodernizm öncelikle, mimarının kendisine kazandırdığı görselliğin etkisine dayanarak, yayılma en azından tartışılma olanağı bulmuş, ilerleyen zaman içinde yalnızca sanat ve edebiyatta bir tavır olmanın ötesinde, dönemsel özelliklerle kolayca birleşen bir hayat tarzı, düşünüş biçimi olarak tanımlanabilecek bir etki gücü kazanmıştır. (Çubukçu, 2005).

Modernizmin günümüz koşullarında geçerliliğini yitirdiği ve ‘postmodern çağın başladığı’ önermesi esas olarak 1970’li yıllarda, mimarideki yeni eğilimlerle birlikte tartışılmaya başlamıştır. Postmodernizmin en çok tartışıldığı alanların başında mimarlık gelmektedir. Bunun temel nedeni mimarların postmodern olarak nitelendirilen somut ürünler, yapılar ortaya koymalarıdır. Ayrıcalıklı bir estetik dil olarak mimarlık Jameson’un öne sürdüğü gibi, ‘geç-kapitalizmle postmodern deneyim arasında en dolaysız ilişki’nin gösterilmesini sağladığı için postmodernizm, tartışmalarda ön plana çıkmıştır. Foucault’ın 19 yüzyılı bir zaman-tarih çağı; 20 yüzyılı ise bir mekân çağı olarak tasvir etmesi ve postmodernizmin temel olarak bir mekân estetiğini yansıttığı görüşü mimarlığın, postmodern tartışmalarında ön plana çıkmasının mantıksal kurgusunu ortaya koymaktadır. (Karakurt 2002)

1.3.2.2. Postmodernizm Kentlere Etkisi

20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yaşanan dönüşümler, kentsel mekân algılamalarında dolayısıyla kentsel mekânın biçimlenmesi anlayışında da etkilerini göstermiştir. Sanayi devriminde kentlerin aldığı göçlerden farklı olarak, kentler iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki yaşanan gelişmelerle geçmiş dönemlere oranla daha fazla göç alır hale gelmişlerdir. Teknolojik gelişmeler neticesinde mekânsal engelleri çok daha rahat aşılır hale gelmiş olması ile kent, gerek ülke içinden gerekse ülke dışından yoğun bir insan akınıyla karşı karşıya kalmıştır. Aldığı göçlerle birlikte kentlerin nüfuslarının artması kentlerin hızla büyümesine yol açmış, kentsel mekânın şekillenme süreçleri farklılaşmış, kent yeniden şekillenmeye başlamıştır.

Aldıkları göçler nedeniyle kontrol edilmesi güçleşen kentlerde, mekânları biçimleme anlayışları da bu doğrultuda değişmiştir. Jencks'in öncülüğünde gelişen postmodern mimari anlayış doğrultusunda, hızla büyüyen kentleri tek biçim altına alarak ıslah etme ve onları düzenleme anlayışı ortadan kalkmaya başlamıştır. Postmodern mimariye göre; modern mimarlar birer sanat yapıtı olan planları üretmişlerdir. Ancak kent kendi başına bir sanat yapıtı olup, çeşitliliği kestirilemeyen bir araya gelişlerden ve öngörülemeyen etkileşimlerden oluşmaktadır. (Fishmann,2002)

Bu tarz yaklaşımlar neticesinde, “modern kent planlama” anlayışı günümüz kentinde yerini ‘postmodern kent tasarımı’na bıraktığı, yönündeki görüşler yükselmiştir. Postmodernite ile birlikte kentsel tasarım alanında mekânı kendi kuramsal verileri doğrultusunda zorunlu olarak parçalara ayıran, bunları farklı mimari üslupların eklektik kullanımıyla bütünleştirerek bir kolâj haline getiren bir tasarım süreci başlamıştır (Zengel,2002)

Günümüz kentlerinin tasarlanmasında etkili olan postmodernist mimari anlayış, “... Kentsel dokuyu zorunlu olarak bölük pörçük görmekte olup, geçmiş biçimler üst üste yığılmıştır. Günümüz kullanımları bunun üzerinde yer alan bir ‘kolâj’dir. Metropolün tamamını hâkimiyet altına almak olanaksız olduğuna göre, kent tasarımı basit bir biçimde bölgesel geleneklere, yerel tarihçilere, istek, ihtiyaç ve fantezilere duyarlı olmayı amaçlar; böylece uzmanlaşmış, hatta büyük ölçüde müşterinin zevkine göre biçimlenmiş mimari biçimler yaratılır: bunlar mahrem, kişileşmiş mekânlardan,

geleneksel anıtsallığa ve gösterinin şenliğine kadar uzanabilmektedir.” (Harvey,1999).

Modernizmin tüm uygulama ve ideallerine sırt çevirmiş olan postmodernizm, “her şey olur” sloganı ile tam bir serbestliğe varan bir mimari tarz sergilemiştir. “Tarihin içeri alınması” ilkesi, “her şeyin geçerli” olduğu ilkesi ile birleşince postmodern yapılar, tarihten alınmış bir biçimler ve simgeleri sergilemeye başlamışlardır

“Kent planlama açısından bakıldığında kente parçacı bir yaklaşımla bakan postmodernizmin, her soruna çözüm bulma iddiasındaki planlama çabalarının karşısında yer almaktadır. Postmodernizm için, kent mekânının kendi başına anlamı vardır ve disiplin altına alınması imkânsızdır. Postmodernizm; kenti, çeşitliliğin, farklılığın mekânı olarak görmüş ve bunu ön plana çıkartmıştır. Modernizmin dayattığı ulusal kültür, ulusal kimlik ve ortalama insan ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik büyük projelerin aslında bir kurgu olduğu, tek bir kültür ve tarih olmadığı gibi, insanların ihtiyaçlarının çok farklı olabileceği postmodern uygulamalarla ifade edilmeye çalışılmıştır. Postmodernizm kentte yaşamımızı sağlayan haritayı elimizden almış ve sağlam bir referans noktası olmayan haritasız kentler yaratmıştır”

Modern mimari anlayışta mimari yapıt, ne ölçüde işlevselse, yâda ne ölçüde amacına hizmet ediyorsa o kadar başarılı ve güzel sayılmaktadır. Binanın formu ve kullanılan malzemesi ikinci sırada gelmektedir. Modern mimariye karşı çıkan postmodern anlayışa göre, işlevselliğin tanımı yapılamayacağından anlamını yitirmiştir. Üstelik günümüz koşullarında işlevselliğin evrensel tanımını yapmak kolay değildir; böyle bir tanım için, herkes tarafından doğru kabul edilen bir kuram yâda düşünce sistemine gerek vardır. Bu ise postmodern söylem için olanaksızdır, evrensel doğru yoktur; doğru, zaman ve yer boyutları ile sınırlıdır. (Özbek, 2005).

Modern kentsel mekân algılayışı ile postmodern mekân algılayışı arasındaki belki de en büyük ayrım; modern mekân algılayışı, mekânı düzenlemede toplumsal amaçlar çerçevesinde hareket ederken, postmodern mekân algılayışında ise mekân, her türlü toplumsal bağ ile ilintisiz olarak, söz konusu güzelliği kendisi için bir amaç edinmiş bir anlayışla tamamen kendi içinde bağımsız bir şey olarak görmektedir. Postmodern mimariye göre mimar, kitlenin de beğenisine cevap verecek şekilde mimari formu

belirlemekte pazar mekanizmasıyla sınırlandırılmış olarak tam bir özgürlük içinde olmalıdır.

Modern dönem kentler ile postmodern dönem kentler arasındaki ayrım Oğuz Işık'ın ifadeleriyle daha iyi ortaya konulabilmektedir. Işık'a göre; "Postmodernizm, kenti bir bütün olarak görmemizi sağlayan mantıksal temelleri ortadan kaldırmıştır. Modernizmin kenti, uçaktan görmesine karşılık postmodernizm kenti bir anlamda sokakta yürüyen kentli insanların gözleriyle görmemizi sağlamıştır. Bu kent, her türlü bütünlüğünden koparılmış, parça parça olmuş algılanan bir kenttir. Bu bakış içinde kent, sokakta yürüyen insan gözüyle algılanan parçaların özgüllüğü içinde görülmektedir. Üstelik bu parçalar, bir bütünün parçaları değil, kendi başlarına anlamı olan birimlerdir; dolayısıyla da postmodernizm kente bakışında, kent parçalarının birbirine bağlayıcı bir mantık da aramamaktadır." (Işık,1993).

Postmodern dönemde kent algılamalarının temelinde de bu parçacılık anlayışı yatmaktadır. Postmodernizmin modern dönemdeki kent planlama anlayışına karşı çıkışındaki temel bağlam, modern mimari anlayışın çoğulculuğu reddetmesi, kentleri tek tipleştirilmesi, kent üzerinde hâkimiyet kurma düşüncesinde yatmaktadır. Oysa postmodern kentsel mekân düzenleme anlayışı; "...kentsel süreci 'anarşik' ve 'değişim'in bütünüyle 'açık' durumlarda 'oyun' oynadığı denetlenemez ve 'kaotik' bir şey olarak görme eğilimindedir" (Harvey,1999).

Postmodernizm, kentsel sorunlarına bağlamsal yanıtları, ironik tasvirleri, farklı stratejileri içermekte ve bunun yanında ayrıca postmodern mimari kentlerde farklı zevklerin var olmasına yardımcı olmaktadır. Özellikle 1980'li yıllardan günümüze kadar uzanan süreçte postmodern yapılar oldukça etkileyicidir, kolâjın sınırları gösterilerek bir kent stratejisi olarak erdemlerini ortaya koymuştur ve koymaktadır (Jencks,1987).

Günümüzün post modern dünyasında insanların ekonomik, sosyal ve kültürel ilişkileri bağlamında; tüketim alışkanlıkları ve tüketim kalıpları da önemli bir yer oluşturmaktadır. Oysa modern dönemde genellikle üretim süreci üzerinde durulmuş, tüketim, üretim sürecinin sonunda gerçekleşen bir eylem olarak kabul edilmiştir. Çünkü bu dönemde üretim, değer yaratan bir süreç, tüketim ise bu değer

harcanması ya da yok edilmesi olarak görülmüştür. Odabaşı, Y., 2004 Diğer bir deyişle kitlesel olarak üretilen ürünlerin kitlesel olarak tüketilmesi, ölçek ekonomilerine dayanan modern piyasa işleyişinin temel koşulu olduğundan, tüketim neredeyse sadece niceliği ile değerlendirilmiştir.

Çağdaş alışveriş merkezleri, küresel ekonomik sistemin mekândaki en önemli izlerinden birini oluşturmaktadır. Bu yapının mekân organizasyonu, alışveriş kavramının tüketime dönüşümünü destekleyen karakteristikler barındırmaktadır. Alışveriş aktivitesinin tüketime dönüşümünü destekleyen en önemli unsur, yapı içerisindeki kent bileşenlerinin doğrusal dağılımıdır. Bu tür bir dağılım, gerçek kent mekânında var olan seçenekli mekân organizasyonuna ve mekânsal çeşitliliğe izin vermemektedir. Böylece alışveriş merkezi içinde gerçek kent mekânındaki işlevsel, biçimsel çeşitlilik ve seçenekli mekân organizasyonu ortadan kalkmakta, bu mekanik düzen kullanıcısında salt tüketmeye yönlenmiş bir davranış biçimi örgütlemetedir. Bu durumda, çağdaş alışveriş merkezi, tüketime odaklanmış yeni bir toplumsal yaşantı modelinin oluşumuna önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır

1.4. BÖLÜM SONUCU

Kentler uzun yıllara dayanan geçmişlerinden günümüze hızla değişmeye devam ederken, mekânlar bugün, hızla ayrışmaya ve farklılaşmaya başlamıştır. Mekânsal ayrışma ekonominin ve küreselleşmenin yoğun akışlarının etkisi ile artarken, toplumda yer alan ekonomik sınıflar arasındaki uçurumların derinleşmesine paralel olarak daha da belirginleşmiştir.

Dünya üzerinde ekonominin, ticaretin değişimi ile başlayan hızlı kentleşme, yoğun yapılaşma ve kentsel sistem içinde rekreasyonel alanların yok olması sorunsalını ortaya çıkarmaktadır. Bu bağlamda üretim araçlarının genel olarak bireylerin sahipliğinde bulunan ve kâr sağlamak amacıyla üretim yapılan kapitalizm ile diğer 'mallar' gibi toprak ta alınıp satılarak, ticarete konu olmakta ve dolayısıyla spekülâtif hareketler sayesinde, kent toprağında hiçbir emek süreci içermeyen, hak edilmemiş kazançlar elde edilebilmektedir.

Bu gelişimi belirlemede, hızlı kentleşmeye neden olan toplumların üretim biçimlerinin etkili olması kadar sosyal yapıları da etkili olmaktadır. Kentlerin uzun

zaman içinde oluşturduğu topluluğa ait olma birlikte güven içinde yaşama olgusu; bugün yerini insanların birbirinden sakınmasına, güvenli ayrılmış mekânlarda yaşamasına bırakmıştır. Ortaçağ kentleri, halkı korumak kaygısı ile gündüz sur dışında, tarım alanlarında çalışan halkı, gece dışarıdan gelebilecek tehlikelere karşı korumak için surlarla çevrilmekteyken, bugünün 'Gated Community' örneklerinde ise halktan korunma ve kendini ayrıştırma isteği surları oluşturmaktadır. Kendilerine ayrıcalıklı alanlar yaratma isteğindeki yeni 'seçkinler', kendileri dışındakilerden ayrı ve farklı yaşama isteklerini bu yolla gerçekleştirmekte, bir anlamda sınıfsal ayrıcalık ve üstünlüklerini mekâna da taşımaktadırlar. Kentler, eşitsizlik temelindeki sınıfsal ayrışmanın sonucu olarak, artı değer küçük bir azınlık tarafından paylaşıldığı; çoğunluğun ise kentin olanaklarından yararlanamadığı parçalanmış mekânlar haline gelmiştir.

1950'li yıllarda İstanbul'a yoğun göçün etkisi ile kent çeperleri gecekonduların oluşmasına neden olmuştur. Sanayinin gelişmesinde gerekli olan ucuz işgücünün barınması için gerekli olan ucuz konutlar, gelişmiş ülkelerde devlet eli ile üretilirken; bizim gibi az gelişmiş ülkelerde devlet arazilerinin işgali ve gecekondulaşma ile sağlanmaktadır. Ancak hızlı kentleşme sürecine neden olan kapitalizmin kendi araçlarını desteklemek için ortaya çıkardığı bu sonuç, bu dışlanmış kesimin, diğer kesimler için tehdit olabilen bir risk grubu halinde görülmesine neden olmuş ve kamusal alanda ve özel alanda mekânsal ayrışma kaçınılmaz hale gelmiştir.

1950'lerde modernleşme ile özdeşleştirilen tek tip yapılaşma süreci kentleri tekdüze, homojen ve niteliksiz hale getirmiştir. Gecekondu tarafından, üst gelir grubunun yaşadığı ve kullandığı mekânlar üzerindeki baskının artması ile birlikte, bu kesimin yeni mekân arayışları başlamıştır. Önceleri kent içinde yeni araziler üreterek ya da kent merkezindeki tarihi semtlerin soylulaştırılması yolu ile ayrıcalıklı mekânlar yaratmaya çalışmışlardır. Ancak mekândaki olanakların sınırlılığı nedeniyle, kent çeperinde ve özellikle bölgelerdeki alanları tercih etmeye başlamışlar; bu süreçte devlet politikaları ile de desteklenmişlerdir. Kapitalist üretim ilişkilerinin biçimlendirildiği ve yeni üretim süreçlerinin örgütlendiği kentler, kapitalist sistemin doğal bir sonucu olarak, sosyal ve siyasal anlamda eşitsizliği yeniden üreten yapıları ortaya çıkarmıştır. Sosyal-sınıfsal-ekonomik-kültürel ayrışmanın mekânsal izdüşümü, rant odaklı gelişmenin sonucu olan 'Kapalı Yerleşmeler' olmuştur.

1990'lı yıllarda inşaat sektörüne el atan büyük sermaye, etkin ilişkilerini ve gücünü kullanarak kamuya ait ve toplumsal fayda için kullanılması gereken kent topraklarını metalaştırarak ticaret konusu haline getirmiştir. Kent merkezindeki nadir alanlar yüksek ofis yapıları ve alışveriş merkezleri olarak uluslararası arenada pazarlanmaya çalışılırken, kent çeperlerindeki su havzaları ve orman alanları da, statü ve yaşam mekânı olarak üretilen lüks konut alanları haline gelmiştir. Bu yeni kentsel düzen, toplumsal yapının ayrıştığı, sosyal barış ortamının yaratılmadığı, bireylerin ve sınıfların çatışmalarının arttığı mekânlar yaratarak, gündelik hayatı daha da zorlaştırmaktadır. Mahalle ve komşuluk ilişkilerinin oluşmadığı alanlarda, duvarlarla çevrili konutlarında yaşayan yalnızlaştırılmış bireylere, hedeflenen ideal yaşam sunulamamıştır.

2. KENTLEŞME SÜRECİNDE TOPLUMSAL VE MEKÂNSAL İLİŞKİLER

Sanayi devrimiyle birlikte beliren yaşam tarzları, mekân oluşumları ve mekânı anlamlandırma süreçleri, günümüz toplumunda teknolojik gelişmelerle birlikte farklı bir şekillenme sürecine girmişlerdir. Bunun uzantısı olarak zaman ve mekân algılamaları, dolayısıyla dünyayı anlamlandırma süreçleri farklılaşmıştır. Bu durum kapitalist sistemin ana hedeflerinden birisi olan mekânın zaman aracılığıyla tahrip edilmesini sağlamıştır. Fakat mekânsal engellerin ortadan kalkması mekânın önemini azaltmamıştır, aksine mekânsal engeller azaldıkça dünya mekânlarının neleri içerdiği ortaya çıkmış ve mekânsal farklılıklara duyarlı hale gelinmiştir. Bir mekânın yerel özellikleri, kültürü ve değerleri o yerin küre üzerinde rekabet yeteneğinin artmasını sağlayarak ve küre üzerindeki diğer mekânlara nazaran bir farklılık yaratılabilmektedir. İletişim ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmelerin bir uzantısı olan zaman ve mekân algılamalarındaki değişimin bir diğer boyutu kentsel mekân içinde yaşanmaktadır. Söz konusu süreç, kentlerin küre üzerindeki konumları ve üstlendikleri fonksiyonları olduğu kadar kentsel mekânı da etkilemektedir ve kentsel mekânda da değişikliğe neden olmaktadır. Mekânsal engellerin aşılması sonucunda aldığı göçlerle birlikte kentlerin nüfusları hızlı büyüme göstermiş ve kentsel mekân yeniden bir yapılanma sürecine girmiştir. Kentsel mekânın yeniden yapılanma süreci iki farklı boyutta ele alınabilmektedir. İlk olarak; kentsel mekânda farklı toplumsal kesimlerin oturma bölgelerinin birbirlerinden ayrılması ve aralarındaki duvarların yükselmesidir. Yükselen duvarlar ile toplumsal sınıflar arasındaki iletişim azalmakta ve mekânsal bölünme toplumsal bölünmeye etkide bulunmaktadır. Diğeri ise;

tüketim toplumu felsefesinin mimari ve kentsel tasarımı etkilemesidir. Günümüz kenti, sanayi dönemi kentinin üretime dayalı, bütüncül, uzun erimli ve rasyonel yapısından tüketime dayalı ve ayrışmacı anlayışla farklı bir şekilde yapılaşma göstermektedir.

Tüketime yönelik, özünde küresel bir mekân dilini barındıran bu yapı tipolojisi, yapının büyüklüğü ve konumundan bağımsız olarak, Gruen'in 1950'lerde yaratmış olduğu ilk örneğin her yerde uygulanabilen çeşitli türevleri olarak ortaya çıkmışlardır. Alışveriş merkezi yapı tipolojisi ilk ortaya çıktığı dönemden bu yana çeşitli aşamalardan geçerek geliştirilmiş olmakla birlikte, içinde oluşturulan kent mekânı karakteristikleri açısından analiz edildiğinde, mekân organizasyonunun özünde Gruen'in çizdiği çerçeve dışına çıkamamış olduğu ve yapılardaki mekânsal çeşitlilik görüntüsünün cephe elemanları ve peyzaj öğeleriyle yaratılmış yüzeysel uygulamalardan ibaret olduğu gözlenmektedir.

2.1. MAKROFORM

Sosyal ve kültürel yapı ile etkileşim içinde olan kentsel mekânda ki gelişme, kentsel dönüşüm bağlamında fiziki yapıyı çevredeki değişiklikleri oluşturma sürecini de tamamlamaktadır. Bu mekânsal değişiklikler bir yerin karakterinin olumlu veya olumsuz etkilenmesine neden olabilmektedir. Carmona'nın ifade ettiği gibi, "kentsel çevredeki değişiklikler kentsel yapının morfolojik, işlevsel, görsel, bağlamsal özelliklerinin değişmesine neden olmaktadır. Kentsel yapıyı çevreye yapılan müdahalenin ölçeği kentsel yapıyı çevredeki değişikliklerin farklı düzeylerde gerçekleşmesini sağlamaktadır. Buna göre en genel anlamda kent planları ile tüm kent ölçeğinde bir müdahale geliştirme olanağı varken, daha özelde bir parsel ölçeğinde binanın morfolojik biçimlenmesiyle ilgili ya da bir binanın dış görünümüyle, binanın iç bölümlenmesiyle veya binanın yapısal sistemiyle ilgili müdahalelerin gündeme gelmesi olasıdır." Carmona, M.(2004) Bu durumda kentsel değişimde tasarım denetimini, kentsel mekânın biçimlendirilmesini ve nitelik kazanmasını amaçladığı için kentsel mekânda değişim sürecinde önemli bir etken olarak kabul etmek gerekmektedir. Punter "tasarım denetimi kentsel planlama stratejilerinin çok boyutluluğu içinde kentsel tasarımın ilgi alanındaki konulara odaklanmasıdır" şeklindeki ifadesi ile tasarım denetiminin kentsel değişimdeki önemini vurgulamıştır. Punter, J. (1999)

Sosyal gelişme ile etkileşim içinde olan kentsel mekânın biçimlendirilmesi, tek tek binaların dış görünüşlerini, binaların birbirleriyle ilişkilerini ve birbirlerine göre konumlanmalarını, binaların bir araya gelmesiyle oluşan mekânlardaki peyzaj düzenlemelerini, ulaşım planlamasını, kamusal alanların tasarımını kapsamakta ve kamusal alanla birlikte kentsel biçim ve yerleşimin kalitesinin yükseltilmesini sağlamaktadır.

Mekân, insanın insanla, insanın nesneyle ve nesnenin nesneyle olan aralıklarının, uzaklıklarının ve ilişkilerinin üç boyutlu bir anlatımıdır. Mimaride form, kütle ile boşluğun kesişim noktasında ortaya çıkmaktadır. Mimari bir formu oluştururken sadece o kütlede ve onun içinde kalan boşluğun değil; formun içinde yer aldığı ana mekânsal formunda farkında olmak gerekmektedir. Kentler ve binalar tasarlanırken açık alanları ile bir bütün oluşturmaktadır. Erdönmez'in dediği gibi "kentsel mekân, insan eserinin boşlukları sınırladığı her yerde, yani kapalı ve açık mekânlarda, kentte, sokaklarda, meydanlarda, caddelerde, parklarda ve bahçelerde sürmektedir. Kentlerde binalar arasında kalan tüm mekânlar, dış mekân veya kentsel toplumsal mekân olarak değerlendirilmektedir." Kentsel mekânlar işlevsel ve yapısal olarak tanımlanmış kişi, grup veya grupların ortak toplumsal karakteristikleriyle olabildiği gibi, çeşitli fiziksel, toplumsal ve simgesel özelliklerle sınırlanmış oluşumlardır.

Tüm sosyal kesimler sınıfsal konumlardan bağımsız olarak oluşan mekânsal bir hiyerarşide yer almaktadır. Bu mekânsal hiyerarşi sokakların kamusal alan, yarı kamusal alan ve özel alanlar olarak kullanımı arasındaki kesin ayrımı, kentsel çevrenin tanımlanmasında; mekân, anlam, iletişim ve zamanın çevrenin dört önemli faktörü olarak kabul edilebilmektedir. (Erdönmez, 2005)

Yerleşim formunu oluşturan doluluklar, kapalı mekânlar, sokakların şekillendirdiği sınırlar, kentin kamusal alanlarından yarı kamusal alanlarına kademeli geçişler aynı zamanda güçlü toplumsal varlığı da işaret etmektedirler. Kentsel mekânların kompozisyonları, mekânın öge ve bileşenlerinin işlevlerine bağlı olarak mekânın düzenlenme biçimleri, insan davranışı üzerinde etkilidir. Bu bağlamda mekânlarda merkezilik, yakınlık, erişebilirlik, sınırlayıcılık, belirleyicilik, odaklayıcılık, yönlendiricilik, süreklilik, sağlayıcılık, birleştiricilik ve ayrıcalık gibi davranışa yön

veren özellikler bulunmaktadır. Bu biçimlenme doğrultusunda çevresel anlam, gösterge ve simgelerle mekânın değişen özellikleri ortaya çıkmaktadır.

2.2. AYRIŞMA

20. yüzyılın başlarından şekillenmeye başlayan kent ölçeğinde ayrışma, kentin mekânsal ve toplumsal gelişimini belirleyen ekonomik, politik ve kültürel olmak üzere birçok dinamiğin etkisinde gerçekleşmektedir. Sanayi ve hizmetlerdeki yeniden yapılanma, emek hareketliliği, iletişim sistemleri ve kültürel farklılıklardaki sürekli ayrışma ve bütünleşme süreci olarak tanımlanabilecek küreselleşme sonucunda, kişisel isteklerin yarattığı baskıyla yeniden şekillenmeye başlarken, diğer yandan da parçalanmakta olan kentsel mekândaki ayrışma derinleşerek hızlanmıştır ve toplumda “öteki”ne karşı güçlü bir toplumsal eşitsizlik, gelir dağılımında eşitsizlik ve gruplar arası hiyerarşiyi keskinleştirmiş, sosyo-mekânsal katmanları kutuplaşmış bir yapıyı ortaya çıkarmıştır. Sonucunda da “sosyal eşitsizlik, ayrımcılık, sınıf altı” gibi kavramlarla birlikte anılan “sosyal dışlanma”, kentsel mekâna ayrışma olarak yansımış ve çok kültürlülüğe dayalı etnik ayrışma ise sosyal dışlanma ile açıklanan önermelerin odak noktası olarak ortaya çıkmıştır.

Mekânın parçalanması ile birlikte aynı kent içinde yaşayan bireyler birbirlerinden uzaklaşmaktadır. Kişilerin yaşam mekânlarının ayrılması, farklı toplumsal grupların birbirleriyle olan iletişimlerinin azalması sonucunu ve bölgeler arasında farklılıkların büyümesi sonucunu doğurmaktadır. Marcuse, P. ve Kepmen R.(2000) Böylece kişilerin yaşamları, özel zevkleriyle şekillenmiş mekânlar içinde devam etmiş, bu durum oturma bölgelerinde, iş yaşamlarında, eğlence mekânlarında yani kişilerin gündelik yaşamlarının geçtiği tüm mekânlarda gözlemlenebilir bir durum haline gelmiştir. Kişilerin yaşamlarının geçtiği mekânlar arasındaki duvarların yükselmesi toplum içindeki parçalanmayı da beraberinde getirmektedir; fakat mekânsal bölünmeler toplumsal bölünmelerin direkt olarak sorumluları değildir, yalnızca toplumsal bölünmelerin yaratımına yardımcı olmaktadır. Kentin çeşitli bölgelere ayrılması, gündelik yaşamın gerekliliklerinin bu bölgeler içinde giderilmesi ve toplumsal sınıflar arasında duvarların yükselmesi sadece küreselleşme dönemleri içinde gözlemlenen bir olgu değildir; sanayi öncesi kentinde toplumsal sınıfların oturma bölgeleri arasındaki keskin hatların varlığı bunun açık göstergesidir. Günümüz kenti ile sanayi öncesi kentleri arasındaki fark, sanayi öncesi dönemde

kentteki mekânsal bölünme daha çok din veya ırk temeline bağlı kalırken günümüz kentinde mekânsal bölünmeye neden olan temel unsur sosyo-ekonomik etmenlerdir. Küresel süreçlerin etkilerinin yoğunlaştığı 21. yüzyıl kentinin geçmiş dönem kentlerinden bir diğer farkı, ulaşım ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerle birlikte zaman ve mekân algılamalarının değişimi neticesinde kent mekânının sınırlarının belirginliğini kaybetmesidir. Kentler teknoloji ve imaj akışının geniş etki alanında ve gerçek zamanda ama gerçek olmayan alanda bulunmaktadır. Bu durumda günümüzün kentlerini coğrafi bir kendilik değil de, bugünün telekomünikasyon ağıyla her yerde olan, küresel ölçeğe taşınmış, yerel bütünlüğü parçalanmış olarak değerlendirilebilmektedir. Castell, M. (1997)

Bu süreçte kentsel mekânda da değişimler de toplumsal değişimler de gözlenmektedir. Kentsel mekânda farklı toplumsal kesimlerin oturma bölgeleri birbirlerinden ayrılması aralarındaki duvarlar yükselmesi, yükselen duvarlarla toplumsal sınıflar arasındaki iletişim azalması ile oluşan bu mekânsal bölünme toplumsal bölünmeye etkide bulunmaktadır.

Kentler ve bölgeler arasında oluşan eşitsizliklerin kent içi mekânlarda da kendini göstermesi, hiyerarşi ve dolayısıyla eşitsizlik ilişkileri sadece mekânların birbirlerine göre ilişkilerinde açığa çıkmamakta olup, ayrıca ‘zaman-mekân sıkışması’ olarak tanımlanan süreçte aynı mekân üzerinde yaşayanlar açısından da güç ilişkileri belirleyici durumda olmuştur. Ercan,F. (1996),

D.Massey bu durumu “güç geometrisi” olarak adlandırmaktadır. Bu kavramlaştırmaya göre, farklı sosyal grup ve bireylerin alışkanlık mekânları ile bağlantı kurma biçimleri farklı biçimde gerçekleşmektedir. “Güç ilişkilerine bağlı olarak bazıları zaman-mekân sıkışmasının olanaklarını çok iyi kullanırken, bazıları zaman-mekân sıkışmasından olumsuz etkilenmekte, bu sıkışmanın esiri olmaktadır” Ercan,F. (1996), “Yaşadığımız kentte kalemle çizilmemiş, görünmez bir sınır başka insanları sizlerden ayırmaktadır. Ne denli kolay aşılabilir görünse de bu sınırların aşılmadığının, aşılamadığının en büyük kanıtı da gündelik yaşamın ta kendisidir”. Işık, O.(1994)

Kentteki görünmeyen duvarlar nedeniyle teknolojinin sağladığı olanaklarla dünyanın herhangi bir yerinde gerçekleşen olaylardan anında haberdar olan birey hemen yanı başında yaşananlardan uzakta kalabilmektedir. Bu anlamda, kültürel farklılıkların toplumlar arasından daha ziyade toplumlar içinde bulunabileceği düşüncesi geçerlilik kazanmaktadır. “21. yüzyılın metropolleri, toplumsal sınıflar arasında gözlenen bu ayrımlar ve uzaklıklar nedeniyle Fainstein tarafından “bölünmüş şehir” ve Castells ve Mollenkopt tarafından ise, “ikili şehir” olarak resmedilmektedir”. Short,J ve Kim,Y. (1999)

Kentlere yönelik olarak yoğun bir şekilde gerçekleşen insan akışı, kentsel mekânın bu parçalanmışlığının açıklanmasında en önemli faktörlerin başında yer almaktadır. Göçlerle birlikte kentte bilinmeyen olgusu giderek artmıştır. Bu bilinmeyen olgusu ise insanları korkutarak kamusal alandan çekilmelerine ve özel yaşamın yüceltilmesine neden olmuştur. Sennett’in “Kamusal İnsanın Çöküşü”adlı kitabında belirttiği gibi; kentler insanlarla doldukça bu insanlar birbirleriyle işlevsel bağlarını yitirmeye başlarlar. “Bu yoğun insan akını ile kentsel yaşam gittikçe renksizleşmekte ve nihayet kamusal alan ortadan kaybolmaktadır” Sennett, R., (1996). Bilinmeyen korkuyla yükselen özel yaşam anlayışı sonucunda insanlar bu çılgın kalabalıktan uzaklaşarak kendilerini güvenli mekânlara hapsedmişlerdir. Özellikle günümüz postmodern kentinde bireyler bu bilinmeyene karşı korku nedeniyle kentten kaçarak kent dışındaki güvenlik sistemleriyle donatılmış mekânlar yaratma sürecine girmişlerdir. Bir zamanlar kentin kurulmasına neden olan korkuların yerini, çağımızda genel olarak ‘kentsel korkular’ almıştır; “içerideki düşman’a ilişkin korkular. Bu tür korku bir bütün olarak, kolektif mülkiyet ve bireysel güvenliğin kolektif teminatı olarak kentin bütünlüğü ve güvenliğinden çok, kentin içinde kişinin kendi yuvasının yalıtılmışlığı ve güvenliğiyle ilgilenir. Bir zamanlar kentin etrafını saran duvarlar çok farklı yönlerde kenti boydan boya içeriden bölmektedir. Kontrol altındaki bölgeler, belli kişilerin girişine izin verilen sıkı koruma altında kamusal mekânlar, kapılarda baştan aşağıya silahlı bekçiler ve elektronik olarak işleyen kapılar, bütün bunlar kentin kapılarının altında pusuya yatmış yabancı ordular yâda yol çeteleri, çapulcular ve büyük oranda bilinmeyen ötekilerden çok istenmeyen hemşeriye karşı alınmış önlemlerdir”. Sennett, R., (1996) Böylece kente/kentliliğe ait ortak paylaşımlar miadını doldurmuşlardır. Orta ve üst gelir grupları yerleşim bölgelerinin kentin geri kalanından ayrılmasına etki eden bir diğer unsur ise, tüketim

toplumu felsefi çerçevesinde iletişim olanaklarının yaygınlaştırılmasıdır. Televizyonlardaki, gazetelerdeki ve dergilerdeki ilanlarda, yayımlanan broşürlerde kentin keşmekeşinden uzak, tertemiz, geniş, huzur dolu bir ortam yaratılmıştır. “Görüntüler piyasasında üretilen “idealinizdeki ev” mitolojisinin İstanbul’un apartman yaşamına alışkın üst ve orta sınıfları için en kışkırtıcı yönü, kentin dağınıklığından, kalabalıklığından, pislikten, trafikten uzak, arınık sosyal mekânlarda, homojen bir yaşama biçimi oldu. İdealinizdeki ev görüntüleri, kentin içinde apartman yaşamının ne denli sağlıksız olduğunu ortaya koydu, yepyeni bir dizi özlem oluşturdu”. Öncü,A.(1999) Reklamlar aracılığıyla yaratılan bu “ideal ev” kurgusu orta ve üst sınıfın kenti terk ederek kent etrafında oluşturulan ‘adacıklara’ taşınmalarının nedenlerinden birisi olmuştur ve bu da kentsel mekânsal ayrımlaşma yolunda önemli adımlardan birisi olmuştur. Mekânsal ayrımlaşmanın kent mekânına yansımaları, Amerika ve Avrupa ülkelerinde geçmişi daha ileri tarihlere dayanan alt kentleşme (banliyöleşme) olgusu ile belirgin hale gelmiştir. “ ‘Banliyö’ , sözcüğünün kökeni ‘kent kontrolü altında’ anlamına gelen Latince sub urbe terimine aittir. Banliyöler konforları ve geçimleri için kent merkezlerine bağımlı olan küçük konut semtleri olarak tariflenir”. Giddens, A.(2000)

Alt kentleşme olgusu, kentleşme teorileri arasında önemli bir yere sahiptir. Kent kuramları içinde alt kentleşme olgusunu ele alanlardan ilki ‘Kentsel Ekolojik Kuram’dır. Bu kuram modern sanayi kentinde, kentsel büyüme ve kentsel ayrımlaşma sorununu ele almaktadır. Kentsel Ekolojik Kuram içinde yer alan Homer Hoyt’un “Dilimler Kuramı”, orta ve üst gelir gruplarının kentsel mekân içinde kendilerine yer seçmelerini açıklaması bakımından önemli bir yer teşkil etmektedir. “Dilimler Kuramı, oturma bölgelerinin içyapısı ile ilgilidir. Buna göre, şehirlerin büyümesi ana ulaşım kanalları boyunca ve şehrin bu oluşuma en az direnç gösteren yönlerde, fakat yine çemberin merkezinden (kent merkezi) çevresine doğru uzayan dilimler biçiminde olacaktır”. Keleş,R. (1972) Hoyt’a göre orta ve üst gelir grubu banliyölerinin kentsel mekânda kendilerine yer bulmaları; kent mekânı içinde daha önceden yapılmış olan yüksek kaliteli yerleşmelerin gelişme çizgileri doğrultusunda, ana ulaşım kanalları boyunca şehrin bu oluşumlara en az direnç gösteren bölgelerinde ortaya çıkmaktadır. Bu anlamda kent genellikle yüksek standartlı oturma bölgeleri yönünde gelişme göstermektedir. Ertürk, H. (1997) Alt kentleşme olgusunun neden ve hangi süreçlerde meydana geldiği de hala önemli bir

tartışma konusudur. Bu tartışmalar arasında Castells'in kentsel sistemin temel işlevinin tüketim süreçleri olduğu ön kabulü ile kentsel değişmeyi sosyo-mekânsal mekanizmalarla açıklaması ve Harvey'in kentleşme süreçlerinin sanayi sermayesinin ürünlerine olan talebin arttırılmasından kaynaklandığı yönündeki düşünceleri belirleyicidir. Castells; kentsel değişmeyi sosyo-mekânsal mekanizmalarla açıklarken kullandığı iki kavram vardır; metropolitenleşme ve alt kentleşme. "Metropolitenleşme, nüfus ve kentsel sermayenin mekânda yoğunlaşmasıdır. Söz konusu yoğunlaşma, üretim araçları, işgücü, tüketim ve kurumsallaşmanın bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Alt kentleşme süreci ise; sanayi birimlerinin ve iş alanlarının merkezden uzaklaşmasıyla orta sınıf ve kalifiye işçilerin hareketliliği ile gerçekleşmiştir. Bu durum %90'ını kamu harcamalarıyla yapılan otoyol inşaatları ile desteklenmiştir". Arslanoğlu, R .(1998)

Ulaşım ve iletişim altyapılarının son dönemdeki bu hızlı gelişimi ile kentsel yerleşimler mevcut kent sınırları dışına taşarak coğrafi mekânda yayılmalarını sürdürmektedirler. Bu yayılma kentsel nüfus artışından çok merkez işlevleri ile birlikte konut alanlarının desantralizasyonu ile belirlenmektedir. Yalnız endüstrilerin değil, iş ve finans merkezlerinin kent merkezi dışında yeniden yaratılması, kent dışı konut alanlarının alabildiğine her yönde yayılımı ve yeni ulaşım düğümleri üzerinde çok amaçlı alışveriş merkezlerinin yerleşmesi sonucunda mevcut kent merkezleri ile ilişkisiz kentsel alanlar çeperlere doğru genişleme göstermektedir. Bu anlamda belirlenen kentleşme süreçleriyle eski merkezler değer kaybederken, farklı toplum gruplarınca sahiplenilen yeni merkezler / ya da merkez işlevlerini içerdiği düşünülen yeni yapılanmalar ve yerleşim alanları ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda, ortaya çıkan merkezden uzak, kentsel hizmetlerin çoğunun kentten ve diğer kentlilerden kopuk olarak kendi içinde çözüldüğü, sıkı güvenlik önlemleri ile korunan, donatı ölçünleri yüksek, kapalı, bu yapılanmalar, 1990'lı yıllardan sonra Türkiye'de de yaygın hale gelmiştir. Kent bütününde değerlendirildiğinde, kentsel altyapı yatırımların önemli bir bölümünü bu bölgelerin çektiği gözlenmektedir.

Buna karşın; geleneksel dokunun yer aldığı eski mahalleler ki, bunlar genellikle tarihi kentlerde tarihi merkezler olmaktadır, bakımsızlık ve ihmal nedeniyle, düşük gelirlilerin oturduğu yoksul mahallelerine dönüşmektedir. Diğer yandan; bu

bölgelerde son dönemlerde “kentsel dönüşüm projeleri” adı altında yapılan uygulamalarla yaşanan sorunlar çözülmeye çalışılmaktadır. Bu bağlamda, yenileme ya da koruma projeleri biçiminde iki farklı uygulamaya tanık olunmaktadır. Arslanoğlu, R .(1998)

Yenileme kapsamında olan uygulamalarda, koruyarak geliştirmekten çok, yenileme olarak algılanan kentsel dönüşüm projeleri ile küresel kentler bağlamında, daha çok belirli kent parçalarının getirim tesislerine dönüştürülmesi amaçlanmaktadır. Burada, eski kent merkezlerinin ya da tarihi dokuda var olan değerlerin korunarak sağlıklılaştırılmasının ötesinde, daha fazla yükselme, yoğunlaşma ve çağın gereği yeni işlevlere dönüşme hedeflenmektedir. Genelde geleneksel merkezler ve iş kolları yerine, tüketime odaklı yeni iş alanları ve modern iş merkezleri önem kazanmaktadır. Tüketim kültürünün izlerini taşıyan bu mekânlar geleneksel merkezlerin yok olma sürecini hızlandırmıştır. Kentlerde yaşanan bu tür yenilenme-değişim/dönüşüm sürecinde kentlerin özgün kimlikleri daha hızla yitirilmekte, kentliler ise yaşadıkları çevreye yabancılaşmaktadır.

Küreselleşmenin bilinen genel niteliklerinden birisi olan gelir dağılımındaki bu eşitsizliğin artması olgusu kentin yoksul ve yoksul olmayan kesimleri arasında giderek derinleşen uçurumun belirginleşmesine bu da, kent mekânında oluşan kesin bölünmeyi yansıtmaktadır. Daha öncede belirtildiği gibi kentin yoksul olmayan kesimi, kendilerine daha çok merkezden uzakta yeni yerleşim alanları yaratırken, yoksullar da barınma sorununu ya kent çeperlerinde gecekondulu türü yapılaşmış alanlarda ya da kent merkezinde, bakımsızlıktan çevresel ölçünü iyice düşmüş olan eski yerleşim bölgelerinde çözmeye çalışmaktadır. Castell,M. (1997)

Tarihi dokulara duyarlı davranan sınırlı sayıdaki uygulamada ise daha çok yapıların fiziksel görünümünün korunması ve çevrenin sağlıklılaştırılması ile yetinilmektedir. Uygulama sonunda genellikle yapıların işlevleri ve kullanıcıları değiştirilmek durumunda kalmaktadır. Bu değişim sürecinde eski yapılar ticaret ya da turizm kullanışlarına dönüştürülmektedir. Bir başka anlatımla, mevcut kullanıcılar çoğu zaman süreç dışına itilirken, bir “gentrification” –soylulaştırma süreci yaşanmakta ve ranta yönelik her türlü tesis anıtsallaştırılmaya çalışılmaktadır. Bu eğilim kent mekânına, dev otopark alanları ile gökdelenler, çok katlı alışveriş merkezleri,

plazalar, çok yıldızlı oteller biçiminde yansımaktadır. Bu süreçte; bundan 20–30 yıl kadar önce kentin en önemli simgeleri olarak bilinen tarihi yapılar yerlerini, yükselen dev otellere, çok katlı alışveriş merkezlerine ve gökdelenlere bırakabilmektedir. Bu, üretimden çok tüketime yöneltmiş yapılar özellikle büyük kentlerin simgeleri olarak gösterilmekte ve kentlere kimlik kazandırmaktan çok onları örnekletmektedir. Keleş, R. (2004)

Kentlerin yeni gelişme alanlarının odağı olarak ortaya çıkan günümüzün bu yeni yapıları, kent merkezlerinin içerdiği karmaşıklık ve çekicilik düzeyini hiçbir biçimde içermemektedirler. Çoğunlukla tek işleve dayanan ve özel sektör eliyle yapılan bu yapıların, herkes tarafından erişilebilir olmadığı, ulaşım kanalları dışında kamusal mekân içermediği, toplanma alanı oluşturabilecek açık mekânların güvenlik kaygıları ile tasarlanmaktan kaçınıldığı söylenebilmektedir. Ofis blokları arasında tasarlanan sınırlı sayıdaki meydancık ve yeşil alanlar ise özel mülkiyet üzerinde yer alan açık alan düzenlemeleridir ve kamusal kullanıma açık değildir.

İstanbul’da, bölgesel bağlamda Maslak iş ve finans bölgesinin mekânsal kurgusunda; ofis blokları arasında park görüntüsü verilmiş yeşil alanlar, kamusal mekân görüntüsü verilmiş meydan ve oturma yerleri düzenlenmiş olduğu dikkat çekmektedir. Oysaki bu alanlar ofis bloklarının özel mülk olan parselleri üzerinde gerçekleştirilmiş ve gerçek anlamda kamusal mekân değildirler. Tüm dünya kentlerinde olduğu gibi, İstanbul’da da iş merkezleri ve çarşıları için İngilizce “meydan” anlamına gelen plaza terimi kullanılmaktadır. Amerikan kentlerinde “kamusal mekân” olma iddiası ile ortaya çıkan bu yeni yapı tipolojisine bu adın verilmesi, değişen toplumsal yapının ve kamusal mekân anlayışının değişmesinin bir göstergesidir.

Günümüzde toplumsal yaşamın odakları olarak kent merkezlerinin yerini, sayıları her gün artan “çok amaçlı alışveriş merkezleri” almaktadır. Önemli ulaşım aksları üzerinde, tamamen ticaretin kârlılık mantığına göre tasarlanan bu merkezler, içe kapalı, kent yaşamını dışlayan, büyük otopark alanları ile çevrili olduklarından kentsel mekân oluşturmaları olanaklı olmayan tek yapılardır. Oysaki mevcut kent merkezlerinde ticaret etkinlikleri ile kamusal mekânlar, sokaklar, meydanlar arasında karşılıklı bağımlılığa dayanan bir ilişki bulunmaktadır. Kapalı “çok amaçlı” alışveriş

merkezleri ise bu ilişkiyi tümünden reddetmekte ve yok etmektedirler. Giriş ve çıkışları güvenlik görevlilerince sıkı sıkıya kontrol edilen bu yapıların, kamusallığın temel tanımının herkes tarafından erişilebilirlik olduğu düşünülürse, gerçekte kamusalılığı dışlayan özel alanlar oldukları görülmektedir. Her ne kadar bu mekânlarda kamusal yaşamın geçtiği iddia edilse de, bu alanlarda kamusal alanda olması gereken eylem özgürlüğüne hiçbir biçimde izin verilmez. Gerçekte, bu mekânlarda ancak kısıtlanmış, ticaret, eğlence ve boş zaman geçirme aktivitelerinden ibaret bir kamusal yaşam modelinden söz edilebilmektedir. Toplum bireylerinin bu merkezlerde kendilerine sunulan ile mutlu görünmesi ise kamusal yaşamın giderek kısıtlanıp, yoksunlaştığını göstermektedir.

2.3. KAMUSAL ALAN

Örgütlü toplum yaşamı olarak kentler sadece bireylerin zorunlu zaman dilimlerini düzenlemekle kalmayıp, aynı zamanda bireylerin boş zaman değerlendirme eğilimlerinde de düzenleyici ve yönlendirici rol oynamaktadır ve toplumsal işleyiş içinde bireylerin ekonomik anlamda üretkenliklerini niteliklerine göre düzenlemektedir. Toplumun üyesi olarak hizmet talep eden bireylere sosyal, psikolojik, kültürel, ekonomik ve fizyolojik özelliklerine göre de hizmet sunmaktadır.

Bir kültür mozaği olarak görünen kentlerde bireylerin taleplerinin birbirinden çok farklı biçimde homojenleşerek gruplaştığı bilinmektedir. Boş zaman değerlendirme aktivitelerinde farklı sosyo-kültürel grupların farklı boyutlarda hoşnut olmaktadırlar. Karmaşık yapıya sahip olan, üretimdeki verimlilik nedeniyle yaşam standardı giderek yükselen kent toplumları, boş zaman faaliyetlerine yönelik hizmetlerin niteliğinde ve niceliğinde de çeşitlik ve bolluk arz etmektedir. Boş zaman diğer kıt kaynaklar gibi nüfus içinde eşitsiz olarak dağılmaktadır. Nüfusun yaş kategorileri içinde bu eşitsizlik kullanılan işgücü ve kullanılmayan işgücü bakımından belirgindir. Üretime katılmayan, yetişkinlik dönemine eğitim sistemleri içinde hazırlanan çocuk ve gençlerin boş zaman dilimi daha çoktur. Kent yaşamını düzenleyen politikalar öğrenim çağında olan ve okullaşan çocuk ve gençlere boş zamanlarını değerlendirecek mekân ve örgütlenmelere ayrıcalıklı yer verir. Bireylerin kendilerini geliştirmeleri, toplumlara yaşam felsefesine ve yaşam koşullarına göre entegrasyonu boş zaman değerlendirme aktivitelerine önem veren

sağlıklı kentlerin başta gelen sorumluluklarından birisi olarak düşünülmektedir. Bu bağlamda günümüz kentleri yaş gruplarının ihtiyaçlarına göre rekreasyon alanlar yaratırken kültür, sanat, spor ve sosyal aktivitelerdeki gelişmeyi ön plana çıkarmaktadır. (Tatlıdil1994-kültür)

Yaşlar nedeniyle ekonomik anlamda üretkenlikten kopan yaş gruplarının sağlıklı bir çevrede yaşamlarını sürdürebilmeleri için yaşlı grubun sosyal, kültürel ve fizyolojik koşullarına göre çevre düzenlemesi yoluna gidilmektedir. Bu bağlamda boş zaman; kent kültürü içinde bireylerin kişisel eğilimlerine göre harcadıkları zaman değil, toplum yaşamının beklentilerine göre değerlendirilmesi gereken zaman dilimi olarak düşünülmektedir. Burada toplum üyesi çocuk ve gençlerin boş zaman değerlendirmede zorunluluk koşulu görülmemektedir. Değerlendirmede rehberlik ve yönlendiricilik görüşü ön plana çıkmaktadır.

Cinsiyet faktörü nedeniyle toplumsal ilişki ve işlerde farklı rolleri üstlenmiş olan bireyler, rollerinin ve konumlarının gereği boş zaman değerlendirme aktivitelerinde de farklılıklar göstermektedir. Günümüzde sosyal amaçlı gönüllü derneklerin ve yerel yönetimlerin düzenlediği aktiviteler içinde doğum öncesi ve doğum sonrası bakım ve bilgilendirme ve diğer beceri kazandırma kursları, bu kapsamda ele alınabilmektedir. Özürlü nüfusun toplumsal yaşamdan kopmaması, örgütlü toplum anlayışı içinde aktif bireyler olarak yaşama katılmaları yine boş zaman değerlendirme faaliyetleri içinde önemli bir yer tutmaktadır. Okul içi ve okul dışı yapılan çalışmalardan cadde ve park düzenlemelerine kadar mekânsal düzenlemeler, özürülülerin fizyolojik ve psikolojik kapasitelerine göre yapılmaktadır. Toplumsal örgütlenmeler içinde de boş zaman faaliyetleri özürülülerin özelliklerine göre biçimlenen bir anlayışı sergilemektedir. (Tatlıdil1994-kültür)

Boş zaman değerlendirme anlayışı, kentlerin alt kültür grupları çerçevesinde de ele alınmaktadır. Özellikle araştırmalar boş zaman kullanımının sosyal sınıf ve sosyal sınıfın sahip olduğu alt kültür sistemi içinde şekillendiğini göstermektedir. Örneğin üst ve orta sosyal sınıflar, kütüphaneleri sosyal içerikli toplantılar, konferans, açık oturum gibi çalışma gruplarını daha sıklıkla seçerken; alt sosyal sınıflar parklar, oyun alanlarını, popüler müziğin yer aldığı eğlenceleri daha sıklıkla kullanmaktadır. İnsanların boş zamanlarında ne tür etkinliklerde buldukları konusunda yapılan

çalışmalarda çoğu kez boş zaman kullanımını ile meslek grupları arasında bağlantı kurulmaya çalışılmaktadır. (Tatlıdil1994-kültür)

Sosyal sınıf kavramındaki son gelişmeler ise alt kültür değerler sistemi içinde bireyin örgütlü toplumda kullandığı sosyal kurumlar ve rekreasyon alanları incelenmektedir. Bu tür araştırmaların çoğunda okullaşma düzeyi, seçilen okullar, kullanılan kitle iletişim araçları (sinema ve tiyatro gibi görsel sanatları kullanma alışkanlıkları da dahil) kütüphane ve kitap okuma alış-kanlıkları ile bireyin alt kültür değerleri içinde doğrusal bir ilişkinin varlığı sorgulanmaktadır. Bu araştırmaların çoğunda aynı sosyal çevreyi kullanan, özellikle aynı bölgede aynı tür okullara giden, aynı iletişim araçlarını aynı etkinlikte kullanan çocukların tutum ve davranışlarında benzerlikler olduğu ortaya çıkmaktadır. Çevre etkileşimi kuramı içinde popülerlik kazanan bu yaklaşımda, bireylerin sosyal kimliğinin oluşumunda yakın çevrenin etkisi vurgulanmaktadır. Erken çocukluk ve gençlik döneminin bölge, okul ve benzer sosyal değerlerin etkin olduğu aile ortamının, boş zamanlan değerlendirme anlayışı konusunda yönlendirici olduğu ileri sürülmektedir. Bireyin sosyalleşme sürecinde etkin olan ailenin değer ve normlar dizgesi içinde çocuğun tutum ve davranışlarının belirlenmesindeki etkinliği, yetişkinlik dönemine uzayan boyutlarda boş zaman etkinliklerini de biçimlendirmektedir. Gençlerin ve yetişkinlerin içinde bulunduğu sosyal çevrenin boş zaman ve rekreasyon alanlarını kullanma alışkanlıklarıyla çocukluk dönemini geçirdikleri sosyal çevre ve özellikle aile ortamı arasında yakın ilişkilerin varlığı yapılan araştırmalarda ortaya çıkmaktadır.

Kentsel alanların kullanımını incelendiğinde heterojen olarak tanımlanan kent toplumunun sosyal sınıf ve alt kültür gruplarına göre belli alanlarda yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle kentsel doku içinde konutların yapılanmasında görülen homojenleşme oldukça belirgindir. Alt kültür gruplarının yoğunlaştığı alanlarda çevre ve mekânların kullanımında farklılıklar daha belirleyicidir. Konutların ve konutların içinde yer aldığı çevre düzenlemesi alt kültür gruplarının boş zaman değerlendirme anlayışını sergilemektedir. Kent yerleşim birimleri içinde yapılaşma ve mimari düzenleme alt kültür gruplarının değer ve normlar dizgesinde şekillenen beklentilere göre oluşmaktadır. Yapılaşmada ve yapıların kullanımında düşünölen fonksiyon ve mimari özellikler, alt kültür gruplarının yaşam anlayışlarını kent ortamında değerlendirmektedir.

Avrupa'da 1960'lı yıllarda irdelenmeye başlanan kamusal alan kavramı ise, ilk kez 1962 yılında Jürgen Habermas'ın "Kamusal Alanın Yapısal Dönüşümü: Burjuva Toplumunun Bir Kategorisi Üzerine Araştırmalar" adlı kitabında ele alınmıştır. Habermas kamusal alanı, "özel şahısların, kendilerini ilgilendiren ortak bir mesele etrafında akıl yürüttükleri, rasyonel bir tartışma içine girdikleri ve bu tartışmanın neticesinde o mesele hakkında ortak kanaati, kamuoyunu oluşturdukları araç, süreç ve mekânların tanımladığı hayat alanı" olarak tanımlamaktadır. Bu tanıma bakılarak kamusal alanın kamuoyunu oluşturan alan olduğu sonucuna varılabilmektedir. "Kamusal alan, modern toplum kuramlarında, toplumun ortak yararını belirlemeye ve gerçekleştirmeye yönelik düşünce, söylem ve eylemlerin üretildiği ve geliştirildiği ortak toplumsal etkinlik alanına işaret etmek için kullanılan kavramdır" diyen Habermas kamusal alanı, her türlü çıkardan arınmış, devlet otoritesinin baskısı ve buyruklarından, sermaye egemenliğinden bağımsız bir alan olarak nitelendirmektedir.

Bunun ardından, Avrupa'da farklılıklarını kabullenip önemseyen azınlıklar, mülteciler ve göçmenler gibi çeşitli toplumsal kesimlerin, tanınmayı ve toplumsal alanda çeşitliliğin hakim olmasını talep etmesiyle kamusal alan kavramı daha fazla tartışılır hale gelmiş, siyaset ve hukuk felsefesi tartışmalarının üzerinde odaklandığı temel kavramlardan biri olmuştur. Bu irdemelerde Habermas'ın, kamusal alanı Avrupa ile sınırlayarak, sadece burjuvanın oluşturduğu bir alan olarak görmesi ve diğer sosyal yapıları kamusal alana dahil etmemesi eleştirilmiştir. Oscar Negt ve Alexander Kluge, Habermas'ın burjuva kamusal alanına karşı çıkararak, kamusal alanı "mücadelenin savaş dışı yollarla karara bağlandığı" proleter alan olarak tanımlamışlardır. Richard Sennett ise, "Kamusal İnsanın Çöküşü" başlıklı kitabında kamusal alan kavramını; özgünlük ve entellektüel derinlikle kamusal hayat ve özel hayat arasındaki dengesizliğin nedenlerini ve bu dengesizliğin yol açtığı sorunları da irdelerek, batı Avrupa kentleri için, insanların belirli mekânlarda yoğun toplumsal ilişkiler kurma olanaklarına sahip olmaları olarak açıklamaktadır. Avrupa'da uzun süre tartışılan kamusal alanın tanımı, 1980'li yıllarda Türkiye'yi de etkilemeye başlamıştır. 80 darbesinin ardından, o güne kadar Cumhuriyet projesine zarar gelmesinden endişe edilerek, gözlerden uzak tutulan bazı topluluklar, etnik ve kültürel kimliklerinin tanınmasını talep etmişler, böylece kamusal alan kavramı

Türkiye’de özellikle 1990’lı yılların başlarından itibaren çeşitli akademik yayınlarda ele alınmaya, kullanılmaya ve politik konularda tartışılmaya başlamıştır. Mimari alanda ise “kamusal alan” ve “kamusal mekân” kavramları, konut gibi özel bazı mekânların dışında kalan, meydanlar sokaklar, parklar, kafeler gibi insanların toplanabileceği, bir araya gelebileceği her yer olarak tanımlanmaktadır. Bununla birlikte kamusal alan ve kamusal mekân kavramları kesin bir sınırla ayrılmayarak, birbirine karışmış olup; Ömer Kanıpak, kamusal alan ve kamusal mekân farklılığını şu sözlerle açıklamaktadır: “...Kamusal alanın, modern toplumlarda bağımsız sivil kuruluşlar tarafından oluşturulan, eleştirel ve özgürleştirici ifadenin hayat bulduğu metforik platformlar olarak görmemiz gerektiğini gördük. Kamusal mekân ise, özellikle biz mimarların gözünden nispeten daha tanımlı ama yine de henüz sınırları ve potansiyelleri tam belirlenmemiş bir kavram. Yine de kamusal mekân denince, toplumda herhangi bir ayırım yapılmadan her bireyin kullanımı düşünülerek yapılmış açık veya kapalı mekânlar algılanır. Çoğu kez bu tip mekânların sahibi ve işleticisi devlet veya yerel yönetimler olduğu için de (adliyeler, toplu taşıma istasyonları, okullar vb.) yanlış bir ifade ile bu mekânlar kamusal alan olarak adlandırılırlar.” (TATLIDİL 1994)

Osmanlı’da alan tanımının sadece az özel, özel, çok özel ve çok çok özel olarak biçimlenmesini, bugün hala kamusal alanının tanımının tam olarak yapılmasının en büyük sebeplerinden biri olarak gösteren Prof.Dr. Uğur Tanyeli ise kamusal alanı tanımlamadan önce, bu alanların Batı’da “public” kelimesiyle ifade edilirken 19.yy’da Osmanlı literatürüne farklı bir biçimde girdiğini hatırlatmaktadır. Kamusal alanın genelde devletle ilişkilendiriliğini belirten Tanyeli, “kamusal alanı public”e ait olan değil devletle ilişkili olan alan“ olarak ifade etmektedir. Meral Özbek de bu durumu “‘Kamu’ dendiğinde hemen devlet gelir aklımıza; devlet idaresi, organları, kuruluşları, görevlileri ya da etkinlikleri gibi şeyleri, devlete ait ya da devlet kontrolünde yürütülen resmi bir alanı kastederiz. Halbuki, Habermas’ın dediği gibi, kamusal alan her şeyden önce toplumsal yaşamımızda kamuoyunun içinde olduğu alandır” diyerek açıklamaktadır.

Kamusal alanlar kentlerin oluşumu sürecinde önemli rol üstlenmişlerdir. Birey sosyo-kültürel yaşantısını kentsel fiziksel çevre kurgusu içerisinde dış mekânlar ve bu mekânlardaki yaşantı ve aktiviteler ile sürdürmektedir. Bu anlamda toplumun

yapılanması, bireyler ve toplum arasındaki ilişkinin fiziksel çevre tarafından desteklendiği yerler olan açık kamusal alanlarda meydana gelmektedir. Ancak günümüzde kontrolsüz gelişen metropollerin yaşamak için ideal bir çevre sunmadıkları, yapılar ve dış mekânlardan oluşan kurguların fiziksel özelliklerinin, kenti yaşayan kullanıcıların beklentilerine tam olarak cevap vermediği ve tasarımların dış mekân yaşantısına tam olarak katkıda bulunmadığı gözlemlenmektedir. Bununla beraber ortak kullanım alanlarının organize edilememesi sonucunda farklı sosyal grupların arasındaki mekânsal sınırlarda gittikçe belirginleşmekte ve gitgide birbirinden ayrılmaktadır.

2.3.1. Kamusal Alanın Tarihsel Gelişimi

Kamusal mekân, genel olarak insanlar tarafından ulaşılabilen ve kullanılan ortak alanları ifade etmek için kullanılmaktadır. Kamu ise bir devlet, millet ya da topluluğu oluşturan; etnik köken, ırk, cinsiyet gibi çeşitli karakteristik özelliklerine göre birbirinden ayrılmayan insan topluluğunu ifade etmektedir. Gürbilek, N. (2001)

Kamusal mekân, kamusal aktiviteyi barındıran, toplumsal yaşantıyı besleyen ve yönlendiren mekândır. Tarihinin en eski devirlerinden beri insanlar bir araya gelebilecekleri mekânlara ihtiyaç duymuşlardır. Toplumun her kesiminden insanın sürekli etkileşim halinde bulunduğu kamusal alanlar, toplumsal kimliği şekillendiren en önemli öğelerden biridir. Antik çağlarda genellikle kamusal dış mekânlar toplumsal hayatı daha çok barındırırken, daha sonraki devirlerde kamusal hayat kapalı mekânlara da kaymaya başlamıştır.

Mimarlık tarihinde insanların bir araya geldikleri ilk kamusal yapılar dini yapılar olarak göze çarpmaktadır. Gerçek anlamda kamusal aktivitenin kapalı mekânda organize olduğu ilk yapılar Antik Mısır'da göze çarpmaktadır. İklim koşullarının Avrupa ve Anadolu kadar elverişli olmadığı çöl ortamında kamusal aktivitenin daha çok kapalı mekânlarda yoğunlaşması kaçınılmaz olmuştur. Mısır'da Orta Krallık zamanında en önemli kamusal yapı olan Mısır tapınağı, bildiğimiz kilise kavramından farklı bir anlama sahip olup, bünyesinde okullar, üniversiteler ve arşivleri barındırmaktadır ve devlet yönetiminin, eğitimin ve bilimsel çalışmaların merkezi konumunda olup, toplumsal kararlar burada alınmakta ve kutlamalar burada yapılmaktadır. Sağlar N. (2005)

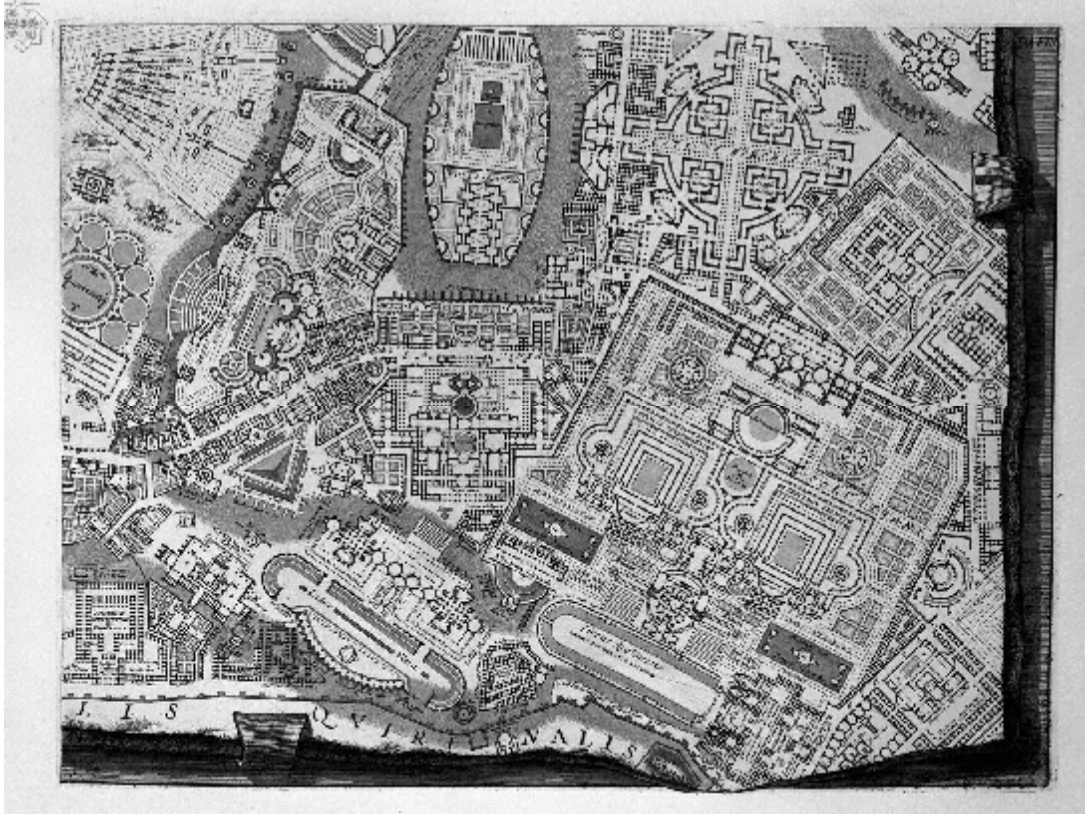
Eski Yunan'da kamusal ilişkinin yaşandığı yerler, şehrin meydanları “polis” olarak tanımlanmıştır. Bu alanda vatandaşlar toplumsal statü olarak eşit konumda oldukları kişilerle ilişkiler kurmuşlardır. Yunanlıların bilincinde kamu, özel alanın karşısında bir özgürlük ve kararlılık olarak anlamlaşmış ve değer kazanmıştır. Bu bağlamda, gündelik hayata dair şeyler kamunun ışığında şekillendirilmiştir.

Eski Yunan'da kamusal yaşantı çok önemli olmasına karşın kamu yapılarının çoğunun üstü açık olarak oluşturulmuştur. Tapınaklar ise Mısır'da olduğu gibi kamusal nitelik taşımamakta, tapınağın içine sadece rahipler ve seçilmiş kişiler girebilmektedir. Evler ve kamu yapılarıyla sınırlanan, pazar meydanı “agora” antik Yunan'da kamusal yaşantının merkezi olmuştur. Bu açık alanda ticaret ve eğitim aktiviteleri yürütülmekte, kenti ve halkı ilgilendiren sorunlar burada tartışılmaktadır. İÖ üçüncü yüzyılda mallarına satan zanaatkârlara barınak olan ve en az bir kenarları sütun dizileriyle agoraya açılan uzun yapılarla yani “stoa”larla kamusal ve ticari aktivite daha da zenginleşmiştir. Habermas, J., (2000)



Yunan Agorası

Roma Uygarlığı zamanında ise kentsel yaşam üzerinde odaklanması, kamusal kullanım için kapalı yapıların inşa edilmesini gündeme getirmiştir. Kent mekânının sürekliliği önem kazanmış, kentsel açık alanlarda süregelen toplumsal aktivitenin kapalı mekânlarda devam etmesi fikri gelişmiştir. Giovanni ve Battista Nolli'nin 1748 senesinde çizdikleri ünlü Roma Planı'nda kilise, bazilika gibi kamusal yapıların kapalı mekânlarının da kentsel açık alanlarla birlikte beyaz bırakılması, iç ve dış kamusal mekânlar arasındaki sürekliliğinin en önemli somut örneklerinden biridir.



Giovanni- Battista Nolli'nin çizdiği Roma Planı,1748.(“Public Interiors”)

Roma Dönemi'nde mekân sürekliliğinin yanı sıra kent nüfuslarının artması ile birlikte toplumsal yaşantının belli kurallara bağlı olarak yönlendirilmesi ve değişik toplumsal aktiviteleri barındıracak farklı yapıların tasarlanması önem kazanmıştır. Din dışı yönetsel işlemler için kullanılan bazilikalar, geniş mekânların kapatılması ve yönlendirilmesini getirmiştir. Toplumsal yaşantıyı yönlendirme anlayışı, bu anlayışın işlevsel olarak yürütüldüğü bazilika yapısının mimari kimliğine de yansımıştır. İç mekândaki düzenli, ritmik ve görkemli karakter, imparatora ve onun adaletine duyulan saygıyı simgelemektedir. Roma İmparatorluğu Dönemi'nde tarih içinde toplumsal kimlik, yurtseverlik ve adalete bağlılık ilkeleriyle desteklenmiş ve büyük insan kitleleri aynı mekânlarda toplanmıştır. Roth Leland M,(2000),



Bazilika Ulpia

Roma imparatorluğunun Hıristiyan İmparatorluğuna dönüşmesi, kamusal alanların toplum yaşamındaki yerinde bir dönüm noktası olmuştur. Bu dönemde kilise dışındaki tüm kamusal yapılar önemini kaybetmiş, Avrupa'da toplumsal yaşantı yüzyıllar sürecektir olan bir duraklama dönemine girmiştir. Mimari üsluplar kendilerini sadece dini yapılarda göstermiş ve Gotik Mimarinin doğmasına sebep olmuştur. Kamusal mekânlar kilise ile sınırlandırılmış, bu sınırlamada toplumsal kimlik üzerindeki din baskısının bir göstergesi olmuştur. Roth Leland M,(2000),

Rönesans ile beraber yeniden kent ve kamusal yaşantı önem kazanmıştır. Rönesans, günümüze dek sürecektir olan sürekli bir yükselişin habercisi olmuştur. Mimaride insan ölçeği ve ihtiyaçları ve dolayısıyla toplumsal kimlik ön plana alınmıştır. Sağlar, N., (2005)

Ortaçağda ve geç ortaçağda kamusal, feodal düzenin ortaklaşa üretim ilişkisiyle yakından ilişkili olup, ortaklaşa işlenilip kullanılan toprak, kamusaldır, çeşme pazaryeri ortak kullanıma açık ve kamusal olarak kabul edilmiştir. Bununla beraber, bu dönem de egemenlik, kamusal bir nitelikte olarak temsil edilmektedir. Bu temsili

kamu kendini toplumsal bir alan, bir kamu alanı olarak ortaya koymamış, daha çok, kamusal bir tür statü belirtisi haline gelmiştir. Habermas, J., (2000).

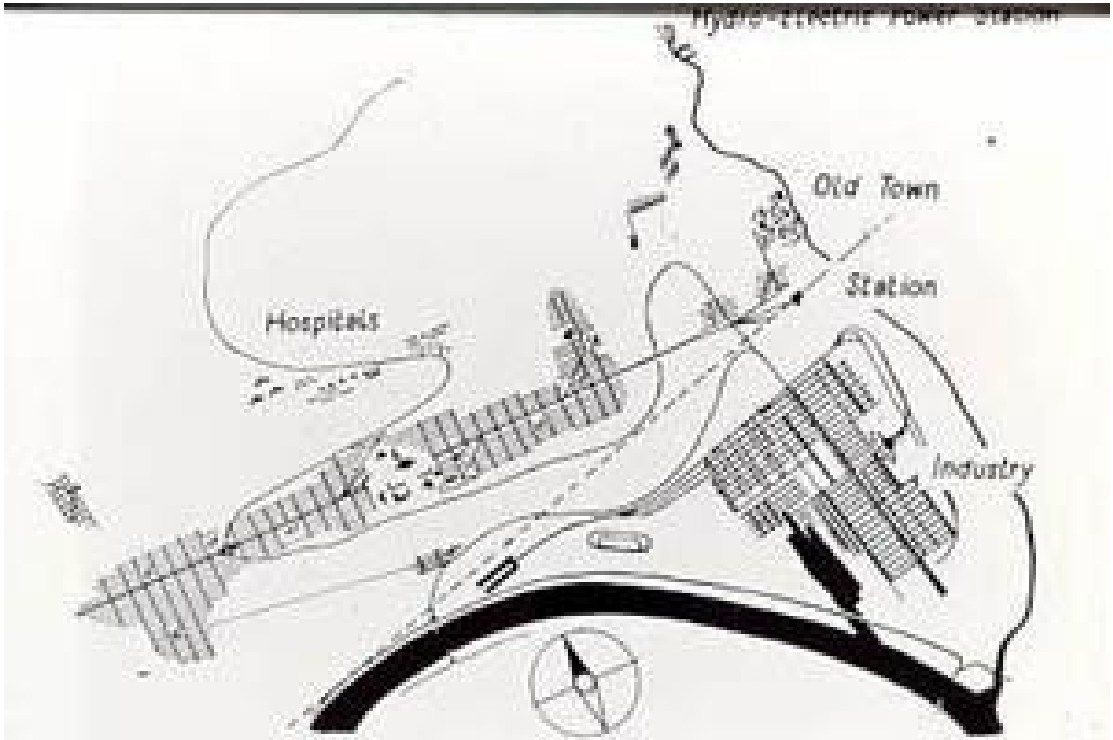
Barok dönem, ortaçağın ve Rönesans'ın kamusal ve kamusal mekân anlayışından uzak kalmış, turnuva, dans ve tiyatro kamusal alanlardan parklara, caddelerden sarayların salonlarına çekilmiştir. Habermas, J., (2000).

18. yüzyılda ise, Avrupa'nın büyük şehirlerinde zengin bir kamu hayatının geliştiği görülmektedir. Bu yüzyılda şehirler büyüdükçe çeşitli sosyallik ağları gelişmeye başlamıştır. Geleneksel toplumsal tabakaların karışmaya başladığı, sınıflar arasındaki ayrımın azaldığı bu dönemde şehirlerdeki yabancıların buluşabilecekleri yerler de gelişmeye başlamıştır. Bu sosyal gelişmelerin bir yansıması olarak, şehirler içinde büyük parklar ve yaya yolları yapılmaya başlanmıştır. Ardından alt ve orta tabakanın doldurduğu yerler sosyal merkezlere dönüşmüş, tiyatro ve opera salonları herkesin gelebileceği yerler haline gelip, sadece ayrıcalıklı kesimlere mensup olanların doldurduğu yerler olmaktan çıkmışlardır. Gürbilek, N. (2001).

Sanayi döneminin gelişmeye başladığı 19. yüzyılda, Avrupa'nın büyük kentlerinde açılan fabrikalar, işgücünün kentlerde yoğunlaşmasına sebep olmuştur. Bu bağlamda, kentler yeni yerleşimci kitlelere hizmet vermekte yetersiz kalmış, kentlerin dışında çeşitli yerleşim birimleri ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, kentlerin merkezlerindeki kamusal mekânlar da bütün kentlilerin değil, burjuva adı verilen bir grup yeni zenginin kullanım alanı haline gelmiştir. Kentlerin etrafında oluşan yeni yerleşim bölgelerinde oturan işçi sınıfı içinse sosyalleşmek, alışveriş yapmak için bir yerleşim biriminden diğerine geçmekle sağlanmaya başlamıştır Bu dönemden sonra toplumsal sınıflar arasındaki duvarların kalkmaya başlaması ve kentlerin kozmopolitleşmesi yeni kamusal ilişki formlarını ortaya çıkarmıştır. Sanayi devriminin gelişimi ile birlikte yaşanan çeşitli sosyal, ekonomik ve kültürel dönüşümler kentliler arasında kurulan kamusal ilişkinin formunu ve kamusal ilişkinin geliştiği mekânları da değiştirmiştir. Sennett, R., (1996)

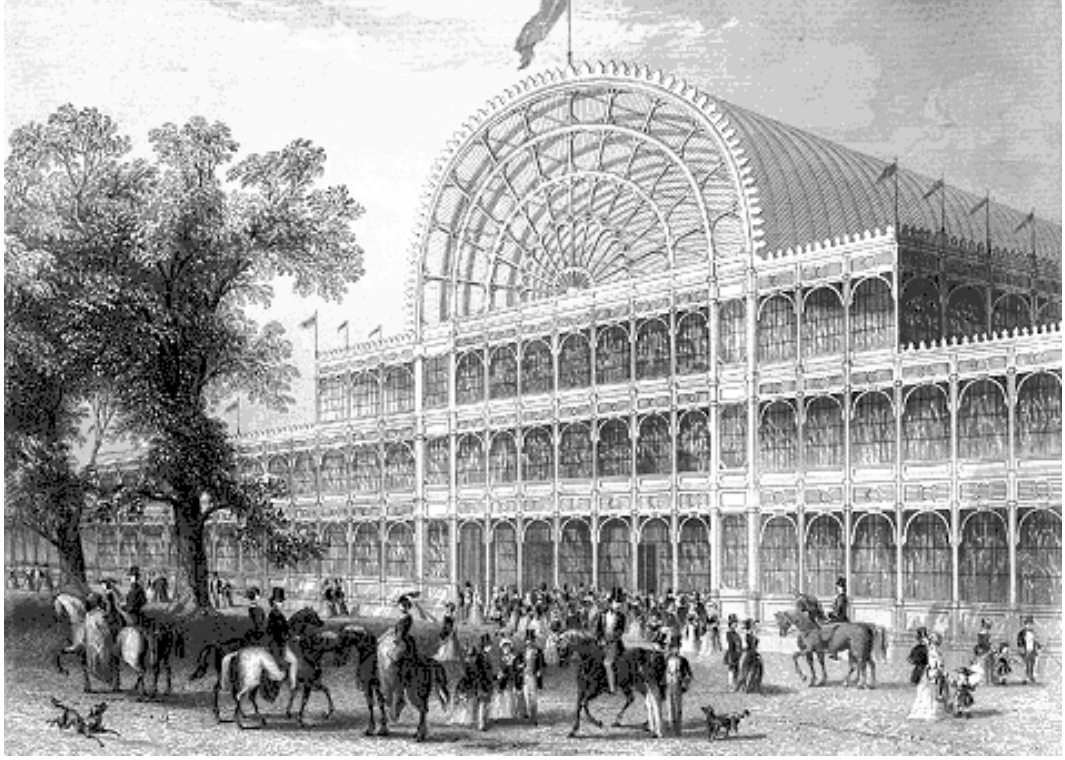
Tony Garnier'in 1900'lü yılların başlarında önerdiği "Cité Industrielle" projesi tam olarak gerçekleşmemiştir, ancak bu proje kentlerin çeşitli aktivite bölgelerine ayrılması (zoning) anlayışının en iyi örneklerinden birisi olmuştur. Frampton, K.,

(1992) 2. Dünya Savaşı sonrası dönemde Kuzey Amerika şehirlerinin ve Avrupa'daki yıkılan kent merkezlerinin yeniden yapılandırılması sırasında bu anlayış etkili olmuştur. Bu bağlamda, sözü edilen şehirlerde, sanayi yapıları ve yeni konut alanları kent dışına kayarlarken, danışmanlık, finans, bankacılık gibi servis hizmetleri kent merkezlerinde oluşturulmuştur. Sonuç olarak kentler tek bir merkez etrafında yoğunlaşmak yerine, farklı alt merkezlerin bir araya geldiği birimler haline dönüşmüşlerdir. Şehir merkezinin dışına doğru açılan yeni konut alanları da kentlerdeki yeni alt merkezleri oluşturmuşlardır. Bu alt merkezlerde yaşayanlar için kent merkezindeki ticari, sosyal ve kültürel aktivitelere ulaşım, bir süre sonra bir sorun olarak ortaya çıkmıştır.



Tony Garnier, Cité Industrielle

Sanayi devrimi ile ulaşım ve ticaret aktivitelerinin artışı, gar, fabrika, depo, alışveriş merkezi, ofis binası, müze gibi yeni yapı tiplerini ortaya çıkarmıştır. Bu yeni yapıların çoğu geniş ve aydınlık açıklıklara ihtiyaç duyurmuştur. Çelik ve cam kullanımı, geniş açıklıkların gün ışığından mahrum kalınmadan örtülebilmesini sağlayınca, gerçek anlamda çağdaş kamusal kapalı mekânın temeli atılmış ve bu gelişme kamusal mekân da kapalı alan yaratma organizasyonunda bir dönüm noktası olmuştur. Sağlar, N., (2005)



Crystal Palace-dış görünüş 1851-Londra



Crystal Palace-iç mekân-1851-Londra

1851’de endüstri fuarı için inşa edilen “Crystal Palace” o güne kadar inşa edilmiş en aydınlık ve büyük kamusal iç mekân niteliğini taşımaktadır. 140 yıl boyunca krallık kapsamındaki en önemli kamusal ve ticari faaliyetlere ev sahipliği eden yapı, teknolojinin mimari üzerindeki hâkimiyetinin de simgesi olmuştur. Roth L.M.(2000)

Endüstri Devriminin etkisiyle yükselmeye başlayan toplumsal yaşam kalitesi, toplumun daha korunaklı ve konforlu mekânlara talebini getirmiştir. 19. yy ortalarında yaygınlaşmaya başlayan üstü şeffaf örtülü alışveriş mekânları bu eğilimin somut örneklerini oluşturmuştur. Söz konusu alışveriş mekânlarına en iyi örneklerden biri Milano’da halen çok gözde bir alışveriş merkezi olan Galleria Vittorio Emanuele’dır. Galleria Vittorio Emanuele, boyutları ve biçimlenişi açısından kamusal bir dış mekân niteliği taşımasına karşın iklim koşullarına karşı korunaklı bir kapalı mekândır. Söz konusu pasaj aslında kent içindeki 2 meydanı birbirine bağlayan bir yaya aksı üzerinde bulunduğu için kamusal açık mekânın kapalı mekândaki sürekliliğini sağlamaktadır. Tarih içinde özellikle Roma İmparatorluğu Devri’nde olduğu gibi pek çok dönemde kamusal iç ve dış mekânların birbirlerine geçişlerindeki süreklilik önem kazanmıştır. Çünkü bu alanların tasarımında esas olan toplumsal hayatın sürekliliğidir. Kentin değişik işlev alanları arasındaki trafik ve hareket aslında gelişen ticari ve ekonomik hayatın bir gereğidir. Kamusal alanların bu hareketi destekler şekilde organizasyonu harekete, ticarete ve değişime hız vermektedir. Sağlar, N., (2005)



Galleria Vittorio Emanuele-Milano 1877

20. yüzyılda ise, kapitalizmin yalnızca ekonomik sistem olmaktan çıkarak, kültürel bir gerçeklik haline geldiği görülmektedir. Özellikle bu dönemle birlikte değişmeye başlayan üretim-tüketim ilişkilerinin kentlerdeki gündelik hayat üzerinde önemli etkileri olmuştur. Bu yüzyıl başında üretimin örgütlenmesi, gündelik hayatın planlanması ve tüketim aktivitesiyle çevrenin ve çevrenin bütünüyle düzenlenmesi sonucunu ortaya çıkarmıştır. Bu süreçte, kamusal ilişkinin ve kamusal mekânın anlamı da önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Baudrillard, J., (2004) Kamusal ilişkinin kurulması ve kamusal mekânın düzenlenmesi planlanmaya başlanmış, kamusal ilişkinin planlanması ve kamusal mekânların da bu planlamaya uygun kurgu mekânlar haline gelmesi sorunsalı ortaya çıkmıştır. Kamusal mekânlarda oluşan bu planlama iş, eğlence, dinlenme ve gündelik hayat olarak farklı aktiviteleri doğurmuş ve bu aktivitelerin yapıldığı kamusal mekânlar birbirinden ayrılmaya başlamıştır.

Diğer taraftan 20 yy. yaygınlaşan taşıt trafiğinin neden olduğu ses, görüntü ve hava kirliliği şehir merkezinde bulunan açık kamusal alanların eski cazibesini yitirmesine yol açmıştır. Yayıların konforlu şekilde kullanabilecekleri kamusal açık alanları azalması, korunaklı kapalı mekânlara yönelimin nedenlerinden biri olmuştur. Söz konusu durum, Amerika ve Avrupa'nın ardından 21. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülkemizdeki büyük kentlerde de yaşanmaya başlamıştır.

Detroit’da 1954 de inşa edilen ilk alışveriş merkezi olan Northland’in tasarımcısı olan Victor Gruen aynı zamanda kent mekânı ve kentlerdeki sosyal yaşam arasındaki ilişkileri inceleyen bir kuramcı olup, kentlerde sağlıklı bir toplumsal yaşam kurulabilmesi için gündelik hayatın karmaşasından uzaklaşarak bir araya gelebilecekleri sosyal mekânlar oluşturulması gerekliliğini ön plana çıkarmıştır Kowinski, W. S.; 1985

Gruen eski çağlardaki Yunan agorası, Ortaçağda Pazarları veya kent meydanlarının kamusal mekân olma görevini üstlenecek, sadece ticari faaliyet anlayışı ile kısıtlı olmayan, kullanıcılara sosyal ve kültürel faaliyetleri de sunan alışveriş mekânlarının oluşturulması fikrini savunmuş ve 1960’da yazdığı *Shopping Towns USA* kitabının giriş yazısında şöyle açıklamışlardır: “Alışveriş merkezleri farklı yapılanmaların bir araya geldiği komplekslerdir. Bu yapıları bir arada tutan bir ruhun/düşüncenin olması dolayısıyla, 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.”

Gruen’in bu düşünce ile tasarlamış olduğu ilk alışveriş merkezi Northland alışveriş merkezinde çeşitli bina kitleleri birbirlerine açık alanlar ile bağlanmıştır. Gruen’in bu alışveriş merkezi ile kanıtladığı bir diğer fikir ise, iki katlı alışveriş merkezlerinin doğru bir şekilde tasarladıklarında üst katlarının da iş yapabilesidir. Gruen’in Northland Alışveriş Merkezi’nden sonra 1956’da tamamen kapalı olarak tasarladığı ikinci proje Minnesota’da Southdale Alışveriş Merkezi’dir. Southdale Alışveriş Merkezi ilk kez yatayda tek katlı olarak yayılan değil de, düşeyde iki katlı olarak genişleyen tümüyle kapalı bir alışveriş merkezi olarak tasarlanıp inşa edilmiştir. Kowinski, W. S.; 1985



Southdale shopping center Minnesota 1954

Gruen'in çağdaş kent yaşamı için ticari bir merkez olmanın ötesinde sosyal ve kültürel bir merkez olarak hizmet etmesini öngördüğü alışveriş merkezleri günümüzde yalnızca ticari faaliyetlerin olduğu alanlar olmayıp, sosyal ve kültürel faaliyetlerinde yapıldığı, kamusal mekânlar olarak tasarlanıp inşa edilmeye devam etmektedir. Kowinski, W. S.; 1985

Kamusal kapalı mekânların işlevsel açıdan pek çok açık alana nazaran daha planlı ve organize olması, kullanıcıların çeşitli faaliyetleri daha kısa sürede yapabilmelerini sağlamıştır. Zaman kavramının geçmiş dönemlere göre çok daha değerli olduğu günümüz çağdaş toplumsal yaşamında, zamandan tasarruf sağlama isteği de, iyi planlanmış ve organize edilmiş kapalı mekânların kullanılması için bir gerekçedir. Dünyanın birçok ülkesinde özellikle ticari aktivitelerin açık mekânlardan kapalı mekânlara kayması söz konusudur. Toplumsal aktivitenin en önemli bileşenlerinden biri olan ticaret, her dönemde toplumsal kimliğin oluşumunda etkin rol oynamıştır. Hatta pek çok uygarlık döneminde ticari sistem kamusal alanların oluşumunda

birincil etken olmuştur. Örneğin Antik Yunan'da kentin kamusal yaşantısının kalbi olan Agora ve Stoa kentteki ticari aktivitenin yürütüldüğü yerlerdir. Mimarlık tarihinde de çoğu kentin konumlanması ve biçimlenmesinde de en önemli bileşenler ticari ve ekonomik bileşenlerdir. Bu durumda ticaret kamusal mekânları büyük ölçüde şekillendirmekte ve kamusal aktiviteyi yönlendirmektedir. Yani ticari aktivitelerin gitgide dış mekânlardan iç mekânlara kayması kamusal yaşamın da değişimini getirmektedir. Baudrillard, J., (2004).

Kapalı kamusal alanlara karşı olan eğilimi karşılamak adına harekete geçen ticari çevreler, alışveriş ve eğlence mekânlarının biçimlenişinde en etkin rolü oynamaktadırlar. Ancak toplumsal yaşantının sağlıklı ve devingen bir şekilde yürütülmesi için daha çok ticari kaygılarla oluşturulan bu kamusal alanların yeterli olup olmadığı, gerçekten kamusal aktiviteyi barındırabilecek niteliklere sahip olup olmadığı her uygulama için farklılık gösterebilmektedir.

Toplum-kamusal alan etkileşimi, belli kesimlerin yönlendirmesine bırakılmayacak kadar önemli olduğundan, dünyanın her yerinde birbirine benzemeye başlayan kamusal kapalı mekân düzenlemelerinin başarısının, Kapalı Çarşı, Mısır Çarşısı gibi geleneksel çarşılar kadar toplumsal hayata kattığı değerler, mekânsal kimlik ve toplumsal kimlikle etkileşimleri açısından sorgulanması gerekmektedir. Sağlar, N., (2005)

Daha önce de değinildiği gibi toplumsal yaşantının bu gitgide ivmelenen kapalı mekâna yönelimi, kamusal yaşam kalitesinin sorgulanmasını gerektirmektedir. Kamusal kapalı mekânlar; yapay iklimlendirme, çağdaş malzeme ve tekniklerin kullanımı ve düzenli kapalı mekân organizasyonu ile bireysel konfor ve tatmini artırırken, genellikle toplumsal etkileşimi azaltmaktadırlar. Yani çağdaş yaşantının bir gereği ve sonucu olan bireyselleşme, kamusal kapalı mekânların tercih edilmesine neden olmakta, diğer taraftan da söz konusu çağdaş kapalı mekânlar toplumu bireyselleşmeye götürmektedir. Örneğin bir süper markette tüketici, tek bir kelime etmeden evinin tüm ihtiyacını alıp, marketten çıkabilmektedir. Tabi ki diğerleriyle etkileşim düzeyi ve biçimi her birey için farklıdır. Belki de kimi bireyler için kamusal kapalı mekân kullanımı sırasında etkileşim kaybı söz konusu olmayabilir. Ancak toplumun geneli göz önüne alındığında, eğilim bireyselleşme yönündedir.

Yani toplumu oluşturan bireylerin özel hayatındaki içe yönelme, kamusal yaşantıda da içe yönelmeyi getirmektedir. Bu durumda kapalı mekâna yönelen kamusal alanların tanımlamasında kullanılan “kamusal” sıfatının da sorgulanması gerekmektedir. Yüzyıllardır kamusal açık alanlarda tanımlanmış ve yürütülmüş olan pek çok aktivitenin, çağdaş koşullara göre yeniden yorumlanmasındaki en önemli kıstas toplumsal yaşantı ve toplumsal kimlik olmalıdır. Dolayısıyla her toplumun özgün kimliği, kamusal mekânı biçimlendirmeli ve beslemelidir. Aksi takdirde kamusal mekân kimliği ve dolayısıyla onunla diyalektik ilişki içinde olan toplum kimliği özgün gelişim sürecinin dışına çıkar. Oysaki her mekân; kullanıcılarının, atmosferinin, fiziki verilerinin ve daha pek çok bileşenin belirlediği bir özgün karaktere sahiptir. Kamusal alan düzenlemeleri, bu özgün yapıyı destekleyecek biçimde olmalıdır.

Çağdaşlaşma adına toplumun yüzyıllar boyunca yaşadığı ve nesilden nesile aktardığı toplumsal kimlik bileşenleri feda edilmemelidir. Elbette ki burada söylenmek istenen kamusal alanların iç mekâna taşınmaması gerektiği değildir. Vurgulanmak istenen, kamusal mekân tasarımını gerçek yönlendirmesi gereken olgunun, kamusal yaşantının kendisi olduğudur. Böylece toplumsal kimlik; çağın getirdiği yenilik ve gelişimleri de kendine özgü şekilde yorumlayarak çağdaş, özgün ve gerçek anlamda “kamusal” kapalı mekânları tanımlayacaktır.

2.3.2. Açık Kamusal Alanın Çözülmesi: Kapalı Kamusal Alanlar

Yeni teknolojiler, geçmişten günümüze devam eden alışkanlıklar ve kişisel istekler ışığında açık kamusal alanlar yeniden şekillenmiş, kültürel ve bilimsel anlayışın değişmesiyle yeni alan kullanımları ve mekân tarifleri ortaya çıkmıştır. Salt yeşillik ve doğa ile bütünleşmenin hedeflendiği planlı, yeşil alanlar globalleşmenin etkisinde kimlik değiştirmiştir.

Kent toprağında yaşanan rant kavgası nedeniyle rekreasyon alanlarının yerine yapı yoğunluklu yerleşimler tercih edilmektedir. Yeni tüketim mekânlarının ortaya çıkması sonucunda kent insanının yaşam biçimine müdahale edilmekte ve açık mekânla özdeşleşen rekreasyonel kullanımlar kapalı ve özel mekânlara taşınmaktadır. Son 20 yılda ülkemizde ekonomik düzende oluşan köklü değişimler sonucu bu iletişim ve karmaşa yeni boyut kazanmış ve sonuçta yeni tüketim

mekânları ile alışveriş aktiviteleri özel sektörün kontrolüne geçmiştir. Bu süreçte kamusal dış mekân da özelleşmektedir. Artık kent halkının boş zamanlarını değerlendirme konusunda ilk akıllarına gelen yerler, dış mekânın doğaya erişim dışında tüm özelliklerini sunan alışveriş merkezleri olmaktadır. Bu merkezlerin yöneticileri, güvenlik ve tüketim merkezli yapı ve mekânlar tasarlama yoluna giderek halkın rekreasyonel alışkanlıklarında değişimler yapmışlardır. Bu kapalı mekânların plancıları, özel sektörün yönlendirmesi ile “kontrol edilebilen kalabalıklar, kontrolsüz sosyal çeşitlilikten daha karlı olur” mantığı ile bu mekânları tasarlamaktadır. (Crawford, 1992; Kowinski, 1985; Zukin,1991). Önceleri zaman içinde gelişen ve şekillenen kamusal mekânlar artık belli bir fikre ve konsepte uyacak biçimde birdenbire ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda geleneksel sosyal yaşam biçimleri ve yüz yüze iletişim geri plana itilerek bireyselleşme özendirilmektedir. Edward T. Hall’un (1966) yaptığı bireyselleşme-toplumsallık ayırımı, yeni toplum düzeninde global ekonominin yönlendirmesiyle bireyselleşme yönünde kabul görmektedir. Bir zamanlar çağdaş kentlerin demokratik toplum oluşturma ideallerini yansıtan planlı açık alanlar zaman içinde Sennett’in (1992) tanımlamasına göre ölü kamusal alanlara dönüşmekte, kamusal mekânın dönüşümü ve özelleşmesi ile gerçek kamusal alanların unutturulması sonucunda sosyal iletişimin sağlandığı açık kamusal alanlar değişime uğramaktadır.

Yeni tüketim mekânlarının oluşması ile zamanla kentli kent merkezlerini ve açık kamusal alanları kullanmaz ve diğer kentlilerle açık mekânlarda buluşamaz duruma gelmiştir. Artık politik aktivitenin yerini yönlendirilmiş tüketim davranışları almaktadır. Bu kapalı alanlarda kullanıcılar kentli olma bilinçlerini kapıdan geçtiklerinde unutarak merkez yöneticilerinin istediği şekilde mekânda hareket etmektedir. Bu alanlarda toplanmak, yüksek sesle konuşmak ve müşterileri rahatsız edecek davranışlar yasaktır.

Yeni tüketim mekânları yanında yeni tip yerleşim merkezlerinin oluşumu da, demokratik kentsel kimlik üzerinde tehdit edici uygulamalardandır. Yeni konut projelerinin kent dışına kayması ile kent merkezinde bulunabilecek neredeyse tüm sosyal ve sportif aktiviteler bu konut alanlarına kaydırılmaktadır. Residence, Towers ya da Konak gibi adlarla tanıtılan ve özendirilen bu yaşam merkezlerinde, geniş yeşil alanlar ve yapay göletler yanında balkonlarda yer alan bahçeler de doğanın sembolik

olarak bireylere sunulmasını amaçlamaktadır. Bu merkezlerde ev sahibi olmak isteyenlerin başlıca arzusu, kent yaşamında ulaşamadıkları yeşil alanlara, özel bahçelerinde ve ortak alanlarda rahatlıkla ulaşabilmektir. Ne var ki, bu alanlara sadece toplumun belirli bir sınıfı sahip olabilmektedir. Özel koruma ve güvenlik önlemleri ile sınırlandırılmış bu yerleşim alanlarında site sakinleri dışında insanların girmesi engellenmektedir. Bu tür konut yerleşimlerinin yaygınlaşması sonucunda kamusal mekânın özelleştirilmesi özendirilmektedir (Sorkin, 1992; Zukin, 1991; Davis, 1990; Habermas, 1999).

Göçler sonucu artan nüfusa paralel olarak kentleşme ve konut ihtiyacının artması, kentsel açık mekânlara en büyük tehdit olarak görülmektedir. Kentsel dönüşüm projeleri ile eski kent dokusu yerine yeni kentlerin kurulması yanında mevcut açık kamusal alanlarda yapılaşmanın özendirilmesi ile tehdit daha da büyümektedir. Kent merkezlerinin değer kazanması, konut yoğunluğunun artırılmasını gerekli kılmıştır. Teknolojik gelişmeler, globalleşen iletişim alışkanlıkları, kentleşmenin oluşturduğu çevre sorunları yanında sosyal yaşam biçimlerinin değişimi ve yeni yaşam tarzlarının ve mekânlarının tercih edilmesi, kentlerimizde yeni kamusal alan tanımlarını gündeme getirmektedir. Günümüzde kamusal mekân ve açık kamusal alan planlama ve tasarım yaklaşımlarında geçmişe bir dönüş ve özlem görülmekte, 19. yüzyılda tercih edilen ve 20. yüzyıl ortalarında sıkça kullanılan yaklaşımlar gündeme getirilmektedir. Bu yaklaşımlarda, ekolojik prensiplere uygun olarak kent içinde geniş yeşil alanların konumlanması ve bunların kent çeperlerinde ve yakın çevrede yer alan yeşil kitlelerle bütünleştirilmesi hedeflenmiştir.

Forman (1995) tarafından tanımlanan “Alan Mozaikleri” anlayışı ile kentlerde açık mekânların ekolojik koridorların bir parçası olarak değerlendirilmesi sağlanmıştır. Kent merkezlerinin dönüşümü ile daha erişilebilir açık ve yeşil alanların oluşması için yaya hareketlerinin, bisiklet kullanımının ve toplu taşımının özendirilmesi, tarihi kent dokusunun korunması ve özel araçların kent merkezine alınmaması gibi öneriler, Howard (1946)’ın 20. yüzyıl başlarında sunduğu Bahçe Şehir yaklaşımında ele alındığı gibi, kent planlarında sunulmalıdır (Wilson, 1994). Amerikan toplumunda 2. Dünya Savaşı sonrasında çok yaygın biçimde uygulanan banliyö yerleşimleri ile kent merkezleri çöküntü bölgeleri haline gelmiştir. Bu kent merkezlerinin geri dönüşümü, 20. yüzyıl sonlarında gündeme gelen Yeni Kentleşme

akımı (Congress for the New Urbanism, 2000; Duany, Plater-Zyberk ve Speck, 2000) ile gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Bu akımda, özel araçlara göre dağınık bir formda şekillenen, eğitim, iş, yemek ve alışveriş gibi zorunlu işlevlerin birbirine uzak merkezlerde konumlandırıldığı kentler, yaya kullanımlarını özendiren ve insan ölçeğine indirilen geleneksel kentlere dönüştürülmektedir. Ancak ne yazık ki bu yeni oluşumlar ve içerdikleri kentsel açık kamusal alanlar geleneksel kentlerin tarihi dokusundan uzak, geçmişin izlerinden yoksun yapay özellikler içermektedir.

2.4. KAMUSAL ALANLARIN TOPLUMSAL İLİŞKİLERDEKİ ETKİLERİ

Kamusal alanlar kentlerin gerçek sahibi olan kentlilerin katılımı ile geliştirilebilir ve geliştirilmesi gereken alanlardır. Kentsel geliştirme süreçleri kentin yaşayanlarının bugünleri ve yarınları üzerinde söz sahibi olabilmeleri ve sahip çıkmaları için bir fırsat olarak değerlendirilmektedir. Karl Marx'ın toplumsal üretim ilişkilerinin mekânsal diyalektiği çözümlemesini toplum-mekân biçimleniş etkileşimleri bağlamında geliştiren Lefebvre ve kapitalist üretim ilişkileri ile emek arasındaki çelişkilerin mekânsal biçimleniş ile ilgili yaklaşımlarıyla Harvey, 'kamusal olan mekân' üzerindeki tartışmaları ile iz bırakmış olan toplumbilimciler arasında bulunmaktadır. (Lefebvre 1998). Lefebvre mekânı açıklarken onun toplumsal olan üzerindeki belirleyici etkisini ve sosyal-mekânsal farklılıkların mekânın toplumsal ürünü olduğu düşüncesini ortaya koymaktadır Sosyal ve mekânsal olanı birbirlerine ait ve parçası olarak diyalektik bir yaklaşım içinde ele alan Lefebvre'in 'mekânın toplumsal ürünü' kuramı, kentsel gelişmenin toplumsal ve mekânsal boyutları ile ilişkisini, "kentsel gelişme olgusunun bizzat kendisinin, geniş ölçüde, toplumsal ve bireysel deneyimlerin ürünü" olarak değerlendirmekte ve 'mekân'ın çok yönlü insan eylemlerinin hem ürünü hem de ortamı olduğu konusunu tartışmaktadır (Lefebvre 1998).

Sosyal-politik çelişkiler mekânsal olarak gerçekleşmekte, mekânsal çelişkiler ise toplumsal ilişkilerdeki çelişkileri eyleme dönüştürmektedir. Bir diğer deyişle, mekânsal çelişkiler, sosyo-politik çıkarlar ve güçler arasındaki çelişkileri yansıtmakta, bu çelişkiler yalnızca mekânda açıklıkla ortaya çıkarmakta ve mekânsal çelişkiler halini almaktadır. (Erdönmez 2005).

Kamusal alanlar, yapılanmasında toplumsal denetim sağlanabilecek işlevsel ve görsel olarak toplumsal kullanıma açık olan toplumsal ve ekonomik etkileşim alanları olarak ifade edilebilmektedirler. Toplumun, üretim ve toplumsal ilişkiler düzeninin ileriye taşınması amaçlı olarak “kamusal olan” için öngörülen referans kavramlar, kamusal olan “kentsel kamusal mekân”ın geliştirilmesi konusunda da geçerlidir. Kamusal alanın kavramsal kapsamı ve fiziksel sınırlarının geliştirilmesi, mülkiyet düzenlemelerine yönelik olmaktan çok, bir yaklaşım seçeneği olarak ortaya konmaktadır. Bu yaklaşımın özü mülkiyet’e ilişkin olmayıp, toplumsal olan’a, toplumsal çıkarları bireysel çıkarların üstünde sayan toplumsal yarar’a, ‘kentsel yaşamın toplumsallaştırılması’na ve ‘kentlilik bilinci’ne ilişkindir. ‘Öteki’ ile birlikte insanca var olmanın mekânsal biçimlenişine ilişkindir. Diğer yandan, özel mülkiyetteki kentsel alanlarda özel olanın yapısal kullanımla sınırlandırılması yaklaşımını getiren bu çalışmada, özel olanın toplumsal yaşama kattığı boyutun ‘kamusal olan’ niteliği, özel olanı ‘kamusal olanca taşıyan bağlaç olarak değerlendirilmektedir. Toplumsal yaşamdaki ahenk ve uyumun sağlayacağı gelişme ve ‘kalite’ mekâna yansımakta ve mekân’dan yansıtılmaktadır.

Bu bağlamda, toplumsal yaşamın değerlerini ve kentsel yaşam ortamının kalitesini belirleyen ve sergileyen temel mekânsal öğeler kamusal alanlardır. Erdönmez; kentsel örüntü düzeni içinde kamusal alanların gelişimini irdeleyerek şu saptamayı yapmaktadır: “Kamusal alanların anlamının, toplumsal içeriğinin yitirilmesi ile yapı dışı alanlar ile parçaların birbirine bağlanmasını sağlayan kuralların da duyumunu yitirdik. Geleneksel kentlerde kural açıktır; yapılardan çok daha önemli olan toplumsal yarar anlayışıdır. Geçmişte kentlerin sahip olduğu toplumsal yaşamın zenginlik ve çeşitliliğini geri kazanmak üzere, geçmişte geçerli olan duyumsamaları ‘mekân tasarımı boyutunda’ yeniden geliştirmek gerekmektedir.

2.5. BÖLÜM SONUCU

20.yy’ın sonlarına doğru ekonomik, sosyal, siyasal, sanat, mimari gibi pek çok alanı kapsayan yeni bir dönemin başladığına dair görüşler dile getirilmeye başlanmıştır. Postmodernizm olarak ifade edilen bu yeni durum “kamusal alan” olarak nitelenen alanda da değişimlere yol açmıştır.

Kamusal alan kavramının içeriğinin ne olduğu konusunda bir uzlaşmanın varlığını söyleyebilmek pek mümkün değildir. Kamusal alan konusuyla yakından ilgilenen Habermas kamu ve kamusal alanı şöyle ifade etmektedir “Kamu, akıl yürütenler ya da rasyonel müzakereciler topluluğudur, kamusal alan ise; özel şahısların, kendilerini ilgilendiren ortak bir mesele etrafında akıl yürüttükleri, rasyonel bir tartışma içine girdikleri ve bu tartışmanın neticesinde o mesele hakkında ortak kanaati, kamuoyunu oluşturdukları süreç, araç ve mekânların tanımlandığı hayat alanıdır.”

Bu bağlamda bu çalışma aslında bir tespit ile başlamaktadır: **Kamusal mekânlar değişmektedir.** “Bugün pek çok araştırmacı tarafından kentsel kamu mekânlarının değişimi negatif bir tını ile tasvir edilmektedir: “Özelleştirme”, “ticarileşme”, (Madinipour, 1996; Sorkin, 1992) “militarizasyon” (Davis, 1995) “sosyal kutuplaşma” (Zukin, 1995) ve “kamusal insanın çöküşü” (Sennett, 1996).” (TANYELİ 2000)

Bir geçiş alanı haline gelen sokaklar, meydanlar, parklar gibi geleneksel kamu mekânlarındaki değişimin etkilerinin küreselleşme ile ortaya çıkan süreçlerle daha da hızlandığı söylenebilir. Yeni gelişmeler, doğal ritimlerden ve coğrafyadan bağımsız, “soyut mekân” anlayışını modern toplumun temel mekân anlayışı olarak merkeze yerleştirmiştir. Küreselleşmenin yaygınlaştırdığı bu soyut mekân anlayışının Antropolog Marc Augé’nin “yok-mekân” olarak tanımladığı alışveriş merkezleri, havaalanları, tatil köyleri, konulu parklar gibi yeni kamu mekânları ile şekillendiği söylenebilir. Bu değişim geleneksel kamu mekânlarının çöküşü ile yakından ilişkilidir. Augé’nin yok-mekânlar olarak tanımladığı havaalanı, müze ve alışveriş merkezi gibi alanlar küreselleşme ile birlikte imaj değiştiren kentin tanımlayıcı ve simgeleyici kamu mekânları haline dönüşmektedir. Ancak “Augé’nin mekânı tanımladığını iddia ettiği üç temel özelliği olan ilişkisel, tarihsel ve kimlikli olma özelliklerini taşımamaktadır: İlişkileri simule edilmiş, kimliği yaratılmış, tarihselliği sürekli bir şimdi algısı içinde kaybolmuştur” (Tanyeli, 2000).

Yenidünya düzeni olarak da adlandırılan soğuk savaş sonrası dönemde dünyada yaşanan ekonomik, siyasi, kültürel gelişmeler küreselleşmeye yapılan vurguyu arttırmıştır. Buna bağlı olarak teknolojik gelişmeler ise gündelik hayatın bütün

alanlarına nüfuz etmekle birlikte, mekânsal pratiklere etkileri açısından sınırlı sayıda anekdotlar üzerinde ilerleyen bir çalışma alanı sunmaktadır.

Teknolojik gelişmelerin etkisiyle insanın iletişim mekânı tüm dünyaya yayılacak kadar büyürken, fiziksel mekânı birçok faaliyetin birbiri içine geçtiği bir binadan çıkmayı gerektirmeyecek kadar küçülmekte; çalışma, dinlenme, eğlenme gibi yaşamsal faaliyetlerin birbirine geçmesi ile birlikte bu alanları oluşturan sınırlar erimektedir (Akcan, 1994). George Ritzer bu birbirine geçme sürecini tüketim araçlarının birbirine karışması örneğinden yola çıkarak anlatmaktadır. Ritzer'e göre "alışveriş ve eğlence, kumar ve alışveriş, turizm ve tüketim faaliyetleri giderek birbirine karışmaktadır." (Ritzer, 2000) Geleneksel kamu mekânları, işlevlerin ayrışması sürecinde yürüme, bir şeyler yeme, dinlenme, konuşma, spor yapma gibi temel işlevlerini restoran, spor salonu, alışveriş merkezi gibi ihtisaslaşmış kullanımlar karşısında kaybetmeye başlamışlardır. Şimdi ise tek bir bina kompleksi tüm bu bahsedilenlerden fazlasını kendi bünyesinde barındırabilmektedir. Güçlü iletişim ve ulaşım altyapıları ile beraber kurgulanan ve birbirine bağlanan bina kompleksleri ile parçalı bir hale gelen kent yapısı yeni bir tür bütünlük kazanmaktadır. Bu yerlerin oluşturduğu ağın dışında kalan çok geniş alanlar ise çöküntü ve çürüme ile birlikte anılmakta, özellikle kent merkezlerindeki bu tür alanlar ticarileşmiş kentsel yenileme projelerinin doğal sahası haline gelmektedir. Bilgi iletişim ve gözetim teknolojileri kapalı-kontrollü olarak geliştirilen alışveriş merkezi, havaalanı, tema parkları gibi yeni kamu mekânlarının denetimine ve işleyişine de yardımcı olmaktadır. Ritzer'in sözleriyle "Disney Dünyasında parklar ve oyun alanları insanları bazı şeyleri yapmaya bazı şeyleri de yapmamaya yöneltmek üzere kurulmuştur. Patikalar insanlara, aslında genellikle tasarımcıların önceden düzenlediği yönde giderlerken özgür seçim yaptıklarını düşündürtecek şekilde yapılmıştır... Disney parkları, tıpkı alışveriş merkezleri gibi, önceden planlanır, çevresi kuşatılır, korunur ve denetlenir. Disney Dünyası insanın yerine insansız teknolojinin geçmesinin zaferidir" (Ritzer,2000) Böylelikle kamu mekânında bulunmak hareket, davranış ve tercihlerin teknolojik araçlarla denetim altında tutulduğu bir kapalı mekân deneyimi haline dönüşmektedir. Bu yeni olanakların sunduğu gösterinin giderek artan dozuna ise geleneksel kamu mekânları ayak uyduramamaktadır.

Bu bağlamda “Kentsel kamu mekânlarındaki sorunları ve değişimleri özetleyen ana unsurlara bakıldığında;

- Kamu mekânlarının giderek artan ölçüde özelleşmesi,
- Kamu mekânlarına erişimde ve kullanımında artan denetim,
- Mekânının tasarımında güvenlik önlemleriyle davranışların denetlenmesi,
- Artan ırk ve sınıf ayrımı ve sosyal dışlama,
- Yerel coğrafya ve tarih ile olan bağlarını koparan tasarım konseptleri,
- Tüketim ve eğlence motiflerinin aşırı vurgulanması,
- Kamu mekânında sosyal ilişki kurma, yakınlaşma ihtiyacının azalması,
- Küresel soyut mekân konseptine uygun olarak özellikle metropollerin kamu mekânlarında tasarım özellikleri, kullanım türleri, ve kullanıcı profiline homojenleşmesi gibi olgular ortaya çıkmaktadır.” (Sancar ve Saygın, 2000).

3. KAMUSAL ALAN ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ

Alışveriş, her ne kadar ticari ve ekonomik bir kavram olsa da, sosyal bir olgu olarak değerlendirmek gerekmektedir. Sosyal yaşam şekillerinin değişkenlik göstermesi ve şehirleşmedeki hızlı gelişim alışveriş kavramının da değişikliğe sebep olmakta ve alışveriş kavramındaki değişikliklerde toplumu dönüştürme sürecini oluşturmaktadır.

Alışveriş merkezleri ise; planlanmış bir kent alanı içinde ve ticaret bölgesi arsası üzerinde tasarlanan, planlanan, yapılandırılan ve yönetilen, çeşitli hizmet kuruluşlarının yer aldığı bir komplekstir. Planlanmış bir mimari yapı bütünüdür. Değişik büyüklükteki ticari işletme tiplerini içinde bulunduran bu kompleksler, belli bir alan içindeki tüketicilere hızlandırılmış hizmet vermek, rahatlık, kolaylık ve mekânsal konfor sağlamak üzere yapılandırılarak kurulmaktadır.

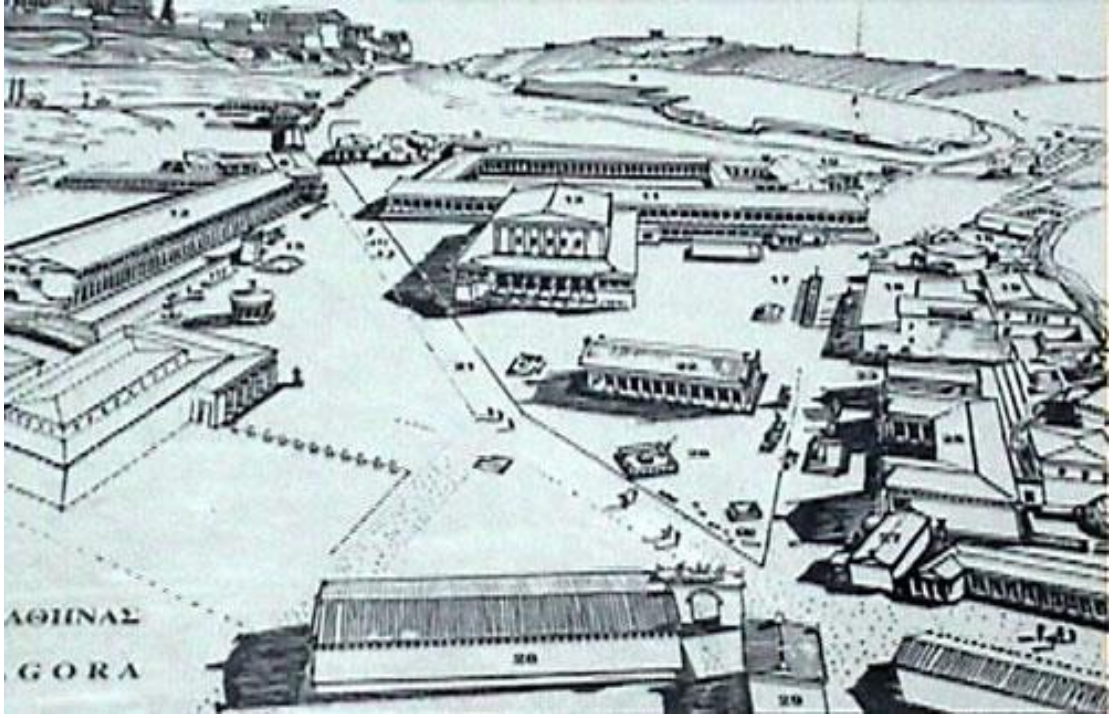
Sayıları son yıllarda hızla artan, şehir merkezlerinin yenilenmesine katkıda bulunan ve toplumsal yaşamı zenginleştiren fırsatlar içeren alışveriş merkezleri, bünyelerinde buldukları çeşitli aktivitelere yönelik tesislerle, sadece pazarlama konusunda değil sosyal ve kültürel anlamda da hizmet vermektedir. Kentlerin gelişmesinde ve yenilenmesinde de önemli bir rol oynayan bu merkezler, büyüyen popülariteleriyle tüketicileri memnun ederken, üreticiler için de en kolay satış yolu olarak anlam kazanmakta ve kentsel arazi kullanımını içerisinde önemli bir yere sahip olmaktadır.

Gruen'in çağdaş kent yaşamı için ticari bir merkez olmanın ötesinde sosyal ve kültürel bir merkez olarak hizmet etmesini öngördüğü alışveriş merkezleri günümüzde yalnızca tüketim ürünlerinin değil, sosyal ve kültürel aktivitelerin de tüketildiği birer "tüketim katedralleri" haline gelmişlerdir. Alışveriş merkezleri, aşırı akılcılaştırmış üretim sisteminin devir hızının yükseltilebilmesi ve sürekliliğinin sağlanabilmesi için tüketimin devir hızının moda, gelip geçicilik gibi kavramların ardında yükseltildiği ve tüketimin sürekli kılındığı merkezlerdir. Bu merkezler daha öncede belirtildiği gibi gündelik hayatının her anı planlanmış olan, kent yaşamını keşfetmeye ne zamanı, ne de isteği olan kentlilerin kamusal mekânıdır ve iş saatleri dışında ailenin farklı ilgi alanlarına sahip bütün bireylerinin kendi ilgi alanına göre çeşitli aktiviteler bulabileceği alanlardır. Baudrillard, J., (2004). Baudrillard alışveriş merkezlerindeki bu yaşam pratiğini şöyle anlatır: "hoş bir alışveriş yapabilmek, aynı havalandırılmalı mekânda kocalar ve çocuklar bir filmi seyrederken besin maddelerini, apartman ya da yazlık için gerekli nesnelere, giysileri, çiçekleri, en son çıkan romanı ve en yeni gadget'i tek bir seferde almak, oracıkta hemen hep birlikte yemek yiyebilmek. Kafe sinema, kitapçı, oditoryum, incik boncukçular, giysiler ve diğer pek çok şey daha alışveriş merkezlerindedir". Baudrillard'a göre alışveriş merkezleri her şeyi içine alabilmekte ve bir meta panayırını andırmaktadırlar. Aslında Baudrillard'ın meta panayırını olarak adlandırdığı, alışveriş merkezlerinin kullanıcılarına sunduğu küçük bir kent yaşantısı benzetimidir. Alışveriş merkezleri, barındırdıkları yapay ağaçlar, şelaleli havuzlar, telefon kulübeleri, oturma bankları, çeşitli bitkiler, meydan saatleri ile neredeyse küçük birer kenti anımsatmaktadırlar. Her şey o kadar ince ayrıntısına kadar belirlenmiştir ki, koridorlar boyunca yürünen, kentlerin sokaklarını andıran, etrafı dükkânlarla dolu alışveriş aksları, kullanıcıları genellikle kentlerdeki benzerlerini andıran alışveriş merkezindeki aktivitenin odağı olan meydanlara çıkartmaktadır. Bu merkezlerde etrafta dolaşırken görülen banklarda yapay bitkilere bakarak dinlenen insanlar, havuzun kenarında oynayan çocuklara kadar her şey kent yaşamında deneyimlenen görüntüleri oluşturmaktadırlar.

3.1. ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Pazar yerinden alışveriş merkezlerine veya dev mağazalara doğru süreçte, alışveriş ortamları 2000 yıllık tarihleriyle ticari olduğu kadar sosyal ilişkiler açısından da aşama geçirmiş durumdadır.

M.Ö. 7. yüzyılda, Yunancada insanların bir araya gelmelerini ifade etmek için kullanılan "agora" kelimesi, daha sonraki yüzyılda, "pazaryeri" anlamında kullanılmaya başlamıştır. Zaman içinde agora; sosyal, ekonomik, politik ve hatta dinsel unsurların birbirine karıştığı kentsel bir mekâna dönüşerek yüzyıllar boyunca kent morfolojisi içindeki önemini korumuştur.



Yunan Agorası

M.Ö. 2. yüzyılda Roma'da, içinde meyveden, çiçeklere, canlı balıklardan Uzakdoğu'nun ender bulunan ürünlerine kadar birçok malın satıldığı 6 katlı 150 dükkândan meydana gelen, günümüzün çok katlı, geniş alanlı, çok sayıda dükkân bünyesinde bulunduran alışveriş merkezleri gibi Trajan pazarları kurulmuştur. Ortaçağ Avrupası'nda alışveriş, sadece alt gelir grubu ve hizmetkârların yaptığı bir faaliyet olarak karşımıza çıkmakta ve dükkânlar okuma yazma bilmeyenlere yönelik simgeler ve işaretlerle tanıtılmıştır. İlk mağaza vitrinleri ise, 16.yüzyılda Avrupa'da, cam yapım tekniğinin gelişmesi ile beraber ortaya çıkmıştır. Alışverişin tüm toplumda yaygınlaştırılmaya başlaması, alışveriş yerlerinin bir araya toplandığı bulvar veya semtlerin, her gün bir alışveriş günüdür" sözü ile insanları tüketim toplumu olma yolunda kendine çekmesiyle başlamıştır. Zorlu.A. (2008)

Bu tarihsel gelişim içinde, Türkler de pazar yerleri ile alışveriş ortamını oluşturmuşlardır. Selçuklu ve Osmanlı döneminde giderek gelişen ve artan hanlar-arastalar- kapalı çarşı gibi ticaret alanları kent merkezlerinin ve sosyal hayatın vazgeçilmez unsuru olmuşlardır. Türk kentlerinde Avrupa ile eşzamanlı olarak sanayi devrimini yaşanmamasına rağmen, 18.yüzyılın sonlarından itibaren, Avrupa ile ticaret ilişkiler gelişmiş ve kent merkezlerinde bir yanda geleneksel ticaretin devam ettiği mekânlar, diğer yanda yabancı tüccarların, toptancıların yer aldıkları yeni alanlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu alanlar üstü açık caddelerden oluştuğu gibi bedesten adı verilen üstü kapalı çarşılarından da oluşmuştur. Özellikle İstanbul, alışverişin şekillendirdiği önemli bir şehir olmuştur. Akçadağ G.(2005) Hem ipek yolu hem de deniz yoluyla gelen mallar kent merkezinde satılırken, taze gıda ürünleri de çiftçilerden alınmıştır. Bu bedestenlerden en büyüğü ve ünlüsü bugün hala İstanbul'a gelen bütün turistlerin ziyaret ettiği Kapalıçarşı'dır. Kapalıçarşı, Osmanlı döneminde İstanbul ekonomisinde önemli bir yer teşkil etmiştir. Buradaki dükkânlarda dünyanın ve Osmanlı İmparatorluğu'nun her yerinden toplanmış mücevherler, altınlar, silahlar, kıymetli kumaşlar, halılar ve her türde değerli eşyalar satılmak için sergilenmiştir.



Le Bon Marché Paris



Kapalıçarşı İstanbul

Tarih boyunca değişik mekânsal şekillerle karşımıza çıkmış olsalar bile, günümüzün alışveriş merkezleri ve mağazalarının benzer örnekleri 19.yüzyılda ortaya çıkmıştır. Habermas, J., (2000). 1852 yılında Paris'te Le Bon Marché isimli küçük bir tuhafiyeci dükkânının, sonradan içinde aynı marka altında birçok ürünün satıldığı büyük bir mağazaya yani ilk departmanlı alışveriş merkezine dönüşerek Avrupa ve

Amerika'da yaygınlaşması ile Bon Marche ismi büyük mağazaları (department store) tanımlamakta kullanılan genel bir terim haline gelmiştir.

20.yüzyılın başlarından itibaren, kent merkezlerinde trafik sorunu, otopark problemleri, hava kirliliği, gürültü gibi sorunlar; kent merkezlerinin alışveriş açısından çekiciliğini kaybetmesine, yerleşim ve istihdamın kent merkezleri dışına kaymasına neden olmuştur. Geniş topraklarda dağınık yerleşen insanları bir araya toplamak, ticareti canlandıracak pratik bir çözüm olarak düşünülmüştür. Sonuç olarak şehirlerde alışveriş, yaşam ve insanlar bu merkezlerde toplanmıştır. Günümüzde örneklerini gördüğümüz kent merkezi dışı “shopping mall” lar açılmıştır. Bu tür alışveriş merkezlerinin ilk örnekleri de 1920’lerde Amerika’daki banliyölerde ortaya çıkmaya başlamıştır. Alışveriş merkezlerinin ilk örneği olmamakla beraber, J.C. Nichols 1920’de Amerika’nın Kansas City şehrinde ortak tasarlanan ve kontrolü tek merkezde toplanan Country Clup Plaza’yı oluşturarak bu uygulamanın öncülüğünü yapmıştır. Country Clup Plaza’nın önemli bir diğer özelliği ise cadde dışında otopark hizmetini tüketicilere sunmasıdır. Tuncer D -Alkibay. S.- .Hoşgör Ş..(2007) Bugünkü alışveriş merkezlerinin öncüsü 1931 yılında Dallas’ta açılan Highland Park Shopping Village’dir ve onu 1937 yılında Houston’da hizmete açılan River Oaks izlemektedir.



Country Clup Plaza-Kansas City

Alışveriş merkezlerinin sayısı 2. Dünya Savaşından sonra büyük bir artış göstermiştir. Özellikle 1950'lerden sonra, kent merkezlerinde yapılan ticaretin hacmi azalmamış olmakla beraber, buna paralel olarak kent merkezi dışında açılan alışveriş merkezlerindeki ticaret daha yoğun hale gelmiştir. Son duruma baktığımızda, hem kent içi hem kent dışı alışveriş merkezleri veya büyük mağazalar işlevlerini paralel olarak yerine getirmiş oldukları görülmektedir.



Highland Park Shopping Village Dallas

1950'li yıllarda James B Douglas, Nortgate adlı ilk büyük bölgesel alışveriş merkezini Seattle'da açmıştır. Kapalı alan biçiminde oluşturulmayan Nortgate'nin en önemli özelliği yaya trafiğine açık, ağaçlıklı yollardan ve bahçelerden oluşan, bir mimariye sahip olmasıdır ve kiracı mağazalar kavramını ilk olarak yansıtmıştır.

1960'lı yıllarda sadece ticaret imkânı sunan tek katlı alışveriş merkezleri, 1970'lerde yerini, ticaretin yanında sosyal-kültürel alanda da hizmet veren, kapalı, çok katlı ve özel otoparklı yapılara bırakmış ve ana caddelerdeki canlılık bu yapılara kaymıştır. Zaman içinde ise kullanıcılarına bu hizmetleri vermek için tasarlanan alışveriş merkezleri çok büyük alanlara yayılmaya başlamıştır ve yayıldığı alanın büyüklüğü, bünyesindeki aktiviteler ve mimarisi ile sanatsal yapılar olarak değerlendirilip, çağın ekonomik ve kültürel simgeleri haline gelmiştir. Bunun en güzel örneği ise California'daki Del Amo Fashioning Center'dır. Amerika'nın en büyük alışveriş merkezi ise 1992 yılında Minnesota yakınlarındaki Bloomington'da Mall of America adı ile faaliyete geçmiştir. Dünyanın en büyük alışveriş merkezi ise Kanada'daki The West Edmonton Mall'dır.

1970'li yıllarda benzeri süreç Avrupa'da da yaşanmıştır. Ancak Avrupa'da kentsel dokunun korunmasındaki süreç Amerika'ya göre farklılık göstermiştir. Tarihi dokusu olan şehirlerin taş binaları nehir kenarlarında, şehir merkezlerinde toplandığı için bu binalara ve büyük parklara dokunmamışlardır. Dolayısıyla şehir içinde büyük bina inşa edecek yer olmadığından, tek binaya sığan büyük marketler yayılmıştır. Alışveriş merkezlerinin Avrupa'daki ilk örneği Brüksel'de Woluwe ve Paris'teki Parly 2 dir. İngiltere'de ise alışveriş merkezleri ilk yıllarda şehir içine odaklanmış, 1976'dan sonra şehir dışına da çıkmaya başlamıştır. İngiltere'de ilk açılan bölgesel alışveriş merkezi Brent Cross olup, bunu daha sonra Milton Keyyes ve Avrupa'nın en büyük alışveriş merkezlerinden birisi olan Metro Centre izlemiştir.

Türkiye'de ise alışveriş merkezlerinin gelişim süreci İstanbul'dan başlamıştır. Tarihi şehir dokusu ve yerleşik alışveriş alışkanlıkları nedeniyle şehrin merkezine büyük binalar inşa etme risk oluşturabilir düşüncesi ile ilk alışveriş merkezi olan Galeria, 1988'de Ataköy'de deniz doldurularak kazanılan arazide, özel sektör girişimciliği ve kamu bankası işbirliği ile yapılmıştır ve düşünülen daha fazla ilgi görmüştür. Daha sonrasında inşa edilen Akmerkez'in estetik yapısı ve yüksek karlılığı ile alışveriş merkezlerinin sayıları artış göstermiştir. Öncelikle nüfus artışı ile insanların şehir merkezinden ayrılıp banliyölere doğru yayılması, raylı sistem ve otomobilin artması ve buna paralel olarak otoban ve çevre yolların yapımı, kadının ekonomik hayatta daha fazla rol alması ve alışverişe fazla zaman ayıramaması alışveriş merkezlerin yayılmasındaki en önemli etkenler olmuştur.

Nüfustaki artış ve yoğunlaşma beraberinde toplu talebi getirmiştir. Raylı sistem ve otomobilin artmasıyla, perakende satış ve tarımda gelişmeler başlamıştır. Bunun sonucunda tarım ile perakende satış arasında bir bağ oluşmuştur. Bu gelişmeler sonucu 19. yüzyıl sonlarında büyük üniteler ve zincir mağazalar oluşmaya başlamıştır. Şirketler kendi satış mağazalarını oluşturmuşlardır. Bilgisayar ve elektronik dünyasındaki gelişmeler de bu sistemi desteklemiş ve merkez satış mağazaları gelişmeye başlamıştır. Tasarımcılar satış mağazalarına nasıl varılabileceğini ve bunların nasıl faydalı hale getirebileceklerini düşünmeye başlamışlar ve konu üzerinde projeler üretmişlerdir.

1939–1945 savaş yılları arasında gelişmelerde durgunluk görölmüştür. Daha sonraki gelişmeler bir takım problemler ortaya çıkarmıştır. Evli çiftin her ikisinin çalışmaya başlaması, araç sahipliğindeki artış, büyük mağaza, tele marketlerdeki artış ve çeşitlilik, derin dondurucuların ortaya çıkması, nüfustaki artış ve taleplerdeki gelişmeler alış verişte probleminin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Trafik ve yaya akışının artması ve ticaret potansiyelinin büyümesi de kapalı alışveriş merkezlerinin gelişmesinde etkili olmuştur. Bu gelişmeler ve değişimler sonucunda, yayaların rahat dolaşabileceği alışveriş merkezleri oluşmaya başlamıştır. Nüfustaki artış, şehir dışında da ikamet bölgelerinin oluşmasına neden olmuştur. Araç sahipliğinin artması ve caddelerin yetersiz olması şehir merkezlerinin tıkanmasına neden olmuştur. Bunun sonucunda şehir merkezlerindeki tüccarlar, müşterilerine daha iyi hizmet sağlamak amacıyla şehrin dışına yerleşmeye başlamışlardır. şehir dışına kurulan merkezler, ana bir yol etrafında dairesel olarak hızla büyümüştür. Aynı zamanda şehir merkezlerinde binalar ve perakende satış birimleri belirgin bir şekilde azalmaya ve şehir merkezleri yeniden canlandırılmaya başlanmıştır. Alışveriş merkezlerinin sayısının artması beraberinde yoğun trafik, otopark problemlerini de getirmiştir. Ancak bir bölgede yoğunlaşmış ticaret aktivitesi o yöredeki kaliteyi yükseltmekte olduğundan aynı zamanda cazibe merkezi durumuna da gelmiştir.

3.2. ALIşVERIş MERKEZLERI VE MEKÂN İLIşKISI

Küreselleşen dünyada bilgi ve insan hareketliliğinin artması, popüler kültürün beğenilerinin yüceltildiği tüketim odaklı bir yaşam tarzının önem kazanması, zaman, mekân ve bağlam arasındaki ilişkileri etkilemektedir. Bu süreçte, bağlamını, içinde bulunduğu çevre ve işlevinden almayan, bunun yerine birbiriyle anlamsal olarak ilişkilendirilemeyen parçaların bir araya gelmesiyle kendi referansını kendisi oluşturan, mekân ve kullanıcı arasındaki ilişkilerin an ve an önceden belirlendiği yeni bir mekân anlayışı ortaya çıkmaktadır.

Son yıllarda ölkemizde de çok sayıda inşa edilmekte olan ağdaş alışveriş merkezleri, çok sayıda mağazayı, bir ya da birkaç büyük mağaza, bir süpermarket ve sosyal etkinlik alanları ile bütünleştirerek, yeni kentsel odak noktaları oluşturan bir yapı tipidir. Bu yapı aynı zamanda, bünyesinde yeni kamusal yaşam alanlarının oluşturulmasını da sağlamaktadır.

Alışveriş merkezlerinin iyi iklimlendirilmiş ve aydınlatılmış ortamı, işlevleri ve biçimsel özellikleri ile giderek daha fazla kent merkezi görüntüsü oluşturmaktadır. İnsanoğlunun en temel etkinliklerinden biri olan alışveriş, geçmişte kent mekânında gerçekleştirilen sosyal bir eylemdir. Tarih boyunca her dönem ve uygarlıkta, içinde ürün dolaşımının gerçekleşeceği mekânlara gereksinim duyulmuştur. Alışveriş mekânlarının zaman içindeki dönüşümü incelendiğinde, 20. yüzyıla kadar olan dönemde, kentlerdeki alışveriş yerlerinin en temel karakteristiğinin “kent dokusu ile bütünleşme” olduğu görülmektedir (Biro G 2005). Örneğin, antik dönem kentlerindeki agoralar ile ortaçağ kentlerindeki meydanlar, bu kentlerin en önemli alışveriş yerlerini oluşturmuşlardır. Kentlerin vazgeçilmez parçaları olan bu mekânlar, alışveriş etkinliğinin çeşitli amaçlar için toplanma, diğer kentlilerle sosyal iletişim kurma gibi kentsel işlevlerle birlikte yer aldığı ortamlar olmuşlardır. Bu mekânlarda kent mekânı ile alışveriş mekânı iç içe geçerek, kentin çekirdeğinde yer almakta ve çok işlevli bir kamusal mekân oluşturmaktadır.

Çağdaş alışveriş merkezlerinin öncülere, 19. yüzyıl sonlarında ortaya çıkan pasajlar ve büyük mağazalardır (White R. Sutton A. 2001) . Pasajlar, alışveriş yapılarının kentten yalıtılmasının ilk sinyallerini vermiştir. Bu yapılarda vitrin bakma ve alışveriş yapma bir boş zaman etkinliğine dönüşmektedir (Backes, N. 1997). Pasajlar ve büyük mağazalar ile başlayan “kentsel mekân-alışveriş mekânı Bütünlüğü”ndeki kopma (Biro G 2003), günümüzün kapalı kutu içerisindeki alışveriş merkezlerinde doruk noktasına ulaşmaktadır. Kentten görsel, fiziksel ve sosyal olarak uzaklaşan alışveriş merkezlerinde, kentin karmaşasından uzak, ancak kent merkezine benzeyen bir görüntü yeniden kurulmuştur. Diğer bir deyişle, kent mekânı alışveriş merkezi içerisinde yapılaşır; alışveriş merkezi, kente yaptığı göndermeler aracılığıyla kendisini kent merkezine bir alternatif olarak tanımlamakta ve sunmaktadır (Jewel, N.2001). Ancak bu göndermeler, mekânsal değil biçimseldir, öze ilişkin olmayıp yüzeysel ve yapaydır. Backes (1997), alışveriş merkezi tasarımında kent caddelerindeki kaosun ve tahmin edilemezliğin yerine, kentin caddelerindeki pratiklerin oldukça kesin bir biçimde kodlandığı, kontrollü, kentsel alandaki alışveriş mekânının barındırdığı çeşitliliğe izin vermeyen (White R., Sutton A. 2001) bir “organize edilmiş kaos” görüntüsünün tercih edildiğini belirtmektedir. Bunun nedeni, çağdaş alışveriş merkezi içerisinde salt tükettirmeye odaklanmış bir kamusal varoluş yaratmaktır. Yırtıcı (2004), “çağdaş alışveriş mekânlarının mekânsal değerlerin ve

farklılıkların yok edilmesi ve ekonomik determinist bir tavır içinde yeniden kurulması” mantığı ile oluşturulduğunu belirtmektedir. Bu durum, alışveriş mekânının içinde bulunduğu bağlamdan ve yer ile olan ilişkisinden kopartılıp, soyut bir mekân haline gelmesi aracılığı ile gerçekleştirilebilmektedir. Böylece mekân, her türlü ekonomi odaklı yönlendirmeye açık hale gelmektedir. Bu mekânda yerel olanın tanıdıklığı ve geleneksel olanın sürekliliğine yer verilmemektedir.

3.2.1. Erişebilirlik ve Kent İçi Konum

Alışveriş kavramının tanımı yapılırken birbirinden farklı özelliklerin vurgulanmasıyla çok sayıda “alışveriş merkezi” tanımı ve özelliği ortaya çıkmıştır. 1950’lerden sonra banliyölerin hızla gelişip nüfusun da artmasıyla ortaya çıkan bu yeni kamusal alan biçimleri temel olarak, kurgusal kent merkezi kopyaları olarak ifade edilebilmektedir. Banliyölerde alışveriş merkezlerinin başarısı, yaşantıyı canlandırmak amacıyla kent merkezlerinde de benzer girişimlerde bulunulmasına sebep olmuş ve kent merkezlerinin biçimlerinin değiştiği görülmüştür. Alışveriş merkezlerinde:

- Planlanmış bir mimari bütün içinde faaliyet göstermek,
- Alışveriş merkezi içinde seçilmiş ticari kuruluşlara yer vermeye özen göstermek,
- Kolay ulaşılabilir bir bölgeye kurulmuş olmak,
- Otopark alanı yeterli olması ile buradan alışveriş merkezi girişine ve merkez içindeki her bölüme kadar yaya yollarının bulunmasını sağlamak,
- Geleceğe yönelik otopark ve bina genişleme ihtimallerini göz önünde bulundurarak ek alan yaratabilecek bir araziyi kuruluş yeri olarak seçmek,
- Dükkânlara gerekli hizmeti tüketiciyi rahatsız etmeden sağlamak,
- İyi aydınlatılmış, yönlerin iyi belirlenmiş, ortamın tüketiciyi cezbedecek şekilde dekore edilmiş olmasıyla tüketicilere güvenli ve zevkli bir alışveriş ortamı sağlamak,
- Müşteri gereksinimini en iyi şekilde karşılayabilmek ve merkez içinde perakendecileri, sattıkları malların birbirini tamamlayıcı olmasını sağlayacak şekilde gruplandırarak konumlandırmak,
- Hem sosyal ve kültürel etkinlikler hem de alışveriş için uygun ve rahat bir ortam oluştururken alışveriş merkezine de bir kimlik kazandırmaya özen göstermek, gibi özellikler bir araya getirilerek, tüketici yoğunluğunu maksimize edilmesi sağlanmaya çalışılmaktadır

Alışveriş merkezlerinin oluşumu, tarihsel bir sürece dayansa da uygulaması çeşitli analitik fizibilite ve planlama ilkeleri doğrultusunda sağlanmaktadır. Dolayısıyla maliyeti ve riski çok fazla olan bu tür yapılar belirli kriterler doğrultusunda en avantajlı yerlere inşa edilmektedir. Uygun yer seçimi çalışmaları, özellikle planlama için oldukça büyük bir öneme sahiptir. İnsan ve mekân ilişkisi en iyi şekilde analiz edilerek alandan en yüksek verimle faydalanılmak amaçlanmaktadır Bayar R.(2005). Bu bağlamda, Crewe ve Gabriel (1998), şehir merkezi dönüşümünde ticaret alanları için uygun alanları belirlerken; nüfus yoğunluğu, nüfusun ortalama geliri, mevcut arazi kullanımı, bölgesel alışveriş merkezleri, erişilebilirlik (taşıma olanakları), park olanakları, işgücüne yakınlık, boş alanlar ve diğer olanakları taban olarak yer seçimi analizi uygulamışlardır. Geleneksel yer seçimi teorileri mekânsal değişimi göz önüne alarak, ücret ve gelir açısından maksimum kazanç sağlayacak uygun alanları belirlemek için geliştirilmiştir.

Alışveriş merkezlerinin inşa edileceği yerin belirlenmesinde, tüketicilerin gözünde merkezin kolay ulaşılabilir bir yerinde olması, aynı zamanda giriş çıkışlarıyla ve aktiviteleriyle yakın çevreye rahatsızlık vermeyecek, yöre halkının günlük yaşantısını aksatmayacak bir yapılanma içinde olması faktörleri göz önünde bulundurulmaktadır. Başka bir ifade ile alışveriş merkezleri buldukları bölgeye trafik karmaşası, görüntü ve gürültü kirliliği getirmeyerek bulunduğu şehre ve bölgeye değer katacak şekilde konumlandırılmaktadır.

Doğru yer arayışı sürecinde alternatif arazi ve arsalar yer seçimi kriterlerine göre değerlendirilerek en iyi bölge seçilmektedir. Alışveriş merkezleri için en iyi arsalar, anayollar üzerinde konumlanmış olanlardır. Çevresindeki arazilerin kullanımı da arazinin geliştirilmeye uygunluğunu etkilemektedir. Mahalle merkezleri için arazi seçiminde imar durumu önemli bir noktadır. Bir alışveriş merkezi için yer seçimi analizindeki en önemli diğer bir faktör, bölgenin ekonomik potansiyeli ve ulaşım ağı ile merkeze yakınlıktır. Hızlı şehirleşme, nüfusun artması ve alışveriş merkezlerinin büyümesi, geniş alanlara ihtiyaç duyulmasını ortaya çıkarmaktadır.

Bu mekânların kent merkezinde bulunamamasından dolayı, alışveriş merkezleri ulaşımın kolay olacağı kent dışındaki karayolu kenarları ve uygun kavşak noktalarına yapılmaktadır. Bu tercihteki başka bir neden ise, şehir içinde gelişmesi mümkün

olmayan ticari tesisleri bu noktalarda bir araya getirilebilme olanağı olması ve ulaşım açısından süre kazanmaktır. Sunduğu rekreasyon faaliyetleriyle de şehirli insanın vazgeçilmezleri arasında yer almaya başlayan alışveriş merkezlerinin gelişimi, şehir alanlarının gelişimiyle paralel olmaktadır.

Şehirler merkezlerinde alışveriş merkezleri, büyüklükleri gereği otoyol kavşaklarında, ana yollara kolay çıkabilecek topografya açısından uygun yerlere konumlanmaktadır (URL).Yonca yapraklarındaki konumlanma, hem merkezin her noktadan görülebilmesini sağlamakta, hem de alışveriş merkezine giriş ve çıkışı kolaylaştırmaktadır. Günümüz şehirlerinin görünümüne yön veren anıtsal yapılar olarak ta ifade edilen alışveriş merkezleri, alt üst geçitler inşa ederek, birden çok giriş ve çıkış vermesi ve toplu taşıma duraklarının bu çıkışlara yakın olması şehir trafiğine rahatlık ta getirmektedir.

“Genel olarak alışveriş merkezlerinde iki türlü ulaşılabilirlik söz konusudur. Alışveriş merkezlerinin tüketicilerin evlerine veya işyerlerine uygun konumda olmasını ifade eden makro ulaşılabilirlik, alışveriş merkezleri içindeki açık ve kapalı otopark olanaklarının uygunluğu ve duraklara yakınlığı ifade eden mikro ulaşılabilirliktir.“ (Frasquet 2001 ve Wong 2001) Yürüyen insan trafiğinin yoğun olması, tüketicilerin yürüyerek ulaşabiliyor olması da alışveriş merkezlerinin başarılı olmasında önemli bir etkidir.

Alışveriş merkezlerinin alanlarının yer seçiminde mekâna uygunluk yanında bu kullanıcı profilini oluşturacak nüfusun özellikleri de çok önemlidir. Bir yerin alışveriş potansiyeli taşıyıp taşımadığı değerlendirilirken öncelikle iki etken göz önüne alınmaktadır. Birincisi, nüfusun sayısal olarak büyüklüğü ve sosyo ekonomik özellikleri ikincisi ise milli gelirden aldığı payın yüksek düzeylerde olmasıdır. Bu nedenle kurulması ön görülen alandaki alışveriş merkezlerine seçilen yerler, şehirlerin mahalle bazında nüfus özellikleri ve market kullanıcılarının sosyo-ekonomik özellikleri dikkate alınarak belirlenmektedir.

Alışveriş mekânları belirlenirken temel ilke, trafiğin rahat ve güvenli olması, yaya ve trafik yollarının mümkün olduğunca birbirini kesmemesi, servis trafiğinin rahat sağlanması, gerekli ve yeterli miktarda otopark bulunması, toplu taşıma duraklarının

yorulmadan yürüme mesafeleri içinde dağılımlarının sağlanması, gerekli hallerde acil servis araçlarının bu alanlara erişmesinin sağlanmasıdır.

Alışveriş merkezlerinin ulaşım ve trafik koşullarındaki etkilerini değerlendirebilmek için her şeyden önce bu merkezlerin oluşturacağı trafiğin, yani yolcu sayısının bilinmesi gerekmektedir. Daha sonra ise ortaya çıkan trafiğin çeşitli özellikleri, yani taşıma türleri arasında dağılışı, ortalama uzunluğu, gün içinde ne şekilde yayıldığı, yolculuğu yapanların sosyal ve ekonomik yapıları gibi hususların bilinmesi gerekmektedir.

Özellikle alışveriş merkezleri için erişebilirliğin önemi büyüktür. Kamu araçları ile de kolay erişebilme olanağı varsa, merkezin cazipliği, dolayısıyla yolcu çekme özelliği artmaktadır. Alışveriş merkezlerinin trafik karakteristikleri, merkezin tipine diğer alışveriş merkezlerine göre konumuna ve alışveriş saatlerine göre değişim göstermektedir. Haftalık ve günlük olarak özel araç yolculuk üretimi ve bu özel araçların konusu yol ağındaki dağılımını ortaya koyan bir çalışma, alışveriş merkezine hizmet eden yol gereksinimlerini belirlemesi yanında, alışveriş merkezine giriş ve çıkış gereksinimlerini saptamada da önemli olmaktadır.

Alışveriş merkezleri, eskiden caddeler boyunca mağazalar şeklinde de faaliyet gösterirken, bugün bu tür merkezler, sanayinin, imalat işlevlerinin ve büyük alışveriş merkezlerinin şehir dışına çıkmasıyla birlikte, dayanıklı ve dayanıksız tüketim mallarını bir arada sunan tek çatı altında faaliyet gösteren merkezler konumuna gelmişlerdir. Geleneksel alışveriş alanlarına göre özel araçlarıyla gelenlerin, satın alınan donanımın veya malzemenin rahatlıkla yüklendiği otoparklarıyla cazibelerin arttırmışlardır. Alışveriş merkezlerinde yaya-ticaret ilişkisi, tasarımda en önemli ölçütlerden birisidir.

Alışveriş merkezleri çoğunlukla çevre yolu, büyük arterler gibi transit yollar üzerinde yer almaktadırlar. Genelde, servis yolları ile ana yollara bağlanmaktadır. Alışveriş merkezi, yoldan ve geniş park alanından geride yer almakta ve önü yol ile park alanına ayrılmaktadır. Şehrin düşünülen bölgesindeki yüklendiği fonksiyon, şehrin gelişimi, şehrsel yoğunluk bölgeleri ile şehir merkezinin ilişkileri, ulaşım durumunun ana ya da yardımcı akslar üzerinde olması ve toplu taşıma sisteminin

varlığı, özel araç trafiğinin önemi, trafik akımlarının analizi, otopark kapasitesi gibi konular, bir alışveriş merkezinin ulaşım açısından yer seçimini önemli ölçüde etkileyen faktörlerdir.

Alışveriş merkezleri için yer ve mevki iki önemli kriterdir. Giriş ve çıkış noktaları ana kesişim - kavşak noktalarına çok yakın olduğu durumlarda trafik problemleri ortaya çıkabilmektedir. Otomobil ve otobüsler için kolay giriş imkânları olmalıdır. Gerekli olan donatılar için yeterli alan ayrılmalıdır. Arazinin şekli ve topografyası önemlidir. Uygun boyutlarda ve sirkülasyonu engelleyici topografyaya sahip olmamalıdır. Yer altı koşulları, inşaatın derine inmesine engel olmayacak yapıda olmalıdır. Altyapı hizmetlerinin sağlanmış olması gerekmektedir. Seçilen alan yaya, taşıt, ticaret ve servis alanları gibi bölümlere ayrılmalıdır. “Özellikle şehir merkezleri dışında kurulan alışveriş merkezleri için araba sürüş mesafesinin fazla uzun olmaması gerekmektedir. Ana yollara yakınlığı en fazla 3–5 dk. Sürüş mesafesinde olmalıdır ve ortalama 60 km. hız yapan bir araç 5 dakikada 5 km. yol kat etmektedir. Bu nedenle ilk dikkate alınan kriter ulaşım ağına yakınlıktır ve genel hatlarıyla şehirlerarası yollara en fazla 5 km. metro duraklarına ise 150m. uzaklıkta olmalıdır.” (Scott, N.K.1989; Beddington, N.1982).

Ticaret, iş, eğlence, kültür gibi çekici aktivitelerle birlikte planlanan ve ticari olarak bölgelenen alışveriş merkezlerindeki zoning (bölgeleme) planı, birbirine karışmayan, ulaşım ve yaya alanlarını içeren trafik tiplerinin ayırımına dayanmaktadır. “Ulaşım ve yaya alanları arasındaki ayırım derecesi alışveriş merkezinin büyüklüğüne bağlıdır. Ayrılmış yaya alanları yaratma değişkenleri orta büyüklükteki bir merkez için daha yüksektir. Bölgesel bir merkezde, ayırım daima mümkündür ve istenen sonuçlara ulaşmaktadır. Trafik tiplerini ayırımını üç şekilde gruplamak mümkündür.

1-Yayanın Ulaşım Araçlarından Ayrılması

2-Alışveriş Trafiğinden Servisin Ayrılması

3-Toplu Ulaşımın Müşteri Trafiğinden Ayrılması” (Scott, N.K.1989)

Şehir dışı alışveriş merkezleri, erişebilirlik açısından özel araçlara bağımlıdır. Bu tür alışveriş merkezlerinin başarısı, esas olarak erişebilirliğin kalitesi ile bağlantılıdır. Alışveriş merkezine yakın olan yüksek yoğunluklu bir nüfus gerçek bir kriter değildir. Önemli olan alışveriş merkezine ve mevcut diğer rakip alışveriş merkezine

20 dakikalık sürüş mesafesi içinde yaşayan toplam nüfustur. Şehir içi yeni bir alışveriş alanının doğurduğu problemler, kent dışı alışveriş alanlarının içerdiklerinden çok daha komplekstir. Planlama açısından, alışveriş alanının uyumu mevcut kent merkezi içinde göz önüne alınmalı ve alışveriş merkezine çok fazla kopuk olmayan yaya yolları yaratılmalıdır.

3.2.2. Fiziki Mekan Özellikleri

Modern kent planlama yaklaşımı, geleneksel kent mekânında önemli bir dönüşüme neden olmuştur (Senet R. 1977). Yapılar dışında kalan alanların oluşturduğu kent mekânı, modernizmle birlikte önemini kaybetmekte, modernizmin göz ardı ettiği kentsel mekâna toplumsal olarak gereksinim duyulmakta ve gereksinim duyulan bu olgu başka bir ortamda yeniden yaşam bulmaktadır (Trancik R. 1986). Bu durumda, kent mekânı yapı içinde yeniden tanımlanır ve kamuya başka bir kanaldan hizmet vermeye devam eder. Başka bir ifade ile bu durum, “kamusallığın yeniden yaratılması”dır (Senet R. 1977-Jacobs J. 1961). Bu yapılarda yapı, bir kent parçası biçiminde ele alınmakta, kent, iç mekânlaşmakta ya da kent mekânı yapılaşmaktadır. Colquhoun, Chicago’daki Auditorium yapısı ve New York’taki Rockefeller merkezinin kentin küçük örneklerinin yaratıldığı yapılar olduklarını belirtmiştir. (Colquhoun, A 1990). Ayrıca, kentin bazı öğeleriyle birlikte yapılaştığı konusunda Le Corbusier’nin Venedik’teki Hastane Projesi ve Hertzberger’in Centraal Beheer Insurance için tasarladığı ofis yapısını da örnek vermiştir. Venedik’teki Hastane Projesinde plan şeması, kentin bütünündeki dokusunu yansıtan bir yaklaşım barındırmaktadır. Central Beheer Insurance için tasarlanan ofis yapısında ise, mekân organizasyonu aracılığıyla iç mekânda “kamusallığı yeniden bulma” çabası dikkati çekmektedir. Ayrıca, Portman’ın 1960 ve 1970’li yıllarda tasarladığı otel yapıları da kentin yapılaştığı örneklerdendir. Bu mekânlar, içlerinde dış mekâna ait çeşitli peyzaj öğelerini barındıran atriumlar bulunan, yapılar içinde kurgulanmış kentsel mekânlardır. Diğer yandan, Jencks (J1985), Corbusier’nin Unite d’Habitation’da Marsilya’nın ticari yaşamıyla bütünleşmesi gereken alışveriş merkezini yapının yedinci katında tasarladığını, Jacobs’ın ise bu yapı içinde alışveriş merkezinin kentten gerçekçi olmayan bir biçimde kopartılmasını eleştirdiğini belirtmiştir.

Çağdaş kent mekânındaki yaya yoğunluğunun azalması ve bu mekânların tamamen araç trafiğine ayrılmış caddelerden ve çok katlı yapılardan oluşan bir merkezi iş alanı

haline gelmesi, bu mekânın yapı içinde yeniden yaratılmasına ortam hazırlamıştır. Bu durumun en önemli temsilcisi, çağdaş alışveriş merkezleridir. Alışveriş merkezleri, çevresinden ve bağlamından kopuktur, içe dönüktür. Yapı, içerisinde iç mekânlaşmış çağdaş bir kamusal alan, bir kent mekânı tarif etmektedir. 1950'lerde Amerika'da ortaya çıkan ilk alışveriş merkezinin tasarımcısı olan Victor Gruen(1960), alışveriş merkezlerinde fiziksel gerekliliklerin yanı sıra toplumsal gerekliliklerin de güvenli, korunmuş, iklimlendirilmiş, araç trafiğinden yalıtılarak tümüyle yayalaştırılmış yeni bir kentsel ortamda karşılanacağını, hatta gelecekte alışveriş merkezlerinin geleneksel kent merkezinin yerini alacağını belirtmiştir. Günümüzde de alışveriş merkezlerinin, özellikle anavatanı olan Amerika'da içinde her tür gereksinimin karşılanabileceği kapalı bir kent merkezine dönüştüğü görülmektedir.

Daha öncede belirtildiği gibi kent mekânındaki canlılığı yalıtılmış bir ortamda yeniden kurgulamayı amaçlayan (Upton, D. 1998) ve kendisini kent merkezine bir alternatif olarak tanımlayan alışveriş merkezlerinin tümüyle ticarileştirilmiş mekân organizasyonu, özünde "kent mekânı bileşenlerinin belirli bir amaç doğrultusunda yapı içerisinde yeniden kurulması" ilkesine dayanmaktadır. Alışveriş merkezlerinde temel amaç daha fazla tükettirmektir; yapı içerisindeki kent mekânı bileşenleri bu amaç için kullanılan birer araca dönüşmektedir. Yapı içerisine doğal ışığın olabildiğince fazla alınması ya da bu hissi yaratacak yapay aydınlatmanın yapılması, mağaza cephelerinin kentin ana caddelerindeki yapı cephelerinin benzerleri şeklinde tasarlanması gibi önlemler yardımıyla kent mekânı taklit edilmektedir. Jacobs (1961), bir kent mekânında işlevsel çeşitliliğin, o mekânın farklı amaçlarla ve çok sayıda kullanıcı tarafından daha uzun süre kullanılmasını sağladığını belirtmekte; bu da kent mekânında kullanıcı yoğunluğunun artmasına yol açmaktadır. Alışveriş merkezlerinde de Jacobs'un belirttiği işlevsel çeşitliliğin bulunduğu gözlenmekte; ancak bu mekânda bulunan alışveriş dışı işlevler, çoğunlukla alışveriş mekânları ile bütünleşmeyecek biçimde farklı katlarda konumlandırılmaktadır. Bunun nedeni, bir yandan yapıya daha fazla kullanıcı çekmek ve yapı içerisinde daha uzun süre kalmalarını sağlamak için merkezi daha fazla işlevle donatırken, diğer yandan da dikkatin sürekli alışverişin üzerinde kalmasını sağlamak amacıyla bu mekân gruplarını birbirlerinden olabildiğince bağımsız konumlandırmaktır. Alışveriş merkezlerinde birçok açıdan kent mekânı nitelikleri taklit edilmekte, ancak yapıdaki

mekân düzeni gerçek kent mekânını oluşturan cadde, sokak ve meydan gibi bileşenlerin organizasyonu açısından analiz edildiğinde, bu yapı tipinin kent mekânına alternatif olamayacağı açıkça görülmektedir.

Lynch (1960), kent mekânının okunabilirliğini ve kullanıcının mekândaki oryantasyonunu sağlayan bileşenleri düğüm noktaları, sınırlar, yollar, bölgeler ve referans noktaları olarak tanımlamaktadır. Yollar, kentteki farklı işlevlere hizmet eden bölgeleri birbirine bağlayarak ardışık algılama aracılığıyla sürekliliği ve hareketi sağlamaktadır. Düğüm noktaları ise, kentin okunabilirliğine yardımcı olan ve odak noktası oluşturan toplayıcı mekânlardır, duraklama ve orada herhangi bir tür sosyal etkileşime katılma mekânıdır. Kent mekânının oluşumunda, düğüm noktalarının dağılımı ve yolların organizasyonu önemli rol oynar. Moughtin (1992), kent mekânının üç boyutlu bir düzenleme olarak ele alınması durumunda, bu mekânın pozitif bir eleman olarak şekil, yapıların da zemin haline geleceğini belirtmiştir. Bir kentsel alanda şekil-zemin analizi, yapı kitleleri ile onları saran boşluk arasındaki mekânsal ilişkilerin ortaya çıkartılmasını sağlamaktadır. Trancik (1986), kent mekânında bulunan şekil-zemin ilişkisi tiplerini ızgara, açılı, eğrisel, tek merkezli ışınsal, bir eksen üzerinde yer alan (doğrusal) ve organik şeklinde sınıflandırır ve her kent mekânında bu şekil-zemin ilişkisi tiplerinden biri ya da birkaçının birbirleriyle bir ilişkiler düzeni oluşturacak biçimde yer aldığını belirtir. Hillier'e (1996) göre, kent mekânında iki tür aks bulunur. Bunlardan biri sembolik aks, diğeri ise yardımcı aks'tır. Sembolik aks, tek doğrultulu bir düzenlemedir, belirlenmiş hedefe doğru yönelmeyi ve hareketi ifade eder; tek amaçlılık ve tekdüzelik içermektedir. Yardımcı aks ise işleyen kent içerisindeki gündelik hareketi tarif eder. Kent mekânındaki çeşitliliği sağlayan yardımcı akslardır, yani yolların ve düğüm noktalarının düzlemsel dağılımı ve bunun yarattığı çok yönlü ve seçenekli mekân organizasyonudur. Lynch'in belirlediği kent mekânı bileşenleri, alışveriş merkezleri içerisinde iç mekân bileşenlerine dönüşmektedir. Böylece, alışveriş merkezleri içinde bir "kent mekânı yanılması" yaratılır. Alışveriş merkezi şeması, Gruen'in 1950'lerde yaratmış olduğu tipolojiye dayanmaktadır. Plan şemasında doğrusal düzenlenmiş bir dolaşım alanı bulunmakta ve bu alanın iki ucunda büyük mağaza, eğlence merkezi, yemek yeme alanları gibi çekim noktası ya da referans noktası oluşturacak mekânlara yer verilmektedir. Yapı içerisindeki doğrusal dolaşım alanı, sembolik bir aks oluşturmakta ve bu dolaşım alanının iki ucunda bulunan

mekânlar birer hedef haline gelmektedir. Tek doğrultulu dolaşım alanının iki yanındaki mağazaların ardışık düzeni, kullanıcının hareketini yönlendirmekte ve kontrol etmektedir. Böylece, gerçek kent mekânındaki çeşitliliğin yerini tümüyle ticari başarıyı hedefleyen, tahmin edilebilir, seçeneksiz ve tekdüze bir mekân organizasyonu almaktadır.

3.2.3 Mimari ve Simgeselleşme

Günümüz dünyası, metanın özneleştiği, özne olan insanında nesneleştirilmek istendiği bir dönemi betimlemektedir. Marx'ın en geçerli öngörülerinden biri olan "yabancılaşma" kuramı, (Foster H. 2002) 20. yüzyılın son çeyreğinde başlayan teknoloji devrimi döneminde, farklı aktörlerle ve daha güçlü biçimde karşımıza çıkmaktadır.

1920'li yıllarda, Bauhaus, sanat ile yaşamı birleştirmeyi ve "tasarım" kavramının kapsamını, değişim değeri taşıyan bütün göstere ve formları içine alacak biçimde genişletmeyi hedeflemiş; metanın kullanım değerini ve bireyi özne olarak kabul eden ve tasarımcının bağımsız ifade gücünü temel alan yeni ve ilerlemeci bir tasarım anlayışını savunmuştur (Foster H. 2002). 1970'lerden sonra, teknolojinin gelişmiş olduğu, denetimin, nitelikli işgücünün ve bireysel girişimciliğin çok önem kazandığı Post-Fordist dönem, üretim ve tüketimi eskisinden çok farklı biçimde tanımladığı gibi, ürün tasarımına ait eski politika da değişmiştir. Üreticilerin aynı zamanda tüketici olduklarının anlaşılmasıyla, üretim ve tüketimin devir hızının artırılmasına yönelik "yeni bir insan tipi, yeni bir tasarım ve ürün anlayışı ve bu sürecin fabrikası olan yeni mekânlar yani alışveriş merkezleri" tasarlanmıştır. (Foster H. 2002)

Bu değişim eşiği, Rönesans sanatçısının yüzlerce yıl önce elde etme hayalini kurduğu, bu birikimi izleyen Modern sanatın ise 20. yüzyılda gerçekleştirebildiği özgür tasarım bilincinin yok olmasını simgelemektedir. Başka bir deyişle, "tasarımın yeni ekonomi politikası" (Foster H. 2002) oluşmuş, kimliğin markalaşması geçerli bir kavram haline gelmiştir. İsteğe dayalı tüketim talebi ve ona hizmet edecek tasarım kavramı da, Post-Fordist dönemin gereklerine uygun olarak küreselleşmiştir. Böylece, sıradan birey veya sınıfların zevk düzeyinin tanımlanmasında daha önce kullanılan "alt kültür", "üst kültür" kavramlarının yerine ise giderek, tek boyutlu-böl tasarımlı bir kültür anlayışı egemen duruma gelmiştir. (Foster H. 2002).

Düşünmeyen, yaratmayan, hayal kurmayan, tüketim iştahları yüksek olan toplumların gündelik yaşam döngülerini kurgulamada bu yeni tasarım şekli oldukça yaygınlaşmıştır.

Kapitalizmin Post-Fordist döneminde, yaşam tarzını, ürünün cinsini ve tüketim alışkanlıklarını etkileyen ana kavramlar, teknolojik gelişmelere bağlılık, hayal kurma yetisinin azalması, gelip geçicilik, popülizm ve kültürel imgelerle biçimlerin metalaştırılması olmuştur. (Foster H. 2002)

Bu bağlamda "tasarım", "markalaşma", "popüler kültür" gibi kavramlar, mimari yapılar açısından incelenmeye başlandığında en iyi ipuçları alışveriş merkezlerinde ortaya çıkmaktadır. Alışveriş etkinliğinin sosyal çekirdeği olan, müşteri-meta-satıcı üçgeninin geçmişteki var oluş biçimini etkileyen odak, din ve yönetici devlet kurumları tarafından belirlenen kent merkezi ve sivil yaşam olup, toplumsal ilişkiler bu etkinliğin ekonomi politiğinin zaman içinde oluşumunu sağlamaktadır. (Foster H. 2002-Benjamin W. 1993)

Alışveriş etkinlikleri, Mısır-Hitit döneminde, çekim alanı olan tapınakların çevresindeki açık mekânlarda yapılmıştır. Alışveriş etkinliğinin bir mimari biçim alması ve kentin ayrılmaz bir parçası olması olgusu, Antik Yunan-Hellenistik döneme aittir. Agoralar ve Roma dönemindeki forum, ilk planlı alışveriş etkinliğidir. (Benjamin W. 1993) Ortaçağ Avrupası'nın alışveriş yeri olan pazaryerleri ise, katedrallerin çevresinde ve meydanlarda kurulan seyyar panayırılarla birlikte plansız bir etkinliği işaret etmiştir. (Benjamin W. 1993)

12. yüzyıldan sonra, alışveriş etkinliği açık alanlardan özel fuarlara, depolara ve üstü kapalı tekil dükkân anlayışına dönmüştür. Malın sergilendiği dükkân, deposu ve tüccarın evi tek bir birimde yer almaktadır. Bologna kenti dükkânlı alışveriş kültürü açısından iyi bir örnek oluşturmaktadır. Kentin en özgün yanı olan, 40 km uzunluğundaki portikolar, mimarının bütün kent planıyla bütünleşmesini simgelemektedir. (Benjamin W. 1993) Bütün kenti, açık havaya çıkmadan gezip alışveriş yapabilen Bolognalıları; yağmur, kar ve aşırı güneşten koruyan portikolar, büyük ölçüde dükkânların da yarı açık alanları olmuştur. Bologna Belediyesi'nin sürdürdüğü çok başarılı kentsel dönüşüm projesi sonucunda, orta boy alışveriş

sektörü, tarihi kentteki portikolu dükkânlarına geri gelmiş, istihdam ve ticaret gelişmiş ve yedi yüz yıllık tarihi kent geri kazanılmıştır. Tabanları özel bir mermer ve mozaik işçiliğiyle kaplı olan portikolarda yer alan bütün dükkânlarda alışveriş sürdürülmektedir. Bologna kentinde, alışveriş yapan kişinin kent ile etkileşimi ve diyalogunun kent planının belirlenmesindeki yapıcı rolü net biçimde anlaşılmaktadır. Genel karakter, alışveriş kültürünün, kent nüfusu ve gereksinimleri artmış olsa bile tarihi kentten ayrılmamış olmasıdır. (Benjamin W. 1993)

Selçuklu-Osmanlı kültürü içinde önemli yeri olan çarşılar ise; İstanbul, İzmir, Bursa gibi tarihi kentlerde alışverişin mimarlık kültürünü yaratmışlardır. Selçuklu döneminde, kervansaray avlusunda kurulan çarşılar, alışveriş kültürünün en canlı örneğidir. Osmanlı mimarlığında, kapalı çarşı anlamına gelen bedestenler bu kültürü sürdürmüşlerdir. Bedestenler, cami, kervansaray ve hanlarla bütünleşerek kentsel kurguya katılmışlardır. Osmanlı'nın başkentlerinden Edirne, 15. yüzyıldan itibaren, doğudan gelen malların alışverişinin yapıldığı, sonra Balkanlara açıldığı, aynı zamanda Avrupa'dan gelen malların da satıldığı çok zengin bir ticaret kenti olmuştur. Bu yüzden, artan ekonomi ve ticaret yoğunluğunu karşılamak, aynı zamanda cami ve imaretlere gelir sağlamak için kentte birçok çarşı, han ve bedesten inşa edilmiştir (Özendes E. 1999). İstanbul'un fethi ve başkent olmasıyla birlikte, alışverişin ticari örgütlenmesi ve mimari formasyonu zirveye ulaşmıştır.

Bizans İmparatorluğu sınırlarında yer alan İzmir'in, alışveriş tarihi ise 800 yıl geriye uzanmaktadır. "...İpek Yolu'nun batı ucundaki ticaret merkezi olan İzmir'de liman, Hisar Camisi'nin bulunduğu bölgeye kadar gelmekteydi. Limanın ağzında ise, 12. yüzyılda Bizanslılar tarafından kurulan İzmir Liman Kalesi, kale tarafından korunan limanın sağ kıyısında ise Frenk tüccarlarının dükkânları, limanın iç kısmında da kervansaraylar bulunmaktaydı. İpek Yolu'nu izleyen deve kervanlarıyla İzmir'e getirilen mallar bu hanlara indirilir, Ceneviz tüccarları aracılığıyla da limandan gemilere yüklenerak ihraç edilirdi. İşte bu bölgede, birçok tarihi mekânı kucaklayan Kemer altı denilen yerleşim bölgesi oluşmuştur..." (Karataş N. 2001). Zaman içinde bu bölgede yerleşim gelişmiş; hanlar, hamamlar, camiler, kiliseler, havralar, şadırvanlar, oteller inşa edilmiştir. Bölge, alışverişini besleyen bir dizi kültürün bir araya getirildiği bir ticaret merkezi olarak gelişmiştir. Halen orta-yoksul kesimin

alışveriş yaptığı Kemeraltı adını, caddeyi boydan boya aralıklarla süsleyen "arasta" denilen kemerlerden almıştır. (Karataş N. 2001)

Doğu Akdeniz liman kentleri arasında çok önemli bir ticari yeri olan İzmir'de, 18. yüzyılda İngiliz, Rum, Ermeni ve Yahudi azınlıklar kendi gümrüklerini, alışveriş kültürü ve mimarlığını geliştirmişlerdir. Bu yüzyıl, İzmir'in ticari açıdan büyüme ve zenginleşme dönemidir. Frenk Sokağı'nda, Paris'ten en son gelen malların sergilendiği butiklerle Almanya'da piyasaya çıktığı gibi gelen makinaların satışa sunulduğu büyük mağazalar bulunmaktadır. (Karataş N. 2001)

17. yüzyıl başında Avrupa kentlerinin nüfuslarının artmasıyla fuar, panayır türü alışveriş etkinlikleri giderek büyük açıklıklı, dökme demirden, çok katlı kapalı fuar mekânlarına dönüşmüştür. Bu çok katlı yapıların alt katı mağazalar ve yaya sokakları, üst katı ise tüccarların bürolarıdır. Bu kapalı yapıların kurduğu toplumsal ilişkilerin sonucunda kent planı değişmeye başlamıştır (Keyder Ç. 1994). En güzel örneklerden biri, Milano'nun ünlü Duomo Katedrali'nin baktığı Duomo Meydanı'nda yer alan, 19. yüzyılın dev boyutlu alışveriş merkezi olan Galleria'dır. 1865'te mimar Giuseppe Mengoni tarafından yapılan Galleria V. Emmanuele, dökme demir ve cam ile yapılan ender büyük yapılardandır. Galleria, kent planına getirdiği öneriyle, La Scala ve Duomo Meydanlarını birleştirdiği gibi 1848 Devrimi'yle alevlenen milliyetçi akımların etkisiyle, kilise ile devletin birliğini de temsil etmeyi amaçlamıştır. Yapı, çok büyük mağazaları, kentin önemli meydanlarını bağlayan geniş iç sokakları ve üst katlarında yer alan tüccar bürolarıyla, Milano'nun en yoğun ticaret merkezlerinden biri olmuştur (Keyder Ç. 1994). 1818'de inşa edilen Gostiny Dvor Alışveriş Merkezi ise Moskova'nın en büyük ticari yapısı olup, 178 bağımsız dükkân ile açılan merkez, Leningrad kuşatmasında tahrip edilmiş ve daha sonra restore edilerek St. Petersburg'un en büyük alışveriş merkezi olmuştur (Benjamin W. 1993)

1830'da mimar Inigo Jones tarafından yapılan Londra Covent Garden Çarşısı, 17. yüzyıldan beri meyve ve sebze pazarı olan meydanın geliştirilmesi sonucunda oluşmuştur. Yapıldıktan sonra, çevresinde dükkânlar, zengin evleri, çiçek pazarı ve Ulusal Tiyatro kurulmuştur. (Benjamin W. 1993) İzmir Konak Pier'in yapısına çok

benzeyen demir konstrüksiyonu ve cam çatısı ile günümüzde alışverişin dışında diğer kamusal etkinlikleri de barındırmaktadır (Karataş N. 2001).

“.....Art Nouveau dönemi Paris pasajlarının çoğunluğu, 1822'yi izleyen on beş yıl içinde yapılmıştır. Bunların yükseliş döneminin birinci koşulu tekstil ticaretindeki büyük yoğunlaşmadır. Pasajlar, lüks eşya ticaretinin merkezlerindedir. Pasajların oluşumunun ikinci koşulu demir konstrüksiyonun kullanılmaya başlanmasıdır. Endüstriyel lüksün yeni bir buluşu olan bu pasajlar, bina kütlelerinin arasında uzanan, üstleri cam kaplı, mermer duvarlı geçitlerdir. Işığı yukarıdan alan bu geçitlerin iki yanında en şık dükkânlar uzanır; bu nedenle böyle bir pasaj, küçük bir kent, dahası küçük bir dünyadır...” (Benjamin W. 1993). İkinci Dünya Savaşı'na kadar varlığını sürdüren bu alışveriş yapı tipolojisinin en önemli özelliği, tek katlı yaygın alışveriş tipinin aynı taban alanında çok katlı olarak genişlemesi ve birçok firmanın zincir kurarak ülke içinde şube açmalarıdır. 19. yüzyıl sonu ve yeni yüzyılın başlarında, Kuzey Amerika'yı da etkileyen bu yapıların dış yüzeyleri Art Nouveau biçime göre tasarlanmıştır.

Yukarıda değinildiği gibi alışveriş mekânlarının tarihi, insanoğlunun yerleşik düzene geçtiği ilk yıllara dayansa da, alışveriş merkezi olgusu oldukça yenidir. Alışveriş merkezindeki değişim, 1950'lerde kuzey Amerika'da başlamıştır. Kuzey Amerika kentlerinde, banliyö ve kent mekânını istila eden alışveriş merkezlerinin açılmasında kilit önem taşıyan buluşlar, çok büyük genişlikteki iç mekânlar, alışveriş olanağı sağlayan havalandırma sistemi ve alıcıların bu geniş mekânda rahatça dolaşmasını sağlayan yürüyen merdiven olmuştur. Bu iki buluşla, "bölmelere ve katlara dayalı düzenlemenin geçerli olmaktan çıktığı" yeni kesintisiz bir mekân yaratılmıştır (Foster H. 2002).

"Arabalara kapalı, ağaçlı çarşı yeri" anlamına gelen ve ABD alışveriş dünyasının en önemli organı olan "mall" kavramının öncüsü ve İlk alışveriş merkezinin tasarımcısı olan Victor Gruen (1960) sağlıklı bir toplumsal yaşam kurulabilmesi için gerekli olan koşullardan birinin, trafik karmaşası, sıkıcı çalışma ortamları, soyutlanmış konut alanları gibi metropol kentlerin kendilerine has sorunlarından uzaklaşarak, insanların sosyal etkileşim içinde bulunabilecekleri yeni mekânlar oluşturulması olduğunu savunmuştur. Gruen'e göre (1960), antik Yunan agorası, Ortaçağ pazar alanı ya da

kent meydanlarının tarihte yaptıkları görevi günümüzde alışveriş merkezleri üstlenmekte, modern kentin farklı etkinlik alanlarına bölünmesiyle, anlamı boşalan kent merkezlerini, kendi steril iç ortamlarında yeniden oluşturmaktadır. Gruen'in bu düşüncelerle 1950'lerde tasarladığı ilk alışveriş merkezlerinden sonra, dünya üzerinde alışveriş merkezlerinin sayısı hızla artmış, alışveriş merkezleri kentlerin yeni sosyal etkileşim mekânları haline gelmişlerdir. (Vural, T. 2005)

Alışveriş merkezleri, genellikle kentsel bağlamdan kopuk olarak, kendilerine ait bir bütünlük oluşturan yapılardır. Bu merkezler, Kuzey Amerika kentlerinde daha çok kent dışında konumlanırken, Avrupa ve Türkiye kentlerinde ise kent içi ve dışında konumlanmaktadır. Kent dışında konumlanan merkezler, otopark alanlarının oluşturduğu bir taşıt denizinin ortasında yer alan adalar olarak göze çarparlar; kent içinde konumlandıkları durumda da genellikle çevresindeki bağlamdan kopuk taşıt yollarıyla çevrelenmiş tekil birimler olarak kent silüetinde yerlerini alırlar. Her iki durumda da bu merkezler, kendi içine dönük bir yaşamın kurgulandığı, dış dünyanın iklim koşullarından, metropol kentlerin karmaşık ve güvensiz ortamından soyutlanmış yaşamların sunulduğu mekânlardır. Kentsel bağlamdan kopuk olarak tasarlanan bu mekânlar kendi bağlamlarını kendileri yaratırlar. Ancak alışveriş merkezlerinde yaratılan bu bağlam da, kendi içinde bir süreklilik ve tutarlılık göstermez; tüketim eğilimlerinde değişen, farklılaşan yaklaşımlara göre zaman içinde yenilenir, dönüştürülür ve hatta kimi durumlarda yeniden yaratılabilir.

Ibelings'e (2002) göre alışveriş merkezleri gibi kendi bağlamını kendisi oluşturan mekânlarda kendinden referanslı bir anlayış söz konusudur. Mekânın kendi referansını kendisinin oluşturması ise onu bir gösteri mekânı haline dönüşmesine sebep olur. Debord, G. (1996) Alışveriş merkezlerinde oluşturulan bu gösteri ortamlarında Baudrillard'ın (2004) deyiimiyle gerçek estetikleştirilmektedir. Bir başka deyişle, bu mekânlarda bir gerçeklik sanrısı oluşturulmakta, gerçekten daha gerçek gibi görünen yeni bir gerçeklik yaratılmaktadır. Örneğin, kent dışı alışveriş merkezleri bir yandan kent merkezlerindeki geleneksel alışveriş dokusuna birer alternatif oluşturup onları yok ederken, diğer yandan kendi içlerinde bu dokuya benzer mekânlar kurgulamaktadırlar. Bununla birlikte, bu alışveriş merkezlerinin içinde oluşturulmaya çalışılan her türlü güvenliğin, iklimsel konfor koşullarının

sağlanmış olduğu, bir kent mekânı gerçekte tarihin hiçbir döneminde bu kurgu atmosferlerdeki gibi steril bir şekilde var olmamıştır.

Bütün bu gösteri ortamı içinde neyin gerçek, neyin sahte olduğunu anlamak neredeyse imkânsızdır. Yaratılan bu yeni gerçeklik, aslında taklit edilen şeyin kendisinin de özünde barındırmadığı bir durumdur. Baudrillard (2004) bu durumu gerçeklik olarak nitelendirir ve bu kavramı “bir köken ya da bir gerçeklikten yoksun gerçeğin modeller aracılığıyla türetilmesi” olarak tanımlar. Gerçeklik ve düşsel gerilimine dayanılarak üretilen bu mekânlar Debord’a (1996) göre kullanıcılar üzerinde bir çeşit afyon etkisi bırakırlar. Metropol yaşamının ve çalışma hayatının aşırı akılcılaştırılmış ortamından kurtulmak isteyen bireyler için bu gösteri ortamlarında sunulan her türlü olumsuzluktan arındırılmış yeni gerçeklik, gündelik yaşamın sıkıcılıklarını unutturan bir tür rahatlatıcı etkiye sahiptirler. Baudrillard’a (2004) göre ise bu gösteri ortamlarının görevi insanları baştan çıkartmaktır. Ritzer (2000) ise bu durumu “büyüsü bozulmuş dünyayı yeniden büyülemek” olarak niteler.

Ritzer(2000), bu yeniden büyüleme sürecinde önemli bir noktaya dikkate çeker. Afyon olarak sunulan bu büyüleme mekânlarının ardında da gündelik hayatın organizasyonuna benzer bir akılcılaştırma vardır. Çünkü bu mekânlarda kurgulanan yeni gerçeklik ile yaratılan büyü ortamların devamlılığının sağlanabilmesi, mekânın an ve an kontrol edilmesiyle mümkün olmaktadır. Mekânların içinde kendiliğindenliğe, tesadüflüğe yer yoktur. Mekânın nasıl kullanılacağı, kullanıcıların nasıl cezbedileceği, hangi durumlarda nasıl davranacakları her şey öngörülür. Bu bağlamıyla değerlendirildiğinde alışveriş merkezlerinin kendileri, sundukları büyü dünyaların arkasında birer satış makinesi barındırmaktadırlar (Kowinski 1985).

Bu bağlamda alışveriş merkezleri; insanların üretim dışında kalan sınırlı sürelerindeki tek etkinlikleri olan tüketim ve tüketerek yaptıkları sosyal aktivite eylemlerinin planlandığı ve denetlendiği, bir fabrika kadar rasyonel ve güvenli, kendi referansını kendi oluşturmuş toplumlara dayatılan yaşamsal bir zorunluluk alanı olarak ifade edilebilir. İnsanın uyandığı andan yatacağı ana kadarki günlük yaşam süresindeki üretim ve tüketim etkinliklerinin planlandığı ve denetlendiği bu yeni dönem, popülist demokrasinin eliyle sürdürülen yeni bir anlayışı işaret etmektedir. Kent dışında ve banliyölerdeki yeni mega merkezlerde yürütülen bu tek boyutlu alışveriş etkinliği, tüketiciye yeni, sahte ve yapay kentsel peyzajlar sunmakta, cazibe

alanını kent merkezinden dışarıya doğru saptırmaktadır. İnandırıcılığını sağlamak görevi de, tasarımcıya kalmaktadır(Debord, G. 1996).

Örnek olarak, ülkemizde son yıllarda, kent merkezlerindeki alışveriş, eğlence, konaklama ve öteki kültürel etkinliklerin zayıflaması, insan yaşantısının gerçek kent tarihi ve doğasından uzaklaşmasını ve kentsel gelişmeyi engellemektedir. Oysa, Anadolu kent merkezlerinde, tarih içinde gelişen yaşam kültürü hiçbir zaman tek boyutlu olmamış; din, alışveriş, eğlence, eğitim, sanat, gibi etkinlikler aynı kentsel mekânda birlikte yaşamıştır. Sivil toplum anlayışı ile kent ve tarih bilincinin, ülkemize göre çok daha yüksek olduğu Avrupa kentlerinde, büyük mega alışveriş merkezlerinden çok, alışverişin tarihsel mekânları veya kentsel dönüşümle alışveriş işlevine dönüşmüş tarihi yapılar kullanılmakta, oluşan eksikliği ise mahalle ölçeğinde kurulu modern marketler gidermektedir. (Tokyay, V. 2007)

Avrupa kentlerinde yer alan bazı modern alışveriş merkezleri, mimari anlamda alternatif öneriler sergilemektedirler. Tasarımın amacı, ortak tarihsel kültürün ve tarihi kentin, alışveriş ve ticaretin çağdaş gereksinimleriyle birlikte sürdürülebilirliğini sağlamaktır. En azından Avrupa kentlerinde büyük uzlaşma bu biçimde sağlanmıştır. Renzo Piano'nun 1990'da tasarladığı Bercy Alışveriş Merkezi projesi Paris içinde yer alan Bercy bölgesinin, genel anlamda yeniden yapılanmasını ve bu marjinal bölgenin kentsel-sosyolojik dengesinin korunmasını amaçlamıştır. Plan dahilinde, alışveriş merkezinin dışında iş merkezi, bürolar, 700 kişilik bir konut kompleksi ve sosyal birimlerle bir otel yer almaktadır. Mimari kararların ilki kentin geliştirilmesini işaretlemektedir. Arsanın bulunduğu bölgede, tren yolu, otoyol ve nehir yer aldığından, Piano'nun ikinci tasarım kararı, yapının biçiminin kentin bu dinamik ve gerilimli bölgesine tasarımsal bir yanıt olmasıdır. Bu anlayışla tasarladığı değişik yarıçapla dönen parabollerden oluşan strüktürü, aynı anda iç mekânları ve yüzeylerin tümünü tanımlamaktadır. Bu bağlamda yapı, strüktürel saydamlığı, ahşap kaburgalardan oluşan iç mekânın doğal ışığı ve iç peyzaj ile hem mimarlığın insana ve kente ilişkin görevlerini yerine getirmiş, hem de ticaret işlevini mükemmel biçimde gerçekleştirmiştir. (Tokyay, V. 2007)

Berlin Potsdam bölgesindeki mimari çalışmalarda etkin rol alan Piano, Daimler-Benz bölgesinde 2002'de tasarladığı Arcade Alışveriş Merkezi, Renzo Piano yapısını ve iki kentsel bölgeyi, Arcade Alışveriş Merkezi sayesinde birbirine bağlamıştır.

Meydanların ve yolların bir devamı gibi düşünölen Arcade, zeminde kullandığı gri granit kaplama, komşu yapıların bile algılanabildiğı akıllı cam çatısı, duvarların sivilliğini anlatan modern tuğla ve sokağın doğal devamı olan Benjamin ağaçları ile kentsel bir çevre oluşturmuştur. Yaz mevsiminde, giriş cepheleri ve çatının belli bölümleri açılabilir. Saydamlıktaki başarısı, tasarladığı kent parçasının görsel bir devamı olabilmesinde yatmaktadır. (Tokyay, V. 2007) Tüm bu örneklerde, Avrupa'da birey-alışveriş ilişkisinde kent ve tarihsel kimliğin öncelikli sıraya yerleştiğı, modern mimarlığın çağdaş alışveriş işlevlerine dönük geliştirici, yorumlayıcı ve yaratıcı rolünde yükselme olduğı gözlemlenmektedir. (Tokyay, V. 2007)

Ölkemizde gelişen yeni tüketim kavramları sonucunda, yeni bir insan karakteri ve dünya görüşüne uygun mimari çözümler ile yapılaşan Galleria, Karum, Atakule gibi ofis ve alışveriş yapıları bu dönemin ilk başarılı mimarlık örnekleridir. Bu örneklerin tümü tasarıma kent planından başlayan, doğal ışık ve saydamlığa önem veren, çağdaş alışveriş gerekleriyle insani istemleri birleştiren yapılardır. (Tokyay, V. 2007) Ancak, giderek büyüyen talepler sonucunda bütün büyük kentlerde üretilen mega alışveriş merkezleri ile mimarlık kültürünün gelişimi ve psiko-sosyal yaşam kültürü açılarından, büyük olumsuzluklar oluşmuştur. Finans sektörünün hükmettiğı yeni şabloncu bir mimari format ve alışverişin mimari standartları ile mimarlığın yeni "Neufert"i oluşmuştur. (Tokyay, V. 2007) Sanayi döneminin bitişini ve iletişim döneminin başladığını habercisi bu Post-Fordist ekonomi-politik anlayışının mimari formatı, en zengin kapitalist ülkeden gelişmekte olanlarına kadar benzer biçimlerde uygulanmaktadır. Ancak, bu klasik formatın mimari sonucu, her ülkenin modern mimarlık kültürünün düzeyine göre değişebilmektedir. Söz edilen bu format içinde, Alışveriş merkezlerinin arsaları, güvenlik, tesisat ve sirkülasyon sistemleriyle plan-kesit şemaları standartlaşmıştır. Bodrum katında geniş bir garaj, büyük bir güvenlik sistemi, zeminde büyük satış holleri (süpermarketler), katlarda mağazalar, son katta ise marka hazır yiyecek ve marka kafelere dayalı "food court", "sinema" ve "oyun mekânları" yer almaktadır (Beddington N. 1991)

Konuya salt insani çekim açısından bakıldığında, bir dizi açıdan cazibe merkezi haline ve simge haline getirilen bu yapılar, yüksek ve orta gelirli kesim için yeni bir kentsel mekân, yeni bir kentsel peyzaj, düşük gelirli için servis otobüsleriyle

taşınılan bir prestij elde etme merkezi; her iki grup için de ortak payda olarak, kentten kaçış ve kendine özgü bir dünyaya ulaşma isteğidir. İlginç olan da bu yapıların, insan üzerinde oluşturduğu sosyal-psikolojik etkilerdir. (Baudrillard,J.2004) Günlük yaşamında işinde, evinde ve kentsel ortamda sürekli sıkılan ve bunalan birey, alışveriş merkezlerinin pırıltılı ortamında, ötekileri izlemeye benzer bir keyfi, kendi sorunlarından uzaklaşma rahatlığını ve sınıf atlama hırsını elde etmiş, kent meydanına gider gibi bu mekânlara uğramaya ve sıkıntılarını tüketim yoluyla gidermeye başlamıştır. Böylece, daha öncede değindiğimiz yabancılaşma ve hegemonya kültürü de işlemeye başlamıştır.

Özellikle büyük kentlerde var olan, giderek küçük kentlerin de "olmazsa olmaz hayali" olan büyük alışveriş merkezlerinin mimari tasarımlarında hem daha önce değinilen tümenden gelimci şablon şemalar, hem de kendi içlerindeki büyük rekabet güdüsünden kaynaklanan "gösteri kültürü üretme gereksinimi" yatmaktadır. Gösteri kültürü, markayı hak edecek bir imgeye sahip süslü bir kutu veya parlak bir ambalaj olarak tasarlandığından dolayı; araçlar, yerine göre bir post- modern imge, o günün modasına uygun bir grafik tasarım cephe veya bir tema objesi olmaktadır. Günümüzde her türlü mimari yapının temalaştırılmasına çok önem verilmektedir. Temalaştırılan süslü kutu, kent içinde veya banliyöde, en iyi biçimde teşhir edilmektedir. Bu tür mimaride, kent planını geliştirmek, yer aldığı kentsel örgüyü olumlu anlamda etkilemek veya kentsel tarihi referansları kullanmak olguları barındırmamaktadır. (Ibelings, H. 2002)

Örneğin, denizaltı yaşamına ilişkin bir tema ile yola çıkan İstanbul İnsanının geleneksel hatta genetik deniz aşinalığını, bu yapının temel mimari kurgusu haline getirmek isteyen bir mega alışveriş merkezi, konuya tasarım alanından bakıldığında istenilen sonuca ulaşabilmiş midir? Yoksa bu haliyle yalnızca temayı işaret eden isimsel bir alışveriş göstergesi olarak mı kalmıştır? İddia edilen tematik başarı yapının mimarisine yansımış mıdır? Oldukça büyük, dev boyutlu görünen bu alışveriş kütle, denizaltı gemisini simgeleştiremediği gibi kütleyle yavaşan birey üzerinde ezici bir etki uyandırmaktadır. Ayrıca, iç mekândaki motif süsleri, biçimsel olarak sözünü ettiği temanın simgeyi veya metaforu olamayacak kadar cılız görünmektedir. (Tanyeli U. 2004) Buradaki kaygı, temayı markalaştırmak ve markaya uygun teşhiri gerçekleştirecek bir yapısal biçim aramak olmuştur. Temel

amaç ve tema, "Kadıköy'ün tarih boyunca denizle iç içe olması, denizin de yaşamın dinamiğini, değişimi, coşkuyu, tutkuyu ifade etmesi" olsaydı, belki de, alışveriş merkezinin arsa yeri, gereksinim programı, mimari tasarım kurgusu, iç mekân ve dış kabuğun malzemesi çok daha farklı olurdu. Bunun sonucunda, hem mimarlık işlevini özgürce yerine getirmiş, hem de alışveriş merkezi mimari kurgusunda alternatif bir öneri sunulmuş olabilirdi. (Tanyeli U. 2004)

19. yüzyılda Fransız Gustave Eiffel tarafından dökme demir tekniği ile yapılan İzmir-Osmanlı dönemi-gümrük binaları, başarılı bir restorasyon çalışması sonucunda, Konak Pier adı altında bir alışveriş merkezine dönüştürülmüştür. Proje, gümrük yapılarının yer aldığı bölgenin yeni işlevlerle kurgulanarak dönüşümünü, yakın kentsel çevresiyle bağlantılarını ve Birinci Kordon ile bütünleşecek bir marina bölümünü de içermektedir. Yeni tamamlanan Konak Meydanı ile hem yaya köprüsü, hem de deniz kıyı bandı aracılığıyla bütünleşen bu merkezin yaya trafiği -büyük bir otoparkı olmamasına karşın- beslendiği kentsel arterlerden ötürü sağlıklı biçimde çalışabilmektedir. (Tokyay, V. 2007) Bu niteliğinden dolayı da, yeni düzenlenmiş çağdaş Konak Meydanı'na, gereksinim duyduğu insani desteği vermektedir. Yapının bir dizi özgün yanı, ona alternatif olma ayrıcalığını vermektedir. Her şeyden önce, kurallarına uygun bir restorasyon örneği olduğundan dolayı bir teşhir yapısı değildir. Yapı, doğal ışığa, manzaraya ve dış dünyaya açıklığıyla, tarih ve deniz kültürünü insanlara aktarma konusunda başarılıdır. İçinde dolaşan birey, alışverişin ağırlığını duyumsamamakta, körfezin ve tarihin kokusunu çok canlı biçimde alabilmektedir. Yapının görsel gücü, alışveriş birimlerinin etkisini aşmış; klasik alışveriş merkezlerindeki "bireyin kendine özel dünyası" yerine, yapıyı gezen bireyin, ilginç özellikleri olan 19. yüzyıl yapısıyla, denizle, rıhtımla, modern kent merkezi ve kentin diğer görsel imgeleriyle bir arada yaşadığı bir atmosfer oluşmuştur. Yapının özgün hali, klasik alışveriş merkezi gereksinim programının uygulanmasına aykırı olduğundan çok katlı, "garajdan başlayıp, 'food court'lara uzanan" mekânlar yerine, aynı katta düzenlenmiş yüksek tavanlı mağazalar, büyük bir kitapçı ve resim galerisi ile deniz kıyısına komşu yemek içmek eğlence mekânları yer almıştır. Hiçbir alışveriş merkezinde olmayan büyüklükteki giriş hollerinde eğitim-sanat amaçlı sergiler düzenlenebilmektedir. Alışveriş birimlerinin iç tasarımı, yapının tarihsel dokusunu kullanarak yapılmış, bazı dükkânların boşluklarında yer alan tarihi iskele babaları ve özgün demir makasların varlığı sayesinde, tarihsel bellek -alışveriş

anında iletmeye çalışılmıştır. Tüketimin örgütlenmesine dönük zamansal denetim bu tür yapılarda yaşamsal öneme sahip olduğundan dolayı, otopark büyüklüğü, otoparktan mağazalara ulaşım hatları, rasyonel yaya dolaşım eksenleri, yürüyen merdivenlerin iniş-çıkış yönleri, dükkânların uzaktan algılanabilmesini sağlayan atrium boşlukları dikkatlice tasarlanmaktadır. İnsanların bu merkezlerde rahatça dolaşıp tüketim yapabilmeleri için merkeze giren üründen tüketiciye kadar bütün aktörlerin güvenliği önem kazanmaktadır. (Tokyay, V. 2007)

En büyük iddiası kapalı bir kentsel mekân yaratmak olan alışveriş merkezlerinde, iç mekânlardaki ortak toplanma alanlarının toplam alana oranı çok düşük düzeydedir. Ortak alanlar, salt girişler ve mağazaları birbirine bağlayan sirkülasyon şeritleridir. Merkeze gelen insanların mekânın boşluğundan özgür bir kentli gibi yararlanabilmeleri olanaksızdır. Oysa insanlar, kendilerini tatmin edemeyen kentsel ortamdaki kaçarak bu merkeze gelmekte olup, alışverişin dışındaki sosyal gereksinimlerini karşılayabilecek bazı mekânlara ve doğal bir iç peyzaja gereksinim duymaktadırlar. (Beddington, N.1991)

Ancak, bu tür merkezlerin gereksinim programını değiştirebilmek için altında yatan evrensel kurgunun da bozulması gereklidir. Çünkü insanlar, bu merkezlere yalnızca alışveriş birimlerini gezmek ve yalnızca alışverişten söz etmek için bir araya gelmek için koşullandırılmışlardır. İç mekânlarda insanların karşılaştıkları bir başka hayal kırıklığı da, çoğunlukla yapay ağaç ve bitkilerden oluşan ve doğal kentsel peyzajı taklit bile edemeyecek kadar zayıf peyzaj önerileridir. (Tokyay, V. 2007)

İç mekânın tasarımıyla ilgili olarak da, insanların "kendine özel dünya"larını kurmaları ve ticarete odaklanmaları ancak dış dünyadan görsel olarak uzakta olmalarına bağlıdır. Bu yüzden en radikal kararlardan biri, saydamlığın terk edilmesi, alışveriş hollerinde ve dükkân akslarında doğal ışığın ve dış dünya algısının azaltılmasıdır. Amaç, tüketici bireyin "zamanı ve dış dünyayı unutmasıdır." Yapı kabuğunun yırtılması, çoğunlukla "food court" katında olur. Bu yapılarda, kafeterya-dinlenme-sanat gösterisi gibi işlevlerle donatılabilecek açık, yarı açık mekânlar düzenlenmez. Saydamlık anlayışı, yapının içten dışarıya doğru gelişmesini tanımlarken, çok alışveriş merkezinin "saydamlığı" yapının duvarlarında veya çatılarında sonlandırılmaktadır.

İç mekân için seçilen pırıltılı, hijyenik malzemeler ve yapay palmyelerle, marjinal semtlerinin kırık dökük kaldırımlarından ve niteliksiz konutlarından alışveriş merkezine gelen vatandaşların günlük dünyası arasında büyük bir zıtlık ve doldurulamayacak büyüklükte bir boşluk bulunmaktadır. İşte, alışveriş dünyasına yoksul ve orta halli mahallelerden gelen bireyin büyülenmesini sağlayan araçlardan biri de bu büyük zıtlığın algılanma biçimidir. Alışveriş merkezlerindeki tüketici bireyin, yoğunlaşmasına engel olabilecek bütün iklimsel engelleri (sıcak, soğuk, nem, yağmur sesi) ortadan kaldıracak bir iklimlendirme tesisatı ve duvar, çatı akustik yalıtımı yapılır. Çünkü kendine özgü dünya veya kapalı kentsel merkez olabilmesi için dışarıdaki doğal ortamlardan daha avantajlı bir iklimsel ortam hazırlamalıdır. (Beddington N. 1991)

Alışveriş'in mimarisi konusunda düşünen, eleştiren Rem Koolhaas'ın ifadesiyle: "Faaliyetlerimizin hiçbir zaman bir 'değişim yaratacağımı düşünmedim. Ben her şeyin mimarlığın temel değerleriyle derin bir karşıtlık oluşturacak şekilde değişmesiyle ilgileniyorum... Faaliyetlerimizin temelinde, biçimsel olan ile toplumsal olan arasında makul bir ilişkiyi yeniden icat etme arzusu yatıyor." (Tokyay, V. 2007)

3.3.ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNDE KAMUSAL KULLANIM YOĞUNLUĞU

Asıl hedefi daha çok tüketime yönlendirmek olan alışveriş merkezleri dünyanın her yerinde karşımıza çıkabilmektedir. Bu mekânların içine girildiğinde dünyanın neresinde olduğunun ya da hangi zaman diliminde olduğunun anlaşılabilmesi pek de mümkün değildir. Dünyanın farklı yerlerinde ve farklı zaman dilimlerinde hep birbirine benzer biçimde ortaya çıkan, kentsel bağlamın dışında kendi bağlamını hem mimari ifadesiyle, hem de kendine ait kurallar bütünüyle oluşturan bu mekânları Auge "yok-mekân" (non-lieu) (Auge 1997) olarak tanımlar.

Auge, günümüz mimarisine yeni eklenen birçok yapı tipolojisinin yok-mekân olgusu ile karakterize edildiğini belirtmektedir (Ritzer ve diğ. 2005). Geçmişten geleceğe, bulunduğu coğrafyanın sahip olduğu kültürel, sosyal ve fiziksel koşulları ile bir ilişki kurmayan bu mekânları Ritzer (2005) anlamları boşaltılmış birer bütünlük olarak nitelendirmektedir. "Auge mekânın anlamlandırılabilmesi için mekânla kurulan üç tür bağdan söz eder: Bir "yer", kişiler ve toplum tarafından kimlikleyici / özdeşleyici, ilişkisel ve tarihsel olarak tanımlanabilirse "mekân" olarak benimsenecektir; aksi takdirde bireylerin ve toplumların "mekân"la ortak bir bağ

kurmasına imkân sağlayacak kimliksel, ilişkisel ve tarihsel bir bağ ve yaşanmışlık mevcut değilse, bu mekânlar “yok-mekân”lar olarak algılanacaktır” (Ritzer ve diğ. 2005).

Mekânla kurulan ilişkinin ana unsurlarından biri olarak tanımlanan “kimliksel bağ”, bireyin kendi geçmişi ve gelişimiyle birlikte bir mekânla kurmuş olduğu bağıdır. Bir diğer unsur olan “ilişkisel bağ”, birey ve çevresindekilerin geliştirdikleri ortak kültür ve ritüeller aracılığıyla bir mekânla kurdukları bağıdır. “Tarihsel bağ” olarak tanımlanan ise, bireyin ve çevresindekilerin mensup oldukları ortak kültürün geçmişten geleceğe sürekliliği içinde mekânla kurulan ilişkidir (Auge 1997)

Bu bağlamda değerlendirildiğinde alışveriş merkezleri yok-mekânlardır. Bu mekânların kendine has iç dinamikleri, bireyin mekânla kimlikleyici / özdeşleyici bir bağ kurmasını mümkün kılmaz. Alışveriş merkezlerinde mekânla kurulan ilişki, diğer yok mekânlarda olduğu üzere yazılı olan ve olmayan kurallarla belirlenmiş karşılıklı bir sözleşmeye dayanır (Auge 1997). Mekânın nasıl kullanılacağına, tüketicinin nasıl etkileneceğinin önceden belirli olması, mekân içinde tesadüfiliklere ya da bireylerin kendileriyle özdeşlik kurmalarına engel olur. Alışveriş merkezlerinde, bireyin mekânla kuracağı ilişki kurgusunun önemli unsurları olarak tüketicilerin tüketim konsantrasyonlarını kaybetmeden ne kadar mesafe yürüyebilecekleri, mekânın kullanım potansiyelini arttırmak için düşey dolaşım elemanlarının nerede konumlandırılacağı, tüketicileri cezbedecek bir mekân kimliğinin nasıl oluşturulacağı gibi detaylar titizlikle planlanmıştır. (Beddington 1991, Goss 1993, Vural 2005, Ritzer 2000)

Alışveriş merkezlerinde bireylerin yalnızca mekânla değil, birbirleriyle kuracakları ilişki formları da çoğu zaman önceden belirlenmiştir. Toplumun McDonaldlaştırılması kitabında bu konuyu ele alan Ritzer, bu durumu örneklemek için, fast-food zincirlerindeki restoranlarda müşterilerle kurulacak diyaloglarda kullanılacak cümlelerin bile standart hale getirilmesinin, diğer alışveriş birimlerinde de benzer bir anlayışla karşımıza çıktığını belirtir. Bu örneklerde, görevliler çok zorunlu olmadıkça bu diyalogların dışına çıkıp insani bir ilişki geliştirmezler. Ritzer alışveriş merkezlerinin kendi iç dinamiklerine göre hareket eden bu görevlileri de Auge'den referans alarak yok-insanlar olarak tanımlamaktadırlar. Ayrıca, alışveriş merkezlerinde kurallarla belirlenmiş düzeni bozacağı düşünülen, gençlerin ya da

marjinal grupların bu merkezlerde bulunmaları da talep edilmez. (Mathews ve diğ. 2000)

Alışveriş merkezlerinin kendine has dinamikleri ve yazılı olan ya da olmayan kurallarla güvence altına alınmış bu ortam, birçok kontrol mekanizması tarafından sürekli denetlenir. Bu denetlemenin bilinmesi bireyin bir yandan mekânı kişiselleştirmesine engel olurken, öte yandan da bireyi diğerleriyle eşit hale getirir. Böylelikle birey, önceden kuralları belirlenmiş, hatta kendisine neyi beğeneceği, nasıl eğleneceğinin kurgulandığı önüne bir paket halinde hazır olarak sunulmuş olan bu mekânlarda Auge'nin deyimıyla "kimliksizleşmenin yarattığı pasif sevinç" ve "rol yapmanın etkin hazzı"nı yaşar. (Auge 1997)

Alışveriş merkezlerinde yalnızca kimlikleyici / özdeşleyici bir bağ değil, toplumsal bir bağ kurmak da oldukça zordur. Dünyanın farklı kültürlerinde mekânsal organizasyon, mimari ifade ve kullanım pratiği açısından benzer anlayışlarda ortaya çıkan bu mekânlarda belirli bir kültüre has ortak ritüeller ya da davranış biçimleri oluşturabilmek neredeyse imkânsızdır. Bu bağlamda değerlendirildiğinde, Türkiye'nin bir metropol kentindeki alışveriş merkezinin kullanım pratiği ve mimari ifadesiyle, herhangi bir Avrupa metropolündeki alışveriş merkezinin kullanım pratiği ve mimari ifadesi arasında kültürel farklılıklara dayalı ayrımları görebilmek mümkün değildir. Alışveriş merkezlerinde kültürel farklılıklara göre bu ayrımlar ancak, Noel, Ramazan gibi dini bayramlar, sevgililer günü, anneler günü gibi özel günlerde bir gösteri olarak oluşturulmaya çalışılır. Ancak oluşturulan bu gösterilerde kullanılan naif imgeler, bunların alışveriş merkezinin şimdiki zamanı içinde yalnızca anlamı boşaltılmış birer sahne dekoru olarak varlıklarını hissettirir. Dolayısıyla, bu mekânlarda toplumsal olarak kendine has bir ritüelin ve yaşanmışlığın oluşturulamaması, bu mekânlarla yeni bir toplumsal bağ kurmasına imkân tanımaz. Bu mekânlarda kurulabilecek yeni bir toplumsal bağ, olsa olsa tüketim toplumunun evrensel olarak dayattığı tüketime dayalı bir yaşam algısı olacaktır.

Alışveriş merkezlerinde tarihsel bir bağdan söz edebilmek de pek mümkün değildir. Auge'ye göre bir mekânın anlamlandırılmasında o mekânla kurulan tarihsel bağ önemli bir unsurdur. Mekân tarih içinde evrimleşir ve kendi tarihini kendisi oluşturur. Oysaki yok-mekânlar olan alışveriş merkezleri için böyle bir tarihsellikten söz edebilmek pek mümkün değildir (Tanyeli 2004). Tüketim toplumunun değişen

trendlerine göre sürekli olarak yenilenen alışveriş merkezleri, tüketim döngüsünde istenilen verimi sağlayamadığı zaman, tamamen ya da kısmen ortadan kaldırılarak ya da değiştirilerek yenilenmektedirler. Dolayısıyla, Auge'nin mekânla kurulması gerektiğini belirttiği uzun bir sürece dayanan ortak yaşanmışlıklar oluşturulabilmesine imkân tanıyan tarihsel ilişkinin, alışveriş merkezlerinin bu değişken ve kimi zaman da kısa ömürlü yapısı içinde oluşturulabilmesi mümkün değildir.

Yok-mekânlar, ister alışveriş merkezleri, ister temalı tatil köyleri tezahüründe olsun, içinde yaşadığımız çağın mimari bir gerçekliğidir. Yok-mekânlar içinden geçilen, deneyimlenen, ancak benimsenmeyen; mekânı organize eden kişilerin belirlediği yazılı ve yazılı olmayan kurallara uyulan, ancak ziyaretçilerin kendi kişisel kimliklerini tarifleyecek, orada yaşayanlar tarafından bilinen o yere özgü olan yaşanmışlık ve ritüellerin oluşmadığı mekânlardır. Bu mekânlar tüketim toplumu en temel gereksinimi olan tüketim etkinliğinin yükseltilmesi amacıyla kurgulanır, kullanılır ve işlerliğini yitirdiği zaman değiştirilir ya da tamamen ortadan kaldırılırlar. Dolayısıyla kentsel bellek ve yok-mekânlar arasında geçmişten geleceğe sürekli bir ilişki kurabilmek neredeyse olanaksızdır.

Yok-mekânların kurgu ortamlarında oluşturulan seyirlik gösteriler, bu mekânların kullanıcılarına yeni bir gerçeklik olarak sunulmuştur. Bu yeni gerçeklik Debord ve Baudrillard'ın da belirttiği üzere, her anı rasyonel bir şekilde planlanmış olan gündelik hayatın içinde bunalan bireyleri uyuşturacak bir afyon olarak sunulur. Bu cezp etme mekanizması etkisini kaybettiği yerini yeni gösteriler alır. Kendi bağlamından, tarihsel ve ilişkisel niteliğinden bağımsız olarak oluşturulan gösteri mekânlarında özgün bir kimlikten söz edebilmek mümkün değildir. Dolayısıyla, anlamını sosyal, kültürel ve coğrafi koşullardan ya da tarihsel yaşanmışlıklardan almamanın getirdiği kimliksizlik, beraberinde sonsuz miktarda üretilebilecek çoklu bir kimliğe sahip olma durumunu getirmektedir. Tüketim toplumunun değişen beklentileri ile şekillenen bu çoklu kimliğe sahip olma durumu ise, mimari ürünün kendisini kullanılıp, modası geçince atılan bir tüketim ürününe dönüştürmektedir.

3.4. BÖLÜM SONUCU

Son dönemde, alışveriş alışkanlıklarının değiştiği, insani ilişkilerin yerini nesnelere ilişkiye bıraktığı ve küreselleşmenin bu süreci yönlendirdiği yeni bir çağ başlamıştır.

Günümüzde alışveriş, geçmişte olduğu gibi doğal gereksinimlerin rasyonel bir biçimde karşılanması amacıyla gerçekleştirilen bir etkinlik olmaktan uzaklaşarak, toplumsal statü belirleyicisi, psikolojik tatmin için vazgeçilmez bir araç ve boş zamanların değerlendirilmesini sağlayan bir etkinlik haline gelmiştir. Baudrillard'a (2004)'e göre modern sonrası alışveriş anlayışı, statü satın almaya programlanan bireyleri, toplumdan ve sosyal bütünlükten kopartmak pahasına ihtiyaçlarından fazlasını tükettirme amacına ulaşmayı hedefler. Kent, kentlilerin kültürü, yaşam biçimi ve alışkanlıkları, sosyal ve ekonomik özellikleriyle birlikte yaşayan ve canlı bir organizma gibi sürekli kendi kendini yenileyen bir bütündür (Mumford, L.1961). Alışveriş merkezi içerisinde yeniden kurgulanan kent mekânı, kendi kendini yenileyebilme niteliğini yitirir ve "kapalı kutu" içerisinde "bir defada yaratılan bir boşluk" haline gelir. Bu boşlukta kent mekânı taklit edilir; ticari başarıya odaklanarak tasarlanmış, kontrol edilebilen ve kolay yönlendirilebilen yapay bir kent mekânına dönüşür. Bu durumda, alışveriş merkezi, ticarileştirilmiş mekân organizasyonu kent mekânına ve onun barındırdığı sosyal işlevlere alternatif bir mekân oluşturamaz. Ritzer (1996), çağdaş alışveriş merkezlerindeki alışverişini karlı ve mekanik modern montaj bandı ile özdeşleştirirken, Kowinski (1985) bu mekânları "etkili alışveriş makineleri" olarak tanımlar.

Auge'a(1997) göre, çağdaş alışveriş merkezi, içinde "yok-yer" ya da "yok-mekân" oluşturulan bir yapıdır. "Yer", kent mekânında kullanıcı tarafından deneyimlenen her türlü etkinliği barındırır. Kamusal belleğin oluşumuna katkısı bulunan "yer" hissi, alışveriş merkezinde ortadan kalkar. "Yer", bünyesinde fiziksel ve kronolojik ilişkiler, tarihsel süreklilik, anlam ve ait olma hissi barındırır, "yer"sizlik ise anlamın kaybı demektir. "Yer"-sizliğin kökleri, standartlaşmış ve otantik olmaktan uzak ortamların yaratıcısı olan küreselleşmede yatar ve monoton, homojen, sıkıcı, her yerde olan, standardize edilmiş, otantik olmayan, sonradan icat edilmiş, plastik, yapay, steril gibi tanımlarda karşılığını bulur. "Yer" olmayan mekânlar, "yer"i tanımlayan çeşitlilik, sürprizli olma, belirsizlik, yaşanabilirlik gibi karakteristiklerden yoksundur (Upton, D. 1998) Bu mekânlarda anı biriktirilemez ve tarihselleştirilmesi olanaksızdır. Auge'a göre bu tür bir mekânda bulunmak belirli bir amaca yöneliktir ve alışveriş merkezinde temel amaç daha fazla satmaktır. Alışveriş merkezinin her yerde uygulanabilen küresel mekân dili, doğru aydınlatma ve iklimlendirmenin de yardımıyla (gece-gündüz, yaz-kış gibi ayrımların ortadan kaldırılması) zamandan ve

mekândan bağımsız bir biçimlenmeye odaklanır. Bu tür bir mekân organizasyonu, yapının kendi soyut ve mekanik zamanını yaşatmasına ve kullanıcıya da bunu dayatmasına neden olur (Biol G. 2003). Bu durumda, bu mekânda alışveriş mekanik bir etkinliğe dönüşürken, alışveriş merkezinde yaratılmak istenen kent merkezi görüntüsü, yerini mekanik ve tümüyle ticarileşmiş bir mekân organizasyonuna terk eder.

4.ALİŞVERİŞ MERKEZLERİ: ÖRNEKLER ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

4.1. DÜNYA ÖRNEKLERİ

Tasarım öğeleri kullanılarak yeni bir kentsel mekân yaratma çabası ile tasarlanan yüksek bütçeli ticari merkezlerin yaratılmaları büyük ölçüde yeni bir akımdır. Ancak, bazı projeler bir sanat galerisi görünümüne benzeme eğilimindedir ve mal yerine marka odaklı pratikler ortaya çıkmaktadır. Son dönem tasarımcıların alışveriş merkezleriye, yürüyen merdivenleri, tavan pencereleri, yemek bölümleri, sinema salonları ve hatta su parklarıyla ilk alışveriş merkezi fikrine yakınlıklarıyla dikkat çekmektedir. Örneğin Mimar Gabellini, Westfield London'da inşa edilmek üzere tasarladığı West Village'den bahsederken, "biz asla ama asla - alışveriş merkezi - kelimesini kullanmıyoruz, hatta tam tersi, burası çok büyük bir kamusal alan hissi yaratırken aynı zamanda da tamamen dokusal, özel ve dinamik." ifadesini kullanmıştır.

Gerçekten de Gabellini, West Village'da klasik alışveriş merkezinin izlerini tamamen silmiştir. Mağaza önlerini boşluk olarak düzenlemek yerine, etkiyi "yapması gereken şeyi yapmayarak" yaratacak kesintisiz, dalgalı cam bir duvar kullanmıştır. Neredeyse hiç doğal ışık bulunmayan mekânda bunun yerine yapay ışık yansımaları, tavandan sarkan, disko topu gibi, bir dizi mücevherle süslenmiş donut şekilli heykeller yaratılmıştır. Baştan sona madde ve doku ön plana çıkarılmış: zemin, paslanmaz çelik çubuklar ve mozaikle döşenmiştir.



Gabellini - West Village

Gabellini, West Village'ın tam olarak geleneksel bir alışveriş merkezi olmadığını ifade etse de, estetik bir mimari çok katlı bir alışveriş merkezine uygulanmıştır.

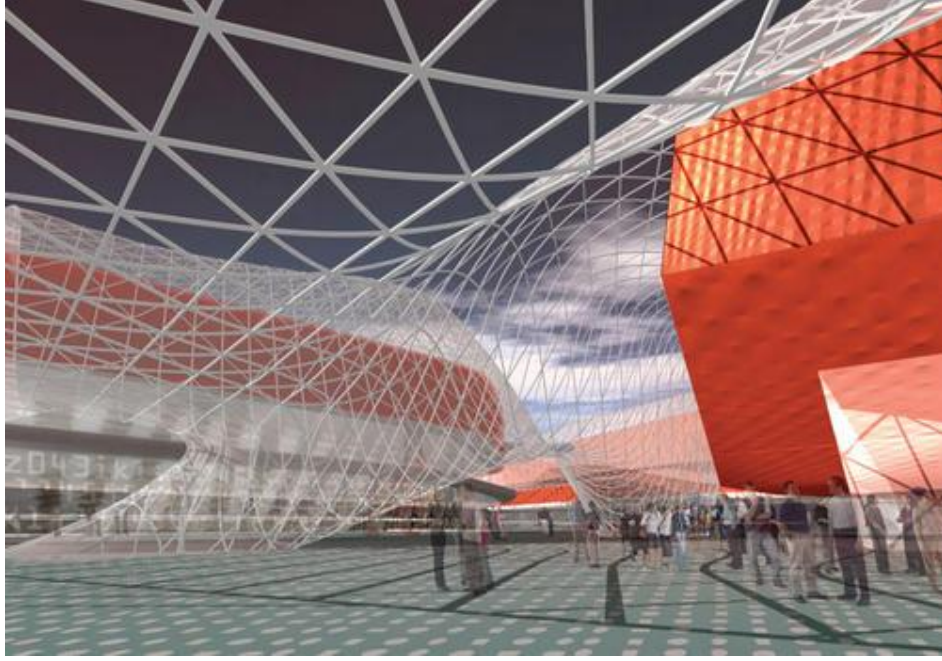
İsviçre'de Libeskind, "Kültürel tesisler nasıl ki ticari olarak başarılı olmak istiyorlarsa, ticari tesisler de kültürel olarak başarılı olmak istiyorlar." ifadesi ile yaptığı Bern projesine yaklaşımının aynen bir müze projesine yaklaşım gibi olduğunu belirtmiştir. Westside Center'ın çapraz cam bantlarla sarılmış farklı ahşap cephesi, olağan üstü açısız tavan pencereleri olan geniş iç mekânları ve ölçek olarak eski Roma banyolarını andıran dev yüzme havuzu bu anlayışın bir göstergesidir. Libeskind, bu projede Milano'daki kubbeli bir 19. yy. çarşısı olan Galleria Vittorio Emanuele'den ilham aldığını belirterek; "Bunu bir alışveriş merkezi olarak düşünemezsiniz. Bunu ancak Avrupa'nın büyük ikonik yapılarından biri olarak düşünebilirsiniz. İşte bu da tam olarak bu projenin hedefidir. Sadece –işte burada da birkaç mağaza var – gibi bir şey değil, öyle olsa bile bilirsiniz ki her biri müthiş mağazalardır. Bu aslında kentsel ölçekte sivil bir deneyim ve ayrıca sürdürülebilirlik, gerçekten yeşil ve hatırı sayılır bir şey yaratmakla ilgili bir şey, yol kenarına konmuş birkaç kutudan ibaret değil" ifadesini kullanmıştır.



Libeskind - Westside Center

Bu son dönem alışveriş merkezlerinin içinde kentsel bir mekân yaratma modeli göze çarpmaktadır. Ancak daha çarpıcı olan şey bu modelin 19. yy. çarşılarında kullanılan modelin aynısı olmasıdır. West Village'ın tasarımcısı Gabellini bu durumu "bizim için bu, geleneksel kentsel alışveriş tipolojilerinin – 19. yy. Londra, Milano ve Paris galerilerinin- çağdaş bir yorumudur" şeklinde ifade etmektedir. Fuksas da, her ne kadar kendi tasarımı neo klasisizmin izlerini taşısa da, Milano Galerisi'ni günümüze getirmiştir. Fuksas'ın "bu bir bina değil, kentsel bir alandır" diye bahsettiği MyZeil'in cam çatısı, alışveriş merkezinin içinde huniler yaratan birkaç delikle bölünmektedir. Bunlardan biri giriş katına kadar gün ışığını taşımaktadır. Bunun yanında ise yayaları Frankfurt'un en işlek alışveriş bölgesinden alarak binanın beşinci katındaki, geleneksel alışveriş merkezlerinin tersine günde yalnızca 2 saat kapalı kalacak olan kamusal alana taşıyan bir yürüyen merdiven yer almaktadır.





Fuksas-MyZeil

Buradaki çelişki alışveriş merkezlerinin geleneksel kent merkezindeki yaşamı içlerine çekmekle suçlanıyor olmalarından kaynaklanmaktadır. Bu paradoks bizi, mimar Victor Gruen'in Minneapolis dışında 1956'da yaptığı ilk alışveriş merkezi örneğine götürmektedir. Bir alışveriş merkezi'nin "keşfedildiğini" düşünmek çok alışlagelmiş olmasa da, Gruen, Southdale Center ile birçoklarının daha sonra taklit edecekleri, bir otoparkın ortasında, birkaç kiracının böldüğü, yürüyen merdivenle bağlanmış iki katlı, çatısından doğal ışık giren ve sürekli bir ilkbahar havasının estiği boş bir kutu şeklinde bir taslak yaratmış olmuştur.





Victor Gruen - Southdale Center

Ancak bir Avusturya göçmeni, bir sosyalist ve her şeyi kendi kendine başarmaya çalışmış biri olan Gruen aslında çok daha farklı bir şeyi başarmayı düşünmüştür. Southdale hiçliğin ortasındaki boş bir kutu olarak tasarlanmamıştır. Gruen alışveriş merkezini, konut kuleleriyle, bir sağlık merkezi ve peyzajı tam bir otopark alanıyla 2000 metrekarelik bir gelişim olarak planlamıştır. Aslında Minneapolis kent merkezine kentteki kontrolsüz yayılmayı önlemek amacıyla küçük ölçekli bir kentsel merkezi alternatif olarak sunmak istemiştir. Ancak, yıllar sonra Gruen ardına dönüp Amerikan alışveriş merkezinin halini gördüğünde bu en ünlü tasarımını reddetmiştir.

Kendi tarzlarında, Gabellini, Libeskind ve Fuksas da Gruen'in hayalini canlandırmaya çalışmışlardır. Alışveriş merkezi fikrini reddetmemişler, bunun yerine daha iyi bir tasarımla onu iyileştirme fikrini geliştirmişlerdir. Gabellini'nin tasarımı West Village, sadece lükse düşkün müşterilere hizmet eden büyük ölçekte dikkat çekici bir tasarım olmuştur. West Village klasik bir ayakkabı kutusundan farklı bir tasarım olmuştur. Fuksas ise tasarımında yürüyüş alanlarıyla iç mekânı

nasıl belli etmeden birleştirebileceğini bulmaya çalışmıştır. Libeskind'in alışveriş merkezi ise, "Yaşlıları kent dışına yollamaktansa onları gençlerin, bolca aktivitenin, etkinliğin ve hareketin olduğu yere getirelim" düşüncesiyle tren ve raylı sistemle de bütünleşmiş şekilde düzenlenerek, ayrıca içinde otel ve emeklilik konutlarını da bulundurarak tasarlanmıştır.

Ancak, iyi bir mimari tasarım tek başına alışveriş merkezlerini kurtaramamaktadır. Sonuçta, Southdale, zamanda bir dönüm noktasıdır ve mimarlık forumu onu "kent merkezinin çeşitliliği, bireyselliği, ışığı, rengi ve hatta kalabalığı gibi en çekici özelliklerden arındırıldığı hayali bir yer" olarak tanımlamaktadır.

Son dönem tasarımcı alışveriş merkezleri nasıl daha iyi olabilir? Örneğin Fuksas'a göre kendi tasarımı, bölgesi içine dikilmiş bir kaftan gibidir: Frankfurt'un en önemli alışveriş bölgesi olan Zeil'in iç mekândaki bir uzantısı. Ancak hem Bern'deki Westside, hem de Westfield London, göz ardı edilecek banliyöler yaratma riskiyle karşı karşıyadır. Westside, Libeskind'in "çevredeki en güzel yer olmayan, hiçliğin ortasında, yalnız bir alan" sözleriyle tanımladığı, kentin eteklerindeki bir otoyolun üzerinde yer alan bir alışveriş merkezidir. Yeni alışveriş merkezi, tamamen yeni bir kentin yaratıcısı, yeni bir yaşam biçimi getirecek kentsel bir merkez olmuştur. Benzer biçimde Westfield London da Shepherd'ın izinden giderek, Telegraph'ın deyimiyle "Batı Londra'nın en pahalı iki bölgesi olan Holland Park ile Chiswick'in ortasında iştah kapatıcılarla dolu bir sandviç haline gelecek gibi" gözükmektedir. Bu bağlamda günümüzde güzel tasarımlı alışveriş merkezlerinin bu alanları mini birer kentsel ütopyalara çevirme düşüncesi ile tasarlandıkları sonucuna ulaşılmaktadır. Ancak dev bir "alışverişhane"ise yoğun çevresini içine almaktan çok ondan kaçmak için kullanılmaktadır. Peki, banliyödeki bir alışveriş merkezi nasıl daha farklı olabilir? İstanbul'da FOA'nın tamamladığı alışveriş merkezi tam bir evrim niteliğindedir. Alan aynı zamanda birkaç planlı konut gelişim bölgesini de içine alarak, genel boş kutu modelinin tersine, çevredeki konut alanlarıyla yürüme yolları bağlantısıyla ilişki kurmaktadır. Alışveriş merkezinin yeşil çatısını da ilk bakışta gerçekten tepelikler sanmamak neredeyse mümkün değildir. Topografya ise alışveriş merkezini içine almış gibidir.



FOA- Meydan

FOA'nın bu ticari merkezinin çevresindeki inşaat halinde olan planlı konut alanları tamamlandıklarında: Alışveriş için gelenler, dolaşmakta olan yerel halkla iç içe;

merkez plazayı çapraz kesen yoğun bir yaya trafiği... şeklinde bir sonuç ortaya çıkmaktadır. FOA'nın alışveriş merkezi sadece ticaret ve dinlenme merkezi olmak yerine, çevresi için gerçek bir sivil meydan haline gelmiştir. Bu aslında Victor Gruen'in 50 yıl önce hayalini kurduğu Minneapolis banliyölerinden çok da uzak bir fikir değildir. Hatta bir gelişim niteliğindedir. Bu da, belki de 21. yy alışveriş merkezlerinin temelini daha büyük ve daha güzel olanlar değil, daha küçük ve basit olanlar, 19. yy çarşıları kadar büyük değil ama onun kadar alçakgönüllü olanlar oluşturacaktır fikrini ortaya çıkarmaktadır.

4.2. İSTANBUL ÖRNEKLERİ

Başlangıcından bu yana İstanbul'da inşa edilen alışveriş merkezleri, hem genel yaklaşım hem de tasarım olarak değişiklikler göstermiştir. Alışveriş merkezi yatırımcıları için İstanbul'un en yoğun MİA bölgesi olan Levent ve Şişli bölgeleri cazip bölgeler arasındadır. Birbirine komşu olan bu iki bölgede Metrocity, Kanyon, Cevahir, Profilo, Akmerkez, Astoria ve Pol Center gibi birbirine yürüme mesafesinde olan, farklı konseptlerde tasarlanmış alışveriş merkezleri bulunmaktadır. Bu çalışmada söz konusu mekânsal ağ içinde bulunan, aynı sokağa cephesi olan, son dönem alışveriş merkezlerinden Kanyon AVM ile 1999 yılında kurulan olan Pol Center incelenmiştir.

Bu iki örneğin yanı sıra, nüfus artışı ile beraber kent çeperlerinde oluşan yeni gelişme alanlarından Ümraniye'de, tasarımı ve farklı özellikleri ile gelişme ağı içinde Ümraniye'ye katkıda bulunan İstanbul'un son dönem alışveriş merkezlerinden olan Meydan AVM ve 1993 yılında İçerenköy'de kurulan, ağırlıklı hipermarket konseptinde yapılan ilk şubesinin ardından 1997 yılında Ümraniye'de daha büyük bir alanda inşa edilen Ümraniye Carrefour incelenmiştir.

İstanbul'un tarihi bir bölgesi olan Fatih'e inşa edilen Historia AVM ve İstinye Park ise sosyal anlamda ve tasarım olarak buldukları bölgelerle uyumu açısından incelenmiştir.

Nişantaşı gibi yıllarca geleneksel alışveriş alışkanlığının yaşandığı, kültürel mozaik olmayan bir mekânda çağdaş bir alışveriş merkezi yapıldıysa neden yapılmıştır ve kent dokusundaki yeri ne olmuştur? Bu bağlamda City'Nişantaşı tek başına ele alınmıştır.

[“Bu çalışma 77 adet alışveriş merkezi örnekleme ile yapılmıştır.”]

A-İstanbul sınırları içerisinde bulunan alışveriş merkezlerinin gelişme gösterdiği bölgeler ve bağlı olduğu ilçeler

ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ	BULUNDUKLARI BÖLGELER	BAĞLI OLDUĞU İLÇELER
212 İstanbul Power	Mahmutbey	Bağcılar
Airport	Ataköy	Bakırköy
Aquarium	Bayrampaşa	Bayrampaşa
Adres	Şişli	Şişli
Astoria	Esentepe	Şişli
Akmerkez	Etiler	Beşiktaş
Armoni	Sefaköy	Küçükçekmece
Asya Park	Sefaköy	Küçükçekmece
Asya Park	Dudulu	Ümraniye
Atirus	Büyükçekmece	Büyükçekmece-
Atrium	Ataköy	Bakırköy
Aymerkez	Mimar Sinan	Büyükçekmece
Ataşehir	Ataşehir	Kadıköy
Beylicium	Beylikdüzü	Büyükçekmece
Beşyıldız	Çekmeköy	Çekmeköy
Beyaz Center	Beylikdüzü	Büyükçekmece
Blackout	Şişli	Şişli
Capacity	Bakırköy	Bakırköy
City's	Nişantaşı	Şişli
Capitol	Altunizade	Üsküdar
Carium	Gürpınar	Büyükçekmece
Carousel	Bakırköy	Bakırköy
Colony Outlet	Sefaköy	Küçükçekmece
Carrefour	Bahçelievler	Bahçelievler
Carrefour	Ümraniye	Ümraniye
Carrefour	İçerenköy	Kadıköy
Deposite	İkitelli	Küçükçekmece
Doğuş Power	Maslak	Şişli
Esprı	Esenler	Esenler
Fabulist	Sarıgazi	Ümraniye
Flyinn	Florya	Bakırköy
Foxcity	Beylikdüzü	Büyükçekmece
Forum İstanbul	Bayrampaşa	Bayrampaşa
Galleria	Ataköy	Bakırköy
Hayatpark	Güneşli	Bağcılar

Historia	Fatih	Fatih
Ihlamur	Küçükçekmece	Küçükçekmece
İstinye Park	İstinye	Sarıyer
Kanyon	Levent	Beşiktaş
Kemermall	Kemerburgaz	Eyüp
Kale Center	Güngören	Güngören
Kadir Has	Bahçelievler	Bahçelievler
Kardiyum	Taşdelen	Ümraniye
Kule Çarşı	4. Levent	Beşiktaş
Lilyum	Ömerli	Çekmeköy
Mayadrom	Etiler	Beşiktaş
Metrocity	Levent	Beşiktaş
Metroport	Bahçelievler	Bahçelievler
M1 Meydan	Ümraniye	Ümraniye
Markacity	Beylikdüzü	Büyükçekmece
Marmara Park	Büyükçekmece	Büyükçekmece
Maxicity	İstinye	Sarıyer
Maxicity	Çengelköy	Üsküdar
Mass	Gaziosmanpaşa	Gaziosmanpaşa
Migros	Beylikdüzü	Büyükçekmece
Metronom	Başakşehir	Başakşehir
Neomarin	Pendik	Pendik
Neocity	Bahçeşehir	Büyükçekmece
Outlet Park	Beylikdüzü	Büyükçekmece
Olivium	Zeytinburnu	Zeytinburnu
Optimum İstanbul	Göstepe	Kadıköy
Optimum Silivri	Silivri	Silivri
Olimpa	Başakşehir	Başakşehir
Palladium	Kozyatağı	Kadıköy
Paradise	Beylikdüzü	Büyükçekmece
Pendik Park	Pendik	Pendik
Profilo	Mecidiyeköy	Şişli
Parkway	Esenkent- Bahçeşehir	Büyükçekmece
Prestige Park	Bahçeşehir	Büyükçekmece
Polcenter	Levent	Beşiktaş
Tepe Nautilus	Acıbadem	Kadıköy
Town Center	İncirli	Bakırköy
Uyum Çarşı	Beylikdüzü	Büyükçekmece
Via Port	Kurtköy	Pendik
World Atlantis	Kurtköy	Pendik
Yaylada	Maltepe	Maltepe
Verde Molino	Boğazköy	Büyükçekmece

B-Kentsel gelişme özelliklerine göre İstanbul sınırları içerisinde bulunan alışveriş merkezlerinin sayısal dağılımı

Yeni Gelişme Alanları

Bağcılar	Bayrampaşa	Küçükçekmece	Ümraniye	Büyükçekmece- Beylikdüzü	Çekmeköy	Esenler	Güngören	Silivri	Başakşehir	Pendik	Maltepe
2	2	5	5	16	2	1	1	1	2	4	1

Toplam 42

Eski Kent Merkezi

Bakırköy	Sarıyer	Eyüp	Gaziosmanpaşa	Zeytinburnu	Fatih	Kadıköy	Üsküdar	Bahçelievler
7	2	1	1	1	1	5	2	3

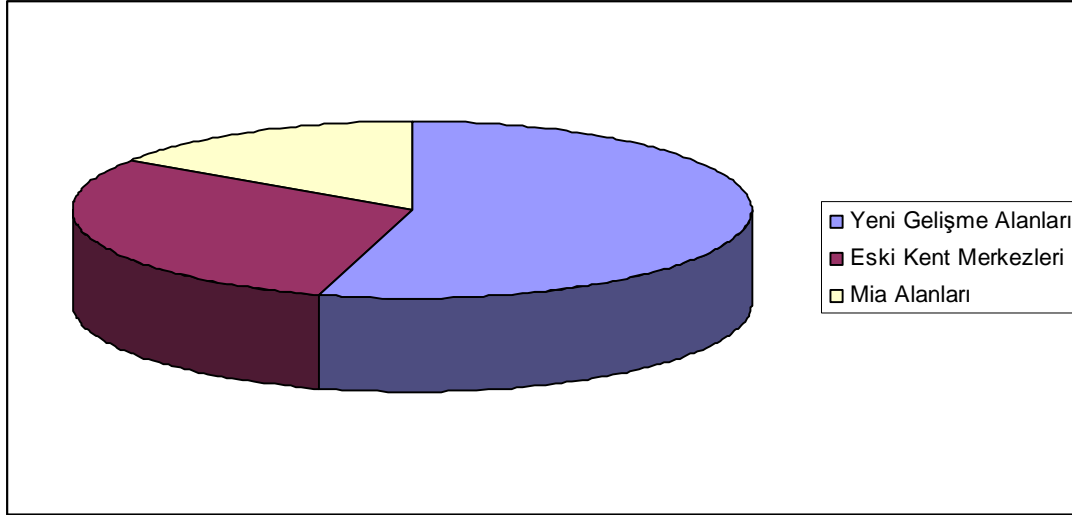
Toplam 23

MİA Alanları

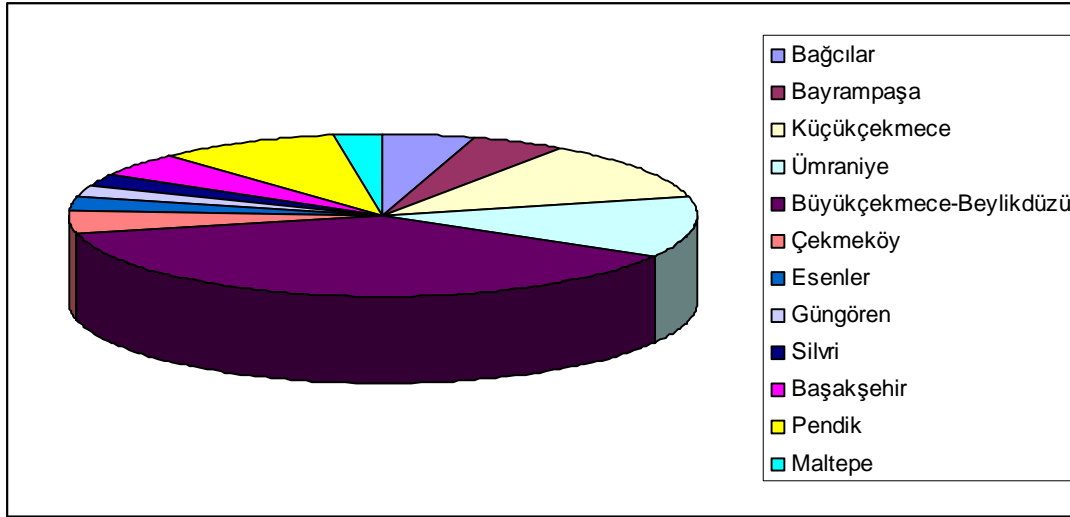
Beşiktaş	Şişli
5	7

Toplam 12

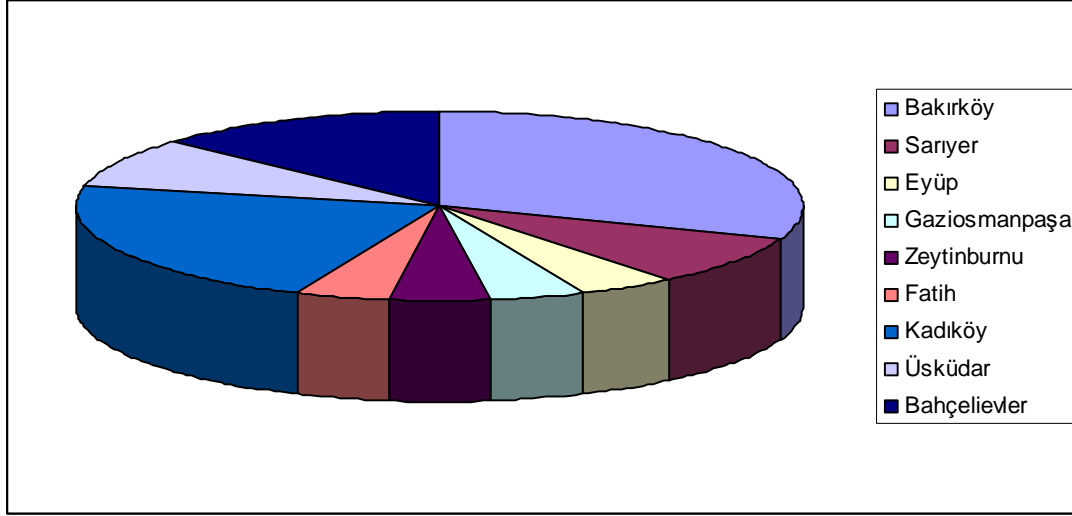
Kentsel Gelişme Özelliklerine Göre Alışveriş Merkezlerinin Dağılımı



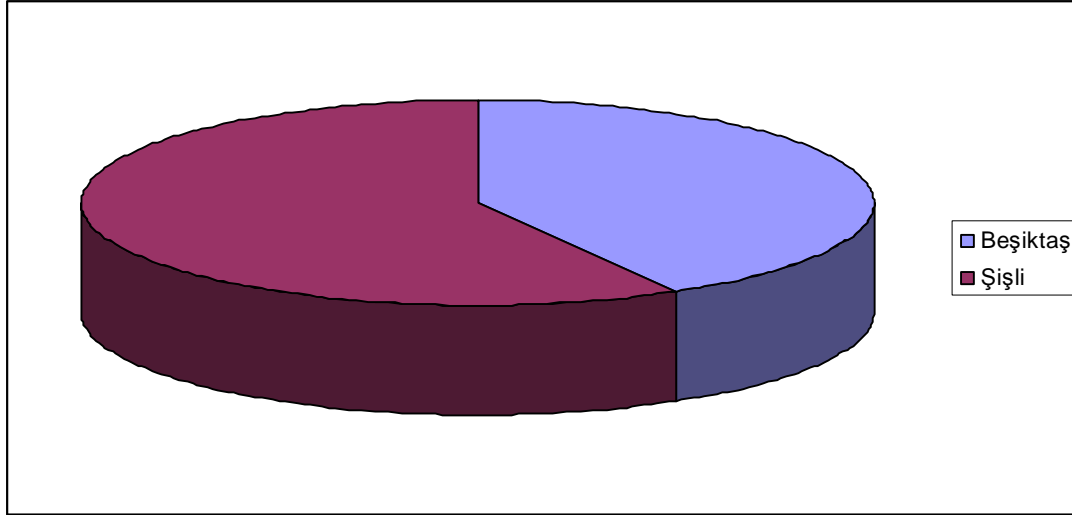
Yeni Gelişme Alanları - İlçelere göre Dağılım



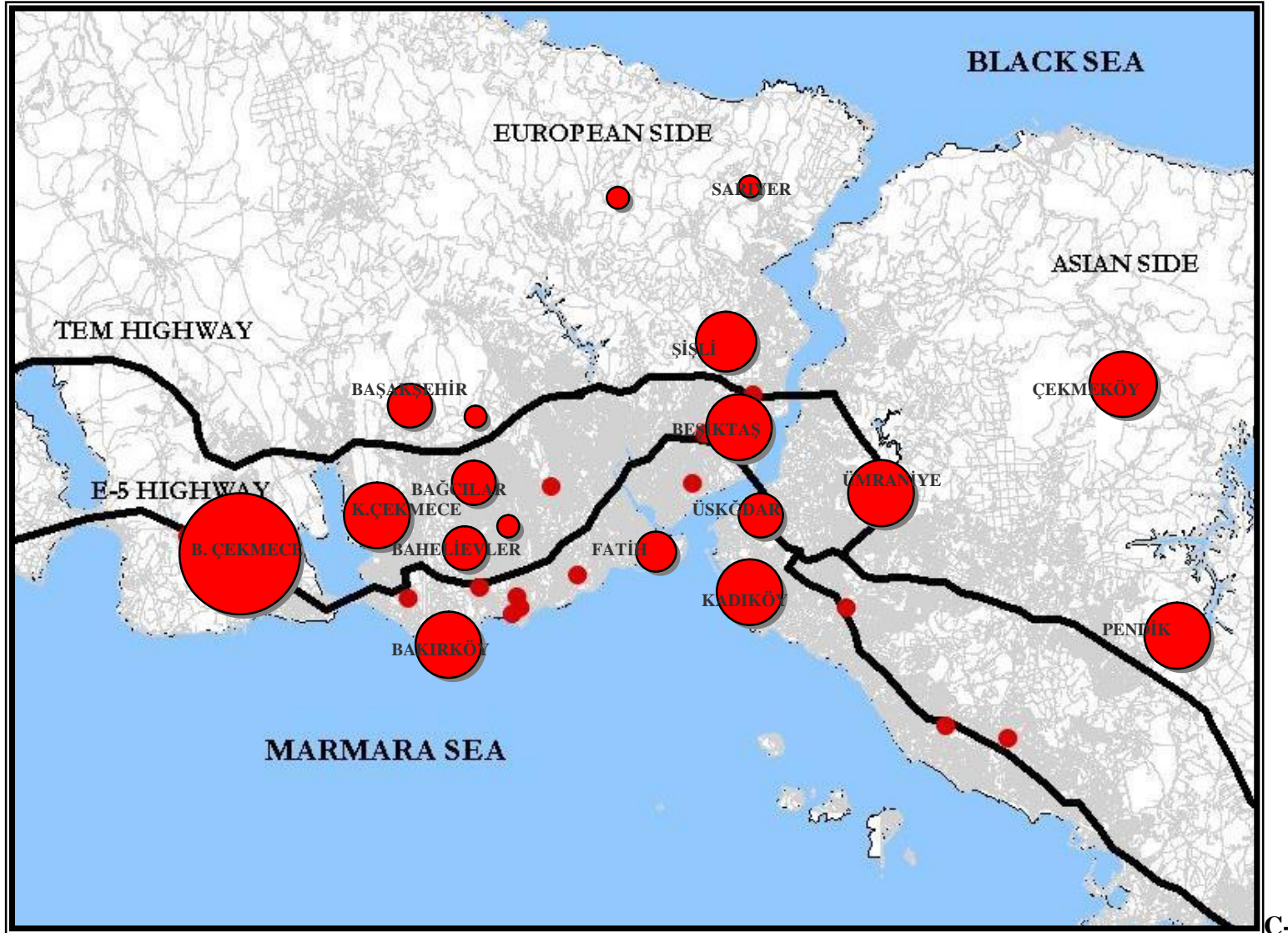
Eski Kent Merkezi – İlçelere Göre Dağılım



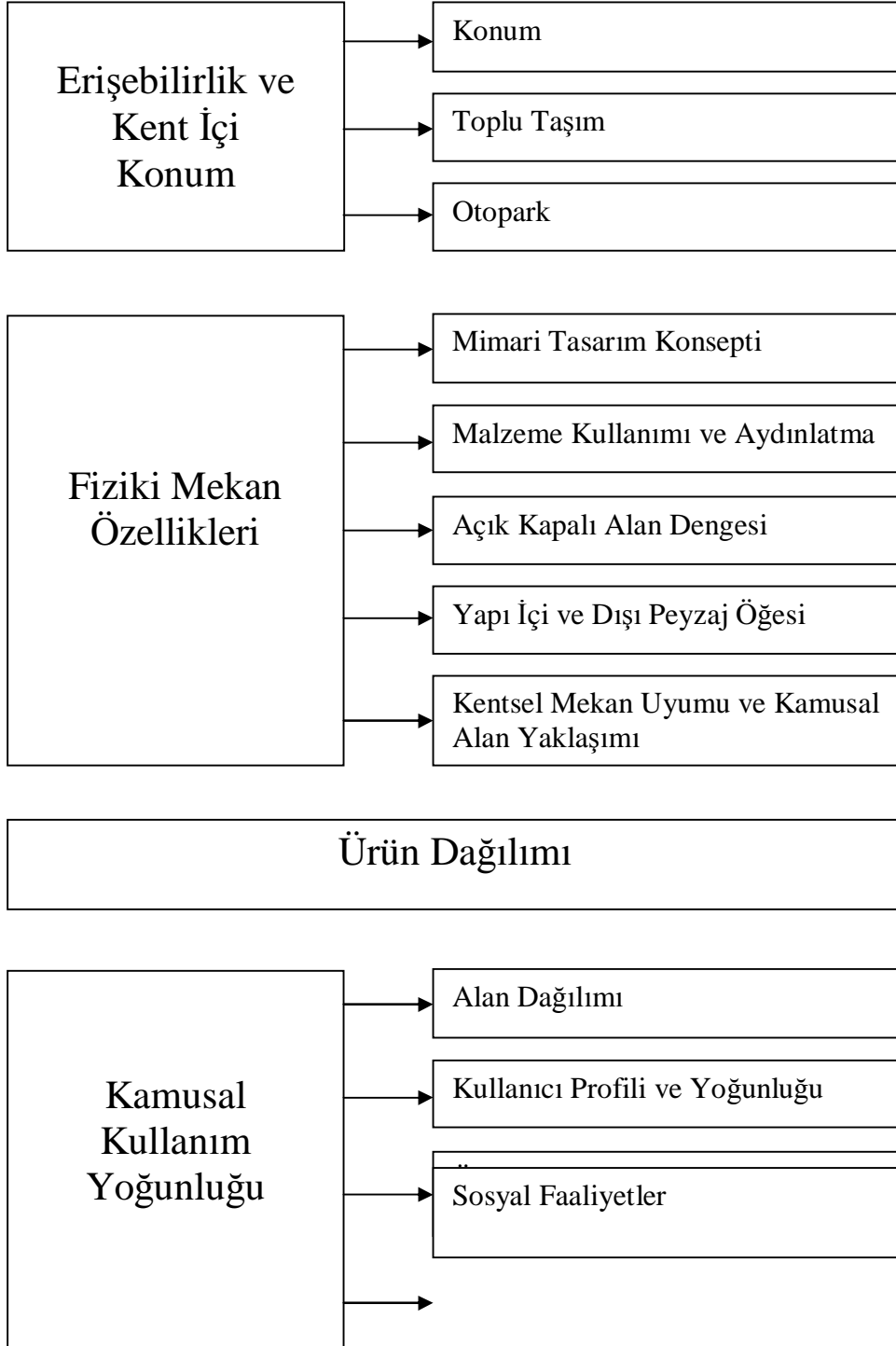
Mia Alanları - İlçelere Göre Dağılım



İstanbul da bulunan alışveriş merkezlerinin bölgelere göre yoğunluğu



C-İstanbul Örneğinde Seçilen Alışveriş Merkezlerinin İncelenme Kriterleri



MİA ALANLARI

KANYON AVM



Yatırımcı

Eczacıbaşı Topluluğu ve İş Gayrimenkul Yatırım Ortaklığı

Erisilebilirlik-Kent İçi Konum

a-Konumu

Beşiktaş, Şişli ve Levent'in kesiştiği noktada, Büyükdere Caddesi üzerinde, 4. Levent ile Levent arasında yer almaktadır.

b-Toplu Taşım Bağlantısı

Metro ile; Metrodan Levent durağında inerek ulaşım sağlanabilmektedir.

Toplu taşıma aracı ile; Tüm Maslak - Beşiktaş güzergâhında çalışan İETT otobüsleri ve Sarıyer - Beşiktaş minibüsleri ile ulaşım sağlanabilmektedir.

c-Otopark

4 katlı 2300 araçlık kat altı otoparkı bulunmaktadır.

Fiziki Mekân Özellikleri

a- Mimari Tasarım Konsepti

Kanyon Projesi ile Türkiye’de ilk kez bir alışveriş merkezi açık bir alışveriş alanı olarak tasarlanmıştır. Nişantaşı, Beyoğlu ve Bağdat Caddesi gibi uzun yıllardır tercih edilen alışveriş bölgeleri farklı bir ölçekte değerlendirilerek, yenilikçi bir mimari yaklaşımla, alışveriş alanında “sokak alışverişi” ve “şehir içi” etkisi yaratılmıştır.

Özel iklimlendirme sistemleri sayesinde de, 40.000 m²’lik açık alışveriş merkezinin iç mekân konforu taşınması sağlanmıştır. Kanyon Alışveriş Merkezi ziyaretçilerin, cadde ortamında ve doğal bir çevre içinde, hava koşullarından etkilenmeden alışveriş yapma imkânına sahip olacak şekilde tasarlanmıştır. Branda kapama, koridorların bir kısmının camla kaplanması gibi çözümlerin tamamı, Kanyon’un açık havada alışveriş konseptinden ödün verilmeden gerçekleştirilmiş, noktasal müdahaleler olarak düşünülmüştür. İstanbul’da yükselen çoğu binadan farklı olarak kapalı kutu anlayışından uzak duran Kanyon, farklı açılarda yükselen mimari yapısıyla ile gökyüzüyle birleşmekte ve çevre ile bütünleşmektedir.

Mimaride tercih edilen organik kıvrımlar planın tamamına hâkim; yerleşim planının, her binanın ve bağlantı yollarının sahip olduğu yumuşak kavisler zarif bir akış sağlamaktadır; yeşillikle desteklenen eğrisel form, çok seçenekli sokakları değişen binaların yükseklikleriyle doğallık, derinlik ve ferahlık hissi vermektedir. Yapının içinde bulunan eğrisel formulu kabuk köprülerle bağlanmış ayrı bir yapı gibi durmasına rağmen içinde barındırdığı mağazalar ile işlev birliği sağlamaktadır.

Doğallık ve dışa açık olma ilkesini desteklemek üzere, ofislerde camlar yere kadar indirilmiştir ve böylelikle bulvarda yer alan ana yapı olan yuvarlak formulu 25 katlı, betonarme, cam yüzeyli ofis kulesinde çalışanlar dışarıyla bütünleşir hale getirilmiştir. Konseptin özü, Kanyonun klasik bir alışveriş merkezi değil, farklı bir kent merkezi olup iç mekânlarla alışveriş koridorlarının ‘kanyon’a benzer bir kurgu içinde doğa koşullarına açılmış olmasıdır.

b-Malzeme Kullanımı ve Aydınlatma

Kompleksin cesur ve çarpıcı formu, doğal taşlar ve özgün yapı malzemeleriyle desteklenmiştir. Cephenin ana unsurları olarak açık toprak tonunda taş ve boyalı

bakır metal bantlar kullanılmıştır. Mimari tasarımda, doğal ışık ve kent manzarası optimum düzeyde iç mekâna taşınmıştır. Işıktan ve kent manzarasından en üst düzeyde yararlanmak üzere özellikle güney cephelerine koruyucu olarak güneş kırıcı elemanlar yerleştirilmiştir.

c-Açık-Kapalı Alan Dengesi

Yarı açık alan

d-Yapı İçi ve Dışı Peyzaj Ögesi

Bir vadinin doğal koruyuculuğu örnek alınarak yaratılan Kanyon'da, peyzaj mimarisi de başarılı bir şekilde uygulamıştır. Kanyon tasarımına uygun olarak, su ögesi oldukça fazla kullanılmıştır. Kanyon'da, çatılarda yeşil alanlar oluşturulmuş, yollarda ve diğer kotlarda bitkilendirme çalışmaları yapılmıştır.

e-Kentsel Mekân Uyumu ve Kamusal Alan Yaklaşımı

Geniş bir perspektifte kent manzarasına hakim olan Kanyon, mimari ve sosyal bağlamda kentin dokusuna ve ritmine katılmaktadır. İki yolun kanyon ile bağlanıyor olması kanyonun şehre eklenen bir parça olduğunu göstermektedir. Çevresinde iş merkezleri ve konut alanlarını dolduran sosyo ekonomik gruplar, Kanyon'un kullanıcı profiline paralellik sağlamaktadır. Mimari yapısı ve büyüklüğü ise çevresindeki yüksek katlı ve büyük iş merkezlerinin mimari formlarına uyum sağlamakta, ayrıca ticari fonksiyonun ağırlıkta olduğu yapıların bulunduğu bölgede gösterişli mimarisi ile hem mimari simge olmakta hem de bu simgesel, farklı ve eğrisel mimarisi ile yine çevresindeki ticari binaların keskinliğini yumuşatmaktadır.

Tamamlayıcı mekân özelliğine sahip olan, son yıllarda, genellikle şehrin merkezinden uzak, korunaklı alanlara yayılan, özelleştirilmiş, "kapalı site" tarzı yaşama alternatif olarak Kanyon, kent yaşamına doğrudan eklenen, kent dokusu içinde, kamusal alanla birleşerek gelişen bir ortak yaşam modeli önermektedir.

Giriş kapılarından biri Metro çıkışında yer alan Kanyon'un alışveriş merkezine birçok kattan ve şehirden erişim sağlanabilmektedir. Binaları ve alanları birbirine bağlayan, avlularla çevrili iç yollar ise şehir içi etkisi ve devamlılık yaratmaktadır.

Şehir merkezinde, ortak yeşil alanlarla çevrelenmiş, konut, ofis, dükkânlar, eğlence alanları ve diğer sosyal alanlar gibi farklı mekânların bulunduğu yeni bir kent yaşamı modeli hayata geçirilmiştir. Ulaşım olanaklarının çeşitliliği nedeniyle, kolay erişilebilir ve kente açık yeni bir kent merkezi özelliğindedir.

Ürün Dağılımı

37500 m² alan üzerine kurulan 4 katlı alışveriş merkezinde, yaklaşık 170 mağaza, bir gurme market, 9 sinema salonu, restoranlar, kafeler, barlar, bir spor ve sağlık merkezi ile açık-kapalı yüzme havuzu bulunmaktadır. Kentin sokaklarında dolaşıyormuş gibi alışveriş yapılabilen bir açık hava alışveriş merkezi olan Kanyon'da ortak alanlar su, yeşillikler ve doğal malzemelerle şekillendirilmiştir.

Kat -2

Tüm aileye hitap eden ve aralarında bir süpermarket, bir “semt pazarı”, elektronik mağazalar, kadına yönelik ev ve aksesuar mağazaları ile çocuk mağazalarının yer aldığı bir mağaza karması sunmaktadır. Ayrıca bu katta yer alan açık meydan da ise, canlı performanslar ve sokak gösterileri gibi sosyal etkinlikler yapılmaktadır.

Kat -1

Hazır giyim, çocuk mağazaları, kişisel bakım merkezleri, aksesuar mağazalarının yanı sıra, canlı DJ performanslarının yapıldığı, teknoloji odaklı bir dinlenme alanı da yer almaktadır.

Zemin Kat

Hazır giyim, kişisel bakım merkezleri, aksesuar mağazaları, ev ve elektronik mağazaları bulunmaktadır.

Kat 1

Hazır giyim, kişisel bakım merkezleri, aksesuar mağazaları, ev ve elektronik mağazaları ve restoran, kafeler, barlar, spor mağazası, kitap evi ve sinema bulunmaktadır.

Kamusal Kullanım Yoğunluğu

a-Alan Dağılımı

Toplam İnşaat Alanı: 250.000 m²

Arsa Alanı: 30.000 m²

Toplam Maliyet: Yaklaşık 200 milyon dolar

Konut Sayısı: 179

Kiralanabilir arşı Alanı : 37.500 m²

Mağaza Sayısı: 170

Kiralanabilir Ofis Alanı: Yaklaşık 25.000 m²

25 ofis katı ortalama 1000 m²

Sinema Salon Sayısı: 1600 kişilik 9 sinema salonu

Sığınak Alanı: 8500 m²

Otopark Kapasitesi: 2300 araç

b-Kullanıcı Profili ve Yoğunluğu

25-34 yaş arası, erkek, AB gelir grubuna ait. Ziyaretçilerin yarısından fazlası Kanyon'u en az haftada 1 veya daha fazla sayıda ziyaret etmektedir. Ziyaretçilerinin kanyon'a gelmesinin en buyk sebebi Türkiye'ye Kanyon'la birlikte ilk defa giriş yapan markalar ve her kata dağılmış kafe/restoranları, sinemaları, ücretsiz etkinlikleri ve sosyal aktiviteleridir.

c-cretsiz Etkinlikler

Kanyon'da yapılan tüm etkinlikler ücretsiz olup her hafta sonu bir etkinlik mutlaka yapılmaktadır. Haftanın hemen her günü Kanyon'da konservatuar mezunu gençler performanslar sergilemektedir. Kanyon'da anneler günü, sevgililer günü, yılbaşı gibi özel günlerde yapılan etkinliklerin dışında çok farklı etkinliklerde gerçekleşmektedir.

Sık sık yapılan ocuk etkinliklerde palyaço ve yüz boyama yerine çocukların kaliteli vakit geçirebilecekleri ve el becerilerini geliştirebilecekleri etkinlikler yapılmaktadır Bu sene Bienal paralel bir dans etkinliği gerçekleştirilmiştir.

d-Sosyal Faaliyetler

ocuk tiyatrosu, müzik festivali, dans gösterisi, yardım kampanyaları, buz pisti.

B-POL CENTER AVM



Yatırımcı

Polat Holding

Erişilebilirlik-Kent İçi Konum

a-Konumu

Büyükdere Caddesine paralel bir konumda 4. Levent'te, Kanyon sol cephesinin karşısında yer almaktadır.

b-Toplum Taşım Bağlantısı

Metro ile; Metrodan Levent durağında inerek ulaşım sağlanabilmektedir.

Toplu taşıma aracı ile; Tüm Maslak - Beşiktaş güzergâhında çalışan İETT otobüsleri ve Sarıyer - Beşiktaş minibüsleri ile ulaşım sağlanabilmektedir.

c-Otopark

2 katlı 700 araçlık kat altı otoparkı bulunmaktadır.

Fiziki Mekân Özellikleri

a- Mimari Tasarım Konsepti

Pol Center, 1999 yılında Polat İş merkezinin artan alanlarının boşa gitmemesi amacıyla ortaya çıkarılmış, günümüzün kamusal mekân oluşturma kriterleri göz önüne alınmadan sadece ticari amaçla ortaya çıkmış bir mekândır. Dikdörtgene yakın bir formu olan merkezdeki tüm mağazalar neredeyse ofis yerleşkesi olarak değerlendirilmektedir. Kiracıların büyük bir çoğunluğu kuaför, noter gibi hizmet sektöründendir. Polat Plazanın devamı gibi ofis olarak hizmet verecek şekilde tasarlandığı için mimari tasarım olarak detaylar oldukça zayıf ve basit çözülmüştür.

b-Malzeme Kullanımı ve Aydınlatma

Kompleksin cephesi cam ve alüminyum malzemedен oluşan, çoğunlukla plazalar ve banka binaları gibi ticari binaların cepheleri gibi giydirme cephe yapı sisteminde yapılmıştır. Cephede renkli camlar kullanılmış ve güneş ışığından hiç faydalanılmamıştır.

c-Açık-Kapalı Alan Dengesi

Tamamı kapalı alan

d-Yapı İçi ve Dışı Peyzaj Ögesi

Binanın girişinde, dış mekânda kalan birer küçük bahçeyi andıran alanlar restoranlara dış mekân olarak ayrıca kiraya verilmiştir. Dolayısıyla kısıtlı miktardaki peyzaj alanları tamamen yok edilmiştir.

e-Kentsel Mekân Uyumu ve Kamusal Alan Yaklaşımı

4. Levent'te 2. derece yol üzerinde inşa edilmiş olması ve ana caddeye bağlantısı ile kapalı kutu alışveriş merkezi şeklinde tasarlanmıştır. Mimari yapısı çevredeki iş merkezlerine benzerlik göstermektedir. İnşa edildiği konum ve mimari form özellikleri ile kentsel mekâna ticari yapı olarak uyum göstermekte, kamusal alan olarak uyum göstermemektedir. Bunun yanı sıra, mimari bir simge olacak güçlü bir tasarıma sahip olmaması ve sadece ticari amaç güden iç çözümlenmesi ve cephesi ile kenti tamamlayan bir parça veya alternatif bir merkez özelliği de taşımamaktadır.

Kent dokusu içinde de bir sosyal merkez olarak kentin sosyal yaşamı ile eklemlenen bir mimari forma sahip değildir. Bina içindeki mağaza bölümleri şu an ofis olarak kiraya verilmektedir. Çoğunlukla beyaz yakalıların yemek saatlerinde kısıtlı vakit geçirdiği bir tüketim alanıdır. Peyzaj alanının olmaması, ana yol üzerinde olmaması ve kütle şeklinde bir forma sahip olması insanların aileleri ile birlikte sıklıkla geldiği kamusal mekân olma özelliğinden uzaklaştırmıştır.

Ürün Dağılımı

5000 m² alan üzerine kurulan 3 katlı alışveriş merkezinde,

Kat -5 ve Kat -4'te tamamen garaj bulunmaktadır.

Kat -3'te ve Kat -1'de ofis alanına çevrilmiş mağazalar bulunmaktadır.

Kat -2'de yeme içme alanı bulunmaktadır.

Kamusal Kullanım Yoğunluğu

a-Alan Dağılımı

Toplam İnşaat Alanı: 16.000 m²

Arsa Alanı: 5.200 m²

Mağaza Sayısı: 51

Otopark Kapasitesi: 700 araç

b-Kullanıcı Profili ve Yoğunluğu

Çevrede bulunan banka, plaza, sanayi kuruluşları ve şirketlerin çalışanlarından oluşan hafta içi kullanıcı profiline sahiptir. Hafta sonu ziyaretçi sayısı % 70 azalmaktadır.

c-Ücretsiz Etkinlikler

Daha önceki yıllarda çok sık aralıklarla yapılan konserler, resim sergileri, yardım amaçlı organizasyonların tamamı, ziyaretçi sayısının az olmasından dolayı ve merkezin alışveriş merkezi konseptinden uzaklaşarak ofis alanına dönüşmesi sebebiyle ile yapılmamaktadır.

d-Sosyal Faaliyetler

1600 kişilik 9 adet sinema salonu, spor merkezi ve bale okul kapatılmıştır. Bünyesinde herhangi bir sosyal faaliyet yapılmamaktadır.

BULUNDUĞU KENTSEL MEKÂNNA UYUMU

A-ASITANE HISTORIA AVM



Yatırımcı

Gül Keleşoğlu Grup, Zilal Grup ve Fatih belediyesi ortaklığı

Erişilebilirlik-Kent İçi Konum

a-Konumu

Tarihi yarımada da Fatih merkezi ile Çapa arasında, Vatan Caddesi üzerinde eski sabit pazarın olduğu yerde yer almaktadır.

b-Toplum Taşım Bağlantısı

İstanbul'un her yerinden metro ve otobüs ile doğrudan Vatan Caddesi'ne veya Çapa gibi ulaşımın merkezi noktalarına giderek Vatan Caddesi'ne yürüme olanağı vardır.

c-Otopark

3 katlı 500 araçlık kat altı otoparkı bulunmaktadır.

Fiziki Mekân Özellikleri

a- Mimari Tasarım Konsepti

Mimari açıdan postmodern bir anlayışa hakim, çağı yakalayan ama geleneksele sırtını dönmeyen bir tarz söz konusudur İç tasarımı modern çizgiler ile tarihten ilham alan nostaljik motiflerin iç içe geçmesi ile ortaya çıkan konsept bölgenin tarihi ve kültürel kimliği ile uyumludur. Karakteristik özellikleri geçmişte üstlendiği rol itibarıyla tarihi yarımada'nın gözbebeği olan Fatih ilçesinin temsil ettiği tarihsel değerlerle uyumlu tematik bir merkez özelliğindedir. Ziyaretçilerin kültürel olarak yabancılaşmaktan kaçınacağı bir konsept oluşturulmuştur.

b-Malzeme Kullanımı-Aydınlatma

Historia'nın cephesi gerek tarihi dokuyu anımsatması gerekse kalıcı olması bakımından prekast malzeme olarak uygulanmıştır. Doğal ışıktan yararlanmak için ön cephede kesintisiz cam uygulaması da yapılmıştır.

c-Açık-Kapalı Alan Dengesi

Tamamı kapalı alan

d-Yapı İçi ve Dışı Peyzaj Ögesi

Historia büyük ve sık peyzaj öğeleri için yeterli alana sahip değildir. Peyzaj uygulamaları binanın çevresinde ve içindeki dekoratif ağaçlar ve bitkilendirme çalışmaları ile dikkat çekecek ve yeteri şekilde uygulanmıştır.

e-Kentsel Mekân Uyumu ve Kamusal Alan Yaklaşımı

İstanbul'un mazisine gönderme yapan merkez iki yaka arasında seyahat edenlerin, mola verdiği bir mevkide konumlanmıştır. Tarihi Yarımada'da Fatih İlçesinde ticari binaların çok olduğu Vatan Caddesi üzerinde yer alan Historia, içinde barındırdığı ürün yelpazesi ve mağaza çeşitliliği açısından kent merkezindekinden daha fazlasını sunmamaktadır ve kentsel doku içinde alternatif kentsel merkez niteliğinde değildir. Ancak kent yaşamı Historia'nın bulunduğu bölgede tek olması, ziyaretçilere huzurlu ve güvenli bir ortam sağlaması ve keyifli, çekici bir cazibe merkezi olma kararlılığından dolayı başarıyla vurgulanmıştır. Tamamlayıcı özelliği ile daha çok etki alanı içine aldığı semtlerin ve yakın çevresindeki benzer sosyo ekonomik yapıya sahip ilçelerden gelenlerin ve özellikle nüfusun büyük çoğunluğunun oluşturan genç

nüfusu boş zamanlarını değerlendirdikleri prestij elde etme merkezi ve bölgenin yeni kentsel odak noktası özelliğindedir.

Mimarisi bulunduğu çevredeki yapılaşmaya aykırılık göstermeyen morfolojidedir. Gerek büyüklüğü gerekse formu bulunduğu kentsel dokunun tarihi yapısı ve fiziki yapısı ile bütünlük sağlamaktadır. Fazla gösterişli bir tasarıma sahip olmaması ile bulunduğu çevrenin sosyal ve ekonomik yapısı ile çelişki göstermemektedir. Ancak çevresindeki binalardan daha büyük ve güçlü bir tasarıma sahip olması ile de kent merkezinde ihtiyaç duyulan çağdaşlığın ve gelişmişliğin simgesidir.

Ana cadde üzerinde olması ve yol bağlantılarının basit ve iyi çözülmüş olması kentin eksik parçası olduğunu vurgulamaktadır. Bu bölgede yaşayan insanlar tarafından korunaklı alan ihtiyacını ortaya çıkaran, ayrışmanın olmadığı çağdaş bir kamusal alan niteliğindedir. Hafta sonu ziyaretçi sayısı hafta ortasına göre 2 kat artmaktadır.

Ürün Dağılımı

Kat -1

Market, ev ve elektronik mağazaları kafeler bulunmaktadır.

Zemin Kat

Hazır giyim, çocuk, aksesuar mağazaları ve kafeler bulunmaktadır.

Kat 1

Hazır giyim, kişisel bakım merkezleri, aksesuar mağazaları ve kafeler bulunmaktadır.

Kat 2

Hazır giyim ve çocuk mağazaları bulunmaktadır.

Kat 3

Restoran ve kafeler bulunmaktadır.

Kat 4

Sinema ve bowling salonu bulunmaktadır

Kamusal Kullanım Yoğunluğu

a-Alan Dağılımı

Toplam İnşaat Alanı: 52.000 m²

Arsa Alanı: 7000 m²

Toplam Maliyet: Yaklaşık 70 milyon dolar

Kiralanabilir Çarşı Alanı : 20.000 m²

Mağaza Sayısı: 76

Sinema Salon Sayısı: 1400 kişilik 8 sinema salonu

Otopark Kapasitesi: 500 araç

b-Kullanıcı Profili ve Yoğunluğu

Tarihi Yarımada içinde tüm komşu ilçeler ve yakın çevre'deki tüm aile fertleri gelmektedir. Hafta sonu ilçenin ağırlıkta olduğu genç nüfusun ve çocuklu ailelerin ziyareti ile ziyaretçi sayısı artmaktadır Gelen ziyaretçiler Historia'ya sosyal, kamusal ve korunaklı mekân olduğu için gelmektedirler.

c-Ücretsiz Etkinlikler

Hafta sonları çocuklara yönelik aktiviteler düzenlenmektedir. Fatih'in çeşitli bölgelerine, yakın ilçelere ve turistik mekânlara yönelik ücretsiz müşteri servisleri, yaya ulaşımını kolaylaştırmak için haftanın 7 günü hizmet sunmaktadır. Çocuklara yönelik rengârenk dekoruyla Fun Time oyun alanı bulunmaktadır.

d-Sosyal Faaliyetler

Sergiler ve çocuk gösterileri düzenlenmektedir.

B-İSTİNYE PARK AVM



Yatırımcı

Orjin Grup ve Doğuş Grubu Ortaklığı

Erişilebilirlik-Kent İçi Konum

a-Konumu

İstinye Bayırı Caddesi üzerinde, Leventten Maslak tarafına doğru ilerlerken Sarıyer-İstinye yol ayrımında İstinye tarafına yaklaşık bir kilometre gidilmesi ile İstanbul Teknik Üniversitesi yerleşkesinin karşısında yer almaktadır.

b-Toplu Taşım Bağlantısı

Metro ile; Metrodan 4.Levent durağında inip Sarıyer-Beşiktaş minibüsleri ile ulaşım sağlanabilmektedir.

Toplu taşıma aracı ile; Tüm Sarıyer - Beşiktaş güzergâhında çalışan İETT otobüsleri ve Sarıyer - Beşiktaş minibüsleri ile ulaşım sağlanabilmektedir.

c-Otopark

4 katlı 3200 araçlık kat altı otoparkı ve açık otopark alanları bulunmaktadır.

Fiziki Mekân Özellikleri

a- Mimari Tasarım Konsepti

İstinye Park Projesi açık bir alışveriş alanı olarak tasarlanmıştır. İstanbul'un çağdaş kamusal alan konseptindeki iddialı projelerinden birisi olan İstinye Park, mimari yapısı ve tasarımıyla, kavramsal olarak birçok öğeye dayanmakta olup, yuvarlak yapısı, açık hava yaşam merkezi ve arenayı andıran, kapalı alanlarda da güneş ışığını içeri alarak dış mekânı içeriye, iç mekânı dışarıya taşıyan cam çatılı salonu ile birçok ihtiyacı karşılayan ayrıntılar ile tasarlanmıştır. Bu ayrıntılardan en dikkat çekici olanlarından biri açık hava da yer alan mağazalar bölümü, diğeri süpermarket konsepti yerine, perakendecilerin yer aldığı pazaryeri kavramıdır.

İstinye Park'ın bu dikkat çekici mekânlarından kapalı pazar yeri geleneksel Türk mimarisinden esinlenerek, Beşiktaş Pazarı, Kadıköy Çarşısı ve Beyoğlu Balık Pazarı konseptinde tasarlanarak oluşturulmuştur. Bu nostaljik pazaryerinde her biri ayrı bir işletme olarak hizmet veren, kasap, manav, balıkçı, baharatçı, bakkal, fırın, kuru kahveci, şekerlemeci, tütün ve içki dükkânlarının yanı sıra Osmanlı mutfağının hâkim olduğu bir lokantada bulunması ile alternatif bir kentsel mekân yaratılmaya çalışıldığı görülmektedir.

Açık alandaki park bölümünde ise bir alışveriş caddesi havası verilmiştir. Bu alan Nişantaşı'ndaki Abdi İpekçi Caddesi örnek alınarak açık havada şehir meydanı şeklinde inşa edilmiştir. Bu cadde bir şehir meydanı formu ile birleşmektedir. Bu caddedeki mağazalar ise şehir meydanı görüntüsü içinde sıralanmıştır. Bu bölümde yeşil park alanı, su ve lazer oyunlarının olduğu süs havuzuyla ünlü markaların mağazaları yer almaktadır. Ayrıca alışveriş merkezinin diğer bloklarını alışveriş caddesiyle birbirine bağlayan bulvar bölümünün oluşturulması ile de cadde mağazacılığına ve semt pazarlarına dönüş eğilimine cevap veren alternatif kentsel mekân kurgulanması dikkat çekmektedir

b-Malzeme Kullanımı-Aydınlatma

Kompleksin cephesini mağaza cepheleri doğal taşlar ve özgün yapı malzemeleriyle desteklenmiştir. Cephenin ana unsurlarını paslanmaz ve cam yapı elemanları oluşturmaktadır. Mimari tasarımda, doğal ışık ve kent manzarasını optimum düzeyde

iç mekâna taşınmıştır. Meydan bölümüne bakan cephede kesintisiz cam cephe uygulanmıştır.

c-Açık-Kapalı Alan Dengesi

Yarı açık alan

d-Yapı İçi ve Dışı Peyzaj Ögesi

Peyzaj ögesi İstinye Park'ta en çok Meydan denilen açık alanda uygulanmıştır. Kısıtlı yeşil alan uygulaması yapılan merkezde bina içinde ve dışında tek ağaçlar dikkati çekmektedir.

e-Kentsel Mekân Uyumu ve Kamusal Alan Yaklaşımı

İstinye Park gerçekçi olmayan bir biçimde kentten, kopuk bir morfolojik yapıya ve kentsel mekân bileşenlerinin içinde yeniden kurgulandığı iç mekân tasarımının oluşturduğu kentsel yaşama sahip bir alışveriş merkezi olara tasarlanmıştır. Doğal aydınlatması ve mağaza cephelerinin kent sokaklarındaki mağaza cephelerinin taklit edilerek oluşturulması ile kentsel mekân taklit edilmiştir.

Görkemli yapısı kentse doku ile bütünleşmemektedir. Hitap ettiği kitle, sunduğu ürün yelpazesi, tasarımı ve formu ile Reşit Paşa gibi mekânsal bağlamda plansız ve kaçak yapılaşmanın çok olduğu sosyo-kültürel yapısını devlet arazileri üzerine yerleşen eğitim düzeyi düşük ve düşük gelir gruplu insanların oluşturduğu bir semte ve Anadolu'dan gelen öğrencilerin kaldığı İTÜ vadi yurtlarına yakın olmasından dolayı kentsel mekân ile bir bütünlük sağlamamaktadır. Ayrıca toplumsal kutuplaşmanın ve ayrışmanın kesin sınırlar ile görülebileceği sebeplerden ve sonuçlardan birisidir.

Dışarıdan gelebilecek tehlikeye karşı korunaklı, iyi iklimlendirilmiş kapalı site formunda tasarlanmıştır. Çoğunlukla kullanıcı grubu A Plus denilen en üst gelir grubudur. Meydan adı verilen açık alanda konumlanan markalar daha çok bu gruba hitap etmektedir.

Bulduğu yer ve yol bağlantısı ile de kent dokusuna eklemlenmemektedir. Yapay, nostaljik ve sembolik akslar ile kent merkezinin tekrarlandığı kente kapalı ayrı bir

kent merkezi, yeni bir kentsel mekân özelliğindedir. Tasarımında kentin ortak tarihsel kültürü göz önünde bulundurulmamıştır.

Alternatif kamusal mekân olarak tasarlanan İstinye Park bulunduğu bölge itibariyle kentsel doku ile bütünleşmemekle beraber, tek başına bir kentsel yaşam sergilemektedir.

Bunun yanı sıra çevresindeki mekânsal ve sosyal yapıyla bütünleşememesine rağmen bölgedeki yapıların değerini arttırmıştır. Yapıların İstinye Park'a yakınlık mesafesi satış ve kiralama rakamlarını arttırmış, bölgede statünün simgesi olmuştur.

Ürün Dağılımı

İstinye Park Alışveriş Merkezi, çarşı pazar alışverişi geleneğini, pazar yeri bölümünde sürdürmektedir. Ziyaretçiler Pazar Yeri'ne uğradıklarında baharatçıdan kahveciye, şarküteriden manava, kuruyemişçiden kasaba kadar klasik bir çarşıda bulunan tüm dükkânlara uğrayabilmektedir.

Kat -2

Tüm aileye hitap ediyor ve aralarında Siemens, Sony, Samsung gibi elektronik mağazaları, Linens, Tefal gibi kadına yönelik ev mağazaları, hediyelik eşya mağazaları ve bankaların yer aldığı bir mağaza karması sunuyor. Ayrıca bu katta yer alan Pazar yeri ise, geleneksel alışveriş anlayışı ön plana çıkarılmıştır.

Kat -1

Hazır giyim, çocuk mağazaları, kişisel bakım merkezleri, aksesuar mağazaları, restoran, sinema ve kafeler bulunmaktadır.

Zemin Kat

Hazır giyim, kişisel bakım merkezleri, aksesuar mağazaları, ev ve elektronik mağazaları ve restoran ve kafeler bulunmaktadır.

Kat 1

Hazır giyim, kişisel bakım merkezleri, aksesuar mağazaları, ev ve elektronik mağazaları ve restoran ve kafeler bulunmaktadır.

Kamusal Kullanım Yoğunluğu

a-Alan Dağılımı

Toplam İnşaat Alanı: 270 bin m²

Arsa Alanı: 180 bin m²

Toplam Maliyet: Yaklaşık 250 milyon dolar

Konut Sayısı:420

Kiralanabilir Çarşı Alanı : 87000 m²

Mağaza Sayısı: 291

Sinema Salon Sayısı: 2138 kişilik 12 sinema salonu

Otopark Kapasitesi: 3200 araç

b-Kullanıcı Profili ve Yoğunluğu

Kuruluş amacı her ne kadar tüm sınıflara hizmet verecek şekilde olsa da çoğunlukla en üst gelir grubu kullanıcı profiline sahiptir. Bu sebeple çoğu yabancı marka ilk Türkiye mağazasını İstinye Park'ta açtığı dikkati çekmektedir. Bunun yanı sıra öğle saatlerinde bu profil B(+) dan A Plus arasında değişmektedir.

c-Ücretsiz Etkinlikler

Ayda 1 veya 2 defa Konserler, dans gösterileri, çocuk gösterileri yapılmaktadır.

d-Sosyal Faaliyetler

İstinye Park'ta, konser, defile gibi pek çok gösteri ve etkinliğin gerçekteşirileceği Meydan bölümü, yeni bir sosyal merkez oluşturmaktadır. Sinema, çocuk, eğlence ve yiyecek alanlarının bulunduğu bu bölüm, kentin sosyal merkezini İstinye Park'a taşımak amaçlı tasarlanmıştır. Bu bölümde bulunan bir Sanat Evi ve antika otomobil galerisi de bulunmaktadır.

ESKİ KENT MERKEZİ

CITY'NİŞANTAŞI AVM



Yatırımcı

Gülaylar Grup

Erişilebilirlik-Kent İçi Konum

a-Konumu

City's Nişantaşı, İstanbul perakende alışverişinin olduğu Nişantaşı, Teşvikiye Caddesi üzerinde yer almaktadır.

b-Toplu Taşım Bağlantısı

İstanbul'un yoğun yaşam merkezlerinden olan Beşiktaş ve Taksim'e 5 dakika içersinde ulaşılma mesafesindedir. Birkaç dakika yürüyüş mesafesi içinde olan Osmanbey Caddesi üzerinde hali hazırda Taksim ve Levent arasında işleyen İstanbul

Metrosu bulunmaktadır. Taşkışla ve Maçka Parkları arasında teleferiğe 5 dakikalık bir yürüyüş mesafesindedir.

Metro ile; Taksim - Levent Metrosu'nun Osmanbey durağında inip Teşvikiye Caddesi'nden aşağı doğru inerek ulaşılabilir.

Belediye Otobüsü ile; Beşiktaş - Mecidiyeköy, Taksim - Dikilitaş, Kuştepe – Kabataş güzergâhındaki otobüslerle ulaşım sağlanabilmektedir.

c-Otopark

6 katlı 1600 araçlık kat altı otoparkı bulunmaktadır.

Fiziki Mekân Özellikleri

a- Mimari Tasarım Konsepti

Teşvikiye Caddesi üzerinde bulunan City's Nişantaşı alışveriş merkezi, Nişantaşı'nın tarihi ile uyumlu ama aynı zamanda modern yüzü olan bir tasarıma sahiptir. Sokağa hâkim olan bu tarihi dokuda, cephe yapısı Nişantaşı'nın tarihi kimliğine göndermeler yaparken, aynı zamanda ilk karşılayan ve caddeye hâkim olan kule bölümünde bulunan LED ekran binanın modern ve teknolojik yanını temsil etmektedir. City's Nişantaşı'nın dış cephesi bazı akslara bölünmüştür.

b-Malzeme Kullanımı ve Aydınlatma

City's Nişantaşı'nın modernize edilmiş art deco mimarisinde fibro beton, granit, limestone ve paslanmaz çelik ağırlıklı olarak kullanılmıştır. Elips yapıda süregelen sirkülasyon koridorları, atriuma bakmaktadır. Bu koridorların boşluğunda, PVC gergi tavan kullanılmıştır. Binanın iç mimari konseptinde bulunan ahşap giydirmeler, motifli ahşap yarıklar, dekoratif ahşap paneller aydınlatmalarla desteklenmiştir.

Ziyaretçilerin gün ışığında ve sokakta bulunma hissine sahip olacakları bir aydınlatma ilkesi ile tasarlanan merkezin cephesinde ana akslarda yer alan aplikler, hem yukarı hem aşağıya ışık vermekte, bu sayede cephe düzeni çizgisel olarak vurgulanmakta ve hareketli cephe ortaya çıkmaktadır. Işığın rengi ve apliklerin konumu, binanın bu bölümünde noktasal ve mimari aydınlatma ile binanın nostaljik yanını ortaya çıkarmaktadır. İçindeki mimari yapıya uygun olarak, sirkülasyon alanları 3 genel aydınlatma sistemi ile aydınlatılmıştır.

c-Açık-Kapalı Alan Dengesi

Tamamı kapalı alandır.

d-Yapı İçi ve Dışı Peyzaj Ögesi

Kısıtlı alana inşa edilen merkezde, peyzaj ögesi kullanılmamıştır.

e-Kentsel Mekân Uyumu ve Kamusal Alan Yaklaşımı

Teşvikiye gibi şehrin her tarafından alışveriş yapmak için gelen, her türlü mağaza çeşidinin olduğu, ilk milli mimari rönesansı döneminin başarılı mimari örneklerinin uygulandığı bir cadde de konumlanan City's'in tasarımı ve yol hizasından sonraki yüksekliği (toplam 17 kat) ile kentsel doku ile uyumsuz değildir ancak kentin eksik bir parçası da değildir. Binanın cephe tasarımı kentsel doku ile her ne kadar uyumsuz değilse de binayı caddeden net bir şekilde ayırmaktadır. Binanın giriş çıkışı da merkezin, bağlamından kopuk ve içe dönük bir yapı olmasında neden olmuştur. Peyzaj ögesine yer verilmemesi, yol altı hizasından aşağıya doğru çok kat inilmesi ile yapı miktarını arttırmıştır.

Nişantaşı semti ise ziyaretçilerinin alışveriş yapmak amacıyla geldiği geleneksel bir çarşı alanıdır. İstanbul'da Nişantaşı'na benzer özellik gösteren bölgelere Beşiktaş Çarşısı-Ortabahçe Caddesi, Kadıköy Bahariye Caddesi, Taksim İstiklal Caddesi, Bakırköy Ebu Ziya Caddesi gibi alışveriş caddelerini örnek verebiliriz. Beşiktaş Çarşısı 80'li yılların sonlarına doğru, City's gibi Beşiktaş'a alışverişe gelen ziyaretçileri hedef alarak inşa edilen kamusal bir alandır. Ancak açık alanları, basit mimarisi ve gelenekselliği ile kentsel çevresi ile bütünleşmiş bir kompleksdir.

Bu bağlamda City's kamusal mekân olarak değerlendirildiğinde, insanların sosyal faaliyetlerde bulunacağı bir alan özelliğinde de değildir. Çok uzun zamanlardan beri üst gelir grubunun geleneksel alışveriş alışkanlığının yaşandığı Teşvikiye Caddesi'nin potansiyel ziyaretçisi hedef belirlenerek oluşturulmuş bir mekândır. Ticari amacın izleri binanın iç tasarımında kendini göstermektedir. Dış cephede bölgenin mimari konseptine çok aykırılık olmasa da iç mekânda görsel ve ses ile ilgili teknoloji ön planda tutulmuştur. Kentsel mekânın adeta bir kısmının kopyalanarak ve daha fazla süslenerek yeniden kurgulandığı farklı bir mekân

özelliğindedir. En üst gelir grubunun konforlu bir şekilde alışveriş yapabileceği ve zaman geçireceği bir mekân oluşturulmuştur.

Ürün Dağılımı

Kısıtlı bir alan içerisinde yükselen ve bu nedenle çok katlı; ilk 6 bodrum katı otopark, 1 katı hizmetler, 7 katı alışveriş, 2 katı yiyecek içecek ve son katı sinema salonları bulunmaktadır.

Kamusal Kullanım Yoğunluğu

a-Alan Dağılımı

Toplam İnşaat Alanı: 52000 m²

Arsa Alanı: 6.000 bin m²

Kiralanabilir Alanı : 17000 m²

Mağaza Sayısı: 126

Sinema Salon Sayısı: 1250 kişilik 7 sinema salonu

Otopark Kapasitesi: 1600 araç

b-Kullanıcı Profili ve Yoğunluğu

Teşvikiye caddesinde “Exclusive” giriş kapısı bulunan merkezin kullanıcı profili, A Plus gelir grubunun tamamı, yüksek alım gücüne sahip iş adamları, foreign residents grup denilen, bölgenin bir özelliğini kendi yaşadığı ülke ile bağdaştıran İstanbul’da yaşayan, konaklayan veya turistik seyahate gelmiş tüm yabancılardır. Özellikle Teşvikiye, Nişantaşı, Maçka bölgesi, en üst alım gücünün yaşam ve alışveriş mekânı olarak tanımlanabilir.

c-Ücretsiz Etkinlikler

Canlı performanslar ve DJ şovları.

d-Sosyal Faaliyetler

Özel günlerde değişik aktiviteler, çocuk gösterileri, kukla gösterileri

YENİ GELİŞME ALANLARI

A-MEYDAN AVM



Yatırımcı

Metro Group Asset Management

Erişilebilirlik-Kent İçi Konum

a-Konumu

Ümraniye Bölgesinde Fatih Sultan Mehmet köprüsüne, Carrefour Ümraniye alışveriş merkezine yakın bir bölgede yer almaktadır.

b-Toplu Taşım Bağlantısı

Karayolu üzerinde konumlanan merkeze toplu taşım olanağı yoktur. Özel araç ile Fatih Sultan Mehmet Köprüsü yolundan Şile- Çekmeköy güzergâhından ulaşım sağlanabilmektedir.

c-Otopark

3000 araçlık kat altı otoparkı bulunmaktadır.

Fiziki Mekân Özellikleri

a- Mimari Tasarım Konsepti

Alışveriş merkezlerine yeni bir yorum getiren mimarisi, tematik konsepti, gelişmiş altyapı teknolojileriyle Meydan Alışveriş Merkezinin mimari açıdan en çarpıcı özelliklerinden birisi, çimlendirilmiş binaların çatısından, geniş bir meydana akıcı bir şekilde geçişin sağlanmasıdır.

Bu yeşil alanda ziyaretçiler dinlenebilmekte, sosyal aktivitelere katılabilmektedir. Modern yaşama ve ekolojik ortama uygun olarak tasarlanan Meydan, yeşilin ve toprak renginin hâkim olduğu, açık alanlarında nefes alınan, kapalı alanlarında ise, gün ışığından maksimum ölçüde faydalanılan yeni nesil bir alışveriş merkezi olarak dikkati çekmektedir. Bu stratejinin büyük bir bölümü otopark ihtiyacını yeraltı otoparkı ile karşılamak, değerli zemin kot arazisini peyzaja ayırmak ve projenin merkezinde yeni kentsel mekân oluşturmak üzerine. Meydan, yeni yaya hattı boyunca etkinleştirilmiş, yer altı otoparkı zemin kotu ile bağlanmış ve geniş şehir çevresinden ulaşılabilmesi mümkün kılınmıştır.

Çevresi geliştikçe onunla iletişime geçebilecek Meydan'da çıkmaz sokakların sonunda yer alan birimlere meydandan, ikea'dan veya otoparktan dağılabilenmektedir. Her biri de birbirine bağlı bu birimler gelecekte çevreye açılacak ve mağazalar meydanın etrafına yerleştirilmiş biçimde tasarlanmıştır.

b-Malzeme Kullanımı ve Aydınlatma

Projedeki çatılar bitki örtüsü ile kaplanmış ve çatı kotunun farklı noktalarından çevreye topografyaya bağlanılabilmektedir. Hacmi, çevre topografyanın uzantısı gibi bir konseptte tasarlanmıştır. Çatıda ayrıca iç mekâna gün ışığı sağlayan ve iç mekânı havalandırmaya yarayan çatı ışıklıklarına yer verilmiştir. Projenin yeşille kaplanmayan zemin ve üst kotlardaki bütün yüzeylerde toprak rengi seramik tuğlalar kullanılmıştır.

Ümraniye'ye deki toprak kil olduğundan, kot farkından dolayı algılanan toprak rengini cephede devam ettirmek için hem meydan kaplaması hem de cephe için malzeme olarak tuğla ve kırmızı seramik kullanılmıştır. Zemin katlar ise saydam koridorlar bırakarak topraktan ayrılmıştır. Alışveriş merkezinin cephesinde kullanılan delikli malzeme ise havanın içeri girmesi için uygulanmıştır. Aydınliklarla da doğal havalandırma sağlanmıştır

c-Açık-Kapalı Alan Dengesi

Yarı açık alan

d-Yapı İçi ve Dışı Peyzaj Ögesi

Mağazaların çatıları dâhil yapının tüm çatısı yeşillendirilmiş ve bu yeşil alanın küçük bir park oluşturan bazı kısımlarında gezilebilmektedir. Bu yeşillendirme işleminin çıkış noktası bölgede ki yeşil donatı eksikliğinin yanı sıra, bu kadar geniş bir çatıya düşen güneş ışığının yeşil örtü ile engelleyebiliyor ve alışveriş merkezinin soğutulmasında etkili oluyor olması olarak düşünülmüştür. Çevreye duyarlı bir alışveriş merkezi olan Meydan toprak enerjisi ile ısıtılmaktadır. Çevredeki iş merkezleri ve konutlardan alışveriş merkezinin ortasındaki meydana çatıların üzerinden bir yürüyüş yolu bulunmaktadır.

e-Kentsel Mekân Uyumu ve Kamusal Alan Yaklaşımı

Ümraniye semti, sadece çok fonksiyonlu ticari komplekslerin olduğu bir bölge olmayı hedeflemekle kalmamakta, İstanbul'daki en hızlı büyüyen kentsel merkez olmayı da hedeflemektedir. Meydan alışveriş merkezinde bu bölgede gelişme hızını yönlendiren konum ve tasarıma sahiptir. Alışveriş merkezlerinin birçoğu var olan bir yerleşimin içinde oluşurken Meydan çevresinde yapılaşmayla beraber gelişmeye başlamış olduğu görülmektedir. Bu da yeni yapılan konut projelerini kullanacak potansiyele bir kamusal alan imkânı sunabildiği sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

Meydan alışveriş merkezi mimari tasarımı ve ekolojik özelliği ile kentsel doku ile bütünleşmektedir. Kentin eksik olan bir parçası özelliğindedir. Yeni bir gelişme alanı olan Ümraniye, konut projelerinin yoğun olduğu bir bölgedir. Meydan alışveriş merkezi ise genç nüfusun fazla olduğu Ümraniye'deki uydu kentlerde yaşayan gençlerin toplumsal ilişkilerini güçlendirdikleri kentsel meydan özelliğinde olup, bir sosyal ve ekonomik buluşma noktasıdır. Çevresindeki konut inşaatlarının hızını arttırmış ve yeni konut projelerinin başlamasına neden olmuştur. Bu bağlamda Meydan; kent merkezi olarak kent merkezinin birçok ögesi ile yapılaşmasını sağlamıştır. Yakın çevresini anlayan, nasıl büyüyeceği hakkında bir öngöründe bulunan kamusal bir mekân özelliğindedir.

Ürün Dağılımı

Alışveriş merkezinde kitle grupları çeken Media Markt, Real ve hali hazırda hizmet vermekte olan IKEA mağazalarının yanı sıra, toplam sayıları 60'ı bulan rahat giyim, spor ve medya dünyası mağazaları ve bir de çok katlı mağaza bulunmaktadır. Bu alışveriş merkezi, alışveriş ve eğlenceyi birleştirmek üzere bir sinema kompleksi ve farklı lezzetlerden oluşan bir yiyecek alanına da sahiptir.

Kamusal Kullanım Yoğunluğu

a-Alan Dağılımı

Toplam İnşaat Alanı: 15.000 m²

Arsa Alanı: 128.000 m²

Kiralanabilir Çarşı Alanı : 70.000 m²

Mağaza Sayısı: 60

Sinema Salon Sayısı: 1800 kişilik 10 sinema salonu

Otopark Kapasitesi: 3000 araç

b-Kullanıcı Profili ve Yoğunluğu

Öncelikli olarak nüfusun %50'sini oluşturan genç nesil ve yeni gelişme alanlarını ikamet etmek için seçen çalışan genç gruplar olmak üzere tasarımından dolayı kentin her tarafından ve her sosyal kesiminden kullanıcı profiline sahiptir.

c-Ücretsiz Etkinlikler

Canlı performanslar, sergi alanları, çocuk gösterileri, konserler, düzenlenmektedir. Ayrıca mağazaların çatılarında piknik imkânı bulunmaktadır.

d-Sosyal Faaliyetler

Meydanın ortasında yazın fiskeyesi 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 kullanılabilir. Anfi tiyatro bulunmaktadır.

B-ÜMRANIYE CARREFOUR AVM



Yatırımcı

Sabancı Holding

Erişilebilirlik-Kent İçi Konum

a-Konumu

Ümraniye Bölgesinde Tem karayolu üzerinde yer almaktadır.

b-Toplum Taşım Bağlantısı

Karayolu üzerinde konumlanan merkeze toplu taşım olanağı yoktur. Özel araç ile ulaşım sağlanabilmektedir.

c-Otopark

3000 araçlık otoparkı bulunmaktadır.

Fiziki Mekân Özellikleri

a- Mimari Tasarım Konsepti

Ümraniye Carrefour 1996 yılında Ümraniye’de hipermarket konseptinde tasarlanmış, içinde her türü ihtiyaç malzemesinin satıldığı, günümüzün kamusal mekân oluşturma kriterleri göz önüne alınmadan sadece ticari amaçla ortaya çıkmış bir mekândır. Yatay da büyümüş kapalı kutu formundadır. Kullanıcıların düşük fiyatta alışveriş yapmak için geldikleri ticari bir mekân olarak mimari tasarımında detaylar oldukça zayıf ve basit çözülmüştür.

b-Malzeme Kullanımı ve Aydınlatma

Tuğla cephe olarak inşa edilmiştir. Çatısı gün ışığından faydalanmak düşüncesiyle cam ve çelik yapı malzemeleri ile inşa edilmiştir.

c-Açık-Kapalı Alan Dengesi

Tamamı kapalı alandır. Açık otoparkı bulunmaktadır.

d-Yapı İçi ve Dışı Peyzaj Ögesi

Yapıda peyzaj ögesine fazla yer verilmemiş, iç kısımlarda irili ufaklı ağaçlandırmalar yapılmıştır.

e-Kentsel Mekân Uyumu ve Kamusal Alan Yaklaşımı

Ümraniye’de Tem karayolu üzerinde inşa edilmiş kapalı kutu alışveriş merkezi şeklinde tasarlanmıştır. İnşa edildiği konum ve mimari form özellikleri ile kentsel mekâna kamusal alan olarak uyum göstermemektedir. Bunun yanı sıra, mimari bir simge olacak güçlü bir tasarıma sahip olmaması ve sadece ticari amaç güden iç çözümlemesi ve cephesi ile kenti tamamlayan bir parça veya alternatif bir merkez özelliği de taşımamaktadır.

Kent dokusu içinde de kentin sosyal yaşamı ile eklemlenen bir mimari forma sahip değildir. Çoğunlukla bölgede yaşayan ailelerin düşük fiyatta alışveriş yapmak için tercih ettikleri bir tüketim alanıdır. Peyzaj alanının olmaması ve kütle şeklinde bir forma sahip olması insanların kamusal mekân olma özelliğinden uzaklaştırmıştır.

Ürün Dağılımı

2 katlı alışveriş merkezinde, ihtiyaç malzemelerinin satıldığı mağazalar belirli bir düzen içinde olmaksızın konumlanmıştır.

Kamusal Kullanım Yoğunluğu

a-Alan Dağılımı

Toplam İnşaat Alanı: 15.000 m²

Arsa Alanı: 100.000 m²

Mağaza Sayısı:

Kiralanabilir Ofis Alanı: Yaklaşık 11000 m²

Otopark Kapasitesi: 3000 araç

b-Kullanıcı Profili ve Yoğunluğu

Çevrede bulunan konut dokusunda yaşayanlar düşük fiyatta alışveriş yapmak için gelmektedirler.

c-Ücretsiz Etkinlikler

Çocuk gösterileri ve sirk gösterisi yapılmaktadır.

d-Sosyal Faaliyetler

Çocuk gösterileri ve sirk gösterisi yapılmaktadır.

KRİTERLER ABİ	KONUM (İDARİ)	KONUM (İŞLEVSE L BÖLGE)	ULAŞILA- BİLİRLİK	KENTSEL BAĞLAM	PROJE TİPOLOJİSİ
KANYON	Levent	MIA alanında	Metro, İETT otobüsü, minibüs	Kamusal Mekân, iki yolu birbirine bağladığı için kente geçişi sağlıyor	Karma kullanımlı, yarı açık ve tematik
POL CENTER	Levent	MIA alanında	Metro, İETT otobüsü, minibüs	İçe dönük, Kentsel mekânla bütünleşmiyor	Ofis yerleşkesine dönüşmüş, ticari bina görünümlü
HISTORİA	Fatih	Konut dokusunda	İETT otobüsü	Kamusal Mekân, Kentsel odak merkezi	Karma kullanımlı, bulunduğu bölge yapılaşması ile uyumlu, iç tasarımda kentin tarihi vurgulanmış
İSTİNYE PARK	İstinye	Konut dokusunda	İETT otobüsü, minibüs, kendi servisi	İçe dönük, Kentsel mekânla bütünleşmiyor	Karma kullanımlı, Pazar yeri ve meydan temaları ile beraber A Plus gelir grubu için tasarlanmış, markalara göre gruplamanın yapıldığı girişi ayrı farklı düzenlemesi olan ayrı mekân bulunuyor
CITY'S NİŞANTAŞI	Nişantaşı	Konut dokusunda	İETT otobüsü,	İçe dönük, Kentsel doku içinde kalıyor	Prestijli yaşamın ön planda tutulduğu bir konsept
MEYDAN	Ümraniye	Karayolu üzerinde	Toplu taşıma olanağı yok, konut alanlarından otomobille erişilebilir	Kamusal mekân oluşturuyor, giriş kontrolü yok, meydan kullanımı sağlanmış, yapı içi ve dışarısını birleştiriyor	Ekolojik tasarım, kentsel doku ile bütünleşiyor.
ÜMRANIYE CARREFOUR	Ümraniye	Karayolu üzerinde	Toplu taşıma olanağı yok, konut alanlarından otomobille erişilebilir	Kentsel mekân ile bütünleşmiyor	Kentsel doku ile uyumsuz, boş bir kutu konseptinde tasarlanmıştır.

SONUÇ

Kentsel gelişme alanlarının, konumuna göre yatırım çeşitliliği açısından farklılaşma görülmektedir. Bu alanlardan bazıları ulaşım rahatlığı, coğrafi özellikler gibi fiziki özellikleri ile beraber, oluşturduğu toplumun sosyal özelliklerinin de etkisiyle cazibe noktası haline gelmektedir. Oluşturulan yeni mekânsal alanların yanı sıra “eski yerleşim alanları da sürekli olarak bir değişme döngüsü içinde bulunmaktadır.” (Yırtıcı 2005)

Günümüzde birer cazibe noktası olması için tasarlanan alışveriş merkezleri, nüfus ve otomobil sayısının artması, yaşam biçimleri ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi sonucu, 1950’ler den itibaren Amerika’da ortaya çıkmış, yıllar içinde gelişmiş, değişmiş ve çeşitlenmiştir. Alışveriş merkezlerinin gelişimi ilk olarak banliyölerdeki konut alanlarının ihtiyaçlarına yönelik olarak, sonrasında ise kentlerdeki tüketim alışkanlıklarının ve tüketim mekânlarının gelişimine paralel olarak değişim göstermiştir. Metropoliten alanların yayılması ile ortaya çıkan alt merkezler de, banliyöleşme gibi alışveriş merkezlerinin gelişimini etkilemiştir.

Bu bağlamda alışveriş merkezlerinin ilk plan şeması, bizdeki Galleria’ya benzeyen kapalı bir sokağın iki ucuna yerleştirilmiş Dumb-Bell Layouti adlı iki katlı mağaza olarak oluşmuştur. Günümüze kadar dünyanın dört bir yerinde yerel koşullara adapte olarak bu şemanın zamanla L, T ve kareye; sokakların avlulara, avluların meydanlara dönüştüğü görülmüştür. Fransızlar ile bu merkezlere hipermarket ağırlıklı farklı yapı tipleri ilave olurken, giderek, temalı parklar, food-court’lar, eğlence ve spor merkezleri ile bu merkezlerin tipleri zenginleşmiş, sayıları binlere, yıllık ciroları 300 milyar dolarlara ulaşmıştır. 1980’lerde alışveriş merkezleri için, müşterilerin alışverişte daha fazla zaman geçirmesine yönelik yeni stratejiler oluşturulmaya başlanmış, kentsel sisteme eklenmeye çalışılan, kültür ve sanatı da içeren yeni kentsel mekân, ofis, alışveriş ve eğlenceyi de içeren karma kullanımlı komplekslere doğru bir değişim yaşanmıştır. Sadece alışveriş edilen yerler olmaktan çıkıp insanların evlerinin dışında en fazla zaman harcadıkları, yeme-içme, eğlence, spor ve kültürel faaliyetlerinin yoğunlaştığı sosyal merkezlere dönüşmüşlerdir. Böylece, bir anlamda, kent merkezlerinin geleneksel çekim odağı olma özelliğini paylaşmışlardır. Gidildiği için alışveriş edilen yer de olma özelliği kazanmışlardır. Bunun yanı sıra, başlangıçta kentsel işlevleri bir arada tutan, özel ulaşım olanakları ile erişilebilir

biçimde kurulan alışveriş merkezleri; toplu taşıma için odak noktalarda bulunan, metropoliten alan içinde oluşan alt merkezlere dağılmış; dolayısıyla yeni merkezlerin kamusal mekân özelliği; özel mülkiyette olması ve hedef kitlesini seçmesi ile yapay bir kamusalılığı yarattığı için önceye göre de zayıf kalmıştır.

Ana işlevi, hedef kitle'yi çekmek, içerde olabildiğince uzun tutmak ve bu süre içinde alışveriş etmelerini sağlamak olan alışveriş merkezlerinin tasarımında yapının işlevini yerine getirebilmesi için konumlandığı yer, kiracı karmasının doğru seçimi ve yapının konsepti dikkat edilmesi gereken en önemli kriterlerdendir. Bu durumda bu kriterlerin, fiziki ve toplumsal özellikler ile beraber, statü belirleyici ve tüketilebilir olan çağdaş yatırım tipolojilerinin ortaya çıkmasında önemli belirleyiciler olduğu görülmektedir. Tüketime öncelikli olduğu bir ortamı yansıtan yeni kentsel ve kamusal mekânlar olarak tasarlanan alışveriş merkezlerinde ihtiyaç malzemelerinin yanı sıra sosyal aktivite alanları da tüketime yönelik tasarlanmaktadır. Baudrillard'a göre alışveriş merkezleri, kendine toplumsal açıdan işlev kazandıran boş zaman geçirme ve tüketim etkinliklerinin gerçekleştiği, kültürün ise bir bileşen haline gelmesiyle kültürelleştiği yeni kentsel tüketim mekânları olarak tanımlanmıştır (Baudrillard 2004).

Türkiye'de de alışveriş merkezleri toplumsal davranış kalıplarının değişmesi ile oluşmuş, zamanla farklılaşmaya başlamış ve nostaljik, tematik, teknolojik, fonksiyonel veya toplumsal ihtiyaçların ön planda tutulduğu örnekler ortaya çıkmıştır.

Bu bağlamda, davranışsal kalıpların değişkenlik gösterdiği İstanbul; tarihi kent kimliği, yeni gelişme alanları ve yoğun ticaret aksları ile Türkiye'nin alışveriş merkezi yatırımlarının en çok ve farklı geliştiği metropolü olmuştur.

İstanbul'un en eski ticaret merkezleri Avrupa yakasında Tarihi Yarımada ve Asya yakasında Kadıköy'dür. Zaman içinde artan nüfusun, büyüyen şehrin ve fazla kalabalıklaşan merkezlerin etkisiyle ticaret merkezleri, şehrin alt merkezlerine doğru kaymaya başlamıştır. Bu dışsallaştırma etkisiyle MIA'nın ardından alışveriş merkezleri de şehrin ana ulaşım aksları üzerindeki yoğun konut alanlarına yakın, alt merkezlerde gelişmiştir.

Çarşı geleneğine sahip olan İstanbul'da alışveriş merkezlerinin 1980'lerin sonunda ortaya çıkması, serbest piyasa koşullarının belirlediği yeniden yapılanma sürecinin oluşturduğu ve ithal ürünlerin ülkeye girmesi ile tüketimin toplumsal anlamda ayrılmaya sebep olması ile başlamaktadır. Bu merkezler İstanbul'da 1990'larda ilk olarak, eski şehir merkezindeki çarşılardan esinlenerek alt merkezlerde inşa edilmeye başlanmıştır. İlk örneği Galleria olan ilk dönemde inşa alışveriş merkezleri önceden lüks malların topluma sunulduğu bir mekân durumunda iken, alışveriş merkezlerinin gösterdiği farklı konseptteki gelişmelere bağlı olarak bugün çoğu üst-orta kesimlere hitap eden yerler haline gelmişlerdir.

İstanbul'da inşa edilen karma kullanımları ve farklı tasarımları ile cazibe alanları haline gelen son dönem alışveriş merkezi tasarımlarının çoğunda fiziki ve toplumsal özellikler dikkate alınmamış, sermayenin kent üzerinde yarattığı ranttan pay alma düşüncesi ön plana çıkmıştır.

İstanbul'un alışveriş merkezlerinde başlangıçta iç avlulu, çok katlı, iklimlendirme ve aydınlatma düzeni açısından benzerlikler sunan konseptler tasarlanırken, günümüzde sokak, meydan, çarşı gibi geleneksel kent mekânına özgü pazarlama odaklı konseptler geliştirilmiştir. İlk örnekler benzer plan şemaları ile mekânsal örgütlenme sunarken, son dönem örnekler, müşteri çekme odaklı tasarımlara sahip olmuşlardır. Bu alışveriş merkezlerinde özel güvenliğin sağlanması ve toplumsal etkileşim olanağının yaratılmasının pazarlamada olumlu bir etken olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmaya örnek olarak İstanbul'dan seçilen alışveriş merkezlerinin ise kentsel mekânla hem morfolojik hem de toplumsal ilişkilerine yönelik bir değerlendirme yapılmıştır. Buna göre tasarım yapılırken buldukları bölgenin kültürel ve fiziksel özellikleri ile uyumlu alışveriş merkezlerinin daha başarılı olduğu görülmüştür. Son dönem örneklerin; tematik, teknolojik, eskiye gönderme yapan ve buna benzer farklı yaklaşımlar ve kentsel öğeleri barındıranlar tasarımlar olmalarına rağmen çoğunlukla kentsel mekânla doğrudan ilişki kurmayan içe dönük yapılar olduğu gözlenmiştir.

Yer seçiminde ki çeşitlilikler incelendiğinde ise, bazı yatırımların öncelikle konut kesimindeki tüketiciyi, bazılarının çalışan kesimin yoğunlukta olduğu MİA alanlarını ve en büyük çoğunluğun ise yeni gelişme alanlarını hedeflediği görülmektedir.

Ulaşılabilirlik açısından bakıldığında ise genelde örneklerin toplu taşıma olanakları ile bağlantılı olduğu, bazı örneklerde ise raylı sistemle özel bağlantıların kurulduğu görülmektedir.

KAYNAKLAR

AGNEW, J. ve Diğ. (1984), “The City in Cultural Context” Allen and Ynwin, Winchester.

AKBALIK, E., (2004), “Tüketim Kültürünün Etkisinde Değişen Kentsel Yaşam Biçimleri ve Küresel Kentler: İstanbul Örneği”, İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

AKÇADAĞ, Dr.Göknur Alışveriş Merkezlerinin kısa tarihi

AKCAN, E. (1994), “İletişim ve Tüketim Toplumunda Mekânsal Farklılığa ait Çelişkiler”, Toplum ve Bilim,

AREFİ, M., (1999) “Non-Place and Placelessness as Narratives of Loss: Rethinking the Notion of Place”

ARSLANOĞLU, R., (1998), “Kent Kuramları İçinde Çöküntü Bölgeleri Analizi:Bursa-Reyhan Örneği”, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Bursa

ARSLANOĞLU, R. (1998), “Kent Kültür Küreselleşme, Bursa”,Asa Kitapevi

ARSLANOĞLU, R. (1999), “Küresel İle Yerel Etkileşiminde Kent Kültürü ve Bursa”, Bursa Defteri

AUGE, M. (1997), “Yer-olmayanlar: Üst modernliğin Antropolojisine Giriş”, Çev. T.Ilgaz, Kesit Yayıncılık, İstanbul

AURIGI, A. ve GRAHAM S. (1997), “Virtual Cities, Social Polarisation and the Crisis in Urban Public Space”, Journal of Urban Technology,

BACKES, N.,(1997) “Reading the Shopping Mall City”

BARANSU, B., (1987), “Türkiye’de Şehirsel Yenileme Planlamasında Uygulanabilecek Bir Yöntem Araştırması”, İTÜ. Mimarlık Fakültesi Baskı Atölyesi, Doktora Tezi, İstanbul

BARTHES, R., (1999), “Göstergebilimsel Serüven”, Kaf Yayınları İstanbul

BAUDRILLARD, J., (2004), “Tüketim Toplumu”, 2. baskı Ayrıntı Yayınları, İstanbul

BAUMAN, Z., (1998), “Postmodern Etik” Çev: A. Türker, Ayrıntı yayınları İstanbul

BAUMAN, Z., (1999), “Küreselleşme: Toplumsal Sonuçları”, Çev.: Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BAUMAN, Z., (2003), “Modernlik ve Müphemlik”, Çev.: Abdullah Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BATUR, B., (2008), “Kentleşme Ve Toplumsal Kontrol”

BEDDINGTON, N. (1991), “Shopping Centers: Retail Development, Design and Management”

BENEVELO, L., (1995), “Avrupa Tarihinde Kentler”, Çev:Nur Nirven, AFA Yayıncılık A.Ş. İstanbul

BEST S. ve D. KELLNER (1998), “Postmodern Teori: Eleştirel Soruşturmalar”, Çev.: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

BIÇKI, D., (2006), “Kentleşme Sorunları ve Türkiye Özelinde Çözüm Önerileri”

BİLGİN, İ. ve BOYSAN, B., (1996), “Meydanların Varoluşu Ve Yok Oluş Nedenleri”, İnsan-Çevre-Kent, Ed. F.Yıldırım, İstanbul

BİLSEL C.(2004), “Yeni Dünya Düzeninde Çözülen Kentler Ve Kamusal Alan: İstanbul'da Merkezkaç Kentsel Dinamikler Ve Kamusal Mekân Üzerine Gözlemler,” 15. Uluslararası Kentsel Tasarım ve Uygulamalar Sempozyumu, 3. Uluslararası Kentsel Tasarım Kongresi

BİROL, G., (2005), “An Alternative Approach for Analysis of Traditional Shopping Spaces and A Case Study on Balıkesir”, Trakya Üniversitesi

BOCOCK, R., (1997), “Tüketim”, Çev. İ. Kutluk, Dost Kitapevi, Ankara.

CANPOLAT, H., (2002), “Türk Belediye Sisteminde Ölçek ve Model Sorunu”, Yayımlanmış Doktora Tezi, İçişleri Bakanlığı Mahalli İdareler Kontrolörleri Derneği, sayı:17, Ankara

CARMONA, M., (2004), “Controlling Urban Design”, Part 2: Realizing The Potential, Journal Of Urban Design

CASTELL,M., (1997), “Kent Sınıf İktidar”, Çev:A.Erendil Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları

COLQUHOUN, A., (1990), “Mimari Eleştiri Yazıları”, Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayınları,

CRAWFORD, M., (1992), “The world in a shopping mall”, *In*: Sorkin, M. (Ed.), Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public

ÇUBUK, M., (2000), “Üçüncü Binyılda Beşerileştirilmiş Şehircilik Ütopyası, 3. Binyılda Şehirler: Küreselleşme, Mekân-Planlama”, Dünya Şehircilik Günü, 23. Kolokyumu, 8-10 Kasım 1999, (ed.) Dinçer, İ.YTÜ, İstanbul

ÇUBUKÇU, A., (2000), “Kapitalizmin Değişen Derisi: Postmodernizm”

DAVIS, M., (1990), “Kuvars Şehri: Los Angeles'ta Gelecek Kazısı” Metis Yayınları

DAVIS, M., (1995), “Kentsel Denetim-Blade Runner'ın Ötesinde”, Birikim Yayınları

DEBORD, G. (1996), Gösteri Toplumu, Çev. A.Ekmekçi ve O.Taşkent, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

DOUGLAS, M., ve ISHERWOOD, B., (1999), “Tüketimin Antropolojisi”, (çeviri: Erden Aytekin), Dost Kitapevi, Ankara.

ERAYDIN,A., (2001), “Küreselleşme-Yerelleşme ve İşlevleri Farklılaşan Kentler”

ERCAN, F., (1996), “Kriz ve Yeniden Yapılanma Sürecinde Dünya Kentleri ve Uluslar arası Kentler: İstanbul”, Toplum ve Bilim Dergisi, Ankara

ERDÖNMEZ, E., (2005), “Açık Kamusal Kent Mekânlarının Toplum İlişkilerindeki Etkileri” YTÜ Mimarlık Dergisi C:1 Sayı :1

ERGEN, Y.B., (1998), “Kentleşme Sürecinde Kültürel Yapının Kentsel Mekâna Yansıması Ve Yozgat Kentsel Yerleşiminde Oluşturduğu Sorunlar”, 4. Şehircilik Kongresi, TMMOB Plancılar Odası yayını, İstanbul

ERTÜRK, H., (1997), “Kent Ekonomisi”,2.Baskı,Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları

FORMAN, R. T. T., 1995, “Land Mosaics: The Ecology of Landscapes and Regions”

FRAMPTON, K., (1992), “Modern Architecture”

FRİEDMAN, T., (1999), “Küreselleşmenin Geleceği – Lexus ve Zeytin Ağacı”, (çeviri:Elif Özsayar), Boyner Yayınları, İstanbul

FEATHERSTONE, M., (1996), “Postmodernizm ve Tüketim Kültürü”, çeviri: Mehmet Küçük, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

FISHMANN, R. (2002), “20.yüzyılda Kent Ütopyaları: Ebenezer Howard, Frank Lloyd Wright, Le Corbusier”, Der., Çev.: Bülent Duru, Ayten Alkan, 20. Yüzyıl Kenti, İmge Kitabevi, Ankara.

GENÇ, E.,(1997), “Kentleşme, Geleneksel-Modern Gerilimde Kimlikler”, Toplum ve Göç, II. Ulusal Sosyoloji Kongresi, T.C. Başbakanlık D.İ.E Yayınları., Ankara

GİRİTLİOĞLU, C., (1991), “İç Göç ve Kentleşme”, Kentleşme ve Kentleşme Politikaları, Haz. Suher, Hande, TÜSES Vakfı, İstanbul

GIDDENS, A , (1994-1997), “Sosyoloji Eleştirel Yaklaşım”, 4. Baskı, İstanbul

GIDDENS, A., (2000), “Sosyoloji”, Haz:H. Özel ve C.Güzel, Ankara:Ayraç Yayınları

GÖRGÜLÜ, Z., (2005), “Yeni, Ama Yinelenen Gündem: Kentsel Dönüşüm” Mimarist Dergisi

GÖRGÜLÜ, Z., ve Diğerleri (2006), “Mahalle Ölçeğinde Kentsel Dönüşüm Modeli Küçükbakkalköy Örneği”, İstanbul’un Eylem Planlamasına Yönelik Mekânsal Gelişme Stratejileri Araştırma ve Model Geliştirme İşi Kapsamında Yapılan Çalışma, YTÜ; Mimarlık Fak., Şehir ve Bölge Planlama Bölümü

GRUEN, V. ve L. SMİTH, (1960), “Shopping Towns USA”

GÜNDÜZ, O. ve TANER, T., (2001), “Küreselleşme Sürecinde Türk Kentlerinin Kimlik Sorunları Ve İzmir Örneği”

GÜRBİLEK, N. (2001), “Vitrinde Yaşamak”, Metis Yayınları, İstanbul

HABERMAS, J., (2000), “Kamusallığın Yapısal Dönüşümü”, Çev. T.Bora, İletişim Yayınları, İstanbul

- HALL, E.T., (1966), "The Hidden Dimension", Garden City, NY: Doubleday.
- HARVEY, D., (1985), "The Urbanization of Capital" Oxford: Basil Blackwell,
- HARVEY,D., (1999), "Postmodernliğin Durumu",Çev: S.Savran,2.Baskı, Metis Yayınları, İstanbul
- HARVEY, D., (2003), "Sosyal Adalet ve Şehir", Metis Yayınları
- HİLLIER, B., (1996), "Space is the Machine, Cambridge University Pres"
- HOWARD, E., (1946), "Garden Cities of Tomorrow", Londra: Faber & Faber
- IBELİNGS, H. (2002), "Supermodernism: Architecture in the Age of Globalisation"
- IŞIK, O., (1994), "Modernizm Kenti / Postmodernizm Kenti", Birikim Dergisi, İstanbul
- IŞIK, O. ve PINARCIOĞLU, M., (2001), "Nöbetleşe Yoksulluk", İstanbul, İletişim Yayınları
- İSPİR, E., (1991), "Şehirleşme ve Meseleleri", 2.Baskı, Ankara
- JACOBS, J.,(1961) "The Death and Life of Great American Cities: The Failure of Town Planning"
- JENCKS, C.,(1985) "Modern Movements in Architecture, Penguin Boks"
- JENCKS, C. (1987), "The Language of Postmodern Architecture", Academy Editions, Londra.
- JEWEL, N., (2001) "The Fall and Rise of the British Mall"

KARAKURT, E. (2002), “Küreselleşme ve Küresel Yerel Süreçlerde Üst Gelir Grubu Konutu Örneği: Bursa - Bademli”, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

KARTAL, K., (1978), “Kentleşme ve İnsan”, TODAİ Yayınları, Ankara.

KARTAL, S. K. , (1987), “Kentleşme ve İnsan”, T.O.D.A.İ.E. Yayınları, Ankara

KELEŞ, R., (1972), “Şehirciliğin Kuramsal Temelleri”, Ankara:Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları

KELEŞ, R., (1975), “Kentleşme Politikası”, İmge Kitapevi, Ankara

KELEŞ, R., (1976), “Kent Bilim İlkeleri”, Ankara

KELEŞ, R., (1998), “Kent Bilim Terimleri Sözlüğü”, İmge Kitapevi, Ankara

KELEŞ, R., (2002), “Kentleşme Politikası”, İmge Kitapevi, 7. Baskı, Ankara

KELEŞ, R., HAMAMCI, C., (1993), “Çevrebilim”, İmge Yayınları, Ankara

KELEŞ, R., (2004), “Urban Regeneration and Related Concepts”

KOCABAŞ, A., (2006), “Kentsel Dönüşüm Yenileş(tir)me): İngiltere Deneyimi ve Türkiye’deki Beklentiler” Literatür Yayınları:

KURTULUŞ, H., (2006), “Kentsel Dönüşüme Modern Kent Mitinin Çöküşü Çerçevesinden Bakmak”, Planlama Dergisi, ŞPO Yayını, 2006/2

KOWİNSKİ, W. S., (1985), “The Mallng Of America: An Inside Look At The Great Consumer Paradise”

LABORIT, H. (1990), “İnsan ve Kent”, Çev: Onaran, Bartan, Paye Yayınevi, İstanbul

LAÇİNER, Ömer (1996), “Kentlerin Dönüşümü”, Birikim Yayınları

LEFEBVRE, H. (1998), “Modern Dünyada Gündelik Yaşam”, Çev.: Işın Gürbüz, Metis Yayınları, İstanbul.

LEONARD, L., PERKINS, H., THORNS, D., (2004), “Presenting and Creating Home: The Influence of Popular and Building Trade Print Media in the Construction of Home”, Housing, Theory and Society”

LYNCH, K.,(1960) “The Image of the City, MIT Press, Cambridge”

LYOTARD, J.F. (1994), “Postmodern Durum”, Çev.: Ahmet Çiğdem, Vadi Yayınları, İstanbul.

MADANIPOUR, A. (1996), “Design of Urban Space”, NY

MARCUSE, P. ve KEPMEN, R., (2000), “Global Cities, Massachusetts: Blacwell Publishers”

MATTHEWS, H. vd. (2000), “The Unacceptable Flaneur: The Shopping Mall as a Teenage Hangout”

MOUGHTİN, C.,(1992), “Urban Design: Street and Square, Butterworth Architecture”

MUMFORD, L., (1961). “The City in History”

MUTMAN, M. (1994), “Üretilen Mekân, Yok olan Mekan”, Toplum ve Bilim Dergisi

ODABAŞI, Y., (2004), “Postmodern Pazarlama – Tüketim ve Tüketici”, Mediacat Kitapları, İstanbul

ORUÇ, G. D., (2004), “Şehir Eski Merkezlerinde Mekansal Değişim ve Yeniden Canlandırma Stratejileri: İstanbul Tarihi Yarımada: Eminönü Örneği”, İTÜ, Basılmamış Doktora Tezi

ÖKTEM, B., (2006), “Neoliberal Küreselleşmenin Kentlerde İnşası: AKP’nin Küresel Kent Söylemi ve İstanbul’un Kentsel Dönüşüm Projeleri”, Planlama Dergisi,

ÖNCÜ, A., (1999), “‘İdeal Ev’ Mitolojisi Sınırları Aşarak İstanbul’a Ulaştı”, Birikim Dergisi, İstanbul

ÖZBEK, M., “Modernizm/Postmodernizm ve Kuantum Estetiği”, İnternet Adresi: www.kentli.org/makale/modernizm.html, Erişim Tarihi:12.02.2005

ÖZER,İ., (1998), “Türkiye’de Kentleşme”, Yeni Türkiye 23-24, İstanbul

PUNTER, J., (1999), “Aesthetic Control/Design Control İn The United Kingdom”, Urban Design International

RİTZER, G. (1998), “Toplumun McDonalddlaştırılması”, Çev. Ş.Kaya (1995), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

RITZER, G. (2000), “Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek” (Çev: Ş. Süer Kaya), İstanbul: Ayrıntı Yayınları

ROBERT, J., (1999), “Kent ve Halk, Ütopya Yayınları” ,Ankara

ROBİNS, K. ve MORLEY, D. (1997), “Kimlik Mekânları”

ROBINS, K. (1999), “İmaj” (Çev: N. Türkoğlu), Ayrıntı Yayınları İstanbul

ROTH LELAND, M., (2000), “Mimarlığın Öyküsü”, (çeviren Ergün Akça) İstanbul, Kabalcı Yayınevi

SAĞLAR, N., (2005), “Kamusal İç Mekân Ve Toplumsal Kimlik”, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi

SAHLINS, M. W. (1976), “Culture and Practical Reason”, Chicago Univ. Press, Chicago.

SANCAR, F. ve SAYGIN, N. (2000); “Public Spaces in the Post-Modern City”, SENNETT, R.,(1977). “The Fall of Public Man, Faber & Faber, London”

SENNETT, R., (1992). The Fall of Public Man.

SENNETT, R., (1996). Kamusal İnsanın Çöküşü, Çev. S. Durak, A. Yılmaz, Ayrıntı Yayınları, İstanbul

SEZAL, İ.(1992). Şehirleşme, Ağaç Yayınları, İstanbul

SHORT, J.ve KİM,Y., (1999). Globalization and The City, New York: Addison Wesley Longman Limited Publish

SOJA, E., (2002). Postmetropolis Üzerine Altı Söylem, 20.Yüzyıl Kenti, İmge Yayınları, İstanbul

SORKIN, M., (1992) Variations on a Theme Park: The New American City and the End of Public Space.

SUNGUR,N. (1995) “Küreselleşme Üzerine Sosyolojik Bir İnceleme”, Birikim Dergisi, İstanbul,

ŞENGÜL, T., (2000). Sosyal Adalet, Kent Mekânı ve Küreselleşme, 3. Binyılda Şehirler: Küreselleşme, Mekân-Planlama, Dünya Şehircilik Günü, 23.Kollokyumu, 8–10 Kasım 1999, (ed.) Dinçer, İ. YTÜ, İstanbul

TANYELİ, U., (2000); “Mimarlık: Metropolleşme ve Metropole Direnme”, Türkiye’de Mimarlık, İstanbul: Koleksiyon Yayınları

TANYELİ, U. (2004), “Kitle Turizmi ve ‘Yok-Mekân’ Mimarlığı”, Arredamento Mimarlık

TATLIDIL, E. (1992), Kent Sosyolojisi Kuram ve Kavramlar, Sosyoloji Dergisi,

TATLIDIL, E. (1994), “Kent Kültürü ve Boş Zaman Değerlendirme”, “Dünyada ve Türkiye’de Sosyolojik Gelişmeler”, Sosyoloji Derneği Yayınları, Ankara.

TATLIDIL, E. (1994), "Türkiye’de Kentleşme ve Kentleşmede Kimlik Sorunu" 2000’li Yıllarda Türkiye’deki Toplumsal ve Kültürel Dönüşümler Sempozyumu,

TEKELİ, İ., (1982). Türkiye’de Kentleşme Yazıları, Turhan Kitabevi, Ankara

TEKELİ, İ. (2001), “Dünya Kenti Olma Süreci İçinde Akımlar Mekânını Yeniden Biçimlendiren İstanbul”, İstanbul, Sayı:37

THORNS, C.D., (2004). “Kentlerin Dönüşümü”, Soyak Yayınları

TRANCİK, R.,(1986). “Finding Lost Space, Theories of Urban Design”

TUNCER, D.,ALKİBAY, S.,HOŞGÖR, Ş., (2007) Alışveriş Merkezleri ve Yönetimi

TÜMERTEKİN, E., (1985) “Kır-kent Dengesi ve Göç”, Türkiye’de Kentleşme Süreci ve Kırsal Alan Sorunları Kolokiyumu, Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yayınları, İstanbul

UPTON D., (1998). “Architecture in the United States”

VURAL, T. (2005), “Değişen Üretim-Tüketim İlişkileri Bağlamında Alışveriş Merkezlerinin Anlamsal ve Mekânsal Dönüşümüne Eleştirel Bir Bakış”, yayımlanmamış doktora tezi, İTÜ, İstanbul

WARDE, A., (1992). Üretim ve Tüketim İlişkisi Üzerine Notlar, Birikim Dergisi

WILSON, W.H., (1994). The City Beautiful Movement: Creating the North American Landscape

WHITE, R., SUTTON, A.,(2001) “Social Planning for Mall Redevelopment: an Australian Case Study”,

YETİM,N. (2002) “Küresel Üretim Yapılanmasına Kültürel Yanıtlar: Ulusal-Yerel?”

YIRTICI, H., ULUOĞLU, B.,(2004) “Mekânın Altyapısal Dönüşümü”, itü dergisi/a mimarlık, planlama, tasarım,

YIRTICI, H. (2005), Çağdaş Kapitalizmin Mekânsal Örgütlenmesi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, İstanbul.

ZENGEL, R. (2002), “Yeni Bin Yılda Kentsel Açık Mekânlarda Kimlik Arayışı”, Arredamento Mimarlık: Tasarım Kültür Dergisi,

ZORLU, A., (2008). Alışveriş Merkezlerini Anlamak-Glocal Yayınları

ZUKİN, S., (1991). Landscapes of Power: From Detroit to Disney World

ZUKIN, S. (1995); Culture of Cities, Oxford: Blackwell Publishers

[Http://Www.crystalinks.com/romeculture.html](http://Www.crystalinks.com/romeculture.html)

[Http://Www.victorianstation.com/palace.html](http://Www.victorianstation.com/palace.html)