

**ANKARA ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ BİÇİMLENDİRME
YAKLAŞIMLARININ GÖRSEL ETKİ DEĞERLENDİRMESİ**

Oğuz Abdullah SÖNMEZ

**YÜKSEK LİSANS TEZİ
MİMARLIK**

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**EYLÜL 2008
ANKARA**

Oğuz Abdullah SÖNMEZ tarafından hazırlanan ANKARA ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ BİÇİMLENDİRME YAKLAŞIMLARININ GÖRSEL ETKİ DEĞERLENDİRMESİ , adlı bu tezin Yüksek Lisans tezi olarak uygun olduğunu onaylarım.

Yrd.Doç.Dr.M.Tayfun YILDIRIM

Tez Danışmanı,Mimarlık Anabilim Dalı

.....

Bu çalışma, jürimiz tarafından oy birliği ile Mimarlık Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Prof.Dr.Ziya UTKUTUĞ

Mimarlık Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

.....

Yrd.Doç.Dr.M.Tayfun YILDIRIM

Mimarlık Anabilim Dalı, Gazi Üniversitesi

.....

Prof.Dr Faruk Yalçın UĞURLU

İç Mimarlık Anabilim Dalı, Çankaya Üniversitesi

.....

Tarih : 19 /09/2008

Bu tez ile G.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu Yüksek Lisans derecesini onamıştır.

Prof. Dr. Nermin ERTAN

.....

Fen Bilimleri Enstitüsü Müdürü

TEZ BİLDİRİMİ

Tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada bana ait olmayan her türlü ifade ve bilginin kaynağına eksiksiz atıf yapıldığını bildiririm.

Oğuz Abdullah SÖNMEZ

**ANKARA ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ BİÇİMLENDİRME
YAKLAŞIMLARININ GÖRSEL ETKİ DEĞERLENDİRMESİ
(Yüksek Lisans Tezi)**

Oğuz Abdullah Sönmez

**GAZİ ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

Eylül 2008

ÖZET

Endüstri devrimi öncesi gotik, rönesans, barok veya yerel geleneksel stiller gibi tüm kültürel ürünleri kapsayan üslupsal yaklaşımlar farklı dönem ve uygarlıkların belirleyici karakteristiklerini taşıırken; modern mimarlık dönemi ile değişerek; farklı kültürel, ekonomik, sosyolojik ve teknolojik yapılanmaya bağlı olmayan rasyonel ve universalist olarak tanımlanan mimari biçimlenme ve kentsel doku oluşmuştur.

Modernizmin bu rasyonel yaklaşımı ise; günümüz postmodern kültür ve onun toplumsal ürünlerinden biri olan mimarlıkta da değişim göstermiştir. Günümüzde mimarlık ürünü olan binalar global ekonomik anlayış içerisinde bir tüketim aracı haline gelmiştir. Bu yaklaşımda, popülerlik, biçimsel özgünlük ve kullanıcı tarafından çekici bulunmak amacı farklı bir kültür ortamı oluşturmuştur.

Bu anlayış içerisinde, günümüz alışveriş merkezleri gerek işlev bağlamında tüketim sisteminin en önemli aracı haline dönüşürken, mimari kimlik arayışları da bu yapı tipinin diğer önemli tasarım ölçütü haline gelmiştir.

Bu çalışmada Ankara’da son 20 yıl içerisinde gerçekleştirilen alışveriş merkezlerinin biçimlenme anlayışları “Binanın Kentsel Dizge Ölçeğindeki

Analizi” ve “Bina Ölçeğinde Görsel Analiz” bağlamında iki ana yöntem başlığı ile analiz edilmiştir.

Binanın Kentsel Dizge Ölçeğindeki Analizi bağlamında ; bu bina örnekleri, modern dönem analiz yaklaşımı olan Kevin Lynch’in hareket halinde görsel algı, post-modern çözümleme yaklaşımı olarak da R.C.Venturi’nin yapı kabuğu ile mesaj iletilmesi bağlamında güncel görsel algı yaklaşımları ile değerlendirilmiştir.

Bina ölçeğinde görsel analiz grubundaki incelemeye ise, mekan örgütlenmesi konu dışında tutularak, dış kompozisyon bağlamında yaklaşılmıştır. Rob Krier, J.Joedicke, P. Carl’ın analiz yaklaşımları ile mekansal etki, çevre ölçeğinde görsel etki, geometrik kurgu, ölçek-oran, ritm, denge-simetri, algı odağı başlıkları altında değerlendirmeler yapılmıştır.

Bu çalışmanın sonucunda, güncel mimari biçimlenme anlayışlara sahip bu binaların belirtilen analiz yöntemleri ile değerlendirilmesi ile nesnel veriler elde edilmiştir. Bu nesnel bulguların ilerki tasarım süreçleri için tasarım girdileri sağlaması tezin özgün amacıdır.

Bilim Kodu : 802.1.099
Anahtar Kelimeler : Alışveriş merkezleri,Görsel analiz,Mimari Tasarım,
Sayfa Sayısı : 181
Tez Yöneticisi : Yrd.Doç.Dr. Tayfun YILDIRIM

**VISUAL EFFECT EVALUATION OF ANKARA SHOPPING CENTERS'
FORMING APPROACHES
(M.Sc. Thesis)**

Oğuz Abdullah Sönmez

**GAZI UNIVERSITY
INSTITUTE OF SCIENCE AND TECHNOLOGY
September 2008**

ABSTRACT

While the styles and approaches used to bear the determinative characteristics of different eras and civilizations prior to Industrial Revolution, they have changed in parallel to modern architecture era, thus architectural formation and urban pattern, defined as rational and universalistic as well as not dependent on various cultural, economic, sociological and technological structuring, has come into being.

The rational approach of modernism has also undergone a change in architecture which is one of the present postmodern culture and its social products. The buildings, fruit of architecture at present, has turned out to be a consumption means within the scope of global economic mindset. In this approach, popularity, stylistic individuality and the objective of being attractive by the user has created a different cultural atmosphere.

By means of this approach, while present shopping malls has become the most important means of consumption system in terms of function, architectural identity seek has become another significant design criterion of this structure type.

In this paper hereby, the formation mindset of shopping malls shaped within the past two decades in Ankara is analyzed with the title of two main methods in the context of “Analysis of Building in Urban System Scale” and “visual Analysis in Building Scale”.

It is approached to evaluation in the Analysis of Building in Urban System Scale is concerned, it is evaluated and assessed with current visual perception approaches within the context of conveying message with visual perception in action of Kevin Lynch which is a modern period analysis approach, and structure shell of R. C. Venturi as post – modern analysis approach.

As far as visual analysis group in building scale in the context of external composition by excluding space organization. With the analysis approach of Rob Krier, J. Joedicke and P. Carl, some assessments and evaluations have been made considering the concepts of spatial effect, visual effect in environmental scale, geometrical construct, scale – proportion rhythm, balance – symmetry and perception focus.

Upon the conclusion of this study, some objective data have been received through evaluating and assessing these buildings, bearing present architectural formation mindset, with mentioned analyzing methods. The main objective of this thesis is that these objective findings should provide design entry for the future design processes.

Science Code : 802.1.099

Key Words : Shopping Centers, Visual Analysis, Architectural Design

Page Number: 181

Adviser : Asist. Prof. Dr. Tayfun YILDIRIM

TEŞEKKÜR

Bu tezin hazırlanmasında büyük yardım ve desteklerinden dolayı danışmanım Yrd.Doç.Dr M. Tayfun Yıldırım'a , jüri toplantılarıyla tezin oluşumda değerli katkıları bulunan Prof.Dr.Ziya Utkutuğ ve Prof.Dr. Faruk Yalçın Uğurlu'ya, çalışmamın çeşitli aşamalarında moral ve teknik desteklerini esirgemeyen arkadaşlarım Levent Aksoy, Abdurrahman Toksoy, Adnan Şahin, Zekeriya Güney (HighTa grubu) , A.Yağmur Topraklı ve Melike Bilgin'e , projelerini bu çalışma için bizlerle paylaşan A Tasarım'dan Ali Osman Öztürk ve çalışanları , Öncüoğlu Mimarlık'tan Önder Kaya ve ekip arkadaşlarına, tez teslim aşamasında yoğun iş temposu içinde bana yardımcı olup yükümü hafifleten Cahit Öztürk, M.Şahin Güvercin, Mehmet Hatipoğlu'na ve BTC Yapı çalışanlarına teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca,yaşamımın her aşamasında bana maddi ve manevi destek olan aileme minnettarlıklarımı sunuyorum.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZET	iv
ABSTRACT	vi
TEŞEKKÜR.....	viii
İÇİNDEKİLER	ix
TABLoların LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLERİN LİSTESİ	xv
RESİMLERİN LİSTESİ.....	xvii
1.GİRİŞ	1
2. ALIŞVERİŞ YAPILARI VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	4
2.1. Agoralar	4
2.2. Forum	5
2.3. Bedesten ve Arastalar	6
2.4. Pazaryeri	9
2.5. Mağazalar	9
2.6. Haller ve Kapalı Çarşılar	11
2.7. Çok Katlı Mağazalar ve "Department Store" Birimleri	12
2.8. Hipermarket, Süpermarket ve Kent Dışı Alışveriş Merkezleri	13
2.9. İkinci Bölümün Sonuçları	15
3. MİMARLIKTAKİ GÖRSEL ÇÖZÜMLEME YAKLAŞIMLARI	16
3.1. Kentsel Dizge Ölçeğinde Mimari Analiz Yaklaşımları	16
3.1.1. Kevin Lynch' ten kent biçimleri üzerine analiz yöntemleri : Şehir imgesi ve onun elemanları.....	16
3.1.2. Yollar	17

Sayfa

3.1.3. Kenarlar	18
3.1.4. Semtler	19
3.1.5. Düğüm noktaları / Merkezler	19
3.1.6. Kent Simgesi (Landmarks)	21
3.1.7. Kent imgeleri arasındaki ilişkiler	22
3.1.8. İmgenin Değışimi /Dönüşümü (Shifting Image)	23
3.1.9. İmgenin niteliği	24
3.2. Kent �l�eğinde Analiz Bağlamında Robert Venturi'nin Las Vegas ����mlmesi.....	24
3.2.1. Reklam panoları	25
3.2.2. Piazza mekanı (meydan).....	26
3.2.3.Simge	26
3.2.4.Biçem'in öncesinde simge : İletişim sistemi olarak Las Vegas .	27
3.2.5.Mekan karşıtı mimarlık	30
3.2.6. İkna mimarlığı	30
3.2.7.Geçmişin geleneğinde ve büyük mağazalarda geniş mekan..	31
3.2.8.Venturi'nin Modern-Postmodern mimarlık karşılaştırması	31
3.3. ���nc� Bölümün Sonuçları	35
4. M�MARLIKTA B�NA �L�EğİNDE GÖRSEL ANAL�Z Y�NTEMLER�	37
4.1. Mekansal Etki Analizi.....	37
4.2. �evre �l�eğinde Görsel Etki Analizi.....	38
4.3. Bina �l�eğinde Geometrik Kurgu Analizi.....	44
4.4. Mimarlıkta �l�ek / Oran Analizi	45

Sayfa

4.5. Mimarlıkta Ritmi Yakalamak	47
4.6. Mimarlıkta Görsel Denge / Simetri Analizi	50
4.6.1. Simetrik denge	51
4.6.2. Asimetrik denge.....	51
4.6.3. Işınsal denge	52
4.7. Şekil - Zemin İlişkilerinin Analizi.....	54
4.8. Odak Noktasının ve Önemin Vurgulanması.....	55
4.9. Mimarlıkta Birlik - Bütünlük Kavramı	55
4.10. Dördüncü Bölümün Sonuçları.....	57
5. ANKARA ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ ÖRNEKLERİNİN ÇÖZÜMLEME YAKLAŞIMLARI BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	58
5.1. ATAKULE Alışveriş Merkezi	62
5.2. KARUM Alışveriş Merkezi	64
5.3. ANKAMALL Alışveriş Merkezi	66
5.4. ARMADA Alışveriş Merkezi	68
5.5. ARCADİUM Alışveriş Merkezi	70
5.6. OPTİMUM Alışveriş Merkezi.....	72
5.7. CEPA Alışveriş Merkezi.....	74
5.8. ANTARES Alışveriş Merkezi.....	76
5.9. PANORA Alışveriş Merkezi	78
5.10. 365 Alışveriş Merkezi	80
5.11. MALTEPE PARK Alışveriş Merkezi	82
5.12. KENTPARK Alışveriş Merkezi	84

Sayfa

5.13. Beşinci Bölümün Sonuçları	86
6. SONUÇ VE ÖNERİLER	89
KAYNAKLAR	95
EKLER	97
EK-1 Atakule Alışveriş Merkezi	98
EK-2 Karum Alışveriş Merkezi	103
EK-3 Migros-Ankamall Alışveriş Merkezi	111
EK-4 Armada Alışveriş Merkezi	117
EK-5 ARCADIUM ALIŞVERİŞ MERKEZİ	128
EK-6 Optimum Alışveriş Merkezi	133
EK-7 Cepa Alışveriş Merkezi	138
EK-8 Antares Alışveriş Merkezi	145
EK-9 Panora Alışveriş Merkezi	151
EK-10 365ALIŞVERİŞ MERKEZİ	158
EK-11 Maltepe Park Alışveriş Merkezi	165
EK-12 Kentpark Alışveriş Merkezi	174
ÖZGEÇMİŞ	181

TABLOLARIN LİSTESİ

Tablo	Sayfa
Tablo 5.1. Atakule Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	62
Tablo 5.2. Atakule Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	63
Tablo 5.3. Karum Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	64
Tablo 5.4. Karum Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	65
Tablo 5.5. Ankamall Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	66
Tablo 5.6. Ankamall Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	67
Tablo 5.7. Armada Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	68
Tablo 5.8. Armada Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	69
Tablo 5.9. Arcadium Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	70
Tablo 5.10. Arcadium Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	71
Tablo 5.11. Optimum Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	72
Tablo 5.12. Optimum Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	73
Tablo 5.13. Cema Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	74
Tablo 5.14. Cema Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	75
Tablo 5.15. Antares Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	76
Tablo 5.16. Antares Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	77

Tablo	Sayfa
Tablo 5.17. Panora Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	78
Tablo 5.18. Panora Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	79
Tablo 5.19. 365 Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	80
Tablo 5.20. 365 Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	81
Tablo 5.21. Maltepe Park Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	82
Tablo 5.22. Maltepe Park Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	83
Tablo 5.23. Kentpark Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması	84
Tablo 5.24. Kentpark Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması	85

ŞEKİLLERİN LİSTESİ

Şekil	Sayfa
Şekil 2.1. Atina Akropolü planı	5
Şekil 2.2. Roma Forumu planı	6
Şekil 2.3. Mısır Çarşısı ve Yeni Camii planı	7
Şekil 2.4. Ankara Mahmut Paşa Bedesteni planı	8
Şekil 2.5. İncesu Kara Mustafa Paşa Külliyesi	8
Şekil 2.6. Grassmarket-Edinburg Pazar yeri temsili	9
Şekil 2.7. Lyon Borsası 1540 plan-görünüş	11
Şekil 2.8. Köln Arkadı planı	12
Şekil 2.9. N.Y Broadway’de bir “Department store”	13
Şekil 2.10. Carrefourre Hipermarketi, Marsilya, Fransa	14
Şekil 3.1. Yol imajı	17
Şekil 3.2. Kenar imajı	18
Şekil 3.3. Semt imajı	19
Şekil 3.4. Düğüm noktası imajı	20
Şekil 3.5. Kent simgesi imajı	21
Şekil 3.6. Şehir panoramasında yüksek bina	23
Şekil 3.7. Zayıf eski bina imgesi ile her binanın yüksekliği ile algılandığı yoğun güçlü imge	24
Şekil 4.1. Mekansal etki yaratan kompozisyon öğeleri	38
Şekil 4.2. San Gimignano’nun mekansal etki analizi	40
Şekil 4.3. Campitelli Meydanının görsel çevre analizi	42

Şekil	Sayfa
Şekil 4.4. Görsel çevre analizi ve algılanan ölçekte mekansal etkinin irdelemesi	43
Şekil 4.5. Izgara düzenleri	44
Şekil 4.6. Altın oran.....	45
Şekil 4.7. Modüler	46
Şekil 4.8. Ward Willis Evi	46
Şekil 4.9. Görsel Ritim Karakteri	47
Şekil 4.10. Stakato ritmi	48
Şekil 4.11. Legato ritim	49
Şekil 4.12. Gaudinin Değişen hızlı ritmi	49
Şekil 4.13. Cephe düzenlemesinde ritim	50
Şekil 4.14. Ritmik Hareket	50
Şekil 4.15. Görsel Denge	51
Şekil 4.16. Simetrik Denge	51
Şekil 4.17. Asimetrik Denge	52
Şekil 4.18. Işınsal Denge	52
Şekil 4.19. Yin ve Yang.....	53
Şekil 4.20. Rubin Vasosu	54
Şekil 4.21. Odak noktasının öneminin vurgulanması	55
Şekil 4.22. Ronchamp Şapeli	56

RESİMLERİN LİSTESİ

Resim	Sayfa
Resim 3.1. Las Vegas Reklam Tabelası	25
Resim 3.2. Las Vegas reklam tabelaları	26
Resim 3.3. Las Vegas işaretler sisteminin mekana hükmetmesi	26
Resim 3.4. Ördek biçiminde yapı	27
Resim 3.5. Resimsel sistem olarak tabela	28
Resim 3.6 Fizyonomik sistem olarak yapı cephesi ve şekli.....	28
Resim 3.7. Konumsal sistem olarak benzin ve servis istasyonları	29
Resim 3.8. Ön cephesi tabelaya dönen bina	29
Resim 3.9. Tabelaların mekana hükmetmesi	30
Resim 3.10. İkna etmeye yönelik tabelaya dönüşen cephe	31
Resim 3.11. Versailles Sarayı	32
Resim 3.12 Ön cephesiyle önem kazanan yapı	32
Resim 3.13. Reklam tabelaları ve göstergelerle tanımlanmış mekan	33
Resim 3.14. Simgesel özellikler taşıyan yapılar	34

1.GİRİŞ

Tarih boyunca toplanma mekanları, İlkçağ'da; Agora, Forum gibi mekanlarda, Ortaçağ'da kent meydanı ve dini yapı (katedraller gibi) etrafında, geleneksel yerleşimlerde de köy meydanı, cami, çeşme gibi elamanlar etrafında şekillenmektedir ve ortaçağ sonrasına kadar bu mekanlar, toplanma işlevinin en önemli mekanları olarak kullanılmaktadır. Bu mekanlara ek olarak, kent meydanları, bulvarlar, kültür ve sanat yapılarının (opera, konser salonları,tiyatro...) toplanma mekanını oluşturduğu görülmektedir.

Modern öncesi dönemde alışveriş, doğal ihtiyaçların rasyonel bir biçimde karşılandığı bir etkinliktir. Bu etkinlik, kentteki diğer işlevlerle bütünleşir ve kentsel mekanda gerçekleşir. Bu kentsel mekan, aynı zamanda kamusal bir mekandır; içinde kentlilerin sosyal etkinliklerini zenginleştiren ve destekleyen mekansal karakteristikler barındırır. Çağdaş alışveriş merkezi ise, alışveriş mekanını ve kent mekanını kentten görsel, fiziksel ve sosyal olarak kopmuş, devasa büyüklükteki kapalı kutu içerisine alır ve böylece kamusal mekanı kent merkezinin dışında yeniden yaratır. Bu yapı içerisinde alışveriş etkinliği tüketime dönüşür [1] .

Endüstri devrimi öncesi gotik, Rönesans, barok veya yerel geleneksel stiller gibi üslupsal yaklaşımlar farklı dönem ve uygarlıkların belirleyici karakteristiklerini taşıırken; modern mimarlık dönemi ile bu durum değişerek; farklı kültürel, ekonomik, sosyolojik ve teknolojik yapılanmaya bağlı olmayan rasyonel ve universalist olarak tanımlanan mimari biçimlenme ve kentsel doku formları oluşmuştur.

Modernizm'in bu rasyonel yaklaşımı ise; günümüz postmodern kültür ve onun toplumsal ürünlerinden biri olan mimarlıkta da değişim göstermiştir. Günümüzde mimarlık ürünü olan binalar, global ekonomik anlayış içerisinde bir tüketim aracı haline gelmiştir. Bu yaklaşımda, popülerlik, biçimsel

özgünlük ve kullanıcı tarafından çekici bulunmak amacı farklı bir kültür ortamı oluşturmaktadır.

Günümüz alışveriş merkezleri, işlev bağlamında tüketim sisteminin en önemli aracı haline dönüşürken, mimari kimlik arayışları da bu yapı tipinin diğer önemli bir özelliği haline gelmiştir.

Bu anlayış içerisinde, bu tez çalışmasında bir yapının görsel etki ve zihinde kalıcılık başarısı alışveriş merkezi binaları üzerinden incelenecektir.

Konu ile alakalı; Mimarlık, Şehir ve Bölge Planlama, İç Mimarlık, Peyzaj ve Sanat Eğitimi anabilim dallarında yapılan tezler bulunmuştur. Yapılan tezlerde anahtar kelime olarak görsel algılama ve alışveriş merkezleri konularında yapılan aşağıdaki tezler taranmıştır.

Tuba Sayılı; Alışveriş merkezlerinin gelişimi,sınıflandırılması ve tasarımı etkileyen faktörler, 1992

Fatih Şahin, Alışveriş merkezlerinin biçimlenmesinde önemli boyutlardan kamusal mekan ve kamusalılık olgusu, 2005

Zehra Uslu, Alışveriş merkezlerinin gelişimi Konya örneği,

Betül Kömürcü, Değişen tüketim kültürü ve serbest zaman etkilerinin yeni kamusal mekanı; Ankara Atakule ve Ankamall alışveriş merkezleri örneği, 2007

Osman Ersan, Tüketim toplumunda makansal örgütlenme, alışveriş merkezleri üzerine bir inceleme,2006

Ayşe Dilek Özdemir, Historical evolution of shopping areas, 1991

Sedat Yavuz, Çok amaçlı alışveriş ve iş merkezlerinin yolculuk çekimi, 1991

Z.Merve Parlar, Evaluation of interior shopping mall design within the context of urban public realm,1993

Bu tezlerde yapılmış çalışmalarda Alışveriş Merkezlerinin görsel algılama bağlamında başarısı üzerine bir tez yapılmadığı görülmüştür.

Bu bağlamda Ankara'da son 20 yılda yapılan alışveriş merkezleri örnek olarak seçilmiş ve mimarlık bilimleri yaklaşımları ile çözümlenmiştir.

Örnekler, gerek kentsel ölçekte, gerekse bina ölçeğinde ele alınarak değerlendirme yapılmıştır. Çözümleme yöntemleri ele alınmadan, alışveriş yapılarının tarihçesini gözden geçirmek yararlı olacaktır.

2. ALIŞVERİŞ YAPILARI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

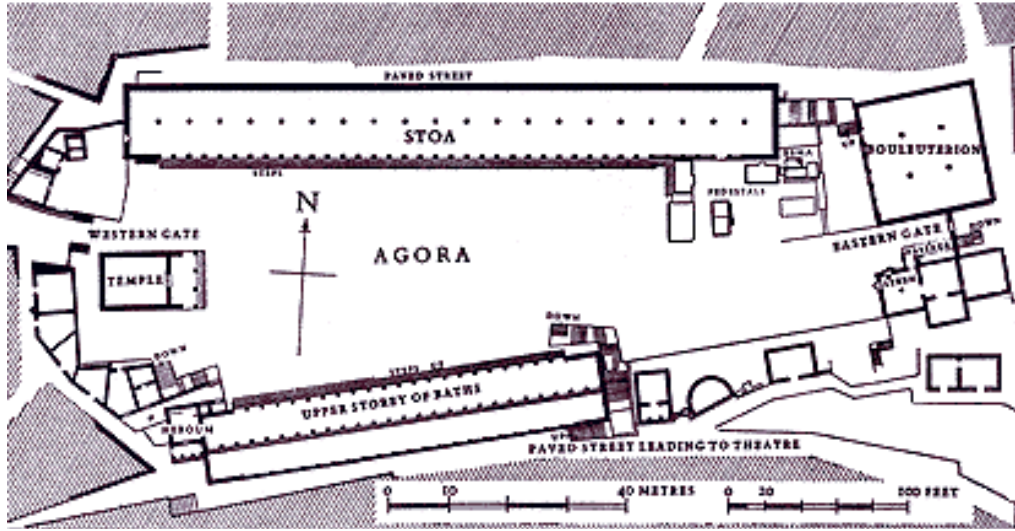
Toplumsal yaşamı sürdürebilmenin gerekliliği sonucu tarih boyunca insanoğlu ürün değiş tokuşunu yapabilmek, bilgi ve deneyimlerini birbirlerine aktarmak gibi birtakım sosyal paylaşımlarını yerine getirebilmek için belirli mekanlarda rutin olarak toplanmayı bir temel gereksinim haline getirmiştir. (Zengel R.) Antik çağlardan bugüne kadar yaşayan tüm toplumlarda bu sosyal paylaşımlar ticari aktivitelerle beslenerek kentsel yaşamı yönlendiren mekanları oluşturmuştur. Daha çok kent merkezlerinde tapınaklar gibi dini ve siyasi önemi bulunan mekanların çevresinde temellenen alışveriş alanları, kentlerin ekonomik gücünün ve demografik hakimiyetinin somutlaştığı önemli kamusal mekanlardır.

R.Zengel'e göre, antik çağlardan günümüze kadar olan alışveriş mekanları aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır:

2.1. Agoralar

İlk örnekleri Erken Mısır ve Hitit tapınakları çevresinde görülen ticari aktiviteler, bu mekanların hemen önünde konumlanan üzeri açık geniş avlularda rastlantısal bir düzen içinde ele alınmıştır.

Antik çağ yerleşimlerinde kentin önemli bir parçası olarak tasarlanan, mimari anlamda ilk planlı ticari mekan tanımlaması ise Antik Yunan'da Helenistik döneme rastlamaktadır. Dünya tarihinde planlanmış ilk pazaryeri olarak bilinen Agoralar M.Ö.4.üncü ve M.Ö.5.inci yüzyıllarda etrafı önemli kent yapılarıyla çevrili üzeri açık alan şeklinde tanımlanmıştır. Ünlü Atina Akropolü'nde yer alan agoraların dikdörtgen formunda olup, iki yönde üzeri kolonadlarla örtülü küçük dükkânlardan oluşan stoalarla çevrili olduğu, diğer bir yönünün ise genellikle ana yaya aksına açılan bir mekan anlayışında tasarlandığı bilinmektedir.



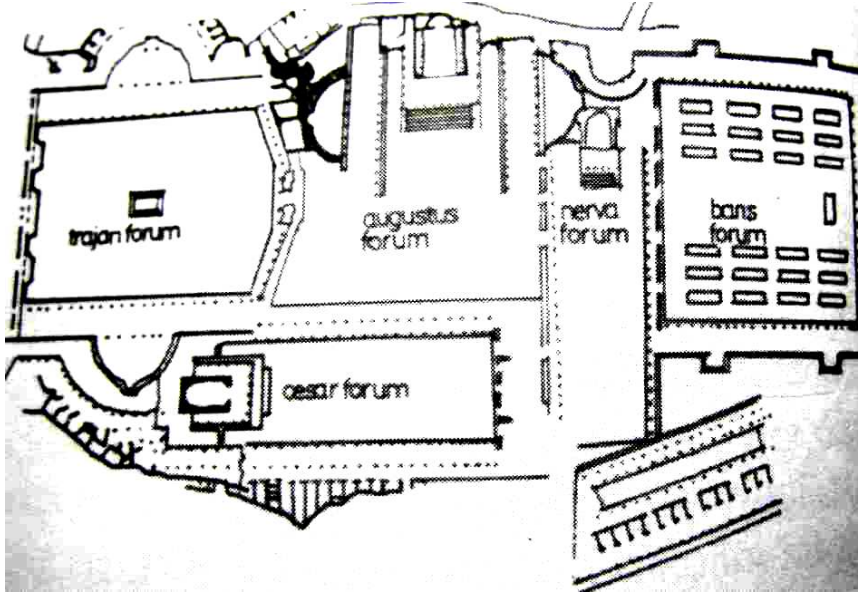
Şekil 2.1. Atina Akropolü planı

2.2. Forum

İçinde kapalı ofisler ve dükkanlar bulunan stoalardan oluşan agoralar, Antik Roma döneminde ise biraz daha genişletilmiş olarak çevresi tamamen kapalı bir formda ve yine standart ünitelerin sıralanmasıyla Forum adı altında yeniden tanımlanmışlardır.

Kentin en üst noktasında ve merkezini teşkil eden alanda konumlanan, etrafı birçok idari yapı ile çevrili forumlar önceleri metrik plan düzeninde iken daha sonraları Roma Forumu örneğinde olduğu gibi simetrik ve dikdörtgen bir düzende gelişmişlerdir.

Bu dönemde forumlar kentin tek çok amaçlı kullanım alanıdır. Antik çağların en önemli ticaret mekanları olan forum ve agoralar, çok amaçlı kullanım özelliklerinden dolayı aynı zamanda ticaretin şekillendirdiği kentlerin odak noktası olmuştur.



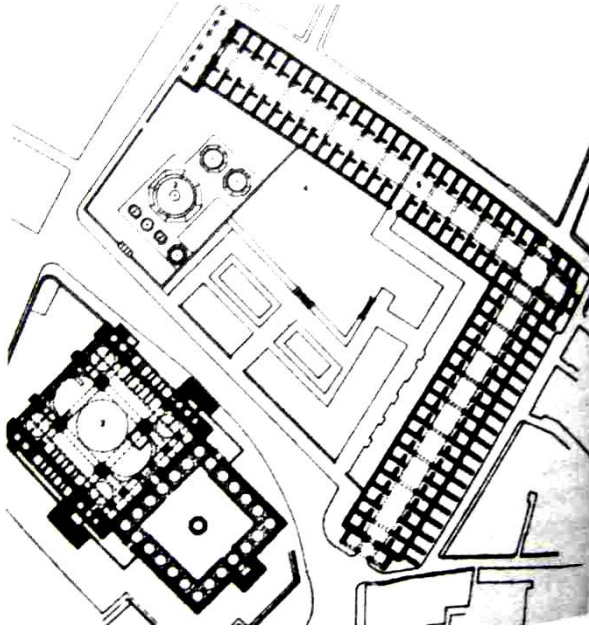
Şekil 2.2. Roma Forumu planı

2.3. Bedesten ve Arastalar

Tarihsel süreklilik içinde bulunduğu dönemin değişken sosyo-kültürel ve toplumsal yapısına göre ticaret yapıları benzer mekan ihtiyaçlarına farklı çözüm arayışlarıyla sürekli bir kimlik değişimine uğramışlardır. Bu noktada İpek Yolu gibi birçok kıtalararası ticaret yolunun kullanıldığı, ürün değiş tokuşunun daha hareketli olduğu Ortaçağ döneminin Doğu ve Batı toplumlarındaki toplumsal yaşamın alışveriş mekanlarını nasıl şekillendirdiğini incelemek gereklidir.

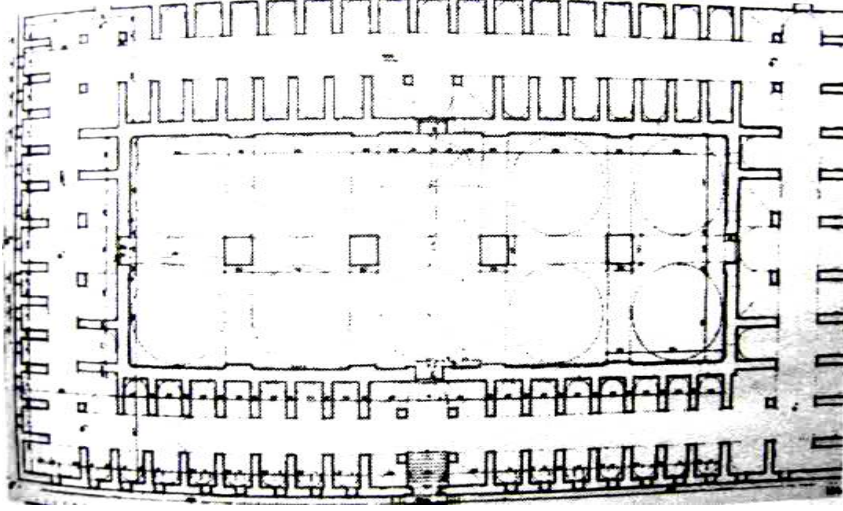
Eski Türk yerleşimlerindeki alışveriş hayatına bakılacak olursa bu mekanlar özellikle cami, kervansaray, hamam ve hanlarla bütünleşen bir sistemde yapısal olarak birbirine benzer biçimde gelişen arasta ve bedestenlerden oluşuyor idi. İlk örneklerinde üzeri açık bir orta mekanın etrafında yer alan küçük dükkanlarla beslenen bedestenler, zamanla orta mekanlara da bu dükkan ünitelerinin eklenmesiyle prensipte dikdörtgen plan formuna bağlı kalarak, hücreli bedestenler, dıştan dükkanlı bedestenler, kat bedestenleri, arasta-bedestenler ve bedestenli arastalar şeklinde çeşitlilik göstermiştir.

15.inci yüzyılın sonlarına doğru gelişimini tamamlayan bedestenlerin büyüklüğü en az 300 dükkanı barındıracak kapasiteye ulaşmıştır. Bu sınırlama içinde, karşılıklı iki sıra dükkan birimlerinin bir araya gelerek oluşturduğu arastalar ise Mısır Çarşısı örneğinde görüldüğü üzere kendi başına bir alışveriş mekanı olduğu gibi aynı zamanda bedestenlerin içinde yer alarak da bedestenlere mekan zenginliği getirmiştir.



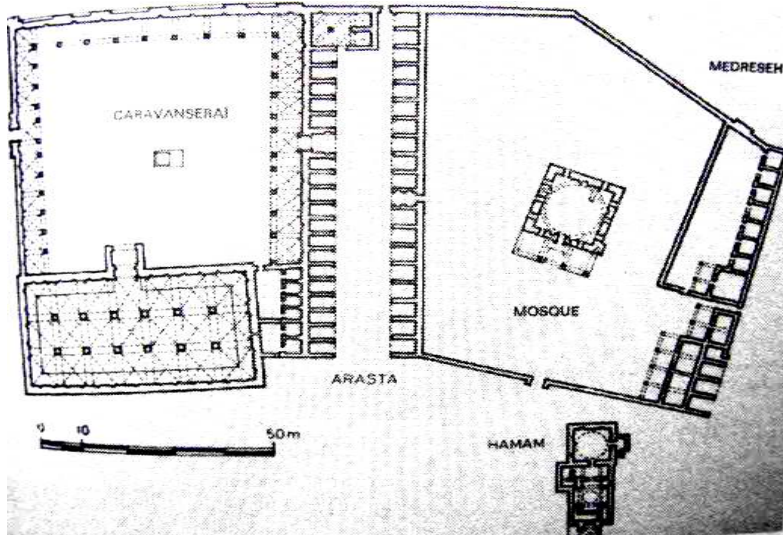
Şekil 2.3. Mısır Çarşısı ve Yeni Camii planı

Ankara Mahmut Paşa bedesteni ise arastalı bedestenlerin en özgün örneklerindendir. Zamanla arastaların külliyelerle, bedestenlerin ise kervansaraylarla bütünleşmesi ile alışveriş mekanları birden çok işlevi barındıran komplekslerin vazgeçilmez bir parçası olma özelliğini günümüze kadar devam ettirmiştir.



Şekil 2.4. Ankara Mahmut Paşa Bedesteni planı

İncesu Kara Mustafa Paşa Külliyesi'ndeki arasta bu kompleksin önemli bir bölümünü teşkil etmektedir.



Şekil 2.5. İncesu Kara Mustafa Paşa Külliyesi

2.4. Pazaryeri

Aynı dönemin Ortaçağ Avrupa'sında ise sosyal ve ticari yapılanma katedrallerin ve şatoların çevresindeki kent meydanlarında sürdürülmekte idi. Buradaki alışveriş eylemi meydanlarda yer alan pazaryerlerinde gerçekleştirilmekteydi. Periyodik olarak kurulan seyyar panayır ve fuarlarla birlikte pazaryerleri de kent merkezinin odak noktasını oluşturmuyordu.



Resim 2.1. Grassmarket-Edinburg Pazar yeri temsili

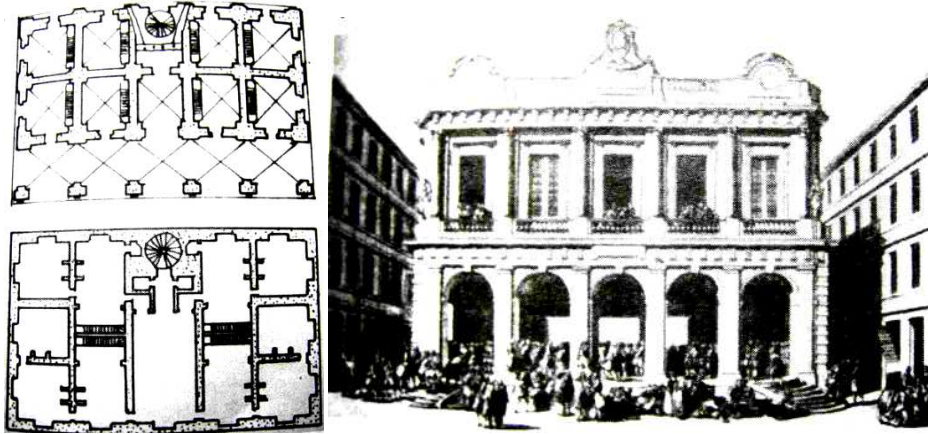
On ikinci yüzyıldan sonra Uzakdoğu ticaretinin hareketlenişiyle birlikte katedrallerin çevresinde var olan bu rekreatif yaşam, yavaş yavaş nehir kenarları ve liman bölgelerine doğru kayarak boş alanlarda özel fuarlar, pazarlar, antrepo ve depolarla ile sabitlenmeye başlamıştır. Böylece Uzakdoğu mallarından oluşan toptan ve perakende ticaret bir arada yürütülmüştür. Aslında bu periferi bölgelere doğru açılım ile seyyar pazaryerlerindeki üzeri örtülü açık tezgah sisteminden kalıcı dükkan birimlerine geçiş sağlanmıştır.

2.5. Mağazalar

Tarihsel süreç içinde Antik dönemden bu yana süregelen, birbirine bitişik nizamda sıralanmış tek katlı dükkan birimlerinden oluşan sistematik düzen pazaryeri kavramıyla birlikte dağılmıştır. Serbest kapalı tezgah anlayışı ile yeniden kurgulanmaya başlayan ve zamanla kendi içinde özelleşen dükkan birimlerinde farklı mekan gereksinimlerine ihtiyaç duyulmuştur.

Önceleri tek bir mekanda hem depolama hem de satış yapılırken bu yeni kalıcı dükkan birimlerinde daha şeffaf bir cephe ile alt katta satış mekanı tasarlanırken üst katlarda depolama ve yaşam mekanları yaratılmıştır. Genellikle iki, üç katlı bloklar halinde düşeyde hareketlilik ile çok amaçlı kullanımlar sağlanmıştır. Öte yanda dükkanların ön cephelerine korunaklı bir üst örtü eklenerek ilk yaya dolaşım alanları ve alışveriş caddeleri de bu dönemde tasarlanmıştır.

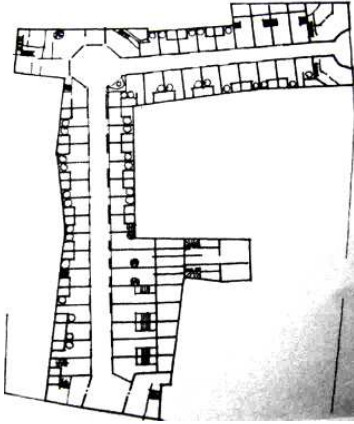
Venedikte 1450'ye doğru, Rialto meydanının çevresinde kentin ticari hayatının kalbinde, dükkânlar uzmanlaşmış sokaklar üzerinde birbirini izlemektedir. Bunların her birinin üzerinde manastır yatakhaneğine benzer bir salon bulunmakta, böylece her Venedikli tüccar birçok mal ile dolu kendi ambarına sahip olabilmekte idi. Yine Barselona'da 14.üncü Yüzyıldan itibaren, Montjuich'deki güzel kâgir binalarda ambarlar zemin katta yer almakta, tüccarın konutu ise üst katta bulunmakta idi 3. Dönemin dükkan-depo-konut modelinin günümüze kadar ulaşan bir özgün yapısı büyük tüccar Medici'nin Milanodaki konutudur. Yine Köln'deki Rheingasse evi ve Floransa'daki Palazzo Dovenzati evi bu tipolojinin belirgin örneklerindendir. Bu yaklaşım tüm Avrupa kentlerinde benimsenerek ticaretin mekan tanımlaması yeniden yapılmıştır. Öyle ki, toptan ticaretin bağımsız bir şekilde örgütlenmesi sonucu, kent merkezlerinde büyük ticari takasların yapıldığı idari mekanlar olan borsalar ve tüccar loncaları bile, Lyon Borsa Binası örneğinde görüldüğü üzere, alt katı dükkan ve depo üst katı konut ve depo şeklinde tasarlanır hale gelmiştir.



Şekil 2.6. Lyon Borsası 1540 plan-görünüş

2.6. Haller ve Kapalı Çarşılar

17.nci Yüzyıl başından itibaren Avrupa'da kentlerin nüfusunun artmasına paralel olarak açık marketler şeklinde kurulan fuar ve panayır günleri de daha sık düzenlenmeye başlamıştır. Ticari anlamda her gün alışveriş günü olmalıdır sloganı ile etrafı iki üç katlı dükkanlarla çevrili bu açık pazarlar da üzerleri zamanın yeni yapı malzemesi çelik strüktürler ile kapatılarak kalıcı hale dönüşmüştür. Dükkanların önlerinde belirli bir arkad tasarlanmasıyla orta mekan boş bırakılarak bugünkü kapalı çarşı ve hallerin ilk örnekleri geliştirilmiştir. Dönemin yeni yapım sistemleri olan çelik strüktürler ile daha çok açıklık geçilerek iç mekan genişletilmiş ve kat sayısı arttırılmıştır.



Şekil 2.7. Köln Arkadı planı,1901

Yine bu hallerin birçoğunda, Bon Marte Arkadında olduğu gibi, üst katlar yine tüccarların ofisleri olarak işlev görmüştür. Bu dönemin diğer özgün mekanlarından bazıları ise 1878 tarihi Leeds'teki Londra Arkadı, 1901 tarihli Köln Arkadı. Çok amaçlı merkez özelliğinde olan bu büyük hallerdeki arkadlar ile alışveriş caddelerinin gelişim evresinde Rönesans dönemi kapalı yaya alanı modeli yaratılmıştır.

2.7. Çok Katlı Mağazalar ve "Department Store" Birimleri

Sanayi Devrimi sonrası Avrupa'da yaşanan birçok düşünsel ve teknolojik değişimlerin uzantısıyla toplumsal çevrede yeni yapılanmalar oluşmuş ve kent merkezinde birçok işlev yığılmaya başlamıştır. Zamanla kapalı pazaryerleri ve hallerin kentin her tabakasından nüfusa hizmet verir hale gelmesiyle bu durumdan rahatsızlık duyan aristokrat sınıfın istekleri doğrultusunda alışveriş mekanları yeni bir tanımlanma süreci içine girmiştir. Öncelikle İngiltere'de planlanarak yapılmış lüks ürün tüketiminin yapıldığı "department store" adı verilen çok katlı mağaza sistemine geçilmiştir.



Şekil 2.8. N.Y Broadway'de bir "Department store"

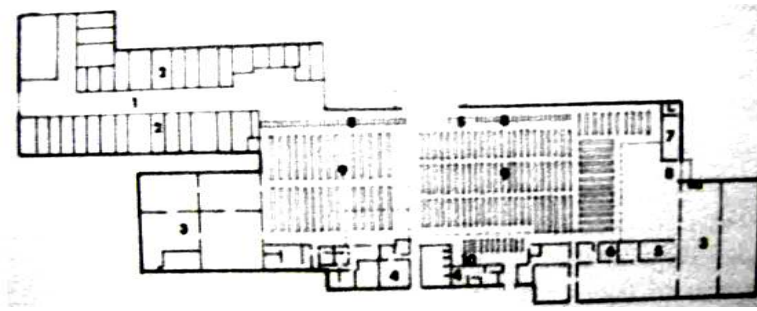
O dönemde mağaza kelimesinin ilk tanımı satış-servis-idare-depolama ve personel mekanları birbirinden ayrılmış fakat birbiriyle ilişkili bir kapalı alanda, en az 25 kişilik personeli bulunan çok katlı mağaza olarak belirlenmiştir. Avrupa'daki ilk department store 1852 yılında Bon Marché adıyla Boucicault isimli bir aristokrat tarafından yaptırılmıştır. 19.uncu Yüzyılın ilk yıllarında Avrupadan sonra Amerikan tarihinde de alışveriş mekanlarına farklı bir soluk getiren bu özel mağazacılık anlayışının ilk örnekleri Macy's ve Bloomingdale's olmuştur.

"Department store" tanımı zamanla, ülkelere göre değişkenlik göstererek rekreasyon, gıda ürünleri ve farklı firmaların şubelerini de içine alarak 10.000 –20 000 m² arasında kapalı alanları kapsamaya başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı kadar geçen süre içinde alışveriş mekanlarındaki tek gelişim birçok firmanın "chainstore" mağaza zincirleri kurarak farklı bölgelere yayılmasından ibarettir.

2.8. Hipermarket, Süpermarket ve Kent Dışı Alışveriş Merkezleri

Savaş yıllarından sonra kırsal yaşamdan kentsel yaşama hızlı bir geçişin yaşanmasıyla birlikte kent merkezinde birçok işlevin yığıldığı, arazi

fiyatlarının inanılmaz boyutlarda arttığı bu kaos döneminde alışveriş mekanlarında da yepyeni bir süreç başlamıştır. Teknolojik gelişmelere bağlı olarak motorlu taşıt kullanımının özendirilmesi sonucu uydu kent tasarımlarının tartışılmasıyla başta konut alanları olmak üzere birçok işlev yeni yerleşimlerde planlamaya başlamıştır. Böylelikle alışveriş mekanları da gerek park yeri, servis ve depolama kolaylıkları gerekse ucuz arazi fiyatlarıyla bir kez daha kentin dışına yönelmiştir.



Şekil 2.9. Carrefourre Hipermarketi, Marsilya,Fransa

Önceleri kent çıkışlarında ve otobanlar üzerinde tek tek kurulup, sonraları uydu kent yerleşimlerinde bu merkezlerin bir çekim noktası olarak odaklanmaya başlamışlardır. İnsanların gündelik yaşam tercihleri ve tüketim alışkanlıkları değiştikçe alışveriş mekanlarının bu düşeydeki hareketliliği yavaş yavaş kent dışında ve yatay aksta gelişim göstermiştir. Kent merkezindeki alışveriş eylemi ise sadece belli firmaların marka ürünlerini teşhir ettikleri bir butik mağazacılık sistemine dönüşmüştür.

Artık kapitalist toplumların yeni tüketim mekanları daha fazla ürünü daha büyük boyutlarda depolamayı ve daha ucuza satmayı hedefleyen hipermarket, süpermarket ve bölgesel alışveriş merkezleri gibi birçok sınıflama altında tasarlanmaktadır [3].

2.9. İkinci Bölümün Sonuçları

Antik Çağ'da ve ilk çağda Agoralar,Roma döneminde Forum, Ortaçağ'da Bedesten,Arasta ve Pazar yerleri, Ortaçağ'ın sonlarına doğru Mağazalar hem ticari hem kent nüfusunun toplanma mekanları olarak görülmektedir. 17.Yüzyıldan itibaren bu işlevin yerini, kentte artan nüfusla birlikte gelişen Haller ve Kapalı Çarşılar, Sanayi Devrimi sonrasında Çok Katlı Mağazalar ve Departman Store Birimlerinin aldığı görülmektedir.

1. Dünya savaşıdan sonra Hipermarket,Süpermarket ve Kent Dışı Alışveriş Merkezleri şeklinde gelişen Alışveriş merkezleri, günümüzde şehir dışındaki hangar tipinden, şehir içi kolay ulaşılabilir, ticaretle birlikte rekreasyon işlevini de içeren ve mimari çekiciliği olan binalar haline gelmiştir.

Günümüzde dünyadaki yaygın olan ekonomik sisteme bağlı olarak bu alışveriş merkezleri içinde satılan tüketim mallarıyla birlikte kendi mimari özellikleriyle de çekicilik ve çekim merkezi haline gelen binalar olmaktadır.

Bu bağlamda günümüz alışveriş merkezlerinin kent içindeki konumunu, kentliler tarafından algılanma ve hafızada kalabilme başarısını ölçmek amacıyla çeşitli mimari analizler yapıldığı görülmektedir. Bu bina tipinin mimari algı başarısının çözümlenmesiyle ilgili kent ölçeğinde ve tekil binanın mimari kompozisyonu bağlamında çözümleme yaklaşımları bulunmaktadır.

3. MİMARLIKTA GÖRSEL ÇÖZÜMLEME YAKLAŞIMLARI

Mimarlıkta görsel analiz yöntemlerini kentsel ölçekte ve bina ölçeğinde olmak üzere iki sınıf altında gruplanabilmektedir.

3.1. Kentsel Dizge Ölçeğinde Mimari Analiz Yaklaşımları

A. Başkaya'ya göre, davranışlarımızı yönlendirecek bilgi, ya direkt algı yoluyla ya da kişiler arası diyalogla, iletişimle kazanılır. İletişim; ortak davranış biçimleri veya yaşam biçimlerini temel alan ortak sembol-sistemlerine bağlıdır [4] .

Bu bağlamda kent imgesinin oluşumu Lynch'in ve Venturi'nin analiz yöntemleri ile açıklanacaktır. Daha sonra kent dizgesinin alt elemanları olan binaların biçimsel analizi ele alınacaktır.

3.1.1. Kevin Lynch' ten kent biçimleri üzerine analiz yöntemleri : Şehir imgesi ve onun elemanları

Lynch “her bir şehrin üst üste özel simgelerden meydana gelmiş bir imgesi veya önemli miktarda şehirli tarafından kabul edilen bir seri kent imgesi bulunmaktadır. Bu grup imgeler, bir bireyin kendi çevresiyle başarılı bir biçimde etkileşime girmesi ve hemcinsleriyle ortak hareket etmesi için gereklidir. Her bir bireysel imge kendine özeldir. Daha önceden hiç etkileşime girmemiş veya sık etkileşime girmiş içeriğiyle bu imgeler kendilerine has özellikler taşımaktadır” demektedir [5].

Lynch kitabında şehir imgesinin elemanlarını fiziksel formlar referans alınarak beş grupta sınıflandırılmaktadır. Bunlar :

3.1.2. Yollar

Gözlemcinin alışılmış, genellikle veya potansiyel olarak üzerinde hareket ettiği kanallardır. Bunlar sokaklar, yürüyüş yolları, transit hatlar, kanallar ve demir yolları olabilmektedir. Birçok insan için bunlar kendi imgelerinde baskın elemanlardır. İnsanlar şehri yollar üzerinde hareket ederken gözlemlemekte ve bu yollar üzerinde sıralanan diğer çevresel elemanlarla ve ilişki kurmaktadır (şekil 3.1.).



Şekil 3.1. Yol imajı

Birçok insan için yollar baskın şehir öğesidir. Şehri az bilenler topografyayı, geniş bölgeleri ve genel karakteristikleri ile şehri düşünmektedirler. Şehri iyi bilenler belli yolları ve bu yollarla ilişkileri düşünmektedirler ve küçük kent simgeleri (landmark) yollara ve semtlere göre daha önemli gibi görünmektedir.

Alışılmış taşımacılık sistemleri de yolların imgesini güçlendirmektedir. Trafik sıkışıklığı ve etrafta görünen yapılar yolun yapısını netleştirmektedir. Caddeler üzerindeki özel kullanım alanları da yol imajının oluşmasında etkili olmaktadır (tiyatro, alışveriş,yönetim gibi) .Yolların uzamsal karakterleri de imge oluşumunu güçlendirmektedir. Özel cephe karakterleri de yol kimliği için önemli bir unsurdur. Bir yol tarafından şehrin özel bir işlevine yakınlık önemli bir durum oluşturmaktadır.Böyle bir durumda yol bir “kenar” gibi davranır. Anayollar kimliğini kaybederse yada diğer yollarla karıştırılır duruma gelirse kent imgesi ve onun algılanmasında problemler yaşanmaktadır.

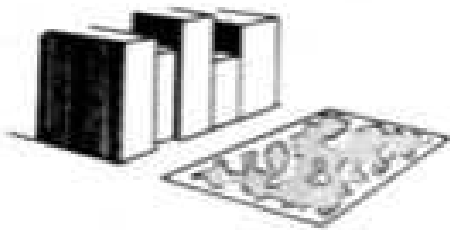
3.1.3. Kenarlar

Kenarlar doğrusal elemanlardır. Fakat gözlemleyici tarafından yollar gibi algılanmamakta ve kullanılmamaktadır. Bunlar iki seviye arasında sınır, süreklilikte doğrusal kırılmalardır (sahiller, demiryolu kesintileri, gelişmelerin kenarları ve duvarlar gibi). Bunlar koordinat akslarından ziyade yanal referanslardır.

Kenarlar; bariyerler, az veya çok içine girilebilir, bir bölgeye yakın diğerinden uzak veya birbiriyle birleşmiş veya ilişkili iki bölge üzerinde bir çizgi gibi görünür. Kenar elemanları birçok insan için yollar kadar baskın olmamasına rağmen, özellikle bir şehrin dış hatlarını belirleyen su birikintisi veya umumi alanların bir arada tutulması rolü gibi, yüzeyleri zihinde organize etmede önemli olmaktadır.

Kenarlar lineer elemanlardır. Genellikle iki alan arasındaki sınırdır. Geçiş hareketini engeller. Kenarın bölücü özelliği önemli olmaktadır. Devamlılık ve görünümlülüğün çok önemli olduğu durumlarda kuvvetli kenarların bölünmemesi gerekmektedir. Kenarlar, görünüşleri izole etmeyip gruplandırmaktadır (şekil 3.2.).

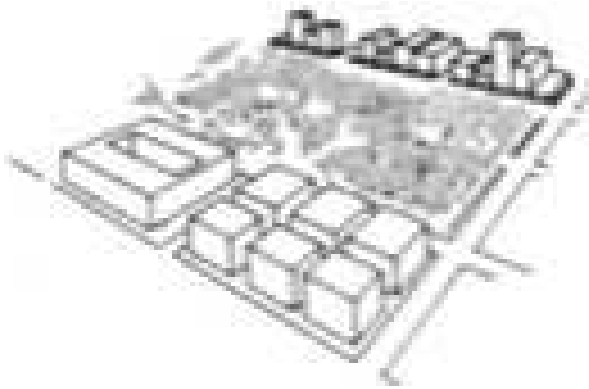
Kenarlar incelendiğinde genellikle yollar tarafından oluşturulduğu hatta yolun kendisi olduğu görünmektedir. Böyle bir durumda sıradan gözlemci yol üzerindeki hareketinden ayırlamamakta ve dönme imgesi baskın bir öge olarak görünmektedir.



Şekil 3.2. Kenar imajı

3.1.4. Semtler

Semtler genelde içine girildiğinde farklılığıyla ayırt edilebilir özellikte yerleşim birimleridir. Eğer semtler dışarıdan görülebilirse harici bir referans olarak ta kullanılmaktadırlar. Birçok insan kendi şehirlerini yolların veya semtlerin baskın eleman olmalarına bağlı olarak zihinlerinde inşa etmektedir(Şekil 3.3).

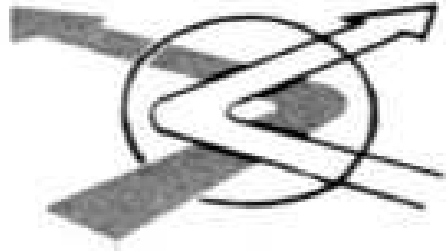


Şekil 3.3. Semt imajı

Semtler geniş şehir alanlarıdır. Gözlemci mantıksal olarak semtin içine girdiğini anlar. Bunu semtin ortak karakterleri sağlamaktadır. Semtleri tarif eden fiziksel karakterler, sonsuz bileşenleri içeren tematik devamlılıklardır. Bunlar; doku, boşluk, form, detay, sembol, bina tipi, kullanım, faaliyet, bölge sakinleri, bölge bakım derecesi ve topografyadır. Yoğunluk, cephe malzemeleri, süslemeler, ufuk çizgisi, pencere düzeni, gibi elemanlar büyük semtleri ayırt etmek için ipuçları olmaktadır. Gürültü ve karmaşa da semtleri ayırt etmek için bir ipucu olabilmektedir. Semtler çeşitli sınırlar tiplerine sahip olmaktadır. Bu sınır tiplerinden bazıları keskin, bazıları da yumuşak olabilmektedir.

3.1.5. Düğüm noktaları / Merkezler

Düğüm noktaları/merkezleri noktasal elemanlardır. Kentteki stratejik konumlar ve ulaşım akslarındaki yoğun odak noktalardır. Bu noktalar; kavşaklar, taşımacılıktaki mola yerleri, yolların kesişim yerleri yada yönelimleri, bir yapıdan diğ r bir yapıya geçiş yerleri olabilmektedir. Düğüm noktaları; kendi önemlerini, sokak/cadde köşesi veya etrafı kapalı karesel bir mekan gibi fiziksel özelliklerden yada çeşitli kullanım alanlarının ara kesişiminden alan yoğunlaşmış noktalardır (şekil3.4).



şekil 3.4. Düğüm noktası imajı

Düğüm noktaları; gözlemcinin girebildiği yol kesişimleri , bazı yapısal veya çevresel karakterlerin yoğunlaşması gibi stratejik odak noktalarından oluşmaktadır. Fakat konsept olarak şehir imgesinde küçük noktalar olarak algılanmaktadır. Genel anlamda şehri ulusal ve uluslararası bir düzeyde düşünürsek, şehir de bir düğüm noktası olarak algılanabilmektedir.

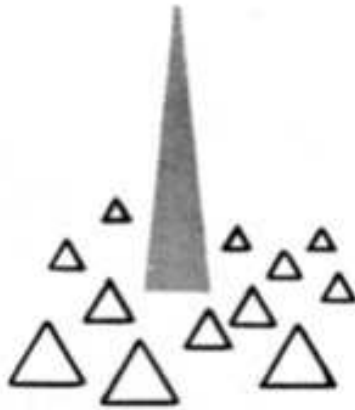
şehir gözlemcisi için kavşak ya da yolculuktaki bir mola yeri zorlayıcı bir etkiye sahiptir.    nk  hareket kararları kavşak noktalarında yapıldığından, insanlar böyle yerlerde dikkatlerini arttırmakta ve yakındaki elemanlar normal netliğinden daha fazla algılanmaktadır.

Büyük tren istasyonları şehir düğüm noktaları için her zaman önemlidir. Aynı şeyler havaalanları için de geçerli olmaktadır.

Sık karşılaşılan diğer bir çeşit düğüm noktası da “tematik düğüm noktası”dır. Tematik düğüm noktaları, alışveriş, eğlence, yönetim vs.. gibi aktivitelerin yoğunlaşması ile oluşmaktadır. Düğüm noktaları semtler gibi ya içe dönük yada dışa dönüktük olabilmektedir.

3.1.6. Kent Simgesi (Landmarks)

Kent simgeleri bir çeşit nokta referanslardır. Burada gözlemci bu referansların doğrudan içine girmez. Genellikle basitçe ifade edilebilen nesnelerdir (binalar, işaretler, mağazalar, veya bir dağ). Bazı kent simgeleri “uzaklık” simgeleridir, bunlar tipik olarak birçok açıdan ve mesafeden, küçük elemanların üzerinden görülebilirler ve açısal referans olarak kullanılmaktadırlar. Diğer kent simgeleri de “bölgeseldir (local)” , sadece sınırlı alanlardan ve belli amaçlar için görülebilmektedir. Bunlar sayısız işaretler , mağaza önleri, ağaçlar, kapı zilleri ve gözlemleyicin gördüğü şehir donatı detaylarıdır (Şekil 3.5.).



Şekil 3.5. Kent simgesi imajı

Bu fiziksel veriler bakış açısına ve gözlemciye göre değişmektedir. Araçtaki biri için otoban bir yolsa yaya için kenar olabilmektedir. Küçük bir şehir için bir merkezi alan bir bölge fakat bir metropoliten için bir düğüm noktası olabilmektedir ve bu elemanlar birbirlerine girift halde bulunurlar.

Kent simgeleri gözlemleyici için noktasal bir dış referans noktası olarak düşünülmektedir. Kent simgesi kent arka planına zıtlık ile olabilir (kirli bir şehirde temizlik gibi).

Uzamsal görünüm iki şekilde kent simgesi oluşturur.

1-Her yerden görülmesiyle.

2-Yanındaki elemanlarla zıtlık oluşturmalarıyla.

Yolda yönelme kararının verilmesi gereken bir kavşaktaki konumlanma landmark imgesini güçlendirir. Bir elemanla birleşmiş aktivite de onu kent simgesi yapabilir (opera,tiyatro vs..)

Tarihsel ve kültürel bileşenler de bir yapının kent simgesi olmasını sağlayabilir.

Yerel (local) kent simgeleri gözlemcinin ne kadar bunlara aşina olduğuna bağlıdır. Kokular ve sesler de görsel kent simgelerinin imajını kuvvetlendirebilmektedir.

Bir detayı diğerini hatırlatan ve anahtar detaylarıyla gözlemciyi belirli bir harekete yönlendiren bir dizi ardışık kent simgesi, insanların kentte standart bir güzergahta hareket etme izlenimini vermektedir.

3.1.7. Kent imgeleri arasındaki ilişkiler

Kent imgelerini oluşturan elemanlar birbirleri ile ilişki içerisindedir. Bazen birbirleriyle çatışmakta ve birbirlerinin etkilerini yok edebilmektedir.

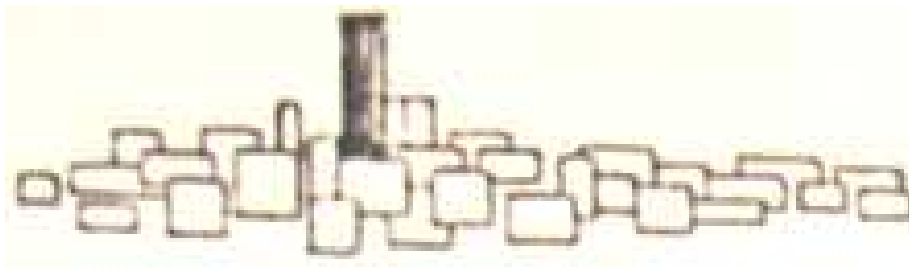
Büyük bir kent simgesi tabanını küçük bir alana ve cüce bir duruma dönüştürebilmekte yada uygun bir şekilde yerleştirilmiş kent simgesi, merkezi odak noktası haline getirmekte yada güçlendirmektedir.

Kenarları ve yollarıyla belirsiz bir karaktere sahip olan yol yada cadde, yakınındaki alanın görülmesini ve bu alana girişi sağlayamamaktadır. Bir kent simgesinin özelliği bulunduğu semtin karakterine çok yabancı olabilmektedir , böylece ya bölgesel devamlılığın çözülmesine yada zıtlığıyla bu devamlılığın yoğunlaşmasına neden olabilmektedir.

3.1.8. İmgenin Değişimi /Dönüşümü (Shifting Image)

Bütün çevrenin tek geniş bir imgesi yerine, az veya çok üst üste gelmiş ve bağlanmış imge dizgeleri bulunmaktadır. Bunlar tipik olarak hiyerarşik bir şekilde sıralanmaktadır. Böylece gözlemci, sokak seviyesinden komşuluk seviyesine, bir şehir yada metropoliten bölge seviyelerine, önemine göre hareket etmektedir. Seviyeler aracılığı ile olan bu sıralama geniş ve kompleks çevreler için gereklidir. Seviyeler arasındaki zayıf bağ gözlemciye ekstra organizasyon yükü yüklemektedir.

Eğer yüksek bir bina geniş şehir panoramasında tabanından itibaren fark edilmeden açık bir şekilde bütün olarak görülemiyorsa, iki farklı organizasyon seviyesindeki imgeleri bir araya getirme şansı kaybedilmiştir (Şekil 3.6.).

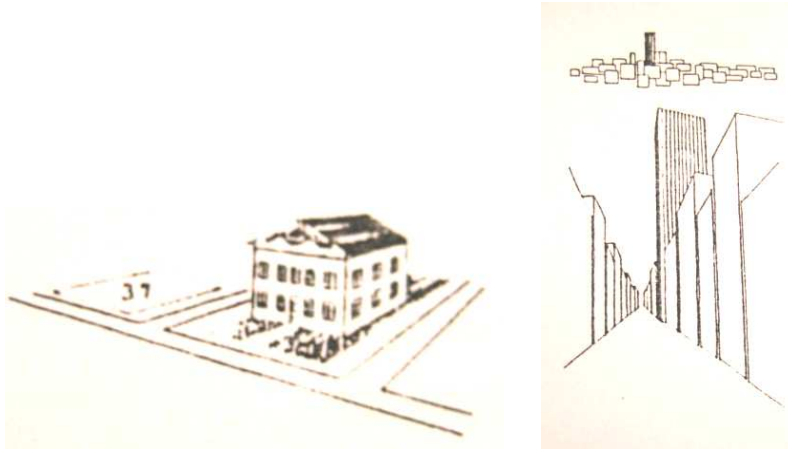


Şekil 3.6. Şehir panoramasında yüksek bina

3.1.9. İmgenin Niteliği

Bir elemanın imgesi ile gözlemci arasında, o elemanın bağıl yoğunluğuyla alakalı bir ilişki vardır. Bu ilişki, o elemanın gözlemcinin hafızasında hangi oranda saklandığına bağlı olmaktadır.

Bir sokakta her binanın kendi uzunluğuyla algılandığı yoğun, güçlü doku imgesi veya birkaç sokak tarafından sınırlandırılmış eski sıradan bir binanın zayıf imgesi örnek olarak verilebilir (Şekil 3.7.).



Şekil 3.7. Zayıf eski bina imgesi ile her binanın yüksekliği ile algılandığı yoğun güçlü imge

Diğer bir ayırımda somut ve canlı imgelerle; soyut, genelleştirilmiş ve algısal içeriğinde boşluk olan imgeler arasında yapılabilmektedir.

Örnek olarak bir binanın hafızadaki resmi; detayı, rengi, biçimi, yüzey kaplamasıyla canlı bir şekilde somut olabildiği gibi, sıradan bir restoran yada köşeden sonra üçüncü bina gibi bir tarifle soyut bir imaj da olabilir.

3.2. Kent Ölçeğinde Analiz Bağlamında Robert Venturi'nin Las Vegas Çözümlemesi

20. yüzyılın ortalarında Modernizm'in artık pek çok kimse için ilgi çekici olmadığı bir dönemde, tipik Amerikan kent yapılanmasını "açıklamak" üzere,

ticari “bulvar”, otoyol mimarlığı: “Pop mimarlık” adı altında ortaya atılmıştır. Popüler / Postmodern durumun bir getirisi olarak görülen anlatısal, figüratif, ikonografik yüzey elemanlarının kullanımıyla monotonlaş/tırıl/mış kent bulvarı (the strip) kaotik bir yapı barındırmaktadır. Venturi’ler Las Vegas kentinde var olan bu popüler durumu 1960’larda değerlendirmişlerdir.

Postmodernizmin aşırı şimdiki zamana, anlık olana yönelimi ve geçmişi silen, sadece şimdilerden oluşan dünyası içinde mekan, anlık gösterimler ve farklılaşan senaryolarla deneyimlenmektedir [4].

3.2.1. Reklam panoları

Geleneksel, ticari, yerel mimarlığın bir geçerliliği olarak benimsenmektedir (Resim 3.1.-3.2.).



Resim 3.1. Las Vegas Reklam tabelası



Resim 3.2. Las Vegas reklam tabelaları

3.2.2. Piazza mekanı (meydan)

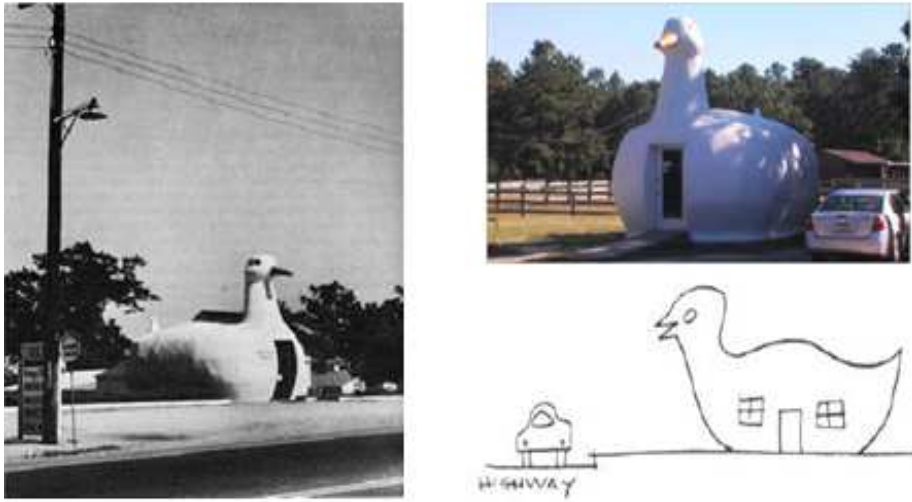
Kapalı mekan ustalıkla kullanımı en kolay olanıdır. Modern mimarlık kuramcıları mekanı kutsal olarak kabul etmektedir. Verilmek istenen mesaj mimarlık aracılığıyla verilmeye çalışılır. Sanat objeleri mekana anlam vermek için kullanılmaktadır. Fakat Las Vegas'ta meydanlara yoğun olarak reklam panoları yerleştirilerek, işaretler mekana hükmetmektedir (Resim 3.3).



Resim 3.3. Las Vegas işaretler sisteminin mekana hükmetmesi

3.2.3.Simge

İkna etmeye yönelik , popüler ticari sanatın dayandığı ikonoloji geleneğidir. Yol kenarındaki tabelaların oluşturduğu temsili mimarlık değerleri, zihinsel algıda kalıcılığa örnek olarak gösterilebilir (Resim 3.4.).



Resim 3.4. Ördek biçiminde yapı

3.2.4.Biçem'in öncesinde simge : İletişim sistemi olarak Las Vegas

Las Vegas Strip üzerinde 3 tür ileti sistemi bulunmaktadır.

1-Resimsel Sistem : En çok kullanılan resimsel sistem olarak tabelalar ve reklam panoları kullanılmaktadır (Resim 3.5).



Resim 3.5. Resimsel sistem olarak tabela

2-Fizyonomik Sistem: Yapı cephesi ve şekli de kullanıcı ile iletişim sistemi olarak kullanılabilir (Resim 3.6).



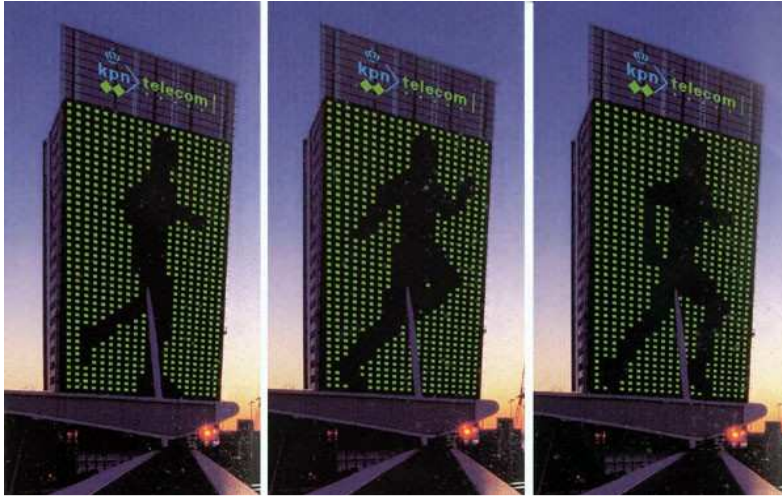
Resim 3.6. Fizyonomik sistem olarak yapı cephesi ve şekli

3-Konumsal Sistem : Yapı bulunduğu konum aracılığıyla önem kazanmaktadır. Servis istasyonlarının kavşakların önünde olması buna örnek olarak (Resim 3.7.).



Resim 3.7. Konumsal sistem olarak benzin ve servis istasyonları

Bazen bu ileti sistemleri birleşmektedir. Gazinonun ön cephesi tabelaya dönmekte yada yapının biçimi ismini yansıtırken tabelası da buna karşılık yapının biçimini almaktadır. “Tabela mı yapının kendisidir yoksa yapı mı tabelanın kendisidir” sorusu akla gelmektedir (Resim 3.8.) .



Resim 3.8. Ön cephesi tabelaya dönen bina

3.2.5. Mekan karşıtı mimarlık

Venturi'ye göre mekanın üzerinde yer alan ve onu bastıran bir “iletişim mimarlığı”dır. İletişim mimarlığın ve kent manzarasının bir ögesi olarak mekana hükmetmektedir. Bütün bunlar manzarada yeni bir ölçek yaratmaya yöneliktir.

Yaya ölçeğinde tabelaların mekana hükmetmesi büyük hava alanlarında görülmektedir. Burada strüktür, biçim, ışık üçlüsünden oluşan yalın mimarlıktan öte karmaşık bir program söz konusudur ve iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmaktadır (Resim 3.9.).



Resim 3.9 Tabelaların mekana hükmetmesi

3.2.6. İkna mimarlığı

Venturi için tabelalar bir ikna aracıdır. Yapının önünde bulunan açık otopark bir simge olarak insanları ikna etme amacını gütmektedir (Resim 3.10.).



Resim 3.10. İkona etmeye yönelik tabelaya dönüşen cephe

3.2.7. Geçmişin geleneğinde ve büyük mağazalarda geniş mekan

Venturi Las Vegas'ın öğrettikleri kitabında Versailles Sarayı (resim 3.11.) ve alışveriş merkezi eşleştirmesini yapmaktadır. Alışveriş merkezinin önündeki devasa boşluğun otoyol tabelaları ile anlam kazandığını söylemektedir.

Bunlar birkaç saniye içerisinde çok uzaktan, yüzlerce çağrışım aracılığıyla bir takım karmaşık anlamlar ileterek mekanda sözlü ve simgesel bir iletişim kurmaktadır. Simgeler mekana hükmeder. Burada sadece mimarlık yeterli değildir. Çünkü mekansal ilişkiler biçimlerden ziyade simgelerle sağlanmıştır; bu durumda mimarlık, mekandaki biçimden mekandaki simgeye dönüşmektedir.

Mağazaların ön yüzü yapıdan daha büyüktür böylece hem yapının önemi hem de caddenin önemi arttırılmış olmaktadır (resim 3.12).



Resim 3.11. Versailles Sarayı



Resim 3.12. Ön cephesiyle önem kazanan yapı

3.2.8. Venturi'nin Modern-Postmodern mimarlık karşılaştırılması

Venturi, “süslenmiş hangar” ve “ ördek” kavramlarıyla modern ve post modern mimarlık uygulamalarının karşılaştırılmalarını yapmaktadır.

“Düzensiz kent gelişmesinde mekan, geleneksel kentlerde olduğu gibi etrafı kapalı ve yönlendirilmiş değildir. Tam tersine uzayda etrafı açık ve kesinleştirilmemiş bir mekandır. Bu mekanı tanımlayan öğeler iki boyutlu veya yontusal simgeler, grafikler veya temsili olan karmaşık görüntülerdir. Simge olarak görev yapan tabelalar ve yapılar, konumları ve yöntemleriyle mekanı tanımlar, elektrik direkleri, yol ve park yeri çizgileri aracılığıyla da mekan daha fazla tanımlanıp yönlendirilmektedir.



Resim 3.13. Reklam tabelaları ve göstergelerle tanımlanmış mekan

Çirkin ve sıradan mimarlık ile süslenmiş hangar, düzensiz gelişmekte olan kente magastrüktürden daha yakın durumdadır.

Las Vegas'ı incelerken arabayla yüksek hızlı geçilen manzaralarda. Yalın mimari mekanın inceliklerinin tadına varılmadığı belirtilmektedir. Bunun

sonucu olarak da dış mekanda simge biçime karşı zafer kazanmaktadır. Düzensiz gelişen kentin simgeselliği konut mimarlığında da bulunmaktadır.



Resim 3.14. Simgesel özellikler taşıyan yapılar

Mimarlığın sıradan olması veya alışıl gelmiş olması iki şekilde ortaya çıkabilir : inşa yöntemi veya görüntüsü açısından yani yapım süreci veya simgesel değeri açısından. Alışıla gelmiş yöntemler inşa etmek demek inşaat sanayinin o andaki örgütlenmesini ve ekonomik yapısını kabullenip hızlı, akılcı ve ekonomik bir inşaatı gerçekleştirmek demektir. Bu da alışıl gelmiş malzeme ve mühendislik yöntemlerinin kullanılmasını gerektirir. Kısa vadede böyle bir çözüm iyidir, zaten müşterinin de mimar olarak bizi seçiş nedeni de budur. Kısa vadeye yönelik üretilen mimari kuramlar, fırsatçılığın idealize edilip genelleştirilmesinden yana olurlar.

“Uzun vadeyi gözeten mimarlığın ise uyarlamadan çok yaratıcılığa, ileri teknolojiye ve karmaşık bir örgütlenmeye yer vermesi gerekir. Böyle bir çalışma, mimari bir büroda gerçekleştirilebilecek sağlam bir araştırmaya dayanır fakat parasal açıdan büro dışında bir kaynak tarafından desteklenmesi gerekir, çünkü müşterinin parası hem araştırmaya yönelik bir çalışmaya yeterli değildir, hem de zaten onun böyle bir amacı yoktur.

Mimarlar görmezlikten gelmeye çalışsalar bile mimari sorunların çoğu uygulama ile ilgilidir ve mimarlar toplumsal sorunların içine daldıkları ölçüde, bu durum daha önem kazanır. Mimar, bütün dünya onun düşüldüküsel yapıtının inşa edilmesini bekliyor sanmamalıdır, aslında da mimarlığın ilgi alanı, ne olması gerektiği değil, şu anda var olandır ve var olanın geliştirilmesini katkıda bulunmanın yollarını aramaktadır. Bu mimarlar için Modern akımın kabul etmek istediğinden daha alçak gönüllü bir görevdir; bununla birlikte, sanatsal açıdan daha umut vericidir.”

3.3. Üçüncü Bölümün Sonuçları

Bu tez bağlamında alışveriş merkezleri bina tipinde çözümlemeler amaçlanmakla birlikte, 1960'lı yıllarda Kevin Lynch ve Robert Venturi tarafından yapıldığı bilinmekte olan, herhangi bir mimari ürünün kentsel kullanıcı tarafından kent dizgesi içerisinde görsel algı ve hafızada kalabilirliğini de amaçlayan kentsel çözümlemeler değerlendirilmiştir .

Kevin Lynch Modernizm'in analitik düşünme sistemi içerisinde kent ve kent elemanlarını değerlendirmiştir. Robert Venturi ise Postmodernizm'in anlık ve modayı takip eden yaklaşımlarını analiz ederek yapıların çevreye verdiği mesajı bulmaya çalışmıştır.

Kevin Lynch ve Robert Venturinin analiz yöntemleri, insan algı ve idrakine bağlı analizler ve kullanıcı bağlamında zihinsel kalıcılık etkisini ölçme amaçlı referans kaynaklar olarak kabul edilmektedir.

Bu analiz başlıkları bağlamında Ankara'daki son dönem alışveriş merkezlerinin gerek kent ölçeği bağlamında, gerekse tekil binanın dış mimari özelliklerinin çözümlenerek başarısının değerlendirilmesi bu tezin amacını oluşturmaktadır.

Bu nedenle alışveriş merkezlerinin kentsel imgesine ek olarak , tekil mimari kompozisyonlarını çözümlmek amaçlı yaklaşımlara bakmak gerekli olmaktadır.

4. MİMARLIKTA BİNA ÖLÇEĞİNDE GÖRSEL ANALİZ YÖNTEMLERİ

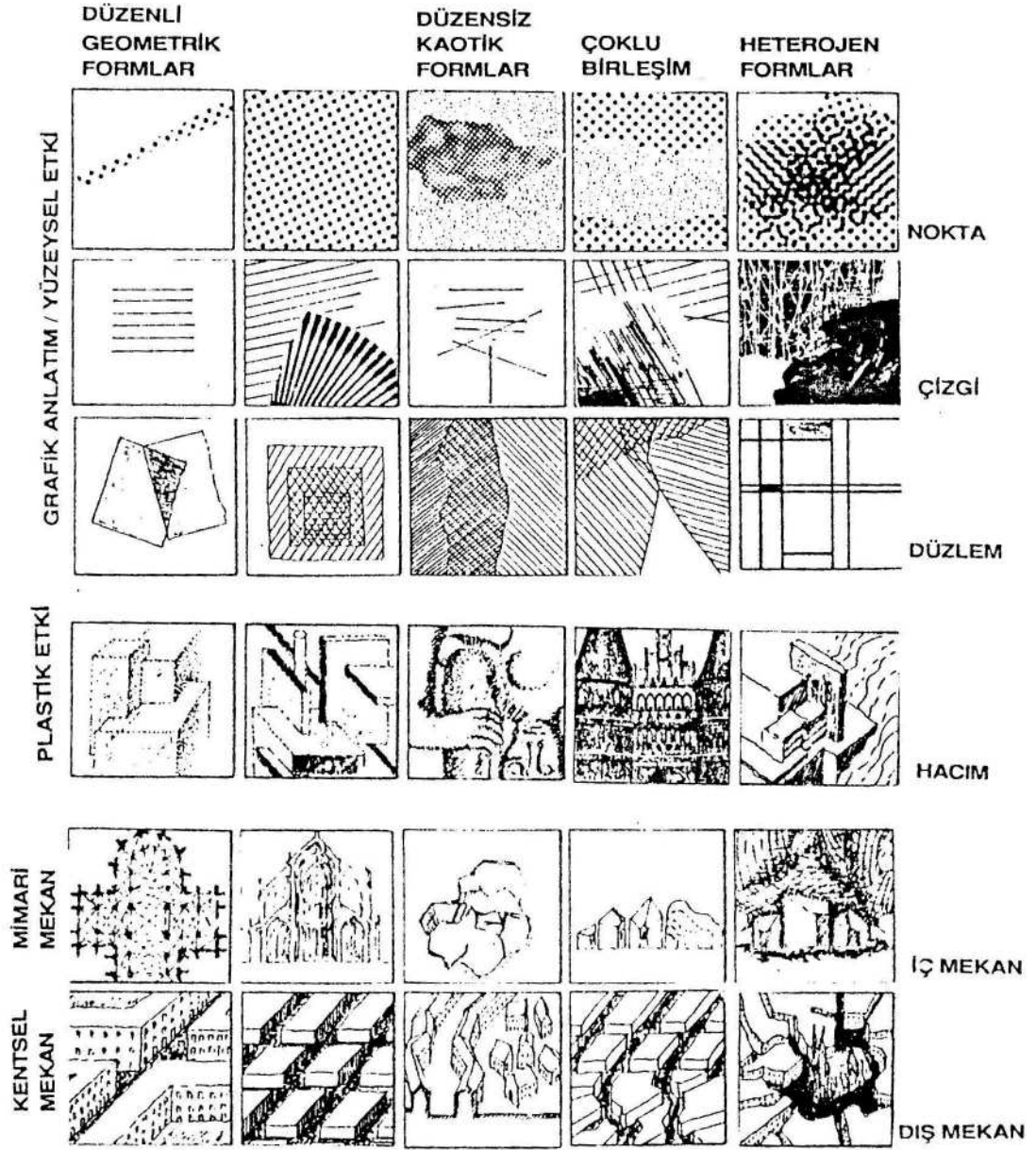
S.Aydınlı'ya göre [7] Mimarlık sanatının kavramsal öğeleri olan nokta, çizgi, yüzey ve hacim; renk, doku ve biçim gibi görsel öğelerle anlam kazanır. Mimari formun geometrik özelliklerinden kaynaklanan bir dizi görsel etki, bu öğelere ve bunların bir araya gelmesine esas olan ilkelere göre analiz edilir. Parçaları arasında dinamik bağlar olan anlamlı bir bütün olarak ifade edilen Gestalt psikolojisi kavramı, görsel etkiyi güçlendiren ilkelerin temelini oluşturmaktadır. Parça-bütün ilişkisi içinde irdelenen hacimsel ve yüzeysel (görsel) etki; ölçek ve oran, birlik, bütünlük, görsel ritim, devamlılık, görsel denge, geometrik kurgu, hacimsel devinim, uygunluk, birlik içinde çeşitlilik gibi ilkelere göre analiz edilebilmektedir.

Mimarlıkta görsel analiz, çevre ölçeğinde görsel etkinin irdelenmesine veya bina ölçeğinde geometrik kurgunun mekansal etkisini anlamaya yönelik amaçlar doğrultusunda gerçekleşmektedir. (S.Aydinli 1992)

Sanatsal ve işlevsel bir organizasyon sorunu olan mimarlıkta mekan-form analizinde, işlevsel formun bulunması, uyarıcı olarak etkinlik kazanması, görsel tatmin sağlaması ve belirli bir simgesel değeri oluşturması gibi amaçlar farklı yaklaşımları ortaya çıkartmıştır.

4.1. Mekansal Etki Analizi

Mekansal etki yaratma endişesi içinde olan mimar, bir heykeltıraş gibi form ve kütle ile; bir ressam gibi renk ve oranla çalışır. Ancak bunların dışında mimari, insanı hedef alan işlevsel sanattır (S.Aydınlı). R.Krier'e göre, iç mekan etkisi ve dıştan algılanan mekan- form etkisinin yaratılmasında bir mimarın başvurduğu kompozisyon öğeleri ve bunların biçimsel değişimleri aşağıdaki tabloda gösterilmektedir [7-8].



Şekil 4.1. Mekansal etki yaratan kompozisyon öğeleri
(Krier,1988,S.Aydınlı 1992)

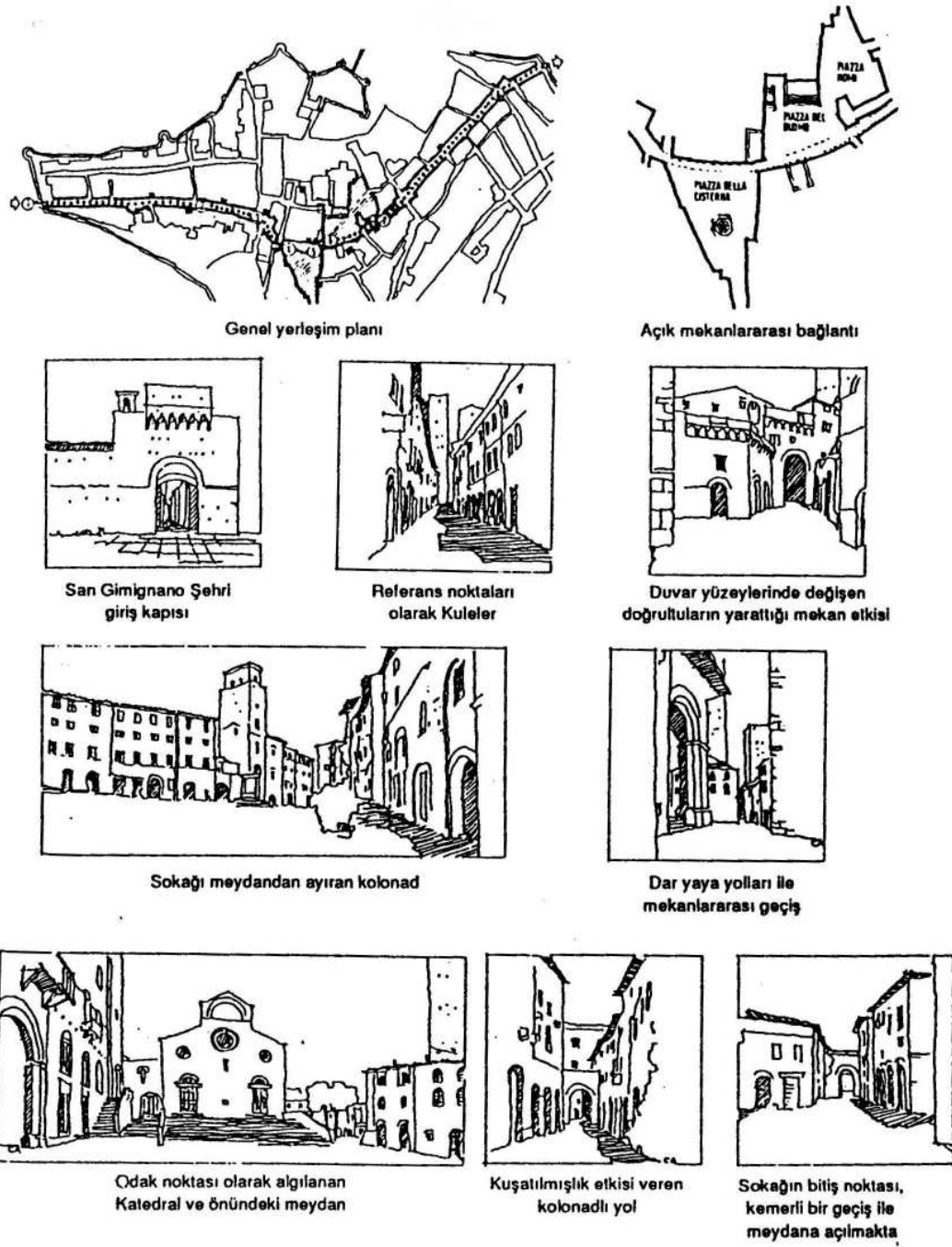
4.2. Çevre Ölçeğinde Görsel Etki Analizi

S.Aydınlı'ya göre, çevre olgusu son derece geniş anlamları olan, çok sayıda kavramla tanımlanmaktadır.[7] Görsel etkinlik olgusu bağlamında çevre, zaman ve mekan boyutları içinde insanın yer aldığı ilişkiler, etkileşimler ve ortamlar bütünü olarak açıklanabilir.

Görsel çevre, fiziksel ve kültürel bileşenlerden meydana gelir. Kültürel çevre, sosyo-kültürel yapıdan kaynaklanan sembollerle anlam kazanır ve kendine özgü bir biçimsel karakteri yansıtan kimlik duygusuna sahiptir. Çevre ölçeğinde analiz yaparken, anlam taşıyan ve kimlik veren öğelerin de biçimlenmeye katkısı irdelenmelidir.

Çevre ölçeğinde görsel etki, mekansal bileşenler ve yüzeysel bileşenlerin çeşitli şekillerde bir araya geliş ilkeleri sonucu gerçekleşmektedir. Algısal güç, kuvvetler dengesi içinde devinim yarattığında ve bir enerji açığa çıkardığında, çevrenin yapma ve doğal bileşenlerinin organizasyonu, olumlu bir görsel etki yaratmaktadır.

Görsel çevre analizinde kentsel doku kavramı, farklı mekansal etki ve imaj yaratan bir karakteri açıkladığından, çok sık kullanılır. Kentsel doku, geometrik olarak çeşitli şekillerde bir araya gelen yapılar ve bunların sınırlandırdığı boşluklar, sokaklar, meydanlar ve avlular gibi açık mekanlardan oluşur. Krier, kent içindeki bölgesel doku farklılığının, topografya, kültürel değerlere göre farklılaşan yaşam biçimi, yoğunluk ve farklı kullanım amaçlarına yönelik değerlerden kaynaklandığını vurgulamakta; ortaya çıkan dokusal karakterin de o yerin kimliğini ortaya koyduğunu belirtmektedir [8].

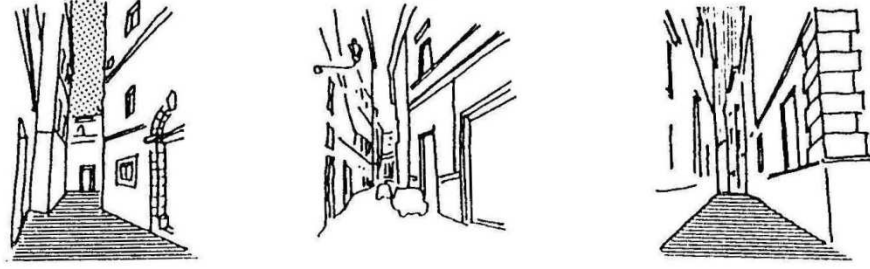


Şekil 4.2. San Gimignano'nun mekansal etki analizi
(Joedicke [11] 1985,S.Aydınlı 1992)

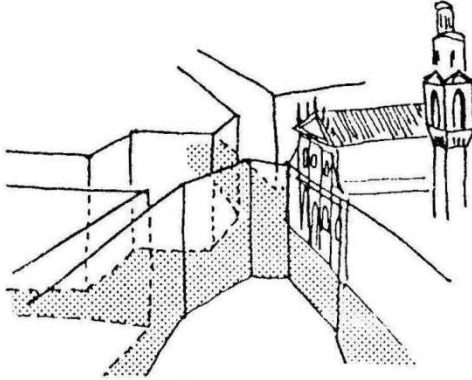
Mekansal etkinin analizi yapılırken, sokak dokusunun da insan ölçeğinde nasıl algılandığı önem kazanmaktadır. Sokağı sınırlandıran duvarların düşeyde oluşturduğu dokusal karakter ve sokak döşemesinde yatayda

yaratılan dokusal etki bir bütün olarak o sokağın mekansal etkisini belirlemektedir.

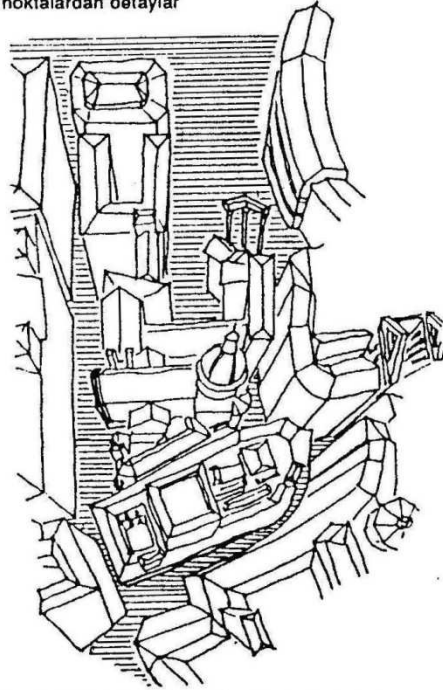
Bina yüzeylerini belirleyen özelliklerin görsel etkileri, oran/ölçek, denge, ritim, birlik, bütünlük ve birlik içinde çeşitlilik kavramlarıyla analiz edilmelidir. Bu kavramları yansıtan bina yüzeyleri ve sokak döşemesine ilişkin yüzeysel etkiler bir geştalt oluşturarak total mekan etkisi yaratır. Ayrıca doğal çevre bileşenleri de yapay çevrenin algılanan etkinliğini bir bütün olarak etkiler. Kısaca özetlersek yapay çevrenin görsel etki analizi, çevresel konum organizasyonu, kütleli devinim ve cephe kompozisyonu bağlamında yapılmalıdır.



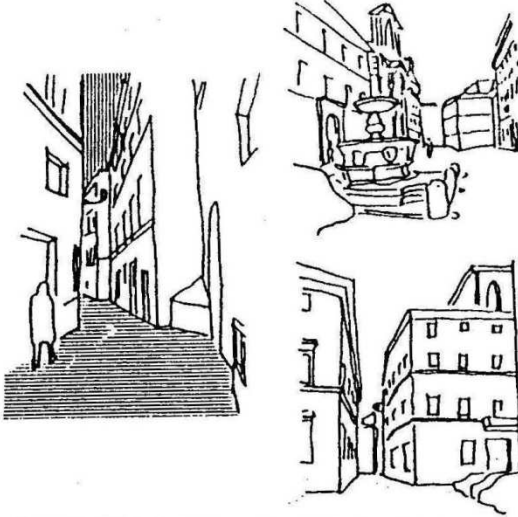
Meydanın kimliğini oluşturan çeşitli noktalardan detaylar



Kentsel mekânı oluşturan duvar yüzeylerinin soyutlanmış çizimi, o çevrenin geometrik kurgusunu mekansal etki yaratan gücünü açıklamaktadır



Doluluk-boşluk etkisi, açık mekanların farklı geometrisi sonucu devinim yaratmakta...



Meydanın kimliğini oluşturan çeşitli noktalardan detaylar

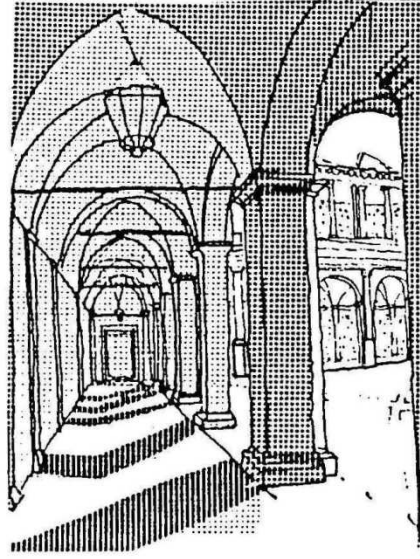


Yerleşim ölçeğinde kentsel doku analizi

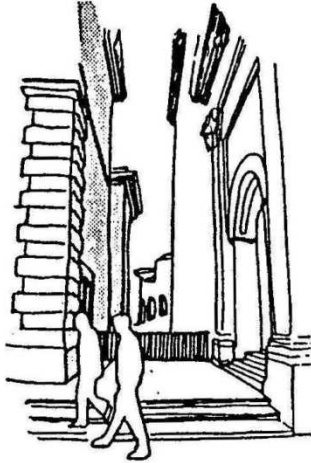
Şekil 4.3. Campitelli Meydanının görsel çevre analizi
(Facilia,1979,S.Aydınlı 1992)



Mekan karakterini belirleyen yüzeylerin organizasyonu, düşeyde oluşan duvar dokusu ve yatayda oluşan sokak dokusu ile birarada gerçekleşir.



Yüzeysel ve çizgisel öğelerin yarattığı Doluluk-boşluk etkisi gölge ve ışık oyunları ile güçlenmektedir.



Şehir mekanlarında insan ölçeğinde algılanan kuşatılmışlık duygusu mekansal etkiyi güçlendirmektedir.



Sokağı oluşturan binaların cephe kompozisyonu doluluk boşluk oranları, mekanın dokusal karakterini belirler; ritmik hareket etkisi yaratır.



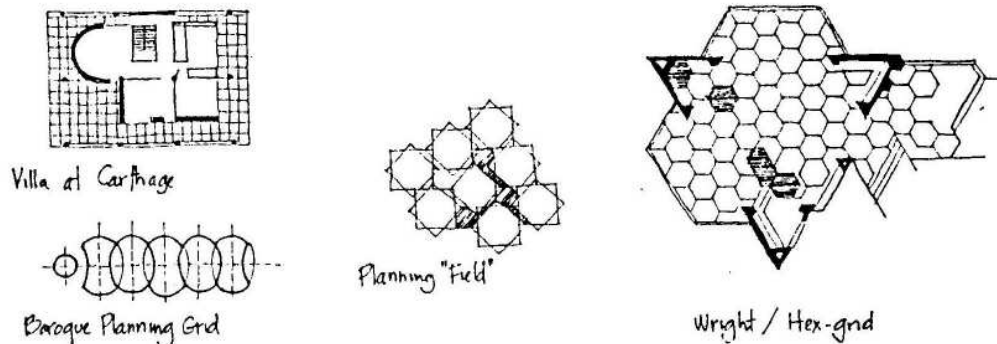
Dairesel mekan etkisini güçlendiren kütleli devrim ve cephe kompozisyonu, çevresel konum organizasyonu ile anlam kazanmaktadır.

Şekil 4.4. Görsel çevre analizi ve algılanan ölçekte mekansal etkinin irdelemesi (S.Aydınlı.1992)

4.3. Bina Ölçeğinde Geometrik Kurgu Analizi

Geometrik özelliklere sahip bina formu, merkezi veya doğrusal olabilir; bir kütle, hacim ve yüzey olarak ve bütün bunların birleşmesiyle oluşan bir bütün olarak algılanabilir. Bina formunun görsel analizi, genel olarak, mekansal kurguyu açıklayan ızgara sisteminin saptanması, cephe ve plan üzerinde temel etkiyi yansıtan çizgilerin veya yüzeylerin ortaya çıkartılması, ızgara sisteminin alt bölünmelerini ifade eden parçaların birbirleriyle ve bütün ilişkisini kuran oran sisteminin kurulması ile gerçekleşir.

Le Corbusier tarafından geliştirilen plan şemalarının üç boyutlu dik açılı ızgara sistemi içinde kontrol edildiği ve dairesel yüzeylerin bu ızgara sistemine karşı gerildiği, Peter Cari tarafından yapılan analiz çalışmalarıyla ortaya konmuştur. Bireysel üslubuna kimlik kazandırmak için Le Corbusier'in, bağlamsal bir araç olarak ızgara sistemini kullanması ve ardışık mekansal hareketlerin yapısını saptaması açısından bu analiz önemlidir. Onsekizinci yüzyıl barok kilise planında da iç içe geçen dairesel ızgara sistemi plan şemasının geliştirilmesinde kullanılmıştır. Walter Netsch, birbirine 45°'lik açı yapan iki kare ızgara sisteme dayanan bir plan şeması geliştirmiş; Wright ise altıgen ızgara sistemini tercih etmiştir (Şekil 4.5.).

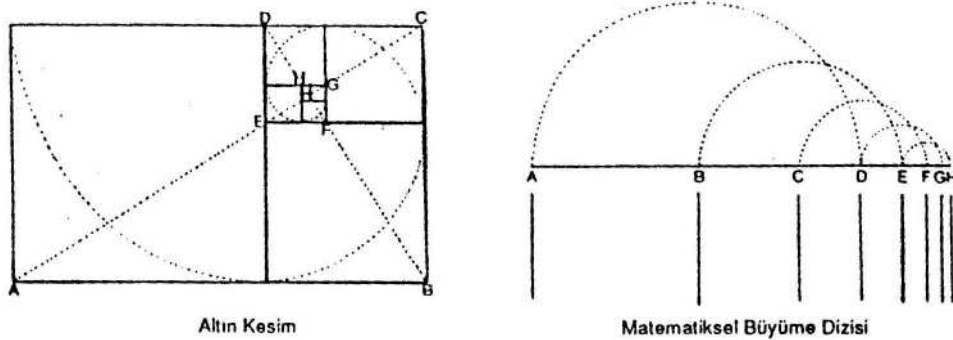


Şekil 4.5. Izgara düzenleri (Aydınlı.1992)

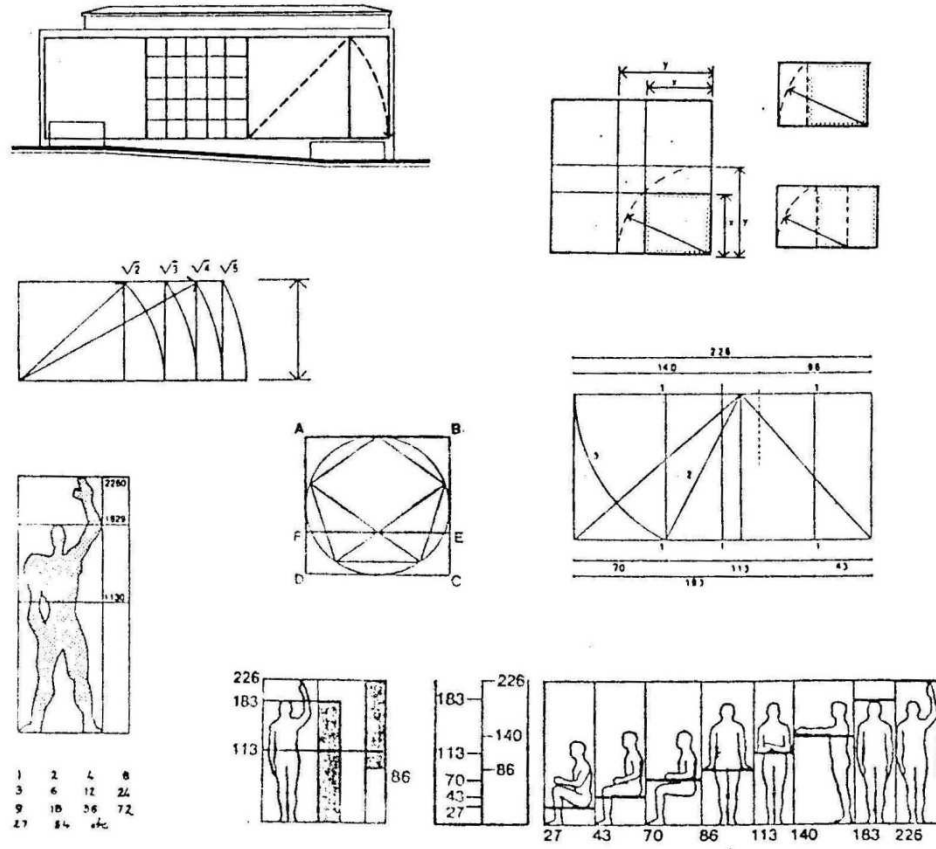
4.4. Mimarlıkta Ölçek / Oran Analizi

Mimarlık eleştirisinin en çok kullanılan sözcüklerinden ikisi, Ölçü ve Oran'dır. Bunun bir nedeni bu kavramların daha kolay tanımlanabilmesidir [10]. Oran kavramı, mimarlıkta ritim duygusuyla oluşturulan düzen kavramıyla ilişkilidir. Bir oran ilişkisi içinde yaratılan ritim, basit olarak a.b.a.b.a. yan yana gelme düzeni olabilir. Bina biçimlerine, oranlarına, ölçülerine ve ritimlerine karşı insanda oluşan tepki, estetik tavır, tasarımcıların ilgi odağı olmuştur. 2:3, 4:5 veya 5:8 gibi basit oranların statik, durağan etki veren kompozisyonlar oluşturduğu; oysaki 2:3:5:8:13 gibi oranların dinamik ve daha ilgi çekici bir etki yarattığı bilinmektedir, öğeler arasında ideal bir düzen duyarlılığı, çeşitli oran teorileri ve kavramları ile açıklanabilmektedir. Kısaca özetlersek oran, parçaların bütünle ve birbirleriyle olan ölçü ilişkisini açıklar.

Görsel kompozisyonda kullanılan, parça ve bütün arasında veya parçaların birbirleriyle görsel ilişkisini kuran, sayısal karşılaştırmaya yönelik birçok oran sistemi, mimarlıkta analiz çalışmalarında da kullanılmaktadır. Oran sistemleri arasında en çok kullanılanı, "Altın Kesim", Fibonacci dizisi ve Le Corbusier'in "Modular" sistemidir.

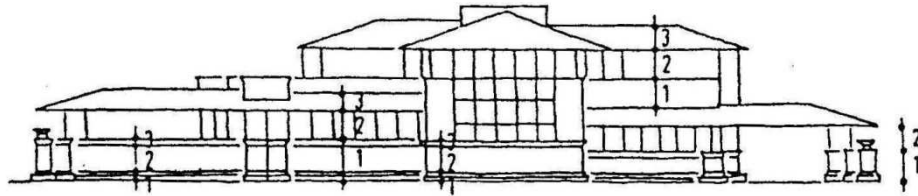


Şekil 4.6 Altın oran



Şekil 4.7 Modüler (Le corbusier)

Frank Lloyd Wright'ın Ward Willits Evi'nin form analizi: düşey bölünme ve yatay bölünmeler arasında oransal ilişkinin ve görsel dengenin soyutlanarak ifadesi Şekil 4.8. 'de görülmektedir



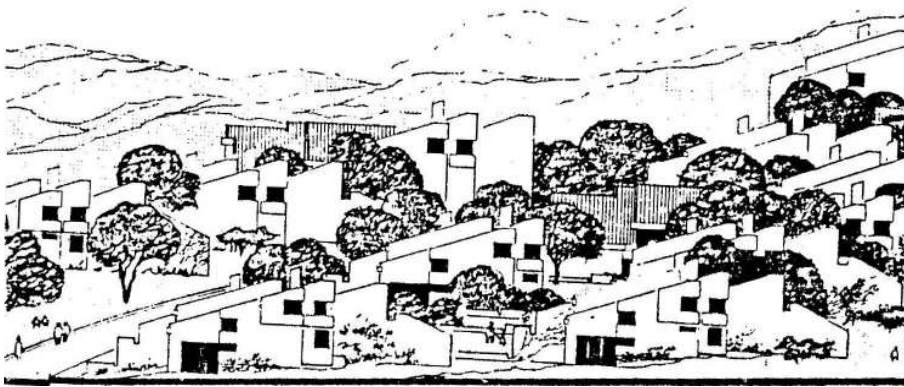
Şekil 4.8. Ward Willis Evi (Aydınlı, 1992)

4.5. Mimarlıkta Ritmi Yakalamak

Aydınlı'ya göre; mimarlıkta ritim duygusu, mekanda, ölçekte, dokuda ve renkte etkin olarak ifade edilebilen bir örüntüyü açıklar. Mimarlıkta ritmin algılanan etkinliği ise soluk alma, yürüme gibi insan ritmine, mevsimlerin ardışık ritmi gibi doğal ilişkilere dayanmaktadır.

Ritim ve oran duygusundan dolayı müzik ve mimarlık kardeş sanattır. Müzikte nasıl telin inceliğini, ya da bas davulun ağırlığını duyabilirsiniz, mimarlıkta da hafif malzeme ile ağır malzemenin oluşturduğu ağır ve hafif kompozisyonları hissedebilirsiniz. Müzikal analogideki işi arkitektonik araçlarla yapmak, mekansal orkestrasyon gerçekleştirmek mümkündür (Şekil 4.9.).

Müzik işitsel ritim sergilerken, mimari görsel ritim ortaya koymaktadır. Görsel ritmi yakalama, aynen notalar veya vuruşlar arasındaki aralıklarla yaratılan kompozisyonda olduğu gibi, bütünü oluşturan birimlerin, öğelerin, ardışık düzenlenmesi ile gerçekleşir. Doluluk boşluk oranlarının, çatı eğimlerinin veya geometrik düzenin belirli aralıklarla tekrarı görsel ritim karakteri yaratır.

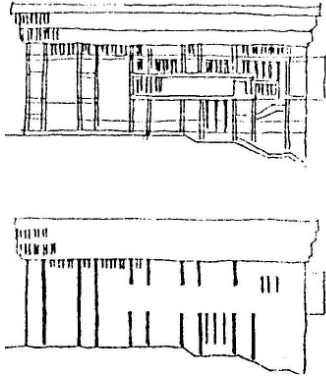


Şekil 4.9. Görsel Ritim Karakteri (Aydınlı, 1992)

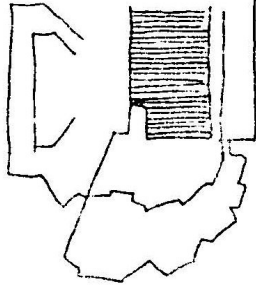
Yaratılan ritmik hareket, devinim ve enerji duygusu verir. Bina kabuğu, içten ve dıştan gelen ilişkilerin anlatımını güçlendiren dinamik kuvvetler arasında

etkileşimli bir zar işlevi görür. Bu denge duyarlılığı ve varlığındaki açıklık, netlik, ritim algılamasının ve amacının deklarasyonunu yaratır ki bu da mimarlık sanatıdır. İzleyicide devinim, imaj yaratan, canlılık uyandıran ve sarsan mimarlık, şiirsel bir boyut taşır. Bu, mimarlığın olgusal yanını açıklamaktadır.

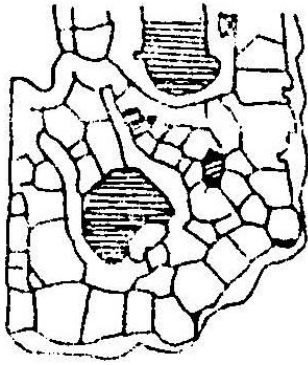
Aralık biçimleri veya birim ölçüleri ile farklılık gösteren; hızlanan, hız kesen, yavaşlayan değişik ritimler vardır. "STAKATO RİTMİ", aralıklar ve birimler arasındaki açık, net bir farklılıkla oluşturulmaktadır; Örneğin bir sağır duvar üzerindeki düşey pencere boşluklarının oluşturduğu kesik zıtlık etkisi, bu tür bir ritim duygusu vermektedir (Şekil 4.10). "LEGATO RİTİM" ise daha yumuşaktır, aralıklar ve birimler arasında daha usta, ince geçişlerle oluşturulmaktadır (Şekil 4.11.). Gaudi'nin eğrisel, organik mimarisinde, Aalto'nun Wolfsburg Merkezi'nde olduğu gibi hızlanan ve hız kesen, yavaşlayan ritimler devamlılık, süreklilik duygusunu güçlendirmektedir (Şekil 4.12).



Şekil 4.10 Stakato ritmi

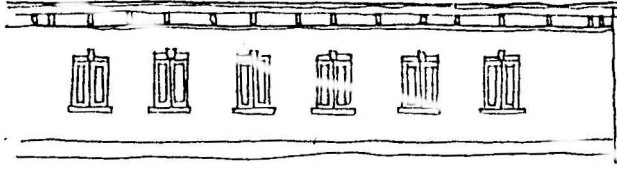


Şekil 4.11 Legato ritmi



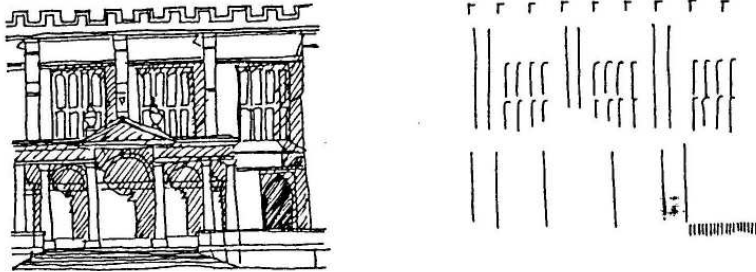
Şekil 4.12 Gaudinin Değişen hızlı ritmi

Mimarlıkta ritmi yakalamak için tüm duyu organlarını; bir bütün olarak ve uyum içinde beynimize mesaj yollar; diğer bir deyişle bilişsel ve duyuşsal alan bir arada etkinlik kazanır demektedir. Örnek olarak Frank L.Wright, kendisini heyecanlandıran mimari yapıtları gördüğü zaman kulağına müzik sesleri geldiğini söylemiştir. Eric Mendelsohn'un yeni bir yapıt üzerinde çalışırken Bach'ın plaklarını dinlediği bilinir; Bach'ın müziğinde yakaladığı ritim duygusunun hayal gücünü yönlendirdiğini, Rasmussen'in "Experiencing Architecture" adlı kitabından öğrenmekteyiz. Günümüz mimarisinde sıkça başvuru alan serbest duran kolon dizisi, güçlü ritim duygusu verdiğinden kolaylıkla algılanan bir estetik duyarlılık yaratmaktadır.



Şekil 4.13. Cephe düzenlemesinde ritim (Aydınlı.1992)

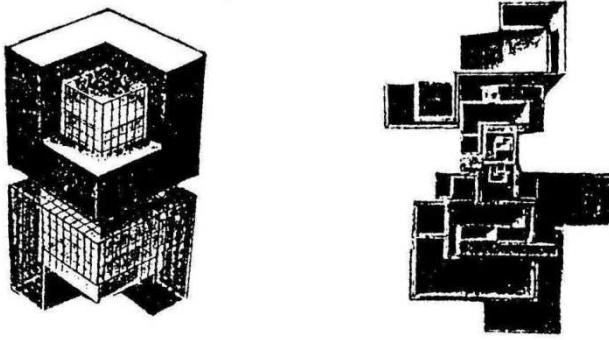
Şekil 4.13. 'de soyutlanan ritmik harekette farklı öğelerin sık tekrarı ile değişik ifadeler bulmak olasıdır. Yalnızca doluluk-boşluk oranlarının tekrarı ile değil, aynı zamanda yüzey farklılığı ile yaratılan ilave ritimler de burada önem kazanmaktadır. Analitik bir çizim ile, aynı görünüşün görsel anlatım çizimi yan yana getirildiğinde, bu ritimleri yaratan bina öğelerini görmek olasıdır, bu tür soyut çizimler çevrenin görsel analizini hem kolaylaştırmakta, hem de daha iyi anlaşılabilir hale getirmektedir. Ancak daha fazla bir zıtlık ile ritim öğeleri daha açık algılanabilir (Şekil 4.14.).



Şekil 4.14 Ritmik Hareket (Aydınlı.1992)

4.6. Mimarlıkta Görsel Denge / Simetri Analizi

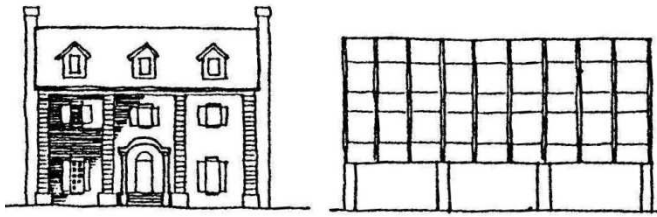
Belirli bir aks sistemine göre hacimsel veya yüzeysel öğelerin algılanan etkinliği, görsel denge değeri ile ifade edilmektedir. Mimari bir yapıtta, görsel denge, kitlesel ilişkileri açıklamaktadır. Yatay ve düşey etki, görsel denge ile anlam kazanmaktadır [11] (Şekil 4.15.).



Şekil 4.15 Görsel Denge malzeme farkı ve doluluk boşluk ile sağlanmıştır .

4.6.1. Simetrik denge

Bir eksene göre öğelerin aynı durumda tekrar etmesi sonucu oluşturulur. Bir anlamda, aynadaki görüntüye benzer şekildedir. İnsan vücudunun doğal olarak simetrik dengeye sahip olması, sanat gücünü bilinç altında o yönde etkilemiştir. Kesin, kararlı, anıtsal bir kompozisyon izlenimi vermesine karşın, ilgi uyandıramaz tekdüze bir etki yaratmaktadır (Şekil 4.16.).



Şekil 4.16. Simetrik Denge (Aydınlı.1992)

4.6.2. Asimetrik denge

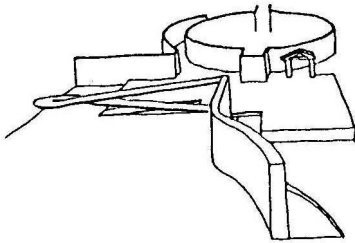
Eşit görsel ağırlıkta ve çekicilikteki öğelerin düzenlenmesi sonucu yaratılır. İlgi çekici olması ve hareket yaratması nedeniyle, kütleli devinimle olduğu gibi renk, doku, değer, biçim, yön (doğrultu) ve aralık gibi yüzeysel kompozisyonla da asimetrik denge sağlamak mümkün olmaktadır.



Şekil 4.17. Asimetrik Denge (Aydınlı.1992)

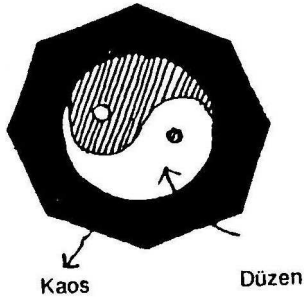
4.6.3. Işınsal denge

Tüm öğelerin bir merkeze göre dairesel veya ışınsal olarak yerleştirilmesi sonucu oluşmaktadır. Aynı zamanda odak noktasının yani merkezin çalışma alanındaki/düzlemindeki yerine göre simetrik veya asimetrik denge türünü yansıtmaktadır [12].



Şekil 4.18. Işınsal Denge (Leseau,Aydınlı)

Çinli Filozof Lao-Tzu. yin-yang dengesini, çevremizde meydana gelen tüm doğal olguların özünde olan ve birbirini bütünleyen iki karşıt kavramla açıklamıştır (Şekil 4.19.).



Şekil 4.19. Yin ve Yang

Görebildiğimiz her şeyin özünde göremediğimiz şeylerin yattığına inanmış; buna göre insanın gerçek karakterinin onun fiziksel görüntüsü içinde olmadığını vurgulamıştır. Benzer şekilde, mimarının esasının da görünen yapı içinde olmadığı söylenebilir. Diğer bir deyişle, görünmeyen ancak duyuyla fark edilen ve hissedilen mimarının ruhu da dış görünüşle bütünleşen bir olgudur.

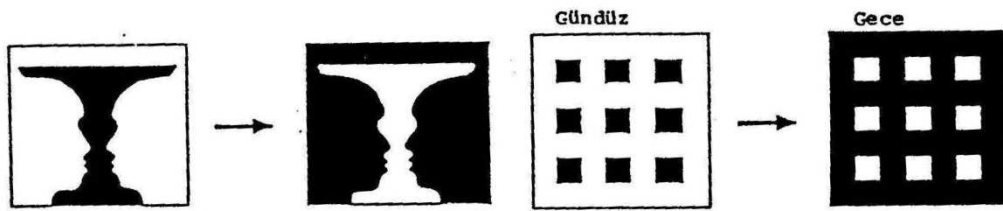
Taoist simge "Yin ve Yang" düzeninin yokluğunu, kaosu, kendi dengesi dışında bir siyah zemin olarak ifade etmektedir; iki döner form, Yin ve Yang düzen yaratan karşıt anlamlı birbirini tamamlayan kavramlardır. Tıpkı gece ve gündüz, etkin ve edilgen gibi.

Buna göre, ideal koşul, yani kusursuzluk, karşıtlıklar arasındaki dinamik bir denge olarak sembolize edilmektedir. İnsan grupları bireyler tarafından ve bireyler de gruplar tarafından belirlenir. Birbirini bütünleyici mimari kavramlar, duvarlar doluluklar ve pencereler, boşluklar, malzemeler ve malzemelerin bağlantıları; düşey etki ve yatay etki; doğrusal ve eğrisel yüzeyler... İlk düşüncelerin odaksal değişimi, bütünlüğü sağlayan tersine çevrilmiş düşüncelerdir.

4.7. Şekil - Zemin İlişkilerinin Analizi

Görsel etkinliği sağlamada, tersine çevirmelerin en basit biçimi, şekil-zemin ilişkileridir.

Tersine çevirmenin bir başka türü karşıt kavramların kullanımıdır. Tüm görsel sanatlarda olduğu gibi günümüz mimarisinde de görsel etkinlik, karşıt kavramların düşünsel boyutunda gerçekleşmektedir. Binaların dış görünüşleri gece ve gündüz farklı etkiler meydana getirir; gün ışığında binanın duvarları dolu geçirgen olmayan yüzeylerin şekil olarak algılanırken; gece görünümünde, aydınlatılmış pencere boşluklarının ön plana çıkmasıyla duvarlar, belirsiz hale gelir ve zemin olarak algılanır (Şekil 4.20.). Bu etki doluluk-boşluk oranlarının dengesinde aranır.



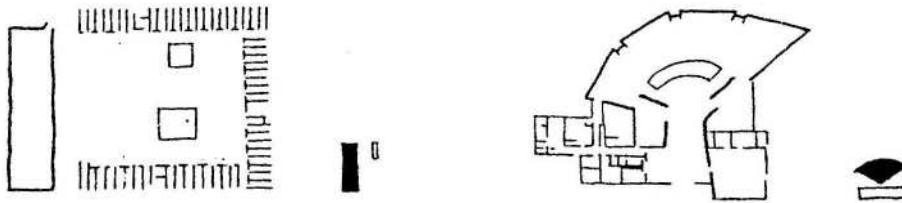
Şekil 4.20. Rubin Vaso

Bir binanın hacimsel veya yüzeysel kompozisyonunda doluluk-boşluk oranları arasındaki zıtlık, dinamik bir etki yaratır. Bütün ve ona ait parçalar arasında zıt etki veren farklı malzemelerin kullanımı, iç bükey (girinti) ve dış bükey (çıkıntı) yüzeylerin bir arada kullanımı, doluluk boşluk etkisi verebilir. Klasik mimari üsluba uygun binalarda doluluk-boşluk oranları, görsel ritmi de belirlemektedir. Belirli aralıklarla tekrar eden pencere boşlukları, kolon dizisi, plaster gibi düşey öğelerle bina yüzeyinde meydana gelen ritmik hareket, binaya estetik değer kazandırmaktadır [13].

4.8. Odak Noktasının ve Önemin Vurgulanması

Bir görsel kompozisyonda kullanılan öğelerden birinin ya da bir grubunun diğer öğelere göre ölçü, değer, renk, doku bakımından üstünlük sağlaması, ya da kural dışı kalması, o kompozisyonun ya da tasarımın odak noktasını dominant alanını meydana getirmektedir. Bu kavram çoğu zaman, öğeler arasındaki zıtlık ile sağlanmaktadır. Özel ilgi ve önemin belirli bir noktaya toplanmasını sağlayarak tekdüzeliği engeller. Gözlemcinin bir binaya veya çevreye ilgi duyabilmesi için hayal-gücünün kurcalanması gerekmektedir. Bu nedenle amaç, dikkat çekmek ve izleyicide haz uyandıran bir düzenleme sağlamaktır.

Bir binanın kullanımında ve algılanmasında kavramsal güç ve netlik daima önemli bir rol oynar. Mevcut binaların analizini ve tasarımı yönlendiren bir ilke olan odak noktasının ve önemin vurgulanması, mimarlığın kavramsal varlığına katkıda bulunmaktadır (Şekil 4.21).



Şekil 4.21. Odak noktasının öneminin vurgulanması (Aydınlı.1992)

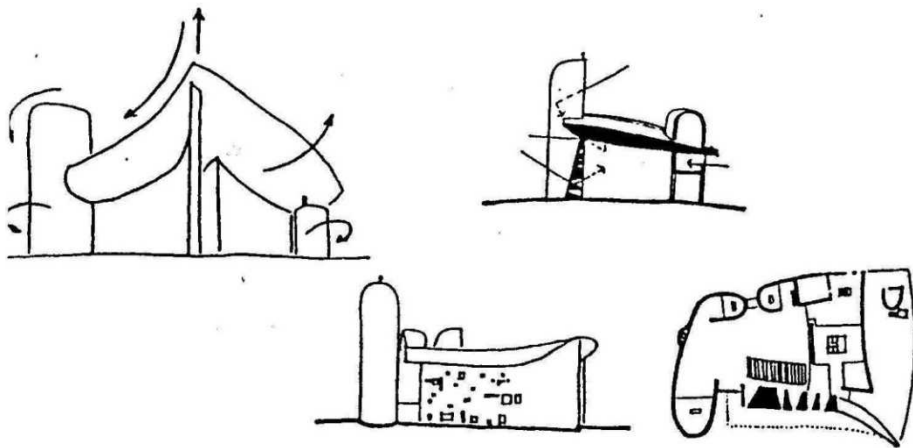
4.9. Mimarlıkta Birlik - Bütünlük Kavramı

Mimarlıkta görsel düzenleme ilkelerinden başarılması en güç olanı birlik, bütünlük ilkesidir. Tasarım amaçlarından biri olan düzen veya birlik-bütünlük yaratmak, oransal ilişkiler, görsel denge, ritim ve tekrar gibi ilkelerle gerçekleşir. Birlikte olma duygusunu güçlendiren uygunluk, farklı hareketlerde çizgi, biçim, renk, doku ve açıklık-koyuluk etkisi veren öğelerin

bu ilkeler doğrultusunda düzenlenmesi sonucu yaratır. Birbirinin benzeri olmayan öğelerin çeşitli şekillerde bir araya gelmesi, kümelenmesi sonucu birlik içinde çeşitlilik duygusu ortaya çıkar; dikkat çekici dominant etkisi ile ilgi topladığı ve canlılık yarattığı içinde son derece önemli olmaktadır.

Görsel düzenlemede Gestalt ilkeleri de, karmaşık ya da basit olarak algılanan öğelerin bir araya gelişlerini analiz etmek için bazı esaslar ortaya koyar. Oran kavramı üzerindeki çalışmalar da, bir görsel düzenlemenin daha büyük veya küçük parçaları arasında ilişki kurmak için tasarımcılar tarafından sıkça kullanılan bir yöntem olmuştur.

Bir mimari yapıt, hacimsel, yüzeysel ve çizgisel öğelerin bir bütün olarak bir araya gelişi; renk, doku ve biçim özellikleriyle bir arada algılanması; tüm bunların arasında dinamik bir bağ/alan kuvvetlerinin güçlü olması, sonucu bütünlük ve birlik içinde çeşitlilik duygusu yaratır. Alan kuvvetleri/tüm bileşenler arasında dinamik bir bağ; yalınlık, benzerlik, simetri, kapanma, süreklilik ve iyi bilinen form özellikleri gibi geştalt ilkeleriyle güçlendirilir. Le Corbusier'in Ronchamp Şapel'inde tüm bu etkinlikleri Geştalt ilkelerinin ortaya koyduğu birlik içinde çeşitliliği görmekteyiz (Şekil 4.22.).



Şekil 4.22. Ronchamp Şapeli (Le Corbusier)

4.10. Dördüncü Bölümün Sonuçları

Bir önceki bölümde kent ölçeğinde ve hareket halindeyken yapılan çözümleme ve değerlendirme yöntemlerine ek olarak tek bina ölçeğinde de çözümleme yaklaşımları ele alınmıştır. Bunda da Gestalt Psikolojik çözümlemelerine bağlı olarak R.Krier, P. Laseau, J.Jeodicke'nin çözümleme yaklaşımları değerlendirilmiştir.

Yukarıda yazılan analiz yöntemleri ile Ankara'da son 20 yıl içinde,özellikle son yıllarda yapılmış on iki alışveriş merkezi analiz edilecektir.

5. ANKARA ALIŞVERİŞ MERKEZLERİ ÖRNEKLERİNİN ÇÖZÜMLEME YAKLAŞIMLARI BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Bir yapının görsel etki analizi yapılacağında binayı çevresinden bağımsız bir nesne olarak düşünemeyeceğimiz için, kentsel boyutta ve tekil bina bazında değerlendirilmesi aynı anda yapılmalıdır. Kentsel ölçekte ve tekil bina ölçeğinde analiz çalışmaları yapıldığı gibi, ülkeler arası ve kültürler arası ölçekte de değerlendirmeler yapılabilir. Fakat bu boyuttaki bir değerlendirme, mimarlık ile sosyal ve iktisadi bilimlerin ortak çalışmaları sonucunda elde edilebilmekte ve bu tezin kapsamını aşmaktadır.

Bu bölümde Ankara alışveriş merkezi yapılarının üçüncü bölümde ele alınan kent ölçeğinde analiz yöntemleri ve dördüncü bölümde tekil bina ölçeğinde Gestalt ilkelerine bağlı geometrik kompozisyon bağlamında analiz yaklaşımlarıyla değerlendirmeleri yapılmıştır.

Bu analiz yöntemlerini alışveriş merkezleri bağlamında ele aldığımızda şöyle yorumlamak mümkündür.

Kent ölçeğinde analiz yöntemlerinde:

Yollar : Alışveriş merkezlerinin yer aldığı ulaşım akslarının trafik hızı, binandan önce ve sonra yer alan bina dizgeleri, yol üzerinde yer alan doluluk ve boşluklar, benzer elemanların tekrarının varlığı ve alışveriş merkezinin bu tekrardan farklılaşması, yolları bir analiz elemanı olarak ortaya çıkartmaktadır.

Kenarlar: Alışveriş merkezinin kentsel doku içerisinde veya kent dizgesinin bittiği sınırlarda bir son eleman olarak yer aldığına dair çözümleme elemanı olarak ortaya çıkmaktadır.

Semtler: Binanın tekrarlardan oluşan bir semt dizgesi içerisinde yer aldığını veya çevresindeki yerleşim boşluklarıyla noktasal olarak, tekil yer aldığının sorgulanmasıdır.

Düğüm noktaları: Binanın gerek görsel algı, gerek ulaşım bağlamında yolların kesişiminden oluşan düğüm noktalarında (kavşaklarda) yer alıp almadığının gözlemlenmesidir. Binalar için bu pozisyon görsel algı açısından başarısını arttırmaktadır.

Kent Simgesi : Binanın tekrarlardan oluşan kent dizgesi içerisinde hafızda kalıcılığının ve farklılıklarının sorgulanmasıdır. Bu farklılık tekrar dizgesinden yüksek kotta olmak, farklı geometrileri kullanmak, renk,doku, yapı teknolojisindeki özgünlük gibi farklar ile ortaya çıkabilmektedir.

Lynch'in analizlerinde binanın kent içindeki konumu ve diğer kent elemanlarıyla ilişkisi yorumlanmaktadır. Post modern dönemi yaklaşımlarından olan Venturi de ise Lynch'in yaklaşımındaki, binanın kent içindeki duruşuyla birlikte , binanın cephe-kabuğuyla verdiği mesaj ve kullandığı işaretler sisteminin önemi vurgulanmaktadır. Bunlar şu başlıklar altında incelebilir.

Reklam Panoları: binanın bir elemanı olan, ticari aydınlatılmış öğelerdir.

Simgeler : Reklam panolarının benzeri biçiminde, ikonolojik elemanlardır. Bu, binanın mimarisiyle oluşturulabildiği gibi, binanın bir ticari markaya ait özgün mimarisinin tekrarı ile de kullanıcıların zihninde oluşturulabilir (belli markalara ait showroomlar, benzin istasyonları, galeriler gibi). Bütün bunlara rağmen basit olarak reklam panolarıyla da simgesellik oluşturulabilir.

Bina ölçeğinde görsel analiz yöntemlerinde;

-*Mekansal Etki Analizi*: Binanın kullanıcıda kentsel mekan hissi uyandıracak şekilde tasarlanması durumudur. Mimari tasarımda bina önündeki meydanlar bina içi açık, yarı açık ve kapalı avlular, sokak izlenimi veren pasajlar bu etkiyi güçlendiren mimari elemanlardır.

-*Bina Ölçeğinde Geometrik Kurgu Analizi*: Binanın plan sisteminin cephedeki yansımalarının araştırılmasıdır.

-*Ölçek/Oran Analizi*: Binanın parçalarının bütünle ve birbirleriyle olan ilişkisinin incelenmesidir.

-*Ritim Analizi*, Yapı bileşenlerinin bir düzen içerisinde tekrar edip etmediğinin araştırılmasıdır.

-*Denge/Simetri Analizi* , Belirli bir aks sistemine göre hacimsel yada yüzeysel öğelerin görsel dengesinin çözümlenmesidir.

-*Şekil-Zemin Analizi* , Yapının bulunduğu çevrede, arka plan- ön plan ilişkisi incelenerek şekil-zemin ilişkisinin incelenmesidir.

-*Odak Noktası Analizi* , Yapının dikkat çekmesini sağlamak için yapı cephe yada kütesinde bir elemanın diğer elemanlara göre baskın durumda kullanılarak ön plana çıkması durumudur.

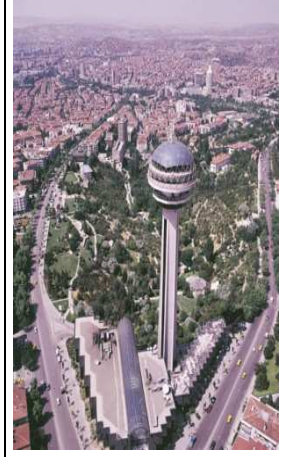
-*Birlik-Bütünlük Analizi*, Yapıda cephesinde kullanılan yada yapının kütesel durumunun, dışarıdan bakıldığında tek bir yapıya aitmiş gibi görünüp görünmemesinin incelenmesidir.

Ankara’da son yirmi yılda yapılan alışveriş merkezlerinden;

- ATAKULE Alışveriş Merkezi (EK1)
- KARUM Alışveriş Merkezi (EK2)
- ANKAMALL MİGROS Alışveriş Merkezi (EK3)
- ARMADA Alışveriş Merkezi (EK4)
- ARCADIUM Alışveriş Merkezi (EK5)
- OPTİMUM Alışveriş Merkezi (EK6)
- CEPA Alışveriş Merkezi (EK7)
- ANTARES Alışveriş Merkezi (EK8)
- PANORA Alışveriş Merkezi (EK9)
- 365 Alışveriş Merkezi (EK10)
- MALTEPE PARK Alışveriş Merkezi (EK11)
- KENTPARK Alışveriş Merkezi (EK12)

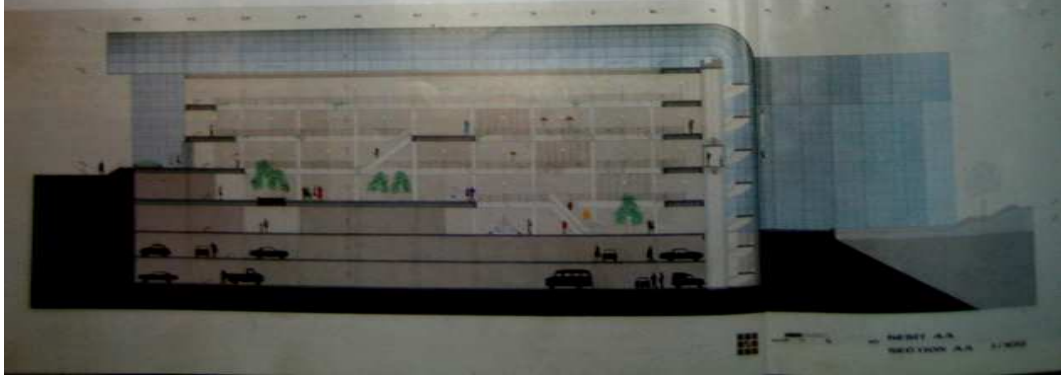
yapıları alan çalışması olarak belirlenmiştir Alışveriş merkezleri ile alakalı detaylı bilgiler,plan ve cephe görünüşleri EKLER kısmında bulunmaktadır.

5.1. ATAKULE Alışveriş Merkezi KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

  		
Vaziyet Planı Yoldan görünüş Perspektif		
		
Bina görünüşleri		
YOL	Altta bulunan Alışveriş merkezinin cephesi konut cephesinden farklı olmasına rağmen yaklaşımdan algılanmamaktadır. Ancak kule tüm Ankara'dan algılanmaktadır.	+
KENAR	Kent çeperinde yer alan sınır özelliği yoktur. Kent dokusu içerisinde yer almaktadır.	-
SEMT	Çevresinde oluşmuş bir semt dokusu vardır.	+
DÜĞÜM NOKTASI	Dört yolun kesişim noktasında bulunmaktadır. Farklı yönlerden algı başarısını arttırmaktadır.	+
KENT SİMGESİ	Merkezin kule elemanı tüm kentten algılanan bir kent simgesi durumundadır.	+
İMGENİN NİTELİĞİ	Binanın kule elemanı kent simgesi olması bağlamında net bir imgeye sahiptir. Alışveriş merkezi kısmı yaya ölçeğinde net bir imgeye sahiptir	+
REKLAM PANOLARI	Bina üzerinde kalıcı bir reklam panosu bulunmamaktadır	-
SİMGELER	Gerek kule gerekse giriş taç kapısı bir simge olarak algılanabilir.	+

Tablo 5.1 Atakule Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI



Bina kesiti ve görünüşleri

MEKANSAL ETKİ	Bina önü ve çevresinde meydanlaşma tarzında toplanacak kentsel bir alan bulunmamaktadır.	-
GEOMETRİK KURGU	Alışveriş merkezi kütlesi dikdörtgen prizmalarının yol paralelinde kırıklı kompozisyonda bir araya gelmesinden oluşmuştur.	+
ÖLÇEK / ORAN	Alışveriş merkezi ve kulesiyle çevredeki konut ölçeğinden farklılık göstermektedir. Alışveriş merkezi ile kule arasında büyük bir oransal farklılık bulunmaktadır	+
RİTİM	Reflekte giydirme cephe panelleri ile oluşturulmuş alışveriş merkezi bölümünde kırılmalarla cephede ritim oluşturulmuştur	+
DENGE - SİMETRİ	Giriş taç kapısı simetri aksı olarak kabul edilirse asimetric bir denge bulunmaktadır.	+
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Yapı konut dokusu ile fon oluşturup farklı geometrik yapısı ve ölçeği ile ön plana çıkmaktadır.	+
ODAK NOKTASI	Kule ve kule tacı yapının odak noktasıdır.	+
BİRLİK-BÜTÜNLÜK	Parça- bütün ilişkisi incelendiğinde bütünlük hissi vermektedir	+

Tablo 5.2. Atakule Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.2 KARUM Alışveriş Merkezi (EK 2)

KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

					
Vaziyet planı		Yoldan görünüş		Perspektif	
					
Bina görünüşü					
YOL	Düşük hızlı yaya ve araç trafiği, çevresinde bulunan konut-ticaret yapılarından doku ve kütle hacim olarak farklılık göstererek rahat algılanabilmektedir.				+
KENAR	Kent çeperinde yer alan sınır özelliği yoktur. Kent dokusu içerisinde yer almaktadır.				-
SEMT	Çevresinde oluşmuş bir semt dokusu vardır.				+
DÜĞÜM NOKTASI	Üç caddenin kesişim noktasında bulunmaktadır.				+
KENT SİMGESİ	Arkasında bulunan silindirik otel kütlesi ile kent simgesi özelliği bulunmaktadır.				+
İMGENİN NİTELİĞİ	Otel yapısı ve beyaz kolonatl cepheleriyle net bir imgesi vardır.				+
REKLAM PANOLARI	Bina girişinde alışveriş merkezinin adını yazan sade tabeladan başka cephesinde reklam panosu bulunmamaktadır.				-
SİMGELER	Otel yapısı ile bütünleşen mimari , simgesel bir özelliği vardır.				+

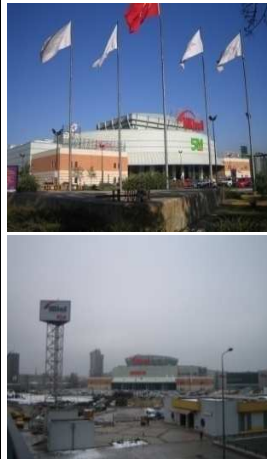
Tablo 5.3. Karum Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

			
			
Bina görünüşü		Bina görünüşü	
MEKANSAL ETKİ	Yapı önünde oluşturulan boşluk ile kentsel buluşma mekanı oluşturulmuştur.		+
GEOMETRİK KURGU	Yapı iki dikdörtgen prizmaya baştan ve sondan iki yarım silindirik prizmanın eklenmesi ile oluşmuştur.		+
ÖLÇEK / ORAN	Alışveriş merkezi ve kulesiyle çevredeki konut ölçeğinden farklılık göstermektedir. Alışveriş merkezi ile kule arasında büyük bir oransal farklılık bulunmaktadır.		+
RİTİM	Alışveriş merkezi cephesinde üç kat yüksekliğinde tekrar eden kolonlar ve üst katlarda karesel pencere düzenleriyle ritim oluşturulmuştur.		+
DENGE - SİMETRİ	Plan düzleminin cepheye yansıması incelendiğinde asimetrik denge görülmektedir.		+
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Yapı arkada düzleminde bulunan otel kütlesi ile fon oluşturup dikeyde ölçü farkı ile ön plana çıkmaktadır.		+
ODAK NOKTASI	Arkada bulunan otel kütlesi kontrast oluşturarak odak noktası olarak algılanmaktadır.		+
BİRLİK-BÜTÜNLÜK	Yapı bileşenleri bir bütün oluşturacak şekilde tasarlanmıştır.		+

Tablo 5.4. Karum Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.3. ANKAMALL Alışveriş Merkezi KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
Vaziyet planı	Yoldan görünüş	Perspektif
		
Bina görünüşü		
YOL	Yapı ana yoldan önündeki büyük otopark yoluyla uzakta konumlanmıştır. Bu da yapının yoldan algısını güçlendirmektedir.	+
KENAR	Ana yolların kesişim noktasında bir sınır gibi davranmaktadır.	+
SEMT	Çevresinde oluşmuş bir semt dokusu bulunmamaktadır.	-
DÜĞÜM NOKTASI	Büyük trafik akslarının kesişim noktasında yer almaktadır	+
KENT SİMGESİ	Devasa sağır yapı kütle ve giriş boşluğuyla kent simgesi özelliği taşımaktadır.	+
İMGENİN NİTELİĞİ	Sadece kütleli büyüklüğü ile bir imgesi bulunmaktadır.	-
REKLAM PANOLARI	Yapı cephesinde ve yol kenarında büyük ışıklı tabelalar kullanılmıştır.	+
SİMGELER	Stilize edilmiş Ankamall yazısı ve 5M Migros yazıları simgesel eleman olarak kullanılmıştır. Alışveriş merkezinin önünde bulunan otopark da bir simgedir.	+

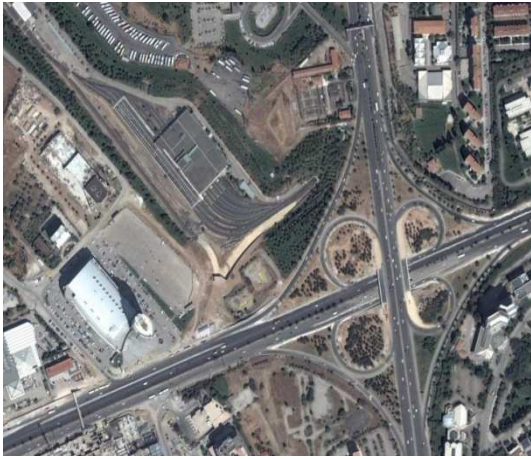
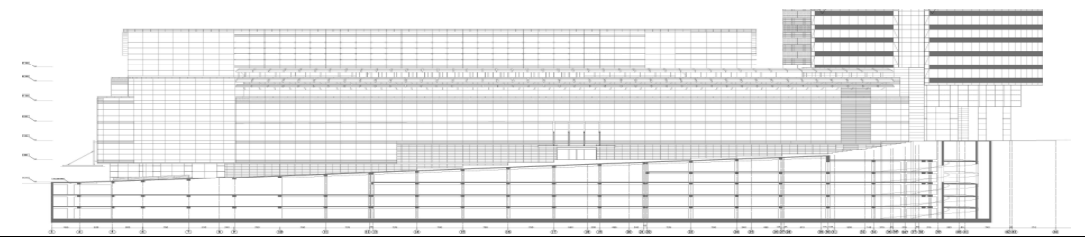
Tablo 5.5. Ankamall Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

	
	
Bina görünüşü ve tabela görünüşü	Bina görünüşü
MEKANSAL ETKİ	Bina konumlanışı itibariyle ulaşım akslarının kesişim noktasında bulunmakta (ana yollar ve metro istasyonu) ve kentsel bir buluşma mekanı haline gelmektedir. +
GEOMETRİK KURGU	Yapının Migros bölümü dikdörtgen prizmalarının yan yana ve üst üste gelmesi ile oluşturulmuştur. Giriş boşluğun üstünde silindirik bir prizma ile farklılık oluşturulmuştur. Yeni eklenen otel ve alışveriş kütleleri ise dikey ve yatay dikdörtgen prizmalarından oluşmaktadır. +
ÖLÇEK / ORAN	Bina kütleleri arasında düşeyde $\frac{1}{2}$ gibi bir oran vardır. Kent dizgesi içinde uzun ve hacimli bir yapı görünümü vermektedir. +
RİTİM	Sağ ve sol yan cephede sağırlıklar içinde pencere boşlukları, düşeyde cephe kaplama malzemeleri, giriş boşluğunda kolonlar ile ritim oluşturulmuştur. +
DENGE - SİMETRİ	Yapıda simetrik denge sağlamıştır +
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Yapı arka düzleminde gökyüzü ile fon oluşturup tekil bina hissi uyandırmaktadır. +
ODAK NOKTASI	Yapıda ön cephede oluşturulan giriş boşluğu odak noktası olarak algılanmaktadır. +
BİRLİK- BÜTÜNLÜK	Yapıya eklenen yeni ilave ile bütünlük hissi zayıflamaktadır -

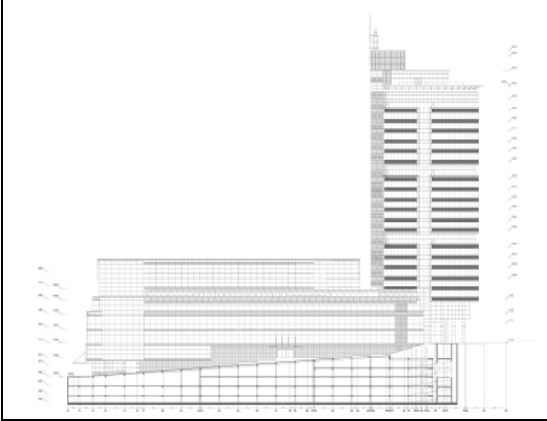
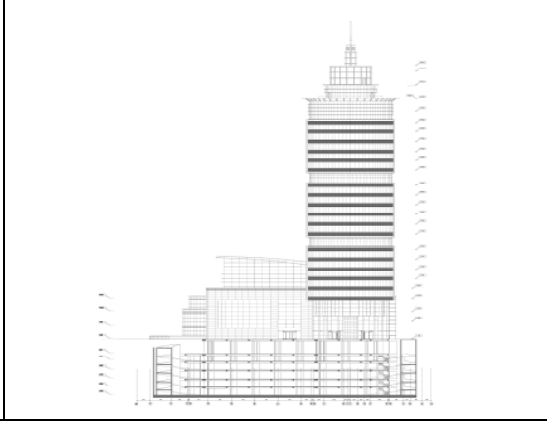
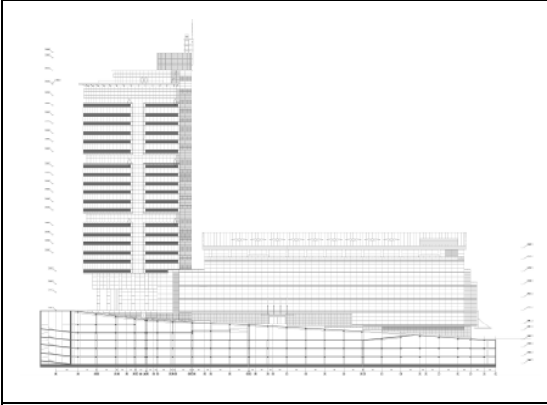
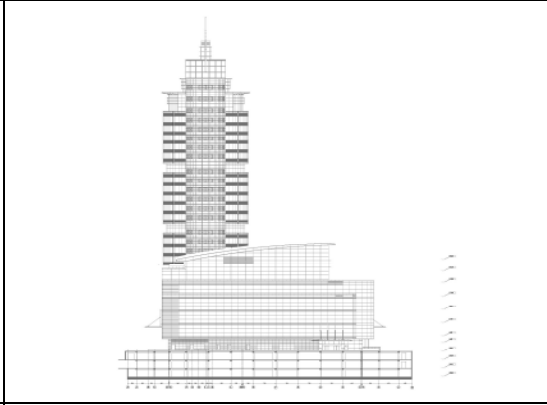
Tablo 5.6. Ankamall Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.4 ARMADA Alışveriş Merkezi KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
Vaziyet planı	Yoldan görünüş	Perspektif
		
Bina yan görünüşü		
YOL	Ana ulaşım akslarının kesiştiği kavşak yanında bulunmaktadır. Bu durum binanın algılanmasını güçlendirmektedir.	+
KENAR	Çevresinde gelişen ticaret merkezleri ile ticari bir bölge içinde kalarak sınır özelliği bulunmamaktadır.	-
SEMT	Çevresinde oluşan ticari bir semt dokusu bulunmaktadır.	+
DÜĞÜM NOKTASI	Yol kesişimlerinde bulunmaktadır.	+
KENT SİMGESİ	Ofis katlarından oluşan yüksek, farklı geometrik forma sahip kulesi ile kent simgesi özelliği bulunmaktadır.	+
İMGENİN NİTELİĞİ	Kulesi ile net bir imgesi vardır.	+
REKLAM PANOLARI	Bina üzerinde ve çevresinde reklam panoları mevcuttur.	+
SİMGELER	İsmi , farklı geometrik yapısı ve konumu ile simgesel bir özelliği vardır.	+

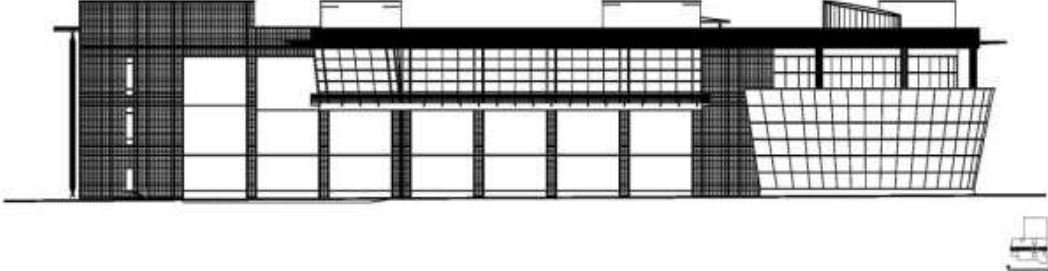
Tablo 5.7. Armada Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

			
			
Bina yan görünüşleri		Bina ön-arka görünüşü	
MEKANSAL ETKİ	Kentsel mekan hissi uyandıran bir yapılanması mevcut değildir	-	
GEOMETRİK KURGU	Yapı bir dikdörtgen ve bir de silindirik prizmadan oluşmaktadır.	+	
ÖLÇEK / ORAN	Ana yoldan alışveriş merkezi kütle ve kule arasında ¼ lük bir oran mevcuttur.	+	
RİTİM	Kule yapısında giydirme cam cephe ile kütlede çıkıntılar yaparak ritim oluşturulmuştur. Alışveriş merkezi kütleğinde alüminyum giydirme cephe elamanlarında renk ve doku farklılıklarıyla düşeyde ritim oluşturulmuştur	+	
DENGE - SİMETRİ	Kule yapısında simetrik , alışveriş merkezi kütleğinde asimetrik bir denge bulunmaktadır.	+	
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Bina ilk yapıldığında arka planda gökyüzü ile fon oluşmuştur. Şu an yüksek katlı ofis blokları ile fonda dikey bir etki oluşmaktadır.	+	
ODAK NOKTASI	Ofis kulesi yapının odak noktasını oluşturmaktadır.	+	
BİRLİK-BÜTÜNLÜK	Yapı bileşenleriyle birlikte bir bütünlük hissi vermektedir.	+	

Tablo 5.8. Armada Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

 GÜNEYBATI GÖRÜŞÜ		
 GÜNEYDOĞU GÖRÜŞÜ		
Bina görüşleri		Bina görüşleri
MEKANSAL ETKİ	Yapı konumlanmasıyla kentsel bir mekan hissi uyandırmamaktadır.	-
GEOMETRİK KURGU	Dikdörtgen prizmalarının bir araya gelmesi ile oluşturulmuştur. Bina köşe elemanı olarak dairesel bir form kullanılarak farklılık oluşturulmuştur.	+
ÖLÇEK/ ORAN	Yapı ana yol cephesinde doluluk boşluklarla üç ana parçaya bölünmüştür. Her parça kendi içinde yatay ve düşeyde farklı oranlara sahiptir	+
RİTİM	Cephede farklı malzemeler farklı kütsel hareketlerle birleşerek tam bir ritim sağlanamamıştır.	-
DENGE - SİMETRİ	Giriş aksı simetri aksı olarak kabul edilirse yapı, asimetrik dengeye sahiptir.	+
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Arka düzlemde düşey konut dokusu ile yükseklik bakımından zıtlık oluşturarak ön plana çıkmıştır	+
ODAK NOKTASI	Yapının odak noktası köşesinde bulunan dairesel kütle ile sağlanmıştır.	+
BİRLİK- BÜTÜNLÜK	Yapı cephesinde kullanılan tuğla ve cam malzeme ile birlik bütünlük hissi verilmiştir.	+

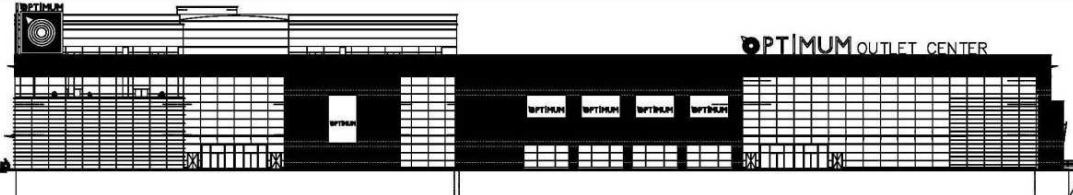
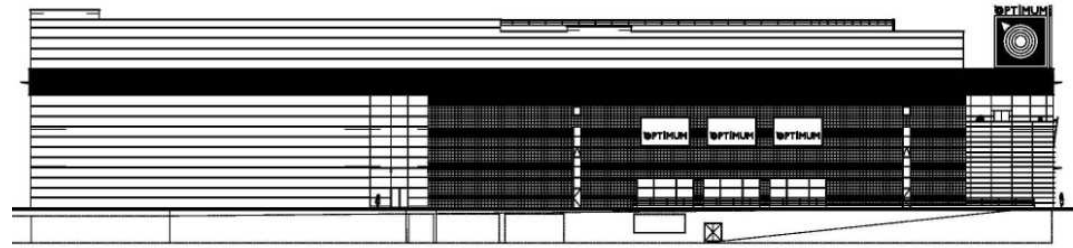
Tablo 5.10. Arcadium Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.6. OPTİMUM Alışveriş Merkezi KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

	 	 
Vaziyet planı	Yoldan görünüş	Perspektif
		
Bina görünüşü		
YOL	Bina ulaşım akslarının kesiştiği bir noktada konumlanmakta ve algı gücünü artırmaktadır.	+
KENAR	Yapı kent dışı konumu ile bir kenar ve sınır özelliği göstermektedir.	+
SEMT	Yapı kent dokusu içinde yer almamaktadır.	-
KENT SİMGESİ	Yapı konumlanması ve kütlesi ile kendini hatırlatır bir pozisyonundadır. Fakat kent simgesi özelliğine sahip olan bir elemanı mevcut değildir.	-
İMGENİN NİTELİĞİ	Yapı lineer , düz cephesi ile net bir imgeye sahip değildir.	-
REKLAM PANOLARI	Yapı üzerinde büyük yazılarla markalara ait reklam tabelaları bulunmaktadır. Yapı reklam panoları ve yazılar ile kendini ifade etmektedir.	+
SİMGELER	Reklam panoları ve alışveriş merkezi önünde bulunan otopark bir simge özelliği taşımaktadır.	+

Tablo 5.11. Optimum Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
		
Bina ön ve yan görünüşü		
MEKANSAL ETKİ	Yapı dış mekanı, kullanıcıda kentsel bir mekan oluşturacak özellik taşımamaktadır.	-
GEOMETRİK KURGU	Dikdörtgen prizmalarının eklemlenmesiyle oluşturulmuş geometrik bir yapısı vardır.	+
ÖLÇEK / ORAN	Yapı yatayda uzayan bir karaktere sahiptir. Düşey ve yatay boyutlar arasında yaklaşık 1/9 gibi bir oran vardır.	+
RİTİM	Yapı kabuğunda doluluk boşluk ve malzemelerle ritim oluşturulmuştur	+
DENGE-SİMETRİ	Yapıda asimetrik bir denge bulunmaktadır.	+
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Ön yaklaşım cephesinden arka düzlemde kent dokusu algılanamamaktadır. Gökyüzü ile fon oluşturup tekil bina izlenimi vermektedir.	+
ODAK NOKTASI	Yapıda baskın bir odak noktası algılanamamaktadır.	-
BİRLİK-BÜTÜNLÜK	Yapıda birlik bütünlük hissi cephe malzeme seçimi ile sağlanmıştır.	+

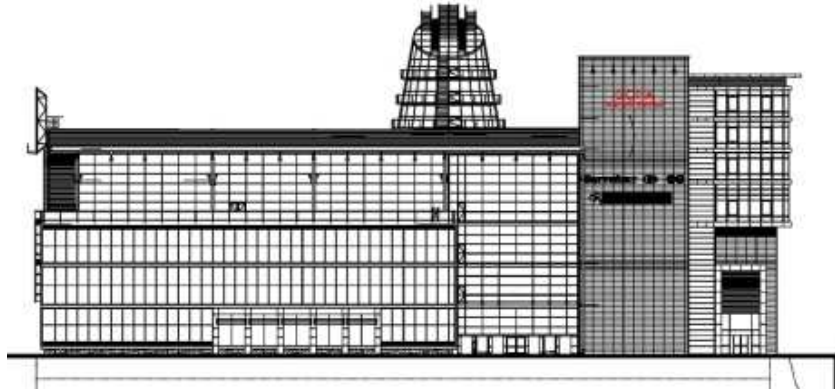
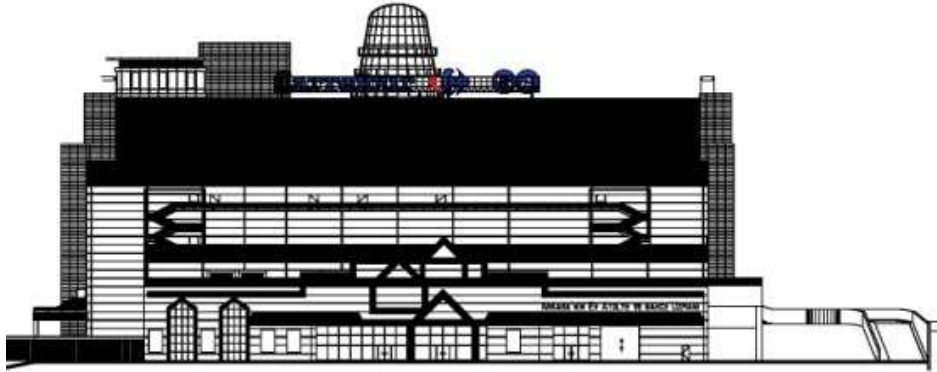
Tablo 5.12. Optimum Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.7. CEPA Alışveriş Merkezi KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

			
Vaziyet planı		Yoldan görünüş	
		Perspektif	
			
Bina görünüşü			
YOL	Yapı yüksek hızda akan ulaşım aksı üzerinde yer almakta ve çevresinde bulunan yönetim binalarından ayrılmaktadır.	+	
KENAR	Yapı kent dizgesinde yerleşim bölgesinden farklı bir konumda olmasına rağmen yüksek hızda akan trafik aksına dik konumda bulunmasından dolayı kenar özelliği taşımamaktadır.	-	
SEMT	Yapı çevresinde oluşmuş bir semt dokusu yoktur.	-	
DÜĞÜM NOKTASI	Yapı kent dizgesinde düğüm noktasında bulunmamaktadır.	-	
KENT SİMGESİ	Yapı hangar niteliğinde kent simgesi özelliğini taşımamaktadır.	-	
İMGENİN NİTELİĞİ	Yapı ismi ile imgelenmekte yapısal bileşenleri ile zayıf bir imgeye sahiptir.	-	
REKLAM PANOLARI	Yapı üzerinde büyük reklam panoları vardır.	+	
SİMGELER	Yapı önünde bulunan otopark , büyük CEPA amblemi ve yazılarını simge olarak kullanmıştır.	+	

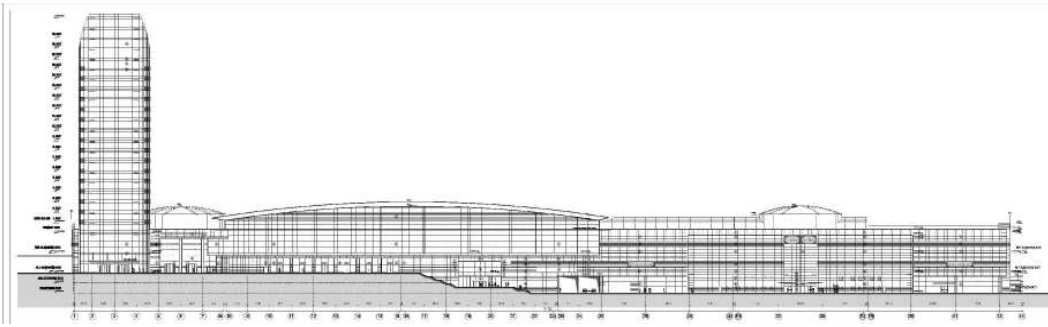
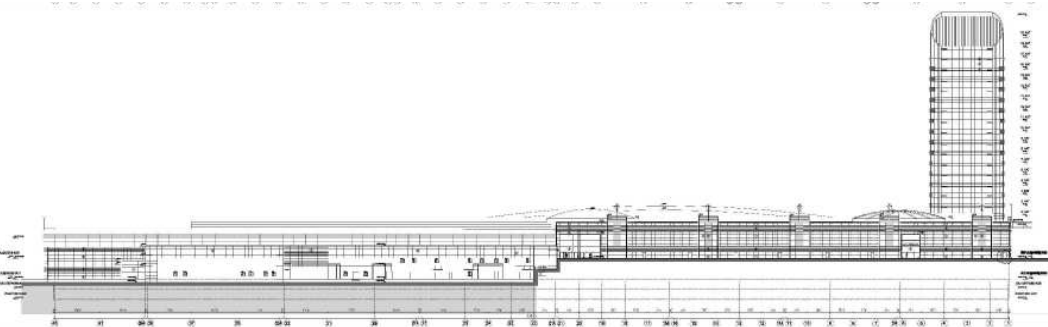
Tablo 5.13. Cepa Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
		
Bina ön görünüşü		Bina arka görünüşü
MEKANSAL ETKİ	Bina önü ve çevresinde meydanlaşma gibi toplanacak bir alan bulunmamaktadır.	+
GEOMETRİK KURGU	Dikdörtgen prizmalarının eklemlenmesiyle oluşturulmuş geometrik bir yapısı vardır.	+
ÖLÇEK / ORAN	Yapıda karmaşık oranlar mevcuttur.	-
RİTİM	Yapıda ritim algılanamamaktadır.	-
DENGE - SİMETRİ	Yapıda asimetrik bir denge mevcuttur.	+
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Ön yaklaşım cephesinden arka düzlemde kent dokusu algılanamamaktadır. Gökyüzü ile fon oluşturup tekil bina izlenimi vermektedir.	+
ODAK NOKTASI	Yapı karmaşık cephe elemanlarından oluşmuştur. Odak noktası algılanamamaktadır.	-
BİRLİK- BÜTÜNLÜK	Yapı parçalarıyla bütünü arasında birlik algılanamamaktadır. Kütesel olarak bir bütünlük görülmektedir.	-

Tablo 5.14. Cema Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
		
Bina ön görünüşü		Bina arka görünüşü
MEKANSAL ETKİ	Yapı önünde oluşturulan yaya dolaşım ve karşılama alanıyla kentsel mekan etkisi uyandırmaktadır.	+
GEOMETRİK KURGU	Dikdörtgenler prizmasına takılmış dairesel	+
ÖLÇEK / ORAN	Düşeyde yükselen ofis ve konut kuleleriyle yatayda uzayan alışveriş mekanı kontrast etki oluşturmaktadır.	+
RİTİM	Ön cephede geometrik form ve malzeme ile ritim oluşturulmuştur.	+
DENGE - SİMETRİ	Yapıda asimetric bir denge bulunmaktadır.	+
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Arka fonda yüksek katlı konut bloklarıyla zıtlık oluşturularak vurgu artırılmıştır.	+
ODAK NOKTASI	Dairesel transparan cam giydirme cephesi odak noktası durumdadır.	+
BİRLİK- BÜTÜNLÜK	Yapıda birlik bütünlük hissi algılanmaktadır.	+

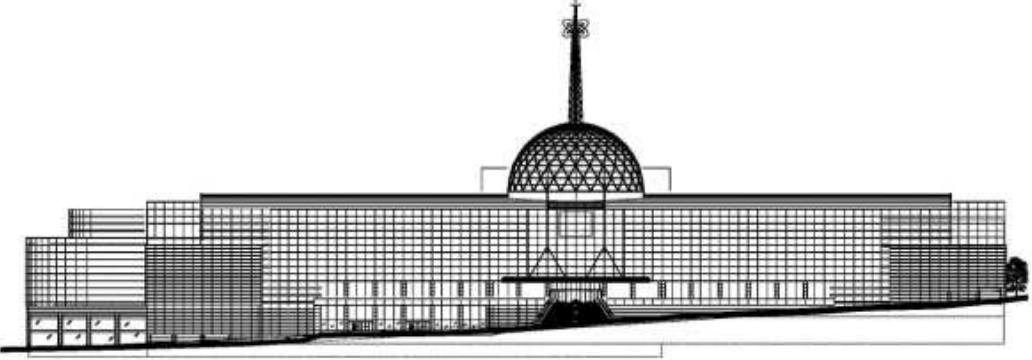
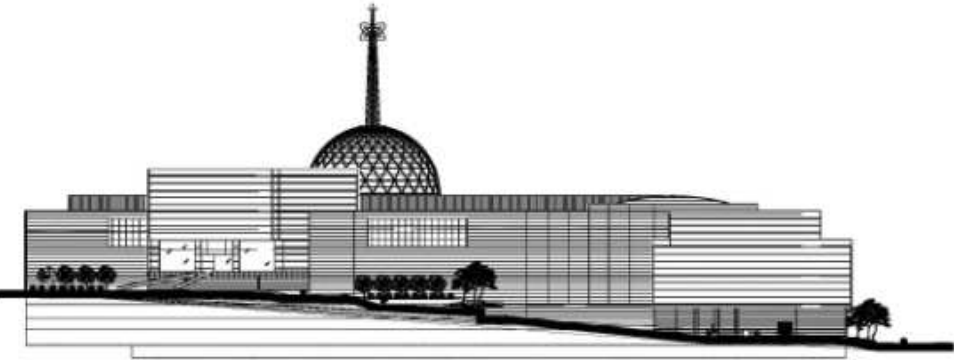
Tablo 5.16. Antares Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.9. PANORA Alışveriş Merkezi KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
Vaziyet planı	Yoldan görünüş	Perspektif
		
Bina görünüşü		
YOL	Konut dokusu içinde farklı ölçek ve dokusuyla yer almasına rağmen konumlanmasıyla ana ulaşım aksından algılanmamaktadır.	-
KENAR	Kent çeperinde yer alan sınır özelliği yoktur. Kent dokusu içerisinde yer almaktadır.	-
SEMT	Çevresinde oluşmuş bir semt dokusu vardır.	+
DÜĞÜM NOKTASI	Düğüm noktası özelliği yoktur.	-
KENT SİMGESİ	Binanın üstünde bulunan kubbesiyle kent simgesi özelliği vardır.	+
İMGENİN NİTELİĞİ	Yapı cam kubbesiyle hatırlanmaktadır. Net bir imgesi bulunmaktadır.	+
REKLAM PANOLARI	Yapı ana ulaşım aksı üzerinden reklam panolarıyla kendini tarif etmektedir.	+
SİMGELER	Cam kubbe ve anten simgesel bir özelliğe sahiptir. Yapının önündeki otopark da simgesel	+

Tablo 5.17. Panora Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
		
Bina ön görünüşü		Bina arka görünüşü
MEKANSAL ETKİ	Yapı konumlanmasıyla kentsel bir mekan hissi uyandırmamaktadır.	-
GEOMETRİK KURGU	Dikdörtgenler prizması şeklinde bir hangar tipli bir yapı olmasına rağmen ön cephedeki saydamlılıkla ve kubbeyle bu durum yumuşatılmıştır.	+
ÖLÇEK / ORAN	Yatayda uzayan kütle, düşeyde kubbe ve anten ile orantılandırılmıştır.	+
RİTİM	Geniş cam cephesinin yatay- düşey taşıyıcı profilleri ve cam cephe arkasında görünen taşıyıcı betonarme sistem ritmik görünümü oluşturmaktadır.	+
DENGE - SİMETRİ	Yapı ana giriş aksı simetri aksı olarak kabul edilirse asimetric bir denge bulunmaktadır.	+
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Arkasında bulunan yüksek katlı konut dokusuna zıtlık göstererek algısı kuvvetlendirilmiştir.	+
ODAK NOKTASI	Yapının cam kubbesi odak noktası durumunda bulunmaktadır	+
BİRLİK- BÜTÜNLÜK	Kullanılan yapı malzemeleri ve teknolojisiyle yapı birlik hissini uyandırmaktadır.	+

Tablo 5.18. Panora Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.10. 365 Alışveriş Merkezi (EK 10)

KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
Vaziyet planı	Yoldan görünüş	Perspektif
		
Bina görünüşleri		
YOL	Yapı çevreden hiçbir şekilde algılanamamaktadır.	-
KENAR	Yapı bir konut dokusu içinde yer almakta ve sınır özelliği taşımamaktadır.	-
SEMT	Çevresinde oluşmuş bir semt dokusu vardır.	+
DÜĞÜM NOKTASI	Düğüm noktası özelliği yoktur.	-
KENT SİMGESİ	Yapı algılanamadığından kent simgesi özelliği bulunmamaktadır.	-
İMGENİN NİTELİĞİ	Yapının net bir imgesi yoktur	-
REKLAM PANOLARI	Yapı kendini reklam panoları aracılığı ile tanıtmaktadır.	+
SİMGELER	Simge olarak 365 yazısı ve reklam tabelaları kullanılmıştır.	+

Tablo 5.19. 365 Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

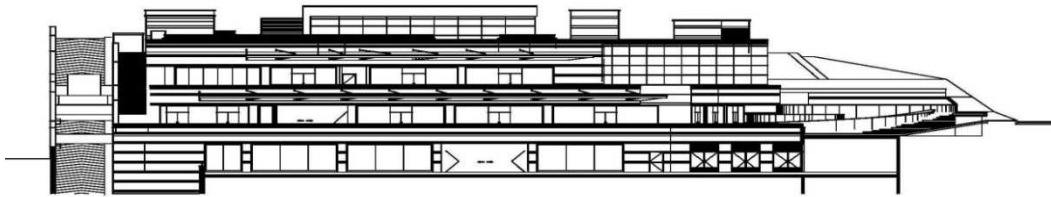
BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI



Tabelalarla yön tarifi		Bina ön görünüşü
MEKANSAL ETKİ	Yapı konumlanmasıyla kentsel bir mekan hissi uyandırmamaktadır.	-
GEOMETRİK KURGU	Dikdörtgen prizması formu köşeden dairesel pahlanmışır. Hangar tipli bina özelliğindedir	+
ÖLÇEK/ ORAN	Bina ön cephede yatayda dört parçaya bölünmüştür	+
RİTİM	Yapıda ritim oluşturan bir kompozisyon algılanamamaktadır.	-
DENGE - SİMETRİ	Yapı cephesinde bulunan kahverengi panoların orta noktası simetri aksı olarak kabul edilirse asimetrik bir denge bulunmaktadır.	+
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Yapının ön cephesinden bakıldığında arka planda uzakta konut yapıları mevcuttur. Şekil zemin ilişkisi zayıftır	-
ODAK NOKTASI	Yapıda odak noktası algılanamamaktadır.	-
BİRLİK- BÜTÜNLÜK	Yapıda birlik bütünlük algılanamamaktadır.	-

Tablo 5.20. 365 Aışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.11. MALTEPE PARK Alışveriş Merkezi KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
Vaziyet planı	Yoldan görünüş	Perspektif
		
Bina görünüşü		
YOL	Konut dizgesi içinde farklı yükseklik, doku ve yerleşimiyle algılanmaktadır.	+
KENAR	Kent çeperinde yer alan sınır özelliği yoktur. Kent dokusu içerisinde yer almaktadır.	-
SEMT	Çevresinde oluşmuş bir semt dokusu vardır.	+
DÜĞÜM NOKTASI	Düğüm noktası özelliği yoktur.	-
KENT SİMGESİ	Yapının büyük bölümü yer altında algılanmamaktadır. Kent simgesi özelliği yoktur.	-
İMGENİN NİTELİĞİ	Yapının net bir imgesi yoktur.	-
REKLAM PANOLARI	Yapı reklam panoları ile dikkat çekmektedir	+
SİMGELER	Stilize edilmiş alışveriş merkezi logosu simgesel özelliktedir	+

Tablo 5.21. Maltepe Park Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

			
			
Bina görünüşü		Bina görünüşü	
MEKANSAL ETKİ	Binaların üstü kentsel bir park olarak tasarlanmıştır		+
GEOMETRİK KURGU	Dikdörtgenler prizmalarının kompozisyonu yapılmıştır. Dairesel orta avlu çeperinde amorf bir geometri kullanılarak tekdüzelik aşılmaya çalışılmıştır.		+
ÖLÇEK/ ORAN	Yapıda ölçek ve oran algılanamamaktadır.		-
RİTİM	Yapıda ritim algılanamamaktadır.		-
DENGE - SİMETRİ	Yapı görünümünde denge ve simetri algılanamamaktadır.		-
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Fonda klasik konut dokusuyla zıtlık oluşturulmuştur		+
ODAK NOKTASI	Yapıda odak noktası algılanamamaktadır		-
BİRLİK- BÜTÜNLÜK	Yapı parçalardan oluşmuş bir şekilde görünmekte, birlik bütünlük hissi algılanamamaktadır.		-

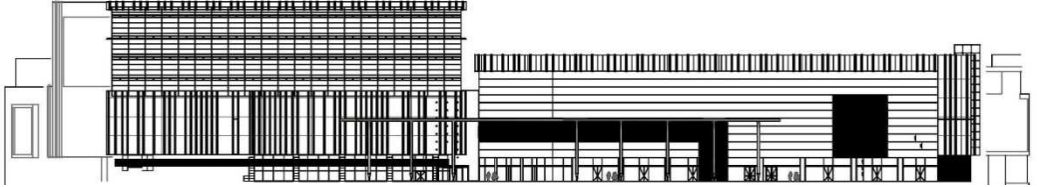
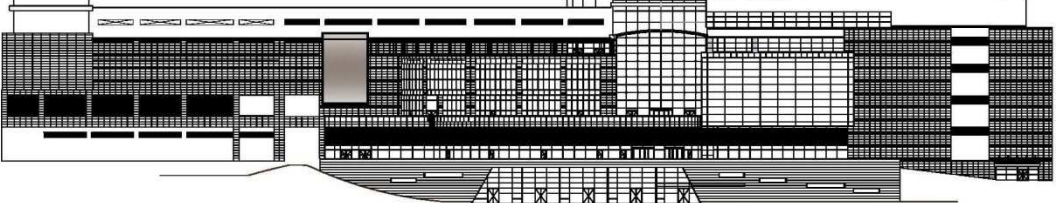
Tablo 5.22. Maltepe Park Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.12. KENTPARK Alışveriş Merkezi KENT ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
Vaziyet planı	Yoldan görünüş	
		
Perspektif		
Bina görünüşü		
YOL	Yapı yüksek hızda akan ulaşım aksı üzerinde yer almakta ve çevresinde bulunan yönetim binalarından ayrılmaktadır.	+
KENAR	Yapı kent dizgesinde yerleşim bölgesinden farklı bir konumda olmasına rağmen yüksek hızda akan trafik aksına dik konumda bulunmasından dolayı kenar özelliği taşımamaktadır.	-
SEMT	Yapı çevresinde oluşmuş bir semt dokusu yoktur.	-
DÜĞÜM NOKTASI	Yapı kent dizgesinde düğüm noktasında bulunmamaktadır.	-
KENT SİMGESİ	Yapı hangar niteliğinde kent simgesi özelliğini taşımamaktadır.	-
İMGENİN NİTELİĞİ	Yapının net bir imgesi bulunmamaktadır.	+
REKLAM PANOLARI	Yapı cephesinde büyük reklam panoları bulunmaktadır.	+
SİMGELER	Yapı önünde bulunan otopark ve tabelalar bir simgesel özelliktedir.	+

Tablo 5.23. Kentpark Alışveriş Merkezi'nin kent ölçeğinde analiz çalışması

BİNA ÖLÇEĞİNDE ANALİZ ÇALIŞMASI

		
		
Bina görünüşleri		
MEKANSAL ETKİ	Yapı sokak içinde dolaşma konseptine göre tasarlanıp kentsel mekan hissi uyandırma amaçlanmıştır.	+
GEOMETRİK KURGU	Dikdörtgen prizmalarının açılı olarak yan yana gelmesiyle oluşturulmuştur.	+
ÖLÇEK/ ORAN	İki kütle arasında 1/1,25 e yakın bir oran bulunmaktadır.	+
RİTİM	Yapı cephesinde malzeme farklarıyla ritim oluşturulmuştur	+
DENGE - SİMETRİ	Yapıda asimetrik bir denge bulunmaktadır	+
ŞEKİL ZEMİN İLİŞKİLERİ	Arkasında bulunan yüksek katlı konut dokusu ile kontrast etki oluşturulmaktadır	+
ODAK NOKTASI	İki kütle arasındaki giriş kapısı odak noktası olarak algılanmaktadır.	+
BİRLİK- BÜTÜNLÜK	Birkaç yapının bir araya gelerek, ayrı parçaların bir arada bulunması şeklinde algılanmaktadır.	-

Tablo 5.24. Kentpark Alışveriş Merkezi'nin bina ölçeğinde analiz çalışması

5.13. Beşinci Bölümün Sonuçları

Üçüncü ve dördüncü bölümdeki analiz başlıklarındaki kavramların hepsi birden bir bina için ele alındığında, bütün özelliklerin aynı binada sağlanamadığı görülmüştür. Özellikle kent ölçeğinde yapılan analizlerde yapının oryantasyonuyla belirlenen, yol,kenar,semt,düğüm noktası,kent simgesi gibi değerlendirme kriterlerinden yalnızca bazılarını karşıladığı gözlenmektedir.

Tez alan çalışmasında kent ve bina ölçeğinde analizi yapılan alışveriş merkezleri için özetle aşağıdaki sonuçlara ulaşılmaktadır.

Atakule Alışveriş Merkezi; Kent simgesi özelliği olan ve Ankara'nın birçok yerinden görülebilen kulesi ile akılda kalıcılığı en başarılı olan binalardan biri haline gelmiştir. Alt kısmında bulunan alışveriş merkezi kütlesi ise ancak yakınına gelince algılanan semt çarşısı niteliğindedir.

Karum Alışveriş Merkezi; Atakule örneğinde olduğu gibi arkasında odak noktası olarak bulunan otel kulesi ile imgelenmektedir. Birkaç caddenin kesişim noktasına yakın bulunmasıyla düğüm noktası özelliğini taşıyan ve yoldan geri çekilmesiyle önünde oluşturulan kentsel mekan etkisiyle başarılı olarak değerlendirilebilecek bir yapıdır.

Ankamall Alışveriş Merkezi ; konumu itibariyle Konya Yolu, İstanbul Caddesi ve metro istasyonunun kesişim noktasında bulunmasından dolayı düğüm noktası olma avantajından en fazla faydalanan binalardan biridir. Düğüm noktasında olması, önünde simgesel özelliği bulunan otoparkı ile algılanmasını güçlendirmektedir.

Armada Alışveriş Merkezi ; Konya Yolu ve Eskişehir Yolu'nun kesişim noktasında düğüm noktası özelliği ve avantajını yüksek katlı, farklı geometrili, odak noktası olan ofis kulesi ile güçlendirip imgeleşen bir yapıdır. Alt alışveriş

merkezi kütlesinin imgesi, hızlı trafiğin olduğu ana yola dik pozisyonda olduğundan net değildir.

Arcadium Alışveriş Merkezi; konut dizgesi içerisinde farklı cephe malzemesi ile ön plana çıkan bir yapıdır. Dikdörtgenler prizmalarının bir araya gelmesiyle oluşan geometrik yapısına eklenen ve odak noktasını oluşturan köşe elemanı ile zayıf bir imge oluşturmaktadır. Atakule, Karum ve Armada örneklerinde olduğu gibi güçlü kent simgesi özelliği yoktur.

Optimum Alışveriş Merkezi, iki ana caddenin kesişim noktasında düğüm noktası özelliğini kullanmaktadır. Hangar tipinde dikdörtgenler prizmalarının bir araya gelmesinden oluşturulmuştur. Yapı kütsel olarak imge oluşturmaktadır. Kent simgesi olan bir özelliği yoktur. Cephedeki tabelalar ve yazılar yardımı ile kullanıcı ile iletişime geçmektedir.

Cepa Alışveriş Merkezi; üzerinde hızlı hareketin olduğu Eskişehir yolu üzerinde, yoldan geriye çekilerek önündeki simgesel otopark aracılığı ile algılanma gücünü arttırmaya çalışmış hangar tipli bir yapıdır. Cephesinde kullandığı çeşitli kaplama malzemeleri ile karmaşık bir cephe düzeni oluşturularak akılda kalıcılığı zayıflatılmıştır. Üzerinde ve etrafında bulunan reklam tabelalarıyla çekiciliği ve akılda kalıcılığı arttırılmaya çalışılmıştır.

Antares Alışveriş Merkezi ; yapı konut dizgesinin olduğu cadde üzerinde ölçek olarak farklı kütleleriyle ön plana çıkmaktadır. Dikdörtgen prizmalarından oluşan alışveriş merkezi kütseline dairesel bir kütle eklenmesiyle imgeleme güçlendirilmiştir. Alışveriş merkezi fonunda yüksek katlı konut binaları tasarlanarak yatay/düşey kontrastı oluşturularak alışveriş merkezinin önemi arttırılmıştır. Ayrıca yapının köşesinde bulunan ofis kulesi ile de kent simgesi özelliği güçlendirilmiştir.

Panora Alışveriş Merkezi ; etrafında bulunan konut dokusu içinde ana ulaşım aksından doğrudan ulaşılabilen konumuyla algılanması zayıflayan bir

yapıdır. Algılanmayı sağlamak için ana yol üzerine dikey işaret tabelaları koyulmuştur. Dikdörtgenler prizmasından oluşan yatay kütlesi üzerine kent simgesi özelliği olan cam kubbe ve anten ilavesiyle imge oluşumu sağlanmıştır.

365 Alışveriş Merkezi ; konut dokusu içinde yerleşen, ana ulaşım akslarına olan uzun mesafesiyle algılanması yön levhaları aracılığı ile sağlanan bir yapıdır. Yapının ön yüzünün ana ulaşım aksına ters pozisyonda olması da yapı cephesinin hafızada kalmasını engellemektedir. Yapıya gerekli görüş mesafelerinden bakamayan kullanıcı, cephe malzemeleri ile oluşturulan organizasyonu algılayamamaktadır. Bu yapı , incelenen alışveriş merkezleri içinde akılda kalıcılığı en zayıf olan yapı olarak değerlendirilebilir.

Maltepe Park Alışveriş Merkezi; büyük bir kısmı yer altına gömüldüğünden cephesel olarak algılanamayan bir yapıdır. Algılanmayı sağlamak için dikey reklam tabelalarından faydalanılmaktadır. Yer altına gömülmesiyle hatırlanabilecek bir alışveriş merkezidir. Yer üstünde kalan kısmı park alanı olarak tasarlanmıştır. Yine algıyı arttırmak için dikey pozisyonda sıralanmış farklı aydınlatma direkleri kullanılmıştır.

Kentpark Alışveriş Merkezi; Cema alışveriş merkezi yanında yüksek hızlı hareketin olduğu Eskişehir Yolu üzerinde halen inşaatı devam etmekte olan yapıdır. Dikdörtgenler prizmalarının bir araya gelmesinden oluşturulmuştur. Proje üzerinden değerlendirme yapıldığı zaman, Antares örneğinde olduğu gibi alışveriş yapısının arkasında oluşturulan yüksek katlı konut bloklarıyla kontrast etki oluşturulmaya çalışılmıştır. Yapının odak noktasını iki kütle arasındaki giriş (yarık) oluşturmaktadır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Mimarlıkta bina çözümleme ve değerlendirmeleri, gerek bina tasarım aşamasında gerek kullanılan binalarda çeşitli bilgi alanları yönünden yapılabilmektedir. Örneğin işlevsel çözümlemeler ve performans değerlendirmeleri; binanın programlama aşamasında tanımlanan işlev akışlarına, buna uygun mekansal örgütlenmeye, mekan tefriş ve donanımlarına, ergonomi ve mekansal gereksinimler (alan , hacim ölçülendirmesi vs.) gibi bilgi alanlarından yapılmaktadır. Günümüzde kullanıcının bina içi sirkülasyonunda görsel algıya bağlı olarak yön bulabilme (way finding) amacıyla plansal çözümlemeler de güncel çözümleme yaklaşımı olarak görülmektedir.

Tüm mimari ürünlerde işlev aranmasına rağmen, özellikle hastane ve endüstri yapılarında bu işlevsellik daha da önem kazanmaktadır. Bina performansı işleve ek olarak, yapı teknolojisi, yapı malzeme ve elemanlarının amaca uygunluğu, taşıyıcı sistem performansı, yapının gün ışığı, rüzgar, iklimsel faktörler ve deprem gibi fiziksel faktörlere bağlı olarak da analiz edilmektedir.

Bina biçiminin de farklı bilgi alanlarından çözümlendiği görülmektedir. Geometrik kurgu, estetik, kültürel dizge içindeki anlamı (semiyotik) biçimsel çözümleme yaklaşımlarına örnek olarak verilebilir.

Bu tez çalışmasında ise biçime ilişkin çözümlemeler, mimari tasarımda görsel etki, zihinsel algı başarısı bağlamında ele alınmıştır. Çözümleme metodu olarak “Binanın Kentsel Dizge Ölçeğindeki Analizi” (diğer kent elemanları içindeki yeri ve bu elemanlar ile ilişkisi) ve “Tekil Bina Ölçeğinde Görsel Analiz” (binanın cephe ve kütsel kompozisyonu) ana yöntem başlıkları altında çözümlenmiştir.

Binanın Kentsel Dizge Ölçeğindeki Analizi bağlamında ; bina örnekleri, modern dönem analiz yaklaşımı olan Kevin Lynch'in hareket halinde görsel algı, post-modern çözümleme yaklaşımı olarak da R.Venturi'nin yapı kabuğu ile mesaj iletilmesi (iconographic - scenographic) bağlamında güncel görsel algı yaklaşımları ile değerlendirilmiştir.

Bina ölçeğinde görsel analiz grubundaki incelemeye, plansal mekan örgütlenmesi konu dışında tutularak, binanın dış kompozisyonu bağlamında yaklaşılmıştır. Rob Krier, J.Joedicke, P. Carl'ın Gestalt psikolojisi kökenli analiz yaklaşımları ile mekansal etki, geometrik kurgu, ölçek-oran, ritim, denge-simetri,şekil-zemin ilişkisi, kompozisyonun odak noktası, birlik-bütünlük başlıkları altında değerlendirmeler yapılmıştır.

Bu çözümleme yöntemleri alan çalışması olarak Ankara'da son yirmi yıllık dönemdeki günümüze kadar olan alışveriş merkezleri değerlendirme alan konusu olarak seçilmiştir.

Binanın kentsel dizge içerisindeki analizinde;

Yollar; algı ile alakalı sirkülasyon elemanlarıdır. Yaya hızı, düşük hızlı kent içi trafik ve yüksek hızlı kent dışı trafik bağlamında üç farklı açıdan düşünülmektedir.

Yoldaki hareket hızı arttığında bina yola yakınsa algılanması zayıflamaktadır. Bina Panora ve 365 Alışveriş merkezlerinde olduğu gibi ana ulaşım akslarına uzakta konumlanmış yada doğrudan erişim sağlayamamışsa algısı ve akılda kalıcılığı zayıflamaktadır. Bu durumda akılda kalıcılığı sağlamak ve algıyı arttırmak için yön gösterici tabelalar ve reklam panoları kullanılmaktadır.

Kenarlar, alışveriş merkezinin kentsel doku dışarısında bir sınır bölgede konumlanması bağlamında ele alınmıştır. Ankara'da kenar özelliği taşıyan Bilkent Real ve Praktiker alışveriş merkezi örneği gösterilebilir.

Semtler, alışveriş merkezinin belirli bir yerleşim birimine ait olma yada hizmet etme durumunu açıklamaktadır. Karum,Atakule,Optimum,Maltepe alışveriş merkezleri bunlara örnek olarak gösterilebilir.

Düğüm noktaları; alışveriş merkezinin ulaşım ve aktivite alanlarının kesiştiği bölgede yer alması durumudur. Ankamall, Armada, Karum örneklerinde görüldüğü gibi binalar ulaşım akslarının kesiştiği noktada yer almaktadır.

Kent simgesi; alışveriş merkezinin hafızada kalıcılığının kentsel dizge bağlamında ele alınması durumudur. Ankara'da en akılda kalan örneği Atakule Alışveriş Merkezinin kulesi olarak görünmektedir. Armada ve Karum alışveriş merkezleri de yine yükselen kule binalarıyla akılda kalmaktadır.

Reklam panoları; alışveriş merkezinin algılanmasını güçlendirmek için bina üzerinde yada yakınlarında bulundurulmuş tanıtıcı tabelalardır. Panora ve 365 alışveriş merkezlerinin ana yollardan uzak noktalarda bulunması algılanma problemi oluşturduğundan bina çevresinde çok sayıda reklam tabelası kullanılmıştır. Ayrıca bu binalar konumlanmalarıyla kent merkezine uzak noktada olmalarından dolayı belediyenin billboardlarında en çok reklamı olan alışveriş merkezleridir.

Simgeler; alışveriş merkezinin akılda kalıcılığını sıra dışı,özgün yada ikonolojik elemanlar vasıtasıyla sağlanması durumudur. Ankamall,Cepa, Optimum alışveriş merkezlerinde görüldüğü gibi binanın önünde bulunan büyük otopark alanı da simgesel bir özellik taşımaktadır. Simgesel özellik Atakule,Karum ve Armada alışveriş merkezlerinde olduğu gibi binanın mimari formuyla da elde edilmiştir

Tekil Bina Ölçeğinde görsel analizde;

Mekansal Etki Analizinde; alışveriş merkezinin kentsel bir mekan oluşturup oluşturmadığı araştırılmıştır. Kentsel mekan, binanın yoldan çekilmesiyle oluşturulan boşlukta bir buluşma alanının oluşturulmasıyla sağlanmaktadır. Karum, Ankamall ve Antares alışveriş merkezlerinde bu sağlanmıştır.

Geometrik Kurgu Analizinde; alışveriş merkezinin kütsel yapısının hangi geometrik formlar aracılığı ile nasıl oluşturulduğu araştırılmıştır.

Ölçek Oran Analizinde; alışveriş merkezinin kütsel ve dokusal kompozisyondaki parça bütün ilişkisi incelenmiştir. Binanın algılanmasında yapının konumuna bağlı olarak dikeyde ve yatayda boyutlandırılması önemlidir. Atakule örneğinde yapının tüm Ankara'dan algılanması dikeyde uzanan kule yapısına bağlıdır. Altta bulunan alışveriş merkezi kütseli ise ancak binanın yanına gelindiğinde algılanmaktadır. Yatayda uzanan Armada alışveriş merkezi de yine dikeyde yükselen kule binası ile algılanmaktadır.

Ritim Analizinde; yapı bileşenlerinin belli bir sistematik içinde algıyı güçlendirici etkisi araştırılmıştır.

Cepa,Optimum, gibi geniş yüzeyli,büyük hacimli hangar tipi alışveriş merkezlerinde çeşitli giydirmce cephe malzemeleriyle oluşturulan yüzeysel ritim algıyı güçlendirmemekte ve akılda kalıcılığı zorlaştırmaktadır. Karum örneğinde olduğu gibi kütsel elemanlarla oluşturulan ritimler daha akılda kalıcı olmaktadır.

Denge-Simetri Analizinde; genellikle yapının ana yaklaşım cephesinden algılanan simetri-denge hali araştırılmıştır. Simetri ve denge kullanıcıyı ilk etapta bina yaklaşımında yönlendirmek için kullanılmaktadır. Ankamall alışveriş merkezinde ön cephenin yanlarında simetrik bir şekilde bulunan iki sağır kütle insanları altı boşaltılmış orta boşluğa yönlendirmektedir. Bu bağlamda simetrinin kullanılması başarılıdır.

Şekil zemin ilişkilerinin incelenmesi analizinde; alışveriş merkezi yapısının arkasında yada çevresinde bulunan doku düzlemi ile oluşturduğu, geri plan-ön plan / şekil-zemin ilişkileri incelenmiştir.

Odak noktasının vurgulanması analizinde ; alışveriş merkezi yapısında baskın olarak ön plana çıkan ve akılda kalıcılığı sağlayan elemanın araştırılması yapılmıştır. Armada, Atakule, Karum alışveriş merkezlerinde olduğu gibi yüksek katlı kuleler yapının odak noktasını oluşturmakta ve tekil elemanlar olduğu için akılda kalıcılıkları fazla olmaktadır. Optimum, Cepa, 365 alışveriş merkezlerinde odak noktası dominant bir eleman tarafından sağlanamamış ve akılda kalıcılık değeri zayıflamıştır. Panora alışveriş merkezi de hangar tipi bir yapı olmasına rağmen cam kubbesi ile odak noktası vurgulanarak akılda kalıcılığı sağlanmıştır.

Birlik bütünlük analizinde; alışveriş merkezlerinin cephe ve kütsel hareketlerinde kullanılan farklı elemanların tek bir yapı imajını oluşturup oluşturmadığı değerlendirilmiştir.

Maltepe ve Kentpark alışveriş merkezinde kütlelerin birbirinden farklı ve parçalı konumlanmalarıyla bütünlük hissi algılanmamaktadır.

Bu tezde alışveriş merkezi binaları üzerinden yapılan değerlendirme çalışmaları sonucunda, bir binanın akılda kalıcılığını sağlamak yada görsel etkisini kuvvetlendirmek için kent dizgesi ve tekil bina bazında aşağıdaki noktaların göz önünde bulundurulması binanın mimari tasarımında görsel etki başarısını arttırmaktadır.

Kent dizgesi bağlamında;

Binanın algılanması için bina yerleşiminde , ana ulaşım akslarıyla olan ilişkinin yaya ve araçlar için ayrı ayrı etüt edilmesi gerekmektedir. Yapının alışılacmış düzen içinde fark edilmesi sağlanmalıdır. Bina düğüm

noktalarına ne kadar yakınsa algılanması o oranda artmaktadır. Bina kent simgesi olma özelliğini sağlamalıdır. Reklam panoları ve simgesel elemanların görsel kirlilik oluşturmayacak şekilde kullanımı da algılanma ve imgelenmeyi arttırmaktadır.

Tekil bina bağlamında;

Algılanmayı ve imgelenmeyi sağlamak için; yüksek hızda hareket eden araçlar için tekil kent simgesi ve odak noktası özelliğinde olan elemanlar kullanılmalıdır. Bu elemanlar yatay olarak uzayan yapılarda genellikle düşey doğrultuda yükselen kule yapıları ile sağlanmaktadır. Ayrıca bina ana geometrik formuna takılan, belirginleşen giriş kapıları gibi farklı geometrik özelliğe sahip bir eleman da odak noktası oluşturarak algıyı ve akılda kalıcılığı arttırmaktadır. Düşük hızda hareket eden yayalar için kentsel mekan niteliğinde meydansal buluşma alanları oluşturulmalıdır. Binanın karmaşadan uzak, birlik bütünlük hissi veren, özgün geometrik formu şekil zemin ilişkileri bağlamında elde edilmesi de görsel etkiyi arttırmaktadır.

Bu çalışmanın sonucunda, güncel mimari biçimlenme anlayışlarına sahip bu binaların belirtilen analiz yöntemleri ile değerlendirilmesi ile nesnel veriler elde edilmiştir. Bu nesnel bulguların ileriki mimari tasarım süreçleri için bina görsel etkisini arttırıcı tasarım girdileri sağlaması tezin özgün amacıdır.

KAYNAKLAR

- [1] Birol, G., “Çağdaş Alışveriş Merkezlerindeki Kent Dokusunun Yeniden Yorumlanması”, **Gazi Univ. Müh.Mim.Fak.Der.**, 20(4): 421-427, 2005.
- [2] Zengel R., Ege Mimarlık, “ **Tarih içinde değişen tüketim mekanları**”, 40-41, 2001.
- [3] Yırtıcı H . , “ Tüketicinin Mekansal Örgütlenmesinin İdeolojisi” , Mimarlık ve Tüketim, **Boyut Yayınları**, İstanbul, 9-39, 2002.
- [4] Başkaya,A. “Yalın Bir İşaret Dizgesi”, **Gazi Univ. Müh.Mim.Fak.Der.** 16(2):, 63-75, 2001.
- [5] Lynch K, The image of the city, **The MIT press & Harvard University Press**, Cambridge, 46-91,1960.
- [6] Venturi, R.- Scott Brown,. Las Vegas’ın Öğrettikleri: Mimari Biçimin Unutulan Simgeselliği, **Şevki Vanlı Mimarlık Vakfı Yayınları**, İstanbul, 1-132,1993 .
- [7] Aydın, S. “ Mimarlıkta Görsel Analiz” **I.T.Ü. Mimarlık Fakültesi Baskı Atölyesi**, İstanbul, 1-66, 1992.
- [8] Krier, R., Architectural Composition, **Rizzoli**, New York, 178-180, 1988.
- [9] Jeodick, J., Space and Form In Architecture, **Kari Krâmer Verlag**, Stuttgart, 46, 1985.
- [10] Kuban, D., Mimarlık Kavramları, **Yem Yayınları**, İstanbul, 60-67, 1998.

- [11] Laseau, P., *Graphic Thinking for Architects and Designers*, **Van Nostrand Reinhold**, New York, 32, 1989.
- [12] Crowne, N., Laseau, P., "Visual Notes" for Architects and Designers, **Van Nostrand Reinhold**, 27, 1984.
- [13] Norberg-Schulz, C. *Intentions in Architecture*, **The M.I.T. Press**, Cambridge, Mass, 56, 1988.

EKLER

EK-1 Atakule Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım: Ragıp Bulu ,

Müteahhit: Kutlutaş İnşaat

Proje Tarihi: 1986-1987

Yapım Tarihi:1986-1987

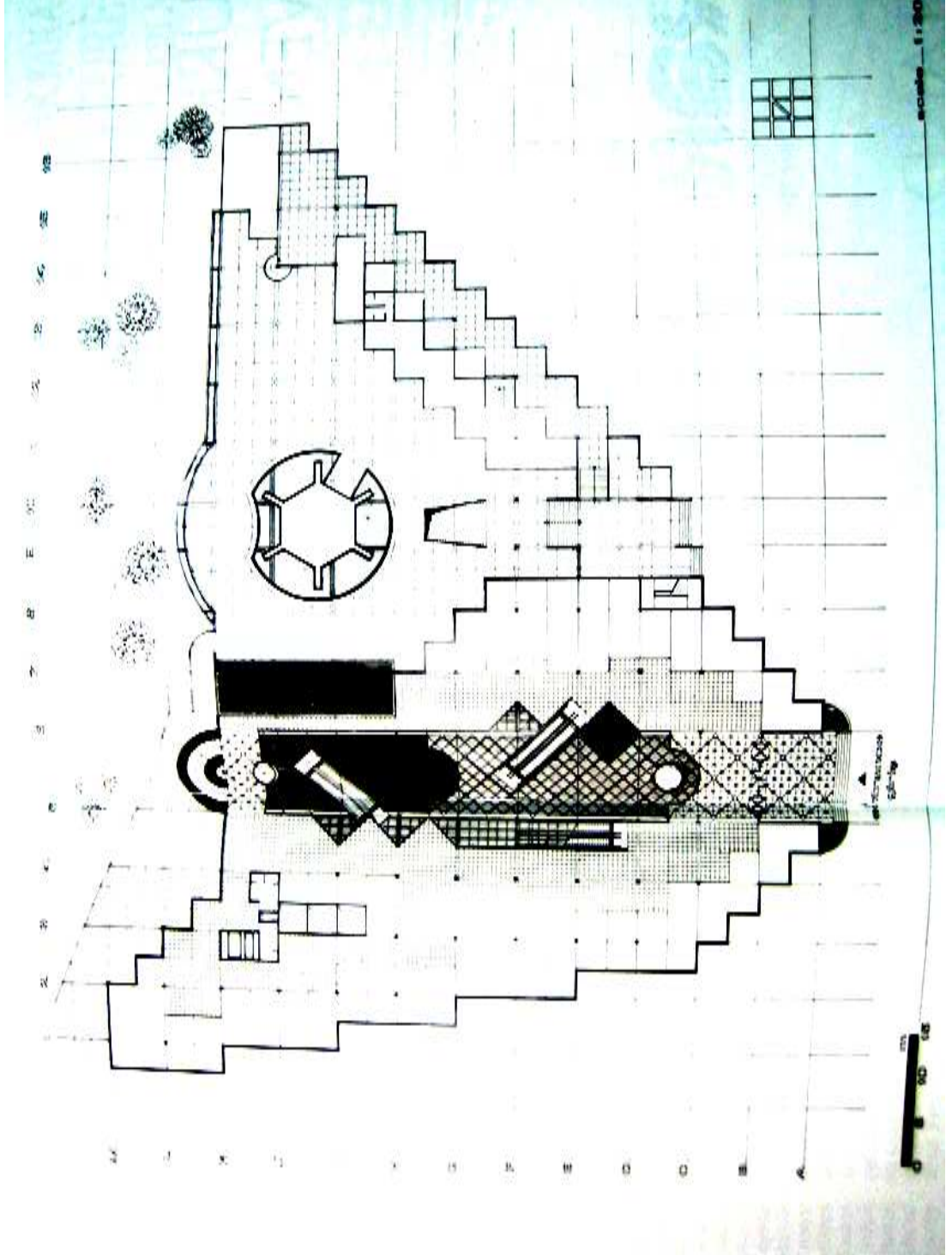
Kapalı Alan: 25830 m²

Alışveriş Merkezi; Atrium  arşı niteliğinde inşa edilen ve tamamı alışveriş merkezi olarak faaliyet gösteren, sosyal ünite olarak nikah ve kokteyl salonu bulunan 5 katlı bölümdür. -Kule bölümü; 125 m yükseklikte inşa edilmiş betonarme taşıyıcı sistemli yapı özelliğinde, çıkış ve inişte şehir manzarasına hakim iki adet asansörle 87 m yükseklikte seyir terasına ulaşılmaktadır. Bu bölümün altında Cafe-Bar katı, üzerinde ise döner platformlu lokanta katı yer almaktadır. En üstte ise, kubbe altında kokteyl salonu bulunmaktadır.



şekil 1.1 Atakule Vaziyet Planı

EK-1 (Devam) Atakule Alışveriş Merkezi



Şekil 1.2 Atakule Alışveriş Merkezi Tip Kat Planı

EK-1 (Devam) Atakule Alışveriş Merkezi



Resim 1.1. Genel Görünüş

EK-1 (Devam) Atakule Alışveriş Merkezi



Resim 1.2. Genel Görünüş



Resim 1.3. Genel Görünüş

EK-1 (Devam) Atakule Alışveriş Merkezi



Şekil 1.4. Genel Görünüş



Resim 1.5. Genel Görünüş

EK-2 Karum Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi: Von Gerkan, Marg and Partners;

Mimarlık Ofisi:Seyaş

Yapımcı Firma: Koray Yapı Endüstri A.Ş

Proje Tarihi: 1986 – 1991

Yapım Tarihi: 1986-1991

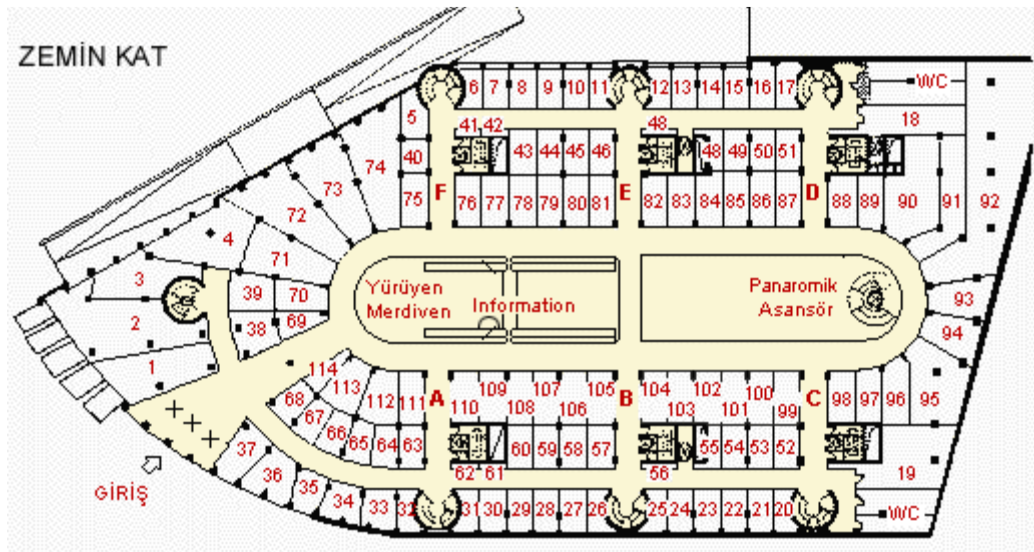
Kapalı Alan :62000 m²

Tunalı Hilmi Caddesi, Arjantin Caddesi ve Tahran Caddesinin kesişme noktasındadır, Kavaklıdere semtinin Esat, Gazi Osman Paşa, Çankaya, Ayrancı gibi semtlerin ortasında bulunması ve yürüme mesafesinde olması yer seçiminde önemli bir etkindir, bu sayede bölgenin en önemli alışveriş merkezi konumundadır. Ayrıca tam önünde meşhur Kuğulu Park bulunur. İş merkezinin inşaat alanı 62000m²'dir. Bunun 12000m²'si otopark, 23000m²'si ortak alan ve 27000 m²'si de kullanılabilir alandır. Üçü çarşı katları (zemin kat, 1. kat, 2. kat), dördü büro katları, diğer ikisi de tesisat ve otopark katları olmak üzere 9 kattan oluşan binanın dört ana kapısı ayrıca otopark bağlantıları mevcuttur. Ortada eliptik bir atrium bulunur.

EK-2 (Devam) Karum Alışveriş Merkezi

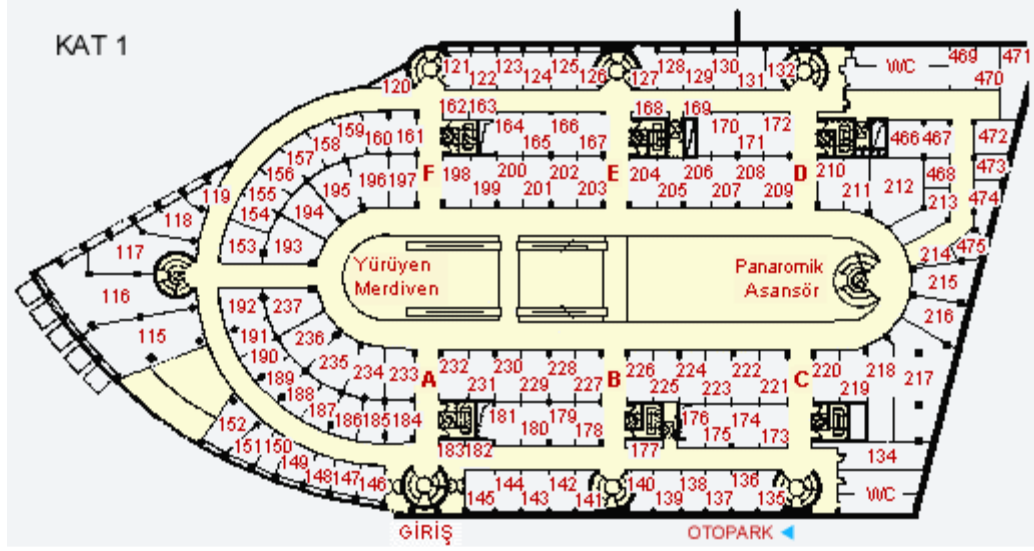


Şekil 2.1. Karum Vaziyet Planı

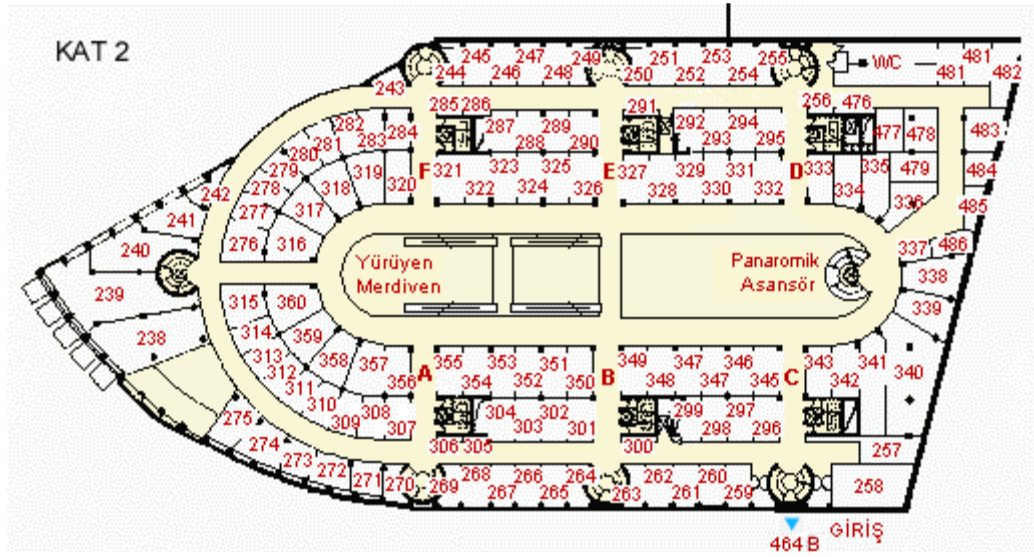


Şekil 2.2. Kat Planı

EK-2 (Devam) Karum Alışveriş Merkezi

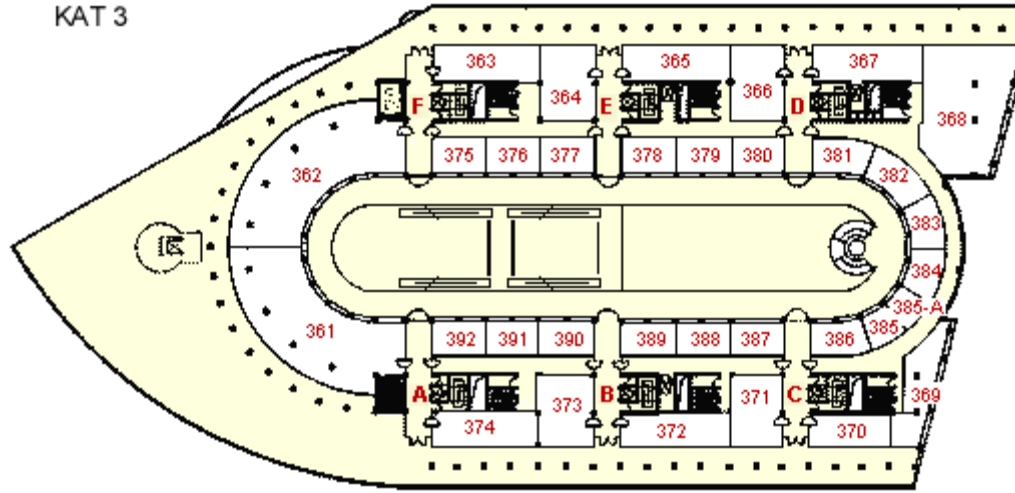


Şekil 2.3. Kat Planı

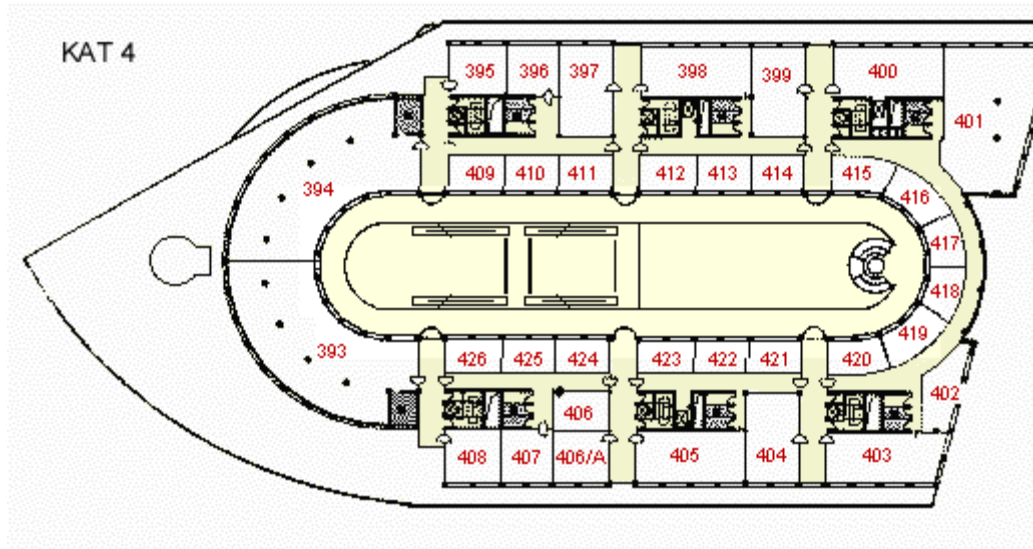


Şekil 2.4. Kat Planı

EK-2 (Devam) Karum Alışveriş Merkezi

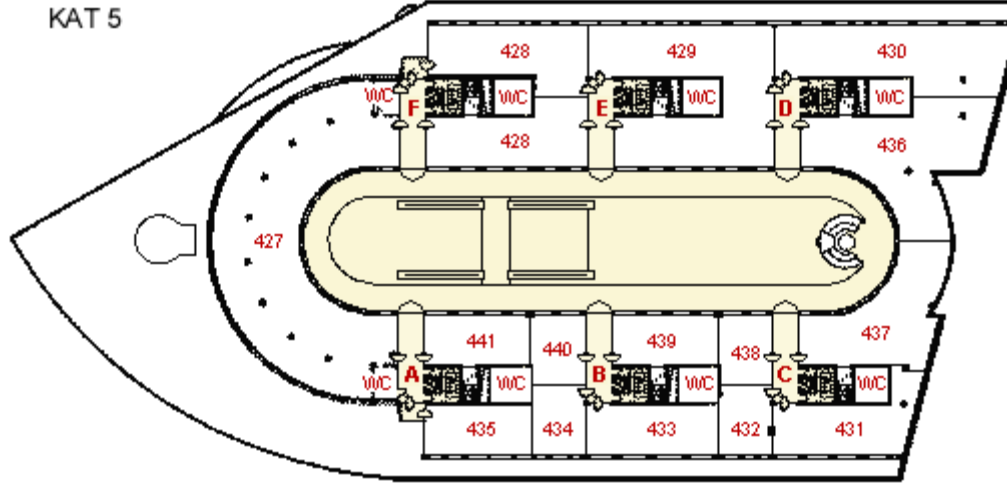


Şekil 2.5. Kat Planı

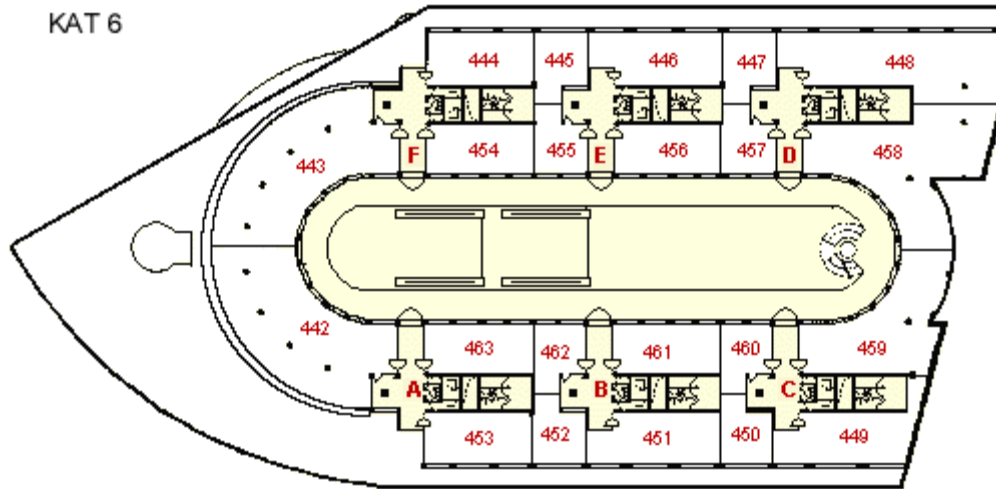


Şekil 2.6. Kat Planı

EK-2 (Devam) Karum Alışveriş Merkezi



Şekil 2.7. Kat Planı



Şekil 2.8. Kat Planı

EK-2 (Devam) Karum Alışveriş Merkezi



Resim 2.1. Cephe Fotoğraflı



Resim 2.2. Dış Cephe Fotoğraflı

EK-2 (Devam) Karum Alışveriş Merkezi



Resim 2.3. Dış Cephe Fotoğrafı



Resim 2.4. Dış Cephe Fotoğrafı

EK-2 (Devam) Karum Alışveriş Merkezi



Resim 2.5. Dış Cephe Fotoğraflı

EK-3 Migros-Ankamall Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Proje Tarihi: -

Yapım Tarihi: 1997-2004

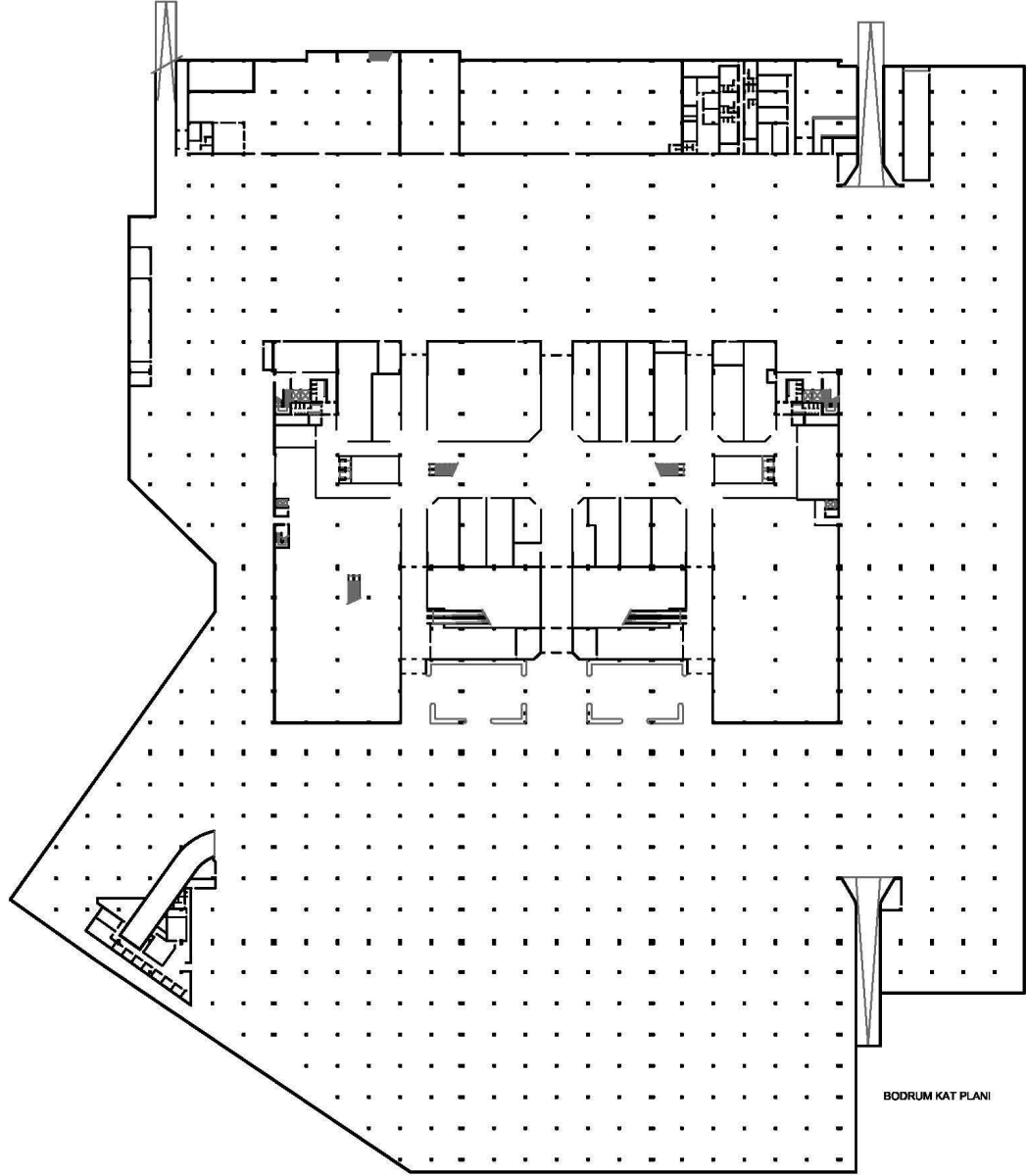
Kapalı Alan: 176600 m2

Ankamall, 27 Ağustos 1999'da Ankara Migros Alışveriş Merkezi adıyla açılıp, 2004 yılında genişletme çalışmaları ile 12 Mayıs 2006 tarihinde hizmete girmiş alışveriş merkezidir. Toplam büyüklüğü 176 bin metrekare olan merkezde 300'den fazla mağaza ve 6 bin araç kapasiteli otopark bulunmaktadır. İki binayı cam bir koridorla birleştiren alışveriş ANKAmall bünyesinde 5 yıldızlı, 568 yatak kapasiteli bir tel de bulunacaktır.



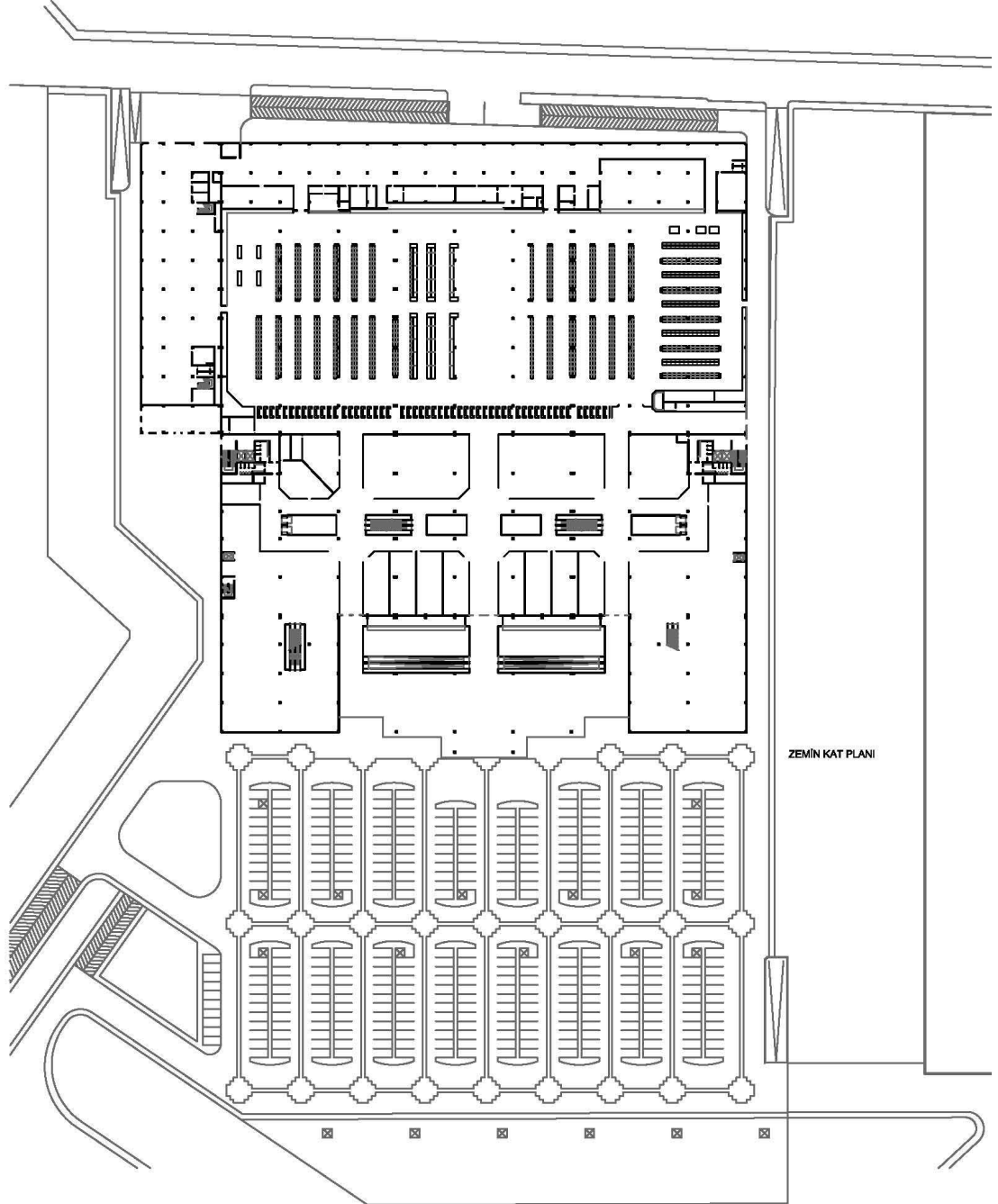
Resim 3.1. Migros-ANKAMALL Alışveriş Merkezi vaziyet planı

EK-3 (Devam) Migros-Ankamall Aışveriş Merkezi



Şekil 3.2. Kat Planı

EK-3 (Devam) Migros-Ankamall Aışveriş Merkezi



Şekil 3.3. Kat Planı

EK-3 (Devam) Migros-Ankamall Alışveriş Merkezi



Resim 3.1. Cephe Fotoğrafl



Resim 3.2. Cephe Fotoğrafl

EK-3 (Devam) Migros-Ankamall Aışveriş Merkezi



Resim 3.3. Cephe Fotoğrafi



Resim 3.4. Cephe Fotoğrafi

EK-3 (Devam) Migros-Ankamall Alışveriş Merkezi



Resim 3.5. Cephe Fotoğrafl



Resim 3.6. Cephe Fotoğrafl

EK-4 Armada Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi: Ali Osman Öztürk, I

Mimarlık Ofisi: A Tasarım, Mimarlık Uygulama, Danışmanlık İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.

İşveren: Söğütözü İnşaat ve İşletme A.Ş.

Proje Tarihi: 1998– 2002

Yapım Tarihi: 1999 – 2002

Arsa Alanı: 30000 m²

Kapalı Alan: 125000 m²

Yaklaşık 32000 m2 kiralanabilir alana sahip Alışveriş Merkezinde 45 m2 ile 2000 m2 arasında değişen büyüklükte, birçok sektöre ait toplam 156 mağaza bulunmaktadır.

30000 m2 büyüklüğünde bir arsa üzerinde toplam inşaat alanı 125000 m2 olup 21 katlı bir ofis kulesi ve çarşı bloğu olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır.

Ana girişi Eskişehir Yolu'na cepheli olarak tasarlanan binanın iki uzun yan cephesindeki girişler haricinde arka cephede market katına açılan girişle 4 ayrı noktadan yaya girişi ve 1 noktadan da otopark girişi olmak üzere toplam 5 girişi bulunmaktadır.

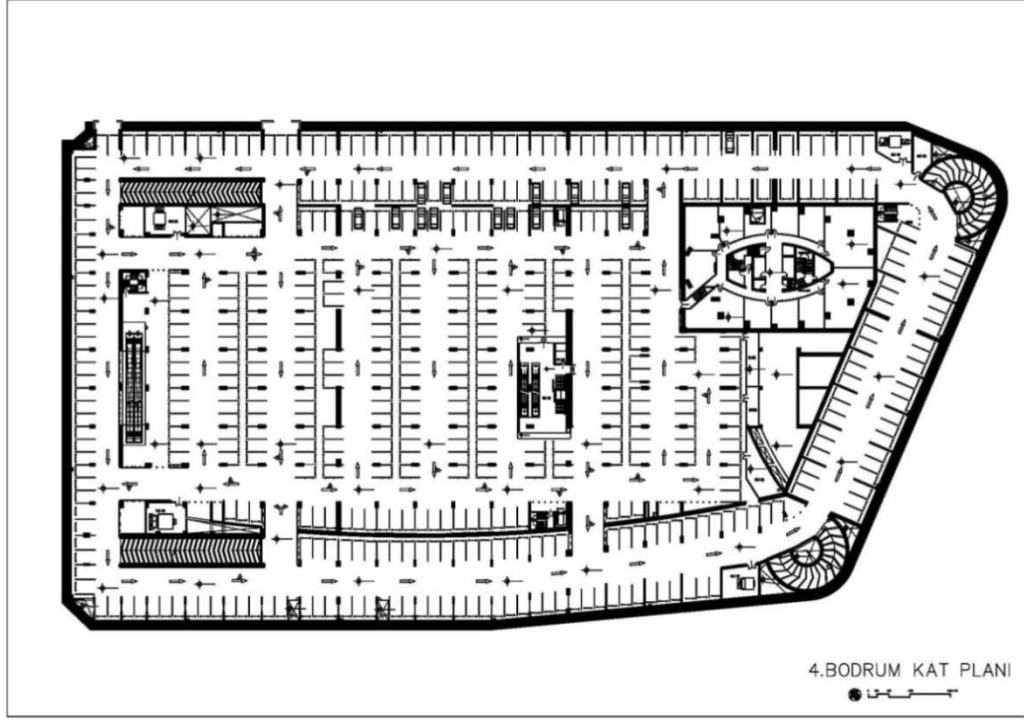
Üç bodrum katında projelendirilmiş 2000 araçlık otoparka ek olarak, 800 araçlık açık otopark ve ofis katlarının kiracılarının kullanımı için ayrılmış 300 araçlık kapalı otopark ile toplam 3100 araçlık otopark kapasitesi bulunmaktadır.

EK-4 (Devam) Armada Alışveriş Merkezi

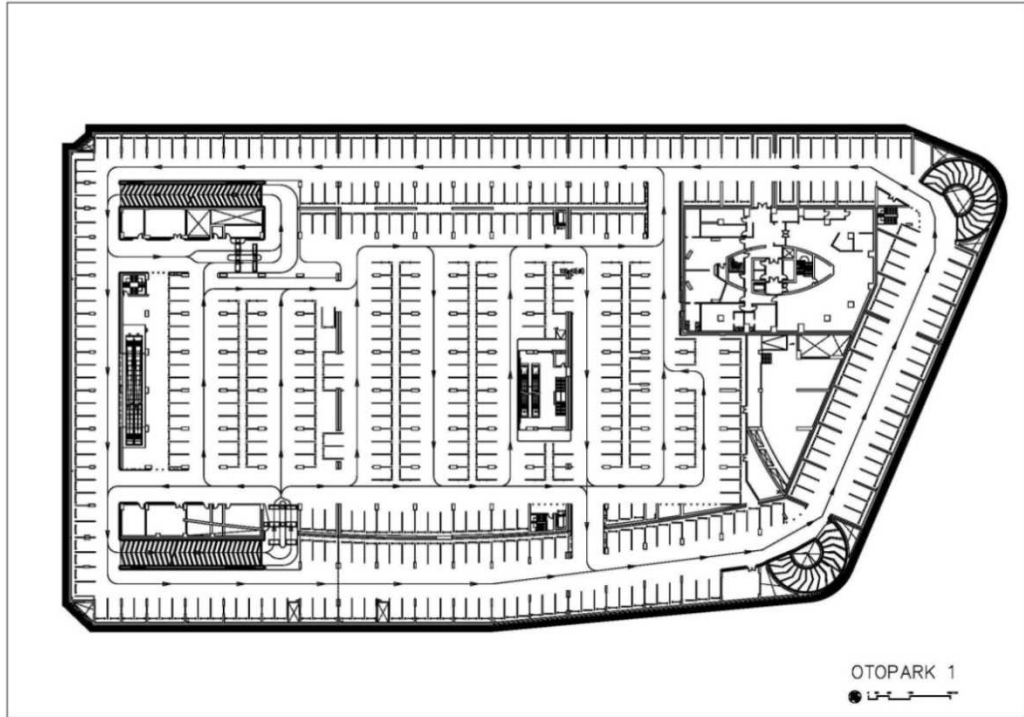


Şekil 4.1. Armada Alışveriş Merkezi vaziyet planı

EK-4 (Devam) Armada Alışveriş Merkezi

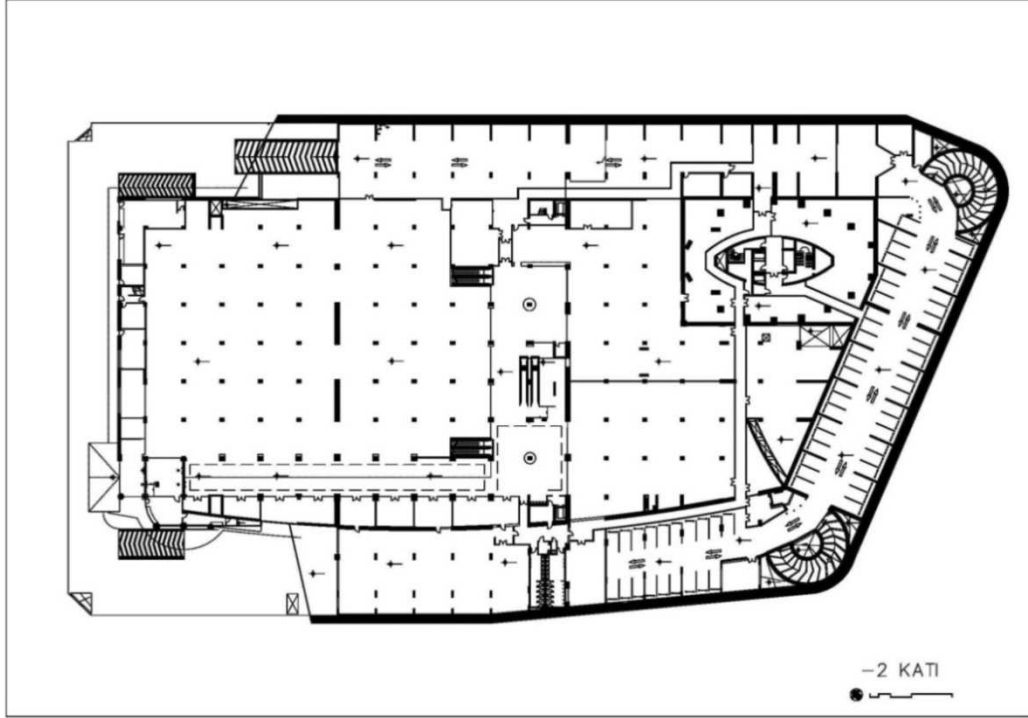


Şekil 4.2. Kat Planı

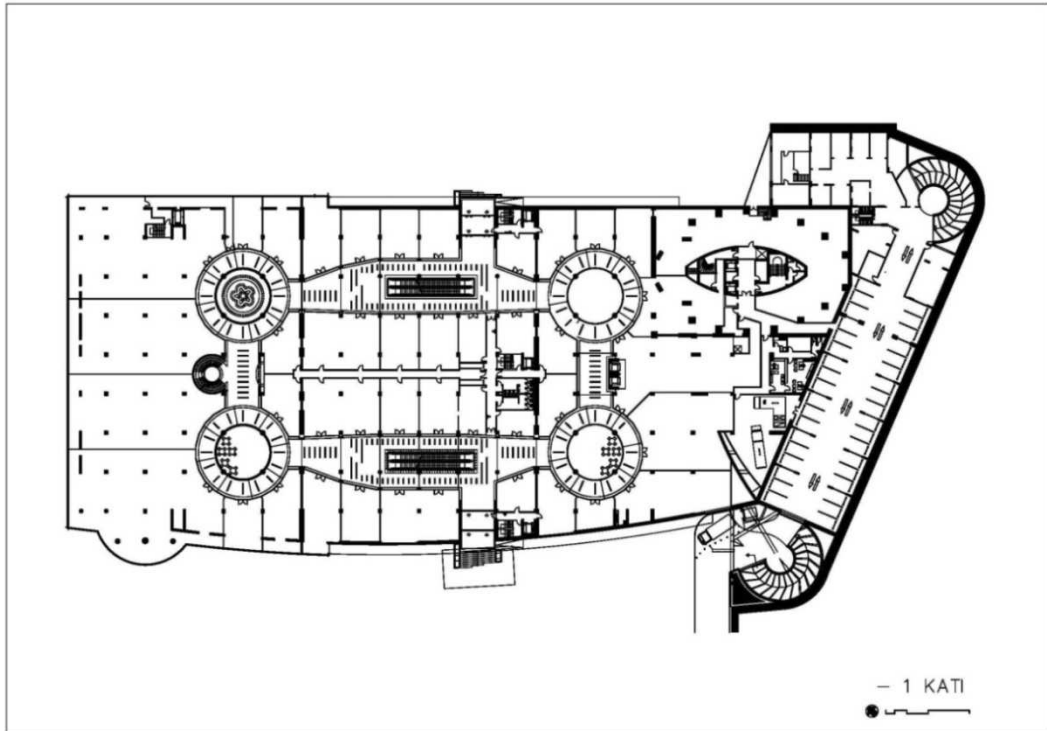


Şekil 4.3. Kat Planı

EK-4 (Devam) Armada Alışveriş Merkezi

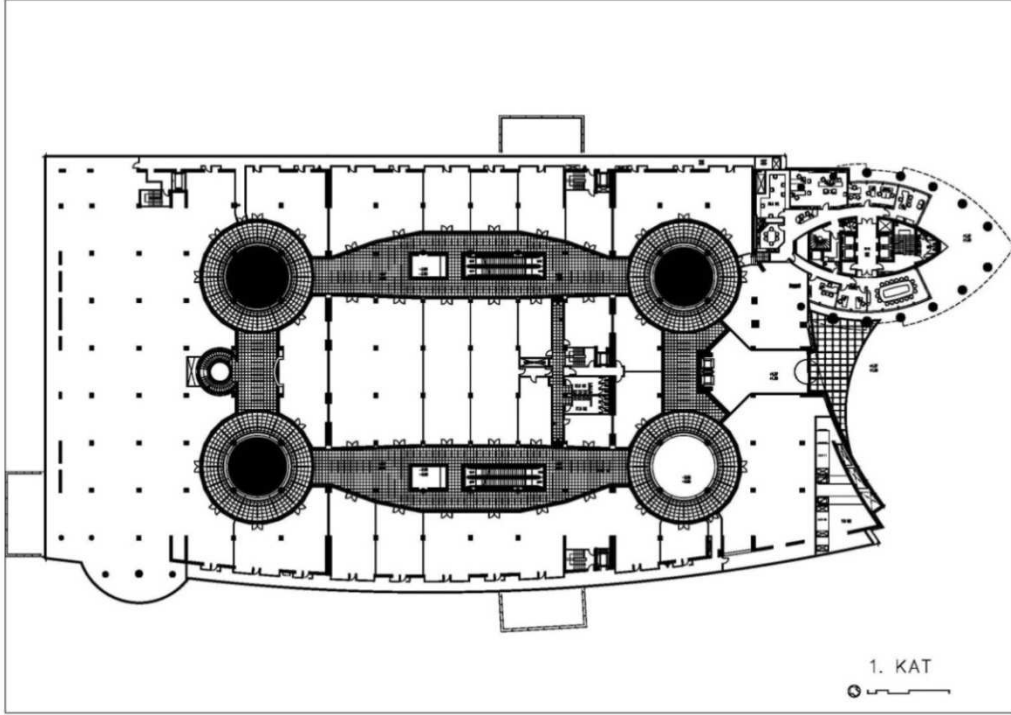


Şekil 4.4. Kat Planı

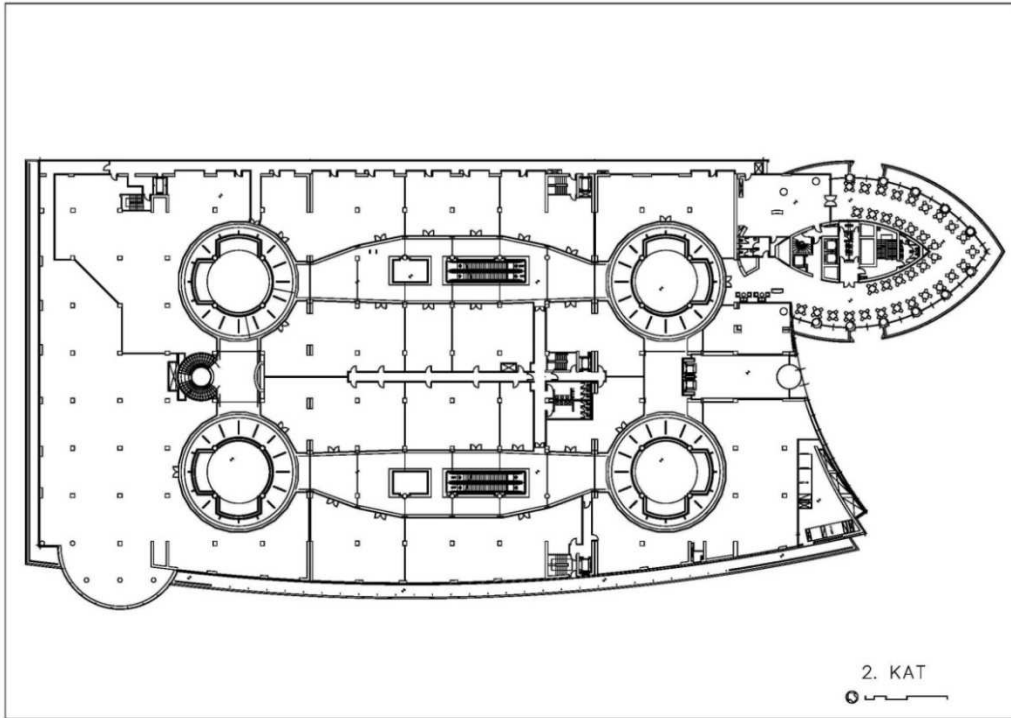


Şekil 4.5. Kat Planı

EK-4 (Devam) Armada Alışveriş Merkezi

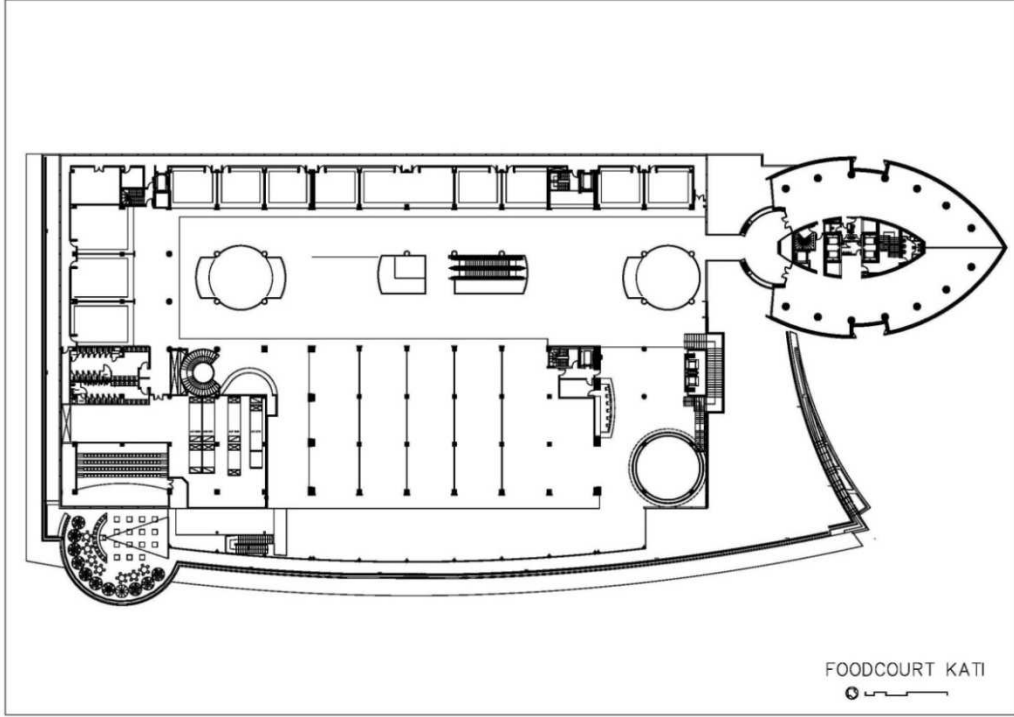


Şekil 4.6. Kat Planı

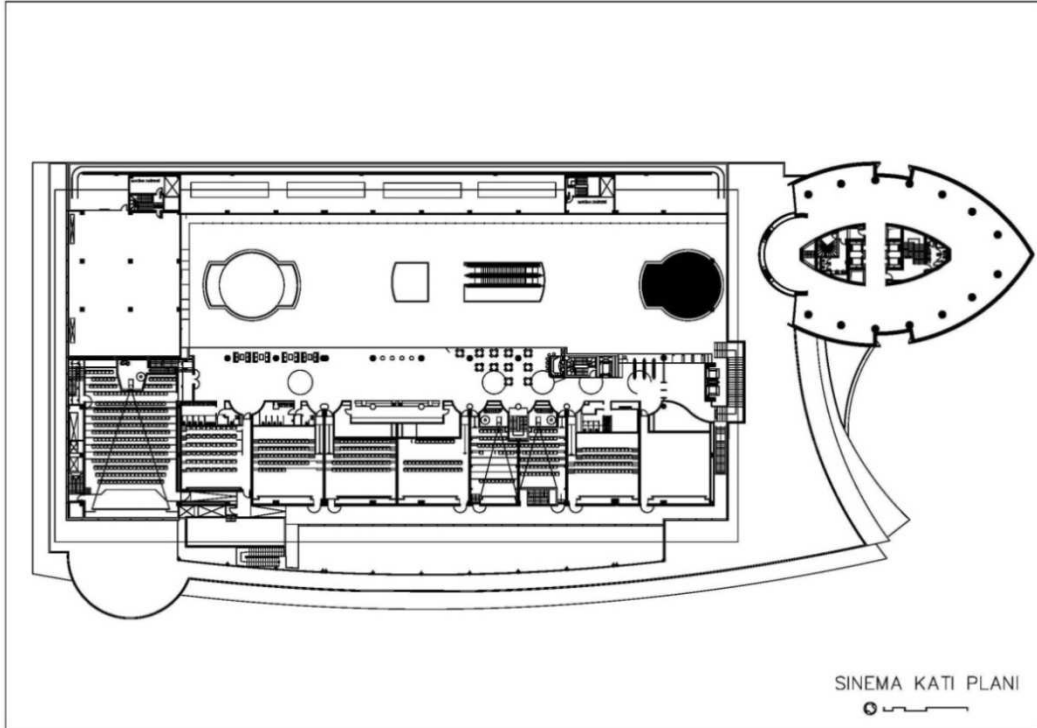


Şekil 4.7. Kat Planı

EK-4 (Devam) Armada Alışveriş Merkezi

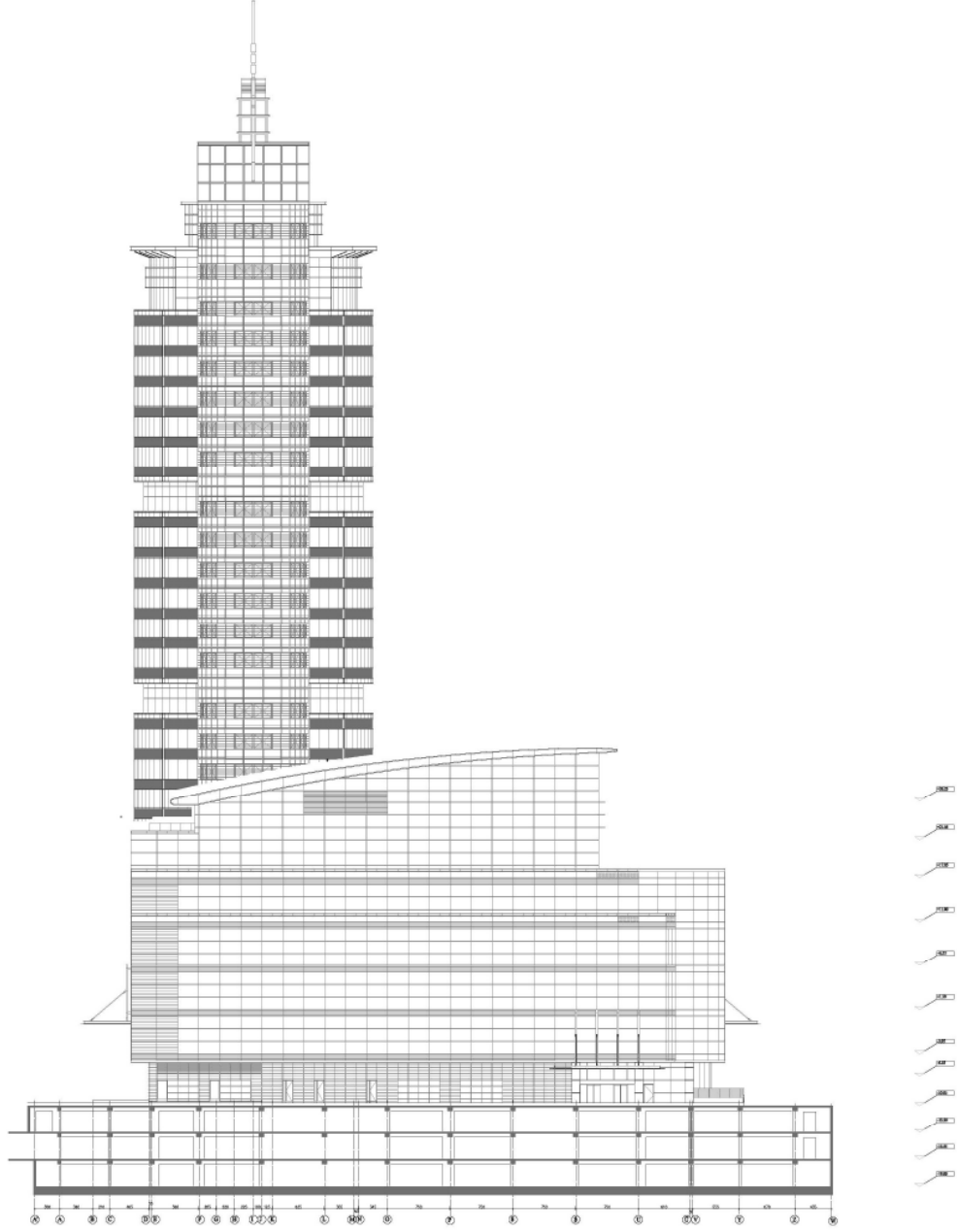


Şekil 4.8. Kat Planı



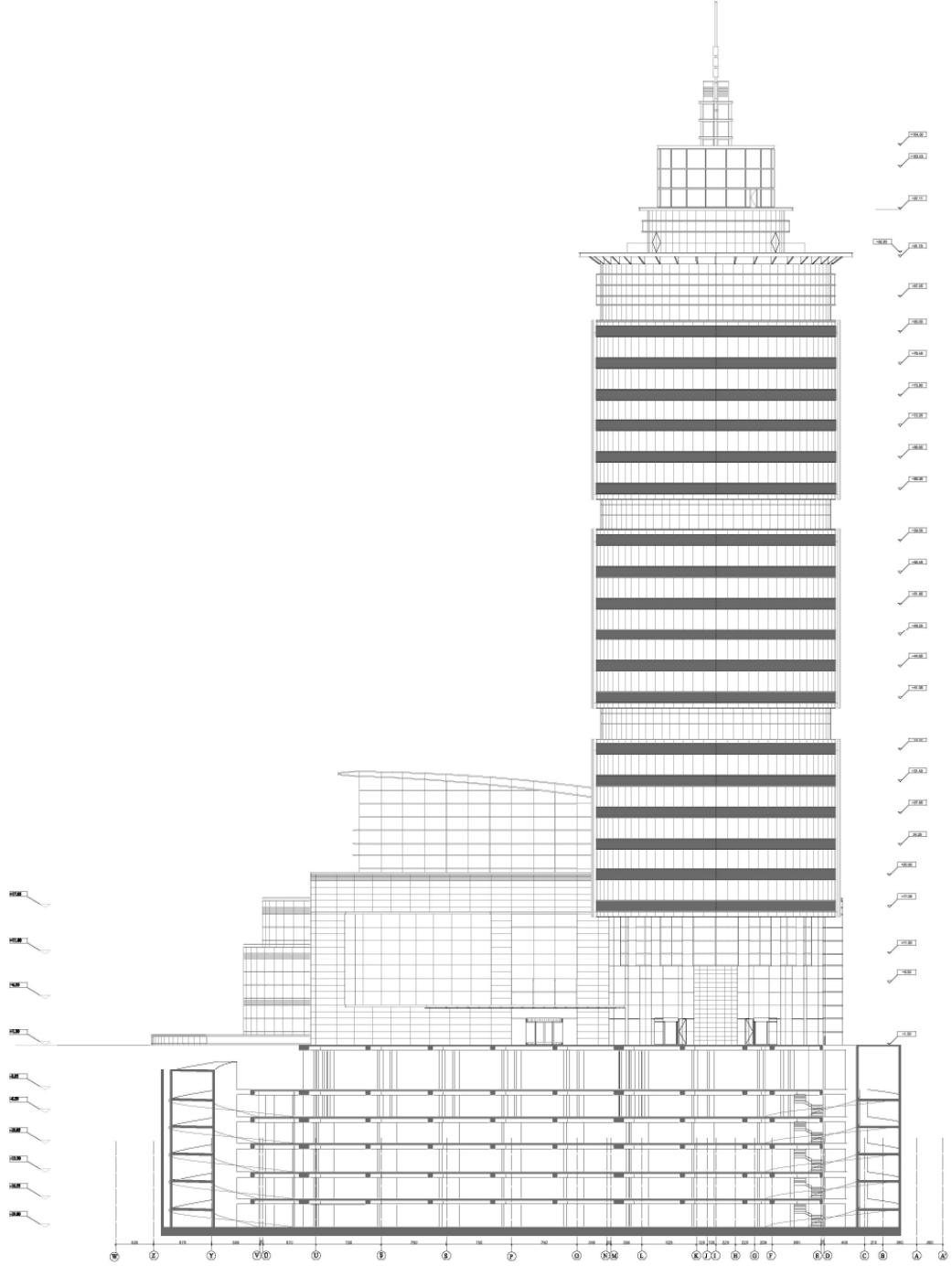
Şekil 4.9. Kat Planı

EK-4 (Devam) Armada Alışveriş Merkezi



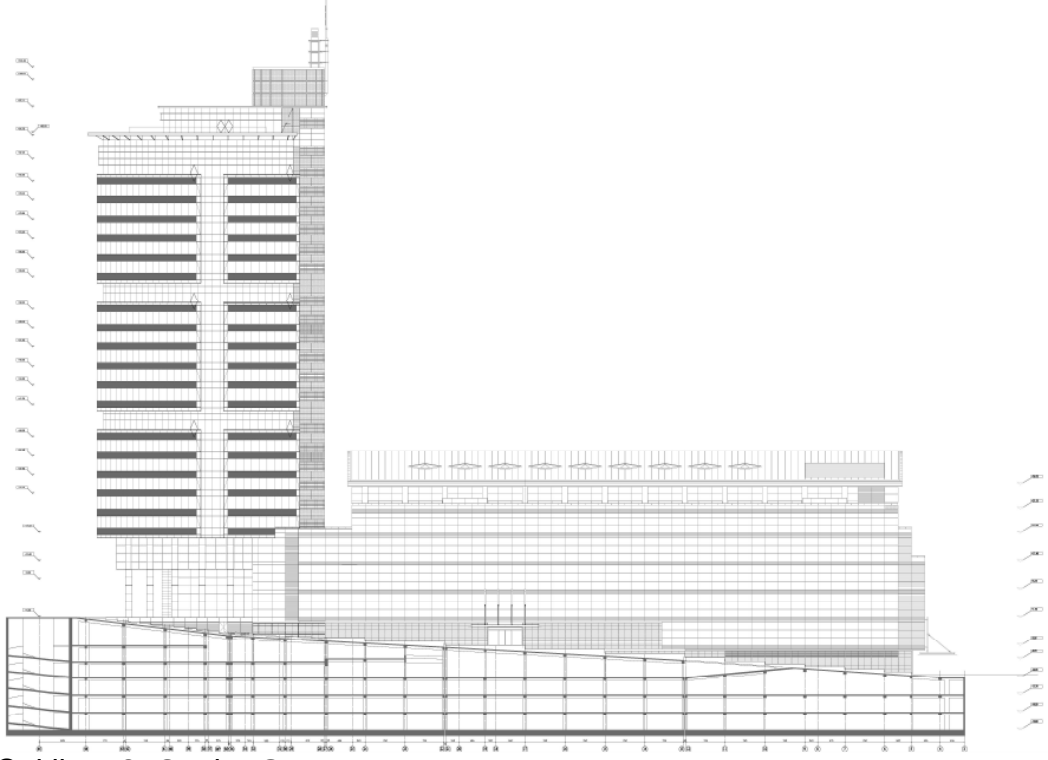
Şekil 4.10. Cephe Görünüşü

EK-4 (Devam) Armada Aışveriş Merkezi

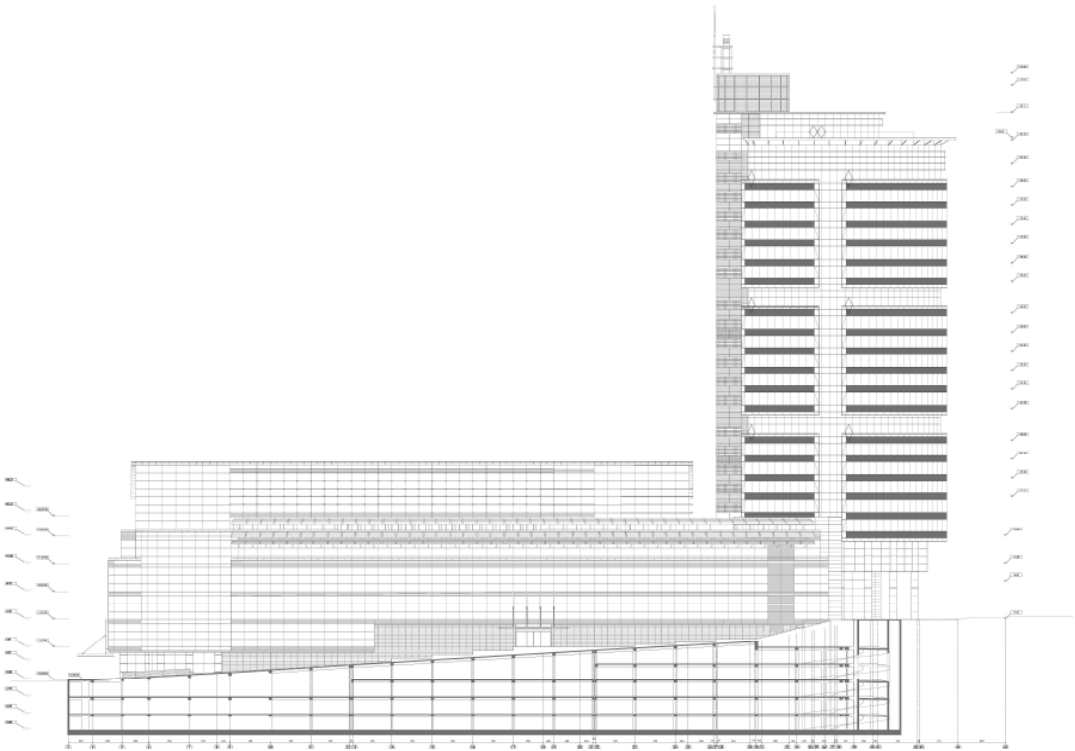


Şekil 4.11. Cephe Görüşü

EK-4 (Devam) Armada Alışveriş Merkezi



Şekil 4.12. Cephe Görüşü



Şekil 4.13. Cephe Görüşü

EK-4 (Devam) Armada Alışveriş Merkezi



Resim 4.1. Dış Cephe Fotoğrafı



Resim 4.2. Dış Cephe Fotoğrafı

EK-4 (Devam) Armada Alışveriş Merkezi



Resim 4.3. Dış Cephe Fotoğrafl

Ek-5 Arcadium Aışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi: Enis  nc oğlu,  nder Kaya, Cem Altınöz, Cumhuri Keskinok
Yardımcı Mimar(lar): Umut Fığlalı Kıran, Dilek Güngör, Dilek İnce, Tuna Kıran
Mimarlık Ofisi:  nc oğlu Mimarlık Şehircilik ve Tic. Ltd. Şti.

İşveren: Taşeli İnşaat Tic. ve Sanayi Ltd. Şti.

Proje Tarihi: 2001– 2003

Yapım Tarihi: 2002 – 2003

Arsa Alanı: 11500 m²

Kapalı Alan: 38500 m²

Aışveriş Merkezi 2002 yılında tüm mimari konsept, uygulama, prensip detay ve mühendislik koordinasyon işlerini kapsayacak şekilde projelendirilmiştir.

Yapı; kapalı otopark, sinema ve fast-foodların da yer aldığı; günümüz ihtiyaçları, sosyal ve mimari ölçekleri gözeterek tasarlanmaya çalışılmıştır.

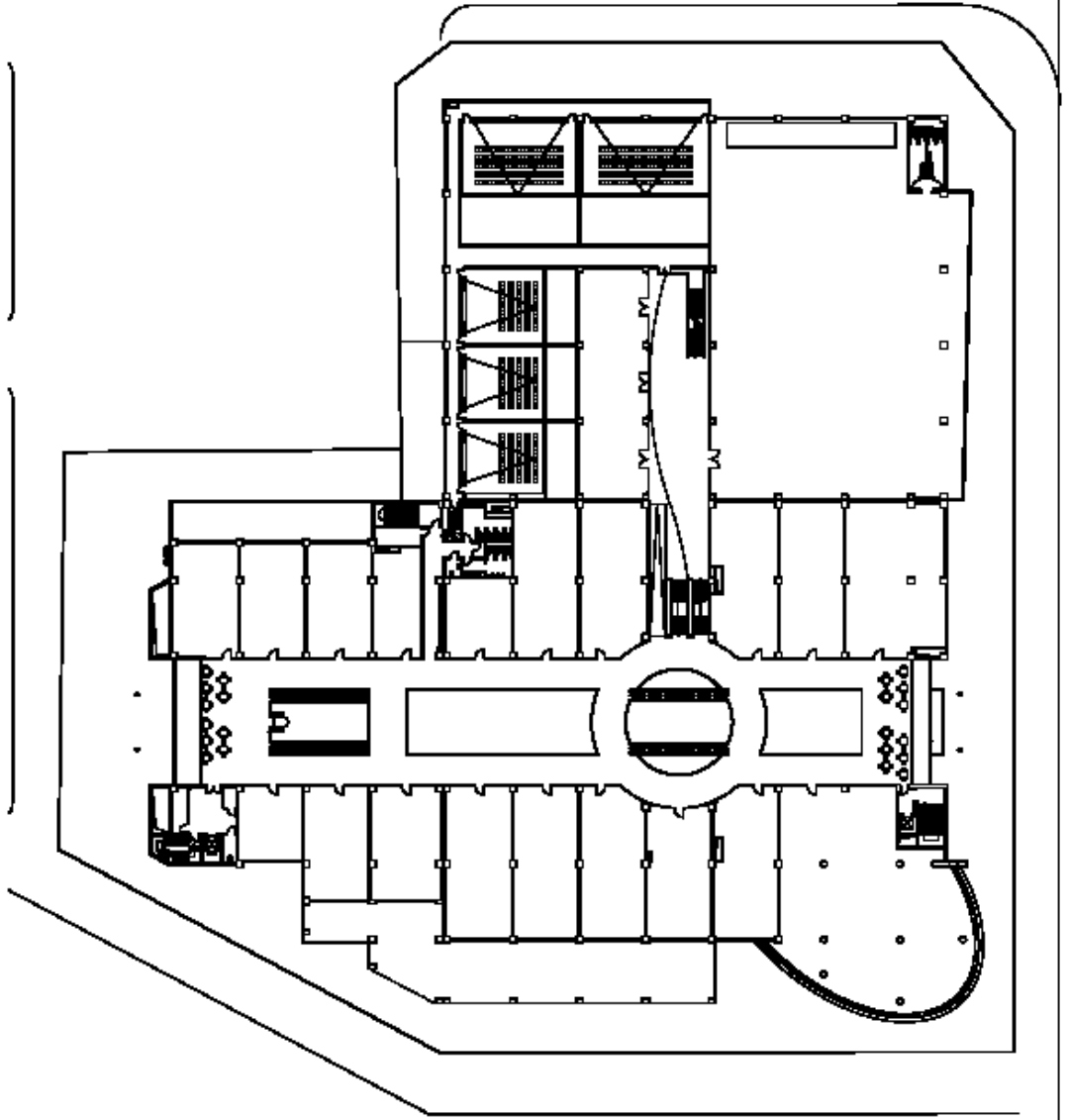
Ankara'nın yeni ve konut ağırlıklı yerleşim biriminde inşaa edilen bina, i  mekanlara yüklenen fonksiyon çeşitliliği ve cephesindeki özgün uygulama ile yakın çevresine mimari anlamda değer katmayı amaçlamıştır.

Ek-5 (Devam) Arcadium Alışveriş Merkezi



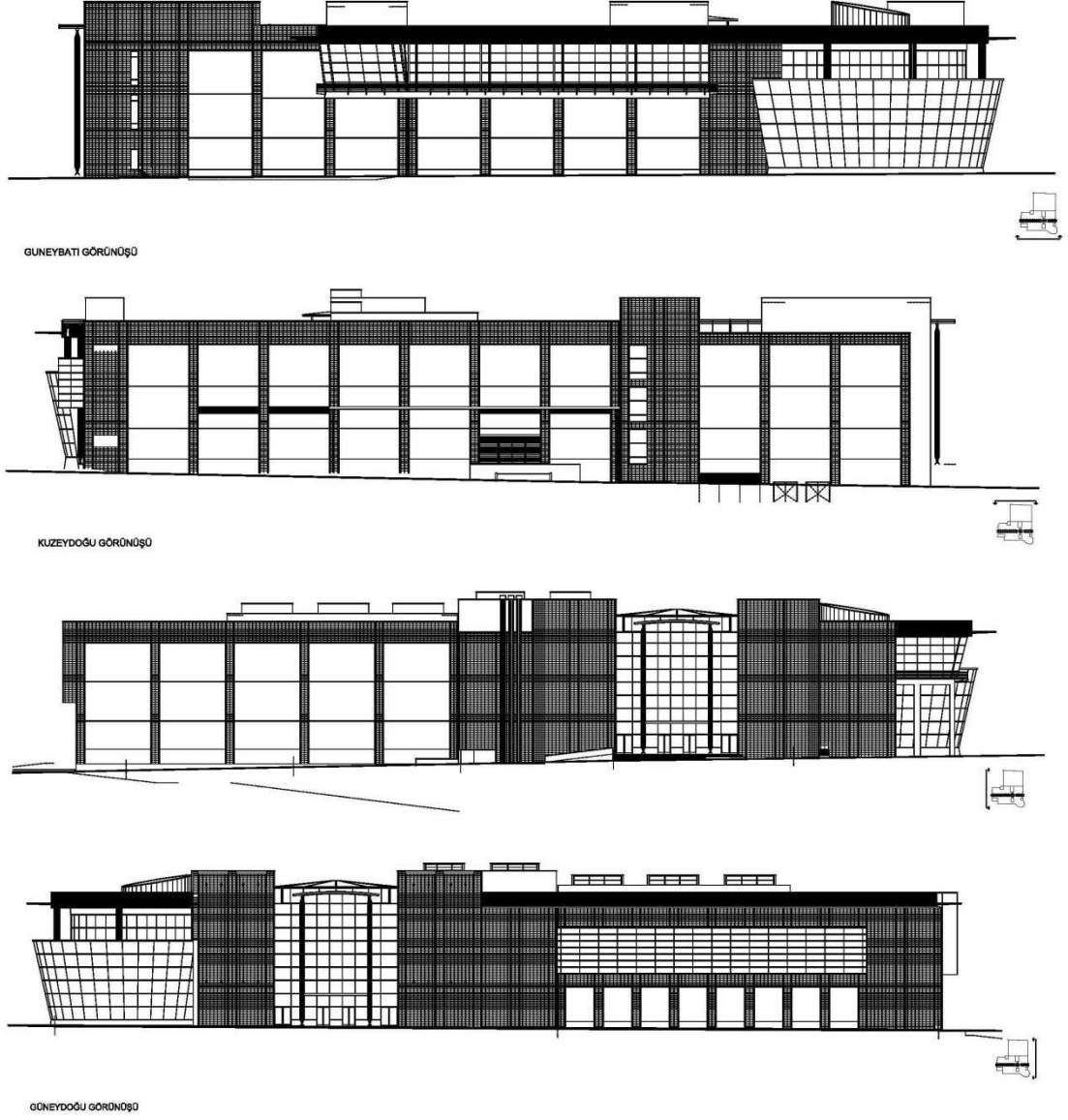
şekil 5.1. Arcadium Alışveriş Merkezi vaziyet planı

Ek-5 (Devam) Arcadium Alışveriş Merkezi



Şekil 5.2. Tip Kat Planı

Ek-5 (Devam) Arcadium Alışveriş Merkezi



Şekil 5.3. Görünüşler

Ek-5 (Devam) Arcadium Alışveriş Merkezi



Resim 5.1. Cephe Fotoğrafi



Resim 5.2. Cephe Fotoğrafi

EK-6 Optimum Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi: Enis Öncüoğlu, Önder Kaya, Cem Altınöz

Yardımcı Mimar(lar): Gizem Balıkçioğlu, Esra Bayındır, Murat Çankaya, Umut Fırlalı Kıran, Tuna Kıran, Vural Kocaoğlu,

Mimarlık Ofisi: Öncüoğlu Mimarlık Şehircilik ve Tic. Ltd. Şti.

İşveren: Volga Dış Tic. Ltd. Şti

Proje Tarihi: 2003 – 2006

Yapım Tarihi: 2003 – 2006

Yapının ana yola bakan kuzey cephesi, iç mekanın olabildiğince dışarıdan algılanması için şeffaf olarak düzenlenmiştir. Ayrıca, algılanacak olan iç kısmın tavanlarında; cepheye dinamizm ekleyecek şekilde geometrik tasarımlı ve değişken aydınlatmalı armatürler kullanılmıştır.

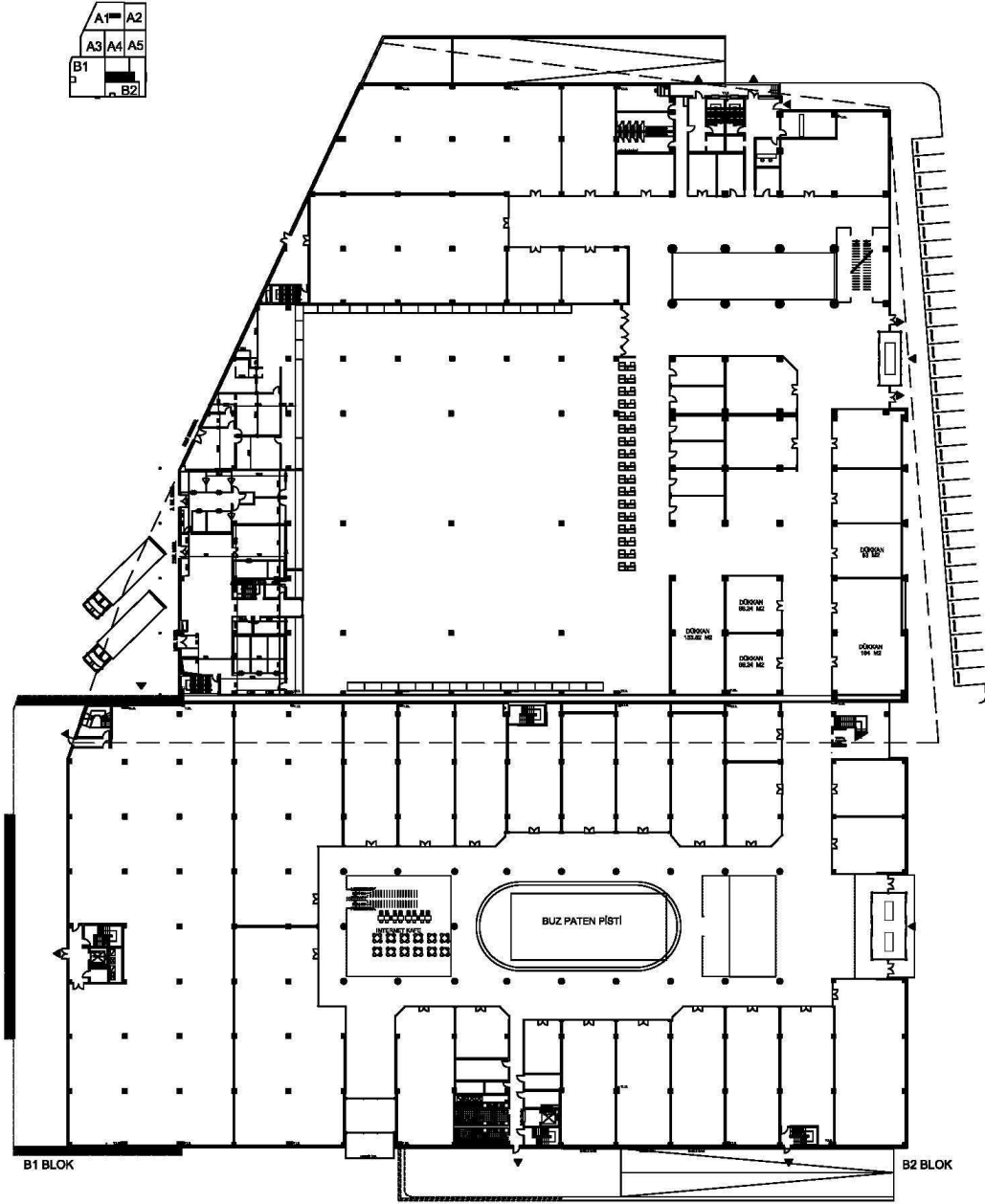
İç mekanda kullanıcıların yönlendirilmesini kolaylaştırmak için, binanın farklı yerlerinde galeriler, ışıklıklar, geniş holler tasarlanmıştır. Hipermarket kütlelerinin cephede farklılaştırılması ve food-court kısmının ön şeffaf yüzeyin gerisinde çözülmesi ile kullanıcıya daha bina içerisine girmeden yerleşim hakkında genel bir fikir verilmesi sağlanmıştır. Yemek yenilen ortak alan da, şeffaf cephenin kullanımı sayesinde tamamen dışa dönük olarak çözülmüştür. Sinema kullanıcıları giriş ve çıkışlarında bu ortak mekanı kullanmaktadır

EK-6 (Devam) Optimum Alışveriş Merkezi (Devam)



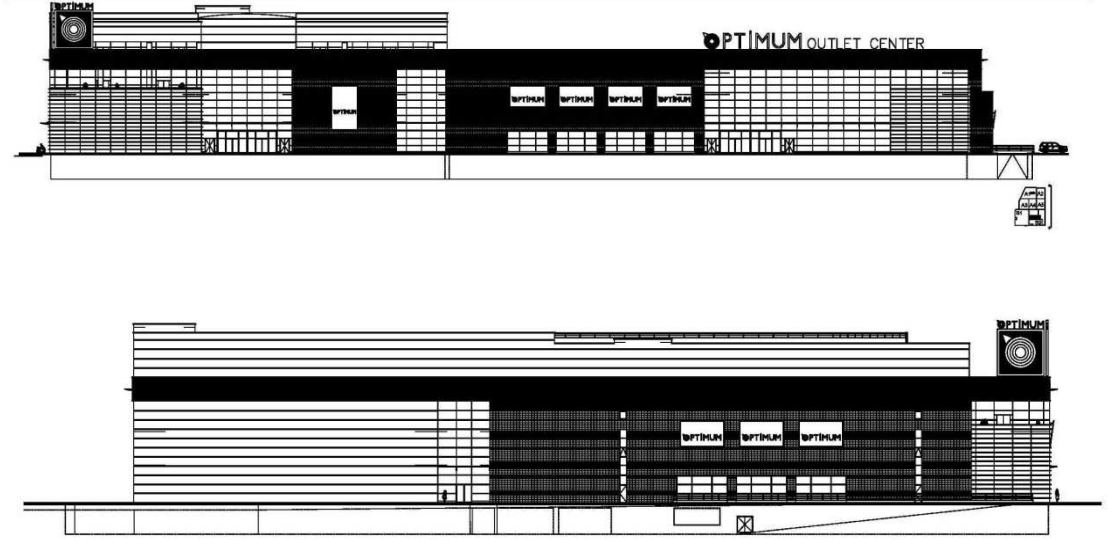
Şekil 6.1. Optimum Alışveriş Merkezi vaziyet planı

EK-6 (Devam) Optimum Alışveriş Merkezi



Şekil 6.2. Tip Kat Planı

EK-6 (Devam) Optimum Alışveriş Merkezi



Şekil 6.3. Görünüşler



Resim 6.1. Cephe Fotoğrafı

EK-6 (Devam) Optimum Alışveriş Merkezi



Resim 6.2. Dış Cephe Fotoğrafı

EK-7 Cema Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi:Enis  nc oğlu, nder Kaya,Cem Altınöz,Cumhur Keskinok

Yardımcı Mimar(lar): Uğur Bayram,Arzu Gen arslan,Tang l Kale,Tuna

Kıran,Kemal Kocaili,Engin  nc oğlu,

Mimarlık Ofisi: nc oğlu Mimarlık Şehircilik ve Tic. Ltd. Şti.

İşveren:  st n elik A.Ő

Proje Tarihi: 2004 – 2005

Yapım Tarihi: 2005 – 2008

Arsa Alanı: 53000 m²

Kapalı Alan: 172000 m²

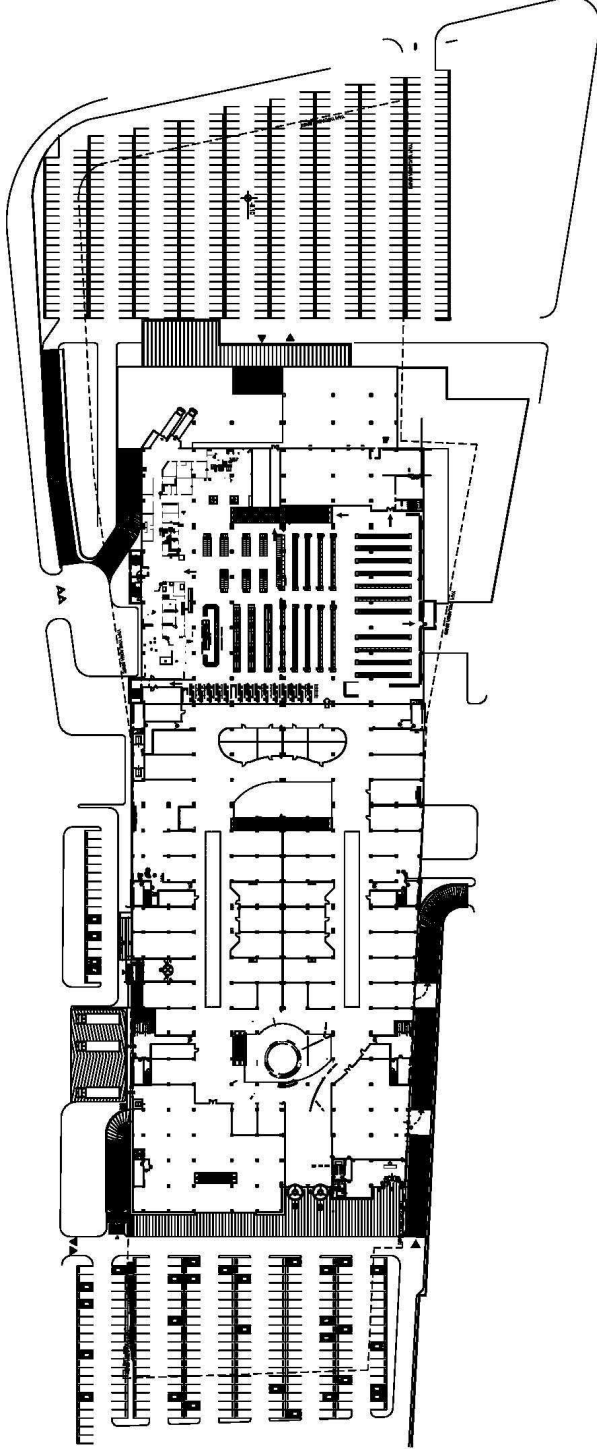
CEPA'nın bulunduğu arsa, Ankara'nın önemli ticari ve kamusal arteri olan Eskişehir Yolu  zerinde ODTÜ'n n karşısında yer almaktadır. Yapının ana tasarım yaklaşımı, alışveriş merkezi kavramına yeni ve farklı bir yorum getirmek olmuştur. Alışveriş merkezi ihtiyaç programının ve arsanın sınırlarının yapı kitlesini biçimlendirdiği tasarım, yatay dikdörtgen prizma şeklinde çözümlenmiştir. Yapının, birinci kat ve ikinci katlarında ana giriş yönünde mağazalar; arka bölümde ise iki kat yüksekliğinde hipermarket yer alırken; üçüncü katta hazır yemek üniteleri ve restoranlar ile eğlence bölümü ve sinemalar tasarlanmıştır. Mimari  izgisi ile yeni bir kentsel simge oluşturmak ve iç mekan zenginliği ile rahat ve keyifli vakit geçirebilecek bir merkez yaratılması amaçlanmıştır

EK-7 (Devam) Cepa Alışveriş Merkezi



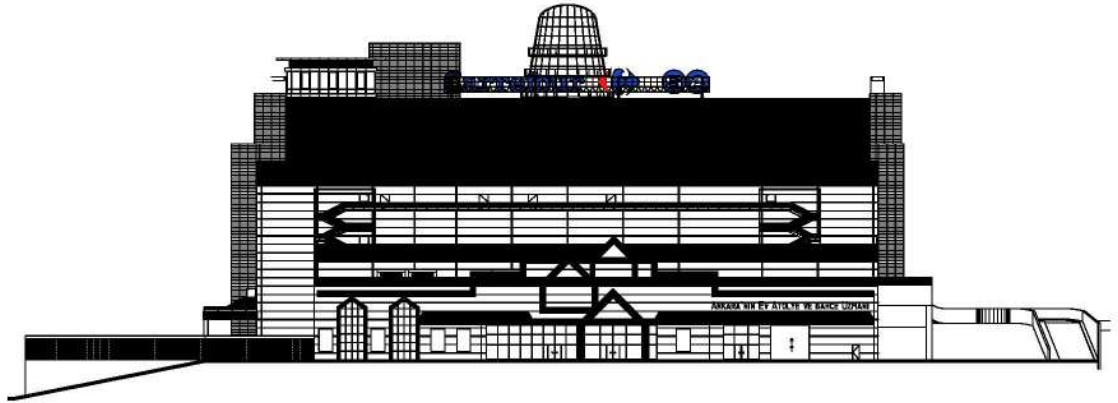
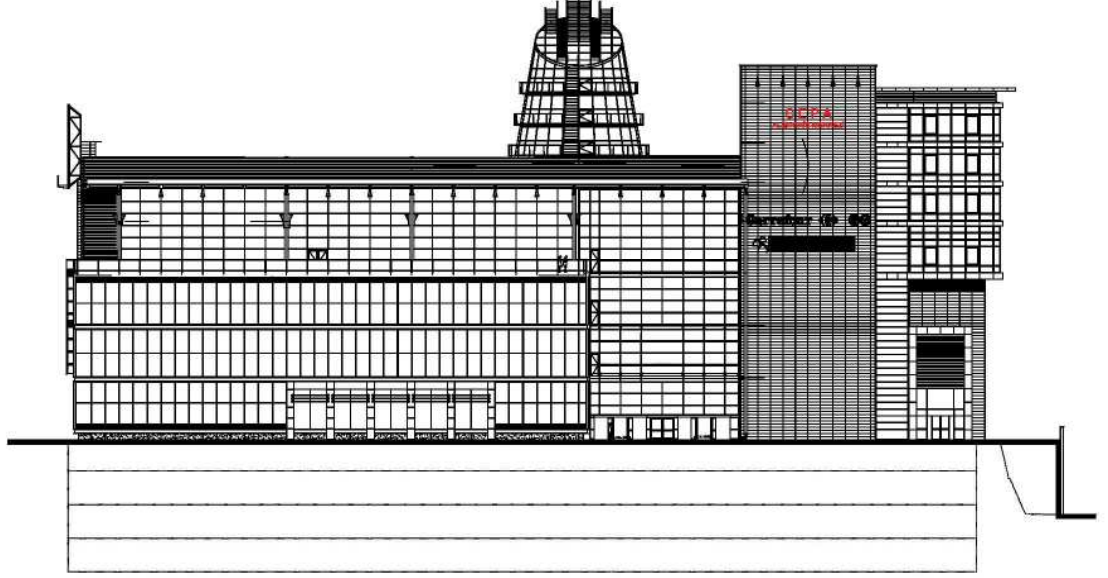
Şekil 7.1 CEPA Alışveriş Merkezi vaziyet planı

EK-7 (Devam) Cema Alışveriş Merkezi



Şekil 7.2 Tip Kat Planı

EK-7 (Devam) Cema Alışveriş Merkezi



şekil 7.3 Cephe görünüşleri

EK-7 (Devam) Cepa Alışveriş Merkezi



şekil 7.4 Yan cephe görünüşleri



Resim 7.1. Cephe Fotoğrafı

EK-7 (Devam) Cepa Alışveriş Merkezi (Devam)



Resim 7.2. Cephe Fotoğrafı



Resim 7.3. Cephe Fotoğrafı

EK-7 (Devam) Cema Alışveriş Merkezi



Resim 7.4. Cephe Fotoğrafl



Resim 7.5. Cephe Perspektifi

EK-8 Antares Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi: Ali Osman Öztürk, Eser Çengel, Filiz Cingil, Nurten Asil

Yardımcı Mimar(lar): Süreyya Atalay, Solmaz Hisarcıklıoğlu, Canan

Karakaya, Mehmet Güner

Mimarlık Ofisi: A Tasarım, Mimarlık Uygulama, Danışmanlık İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.

İşveren: Dolunay İnşaat

Proje Tarihi: 2005– 2007

Yapım Tarihi: 2006 – 2007

Arsa Alanı: 133000 m²

Kapalı Alan: 200000 m²

Alışveriş ve ticaret merkezi ile konut bloklarından oluşan Antares, yoğun konut dokusunun yer aldığı Ankara Etlik'te etrafı yollarla çevrili bir adada tasarlanmıştır. Antares, alışveriş sokağının üzerini kaplayan şeffaf çelik-cam strüktür, panoramik Ankara manzaralı yemek avlusu ve öncü cephe tasarımına sahip ofis kulesi ile farklılaşır.

Antares, Türkiye'deki alışveriş merkezleri içinde en büyük oturma alanına ve en uzun alışveriş sokağına (280 m) sahiptir. 9000 m² lik cam ışıklıkla kaplı alışveriş sokakları ve meydanlar insanların kendilerini uygun iklimsel koşullarda açık havada dolaşır gibi hissetmeleri üzere tasarlanmıştır.

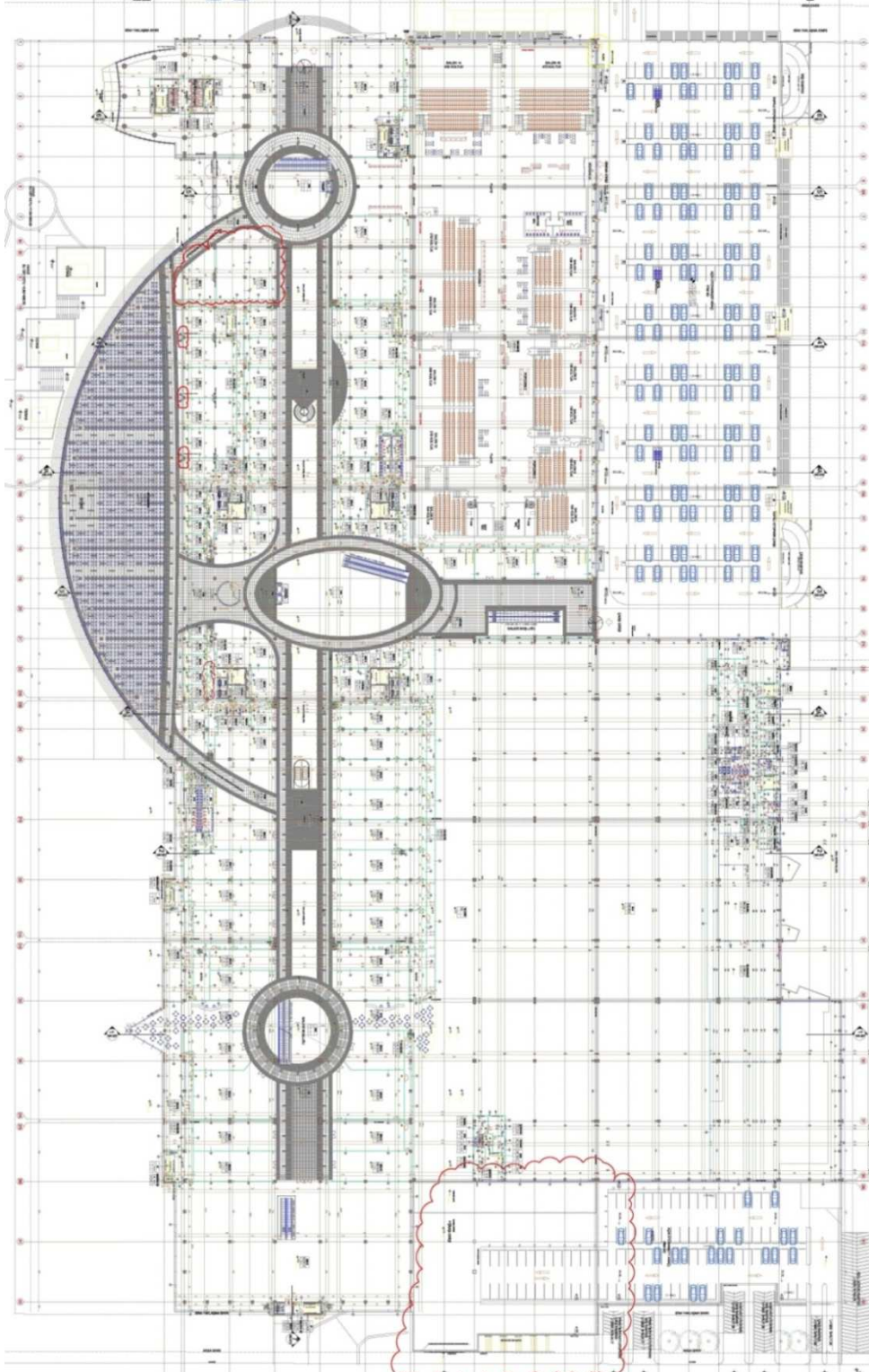
Yaygın rastlanan alışveriş kutusunu kırmak amacıyla ofis bloğuyla alışveriş merkezini bağlayan plazanın devamında bir yapay göl oluşturulmuş, göl içinde bağımsız restoranlar tasarlanmıştır. Bağımsız restoran yapıları, karşılarındaki alışveriş merkezinin dışından çalışan restoranlarla birlikte 'köy sokağı' nı oluşturur. Konut blokları ile alışveriş merkezi, peyzaj elemanlarıyla desteklenen spor merkezi ve sosyal merkez ile birleşmektedir. Kentsel ölçekteki projenin tasarımında çevresiyle uyumlu ve çevresini yönlendiren bir yapılar bütünü amaçlanmıştır.

EK-8 (Devam) Antares Alışveriş Merkezi



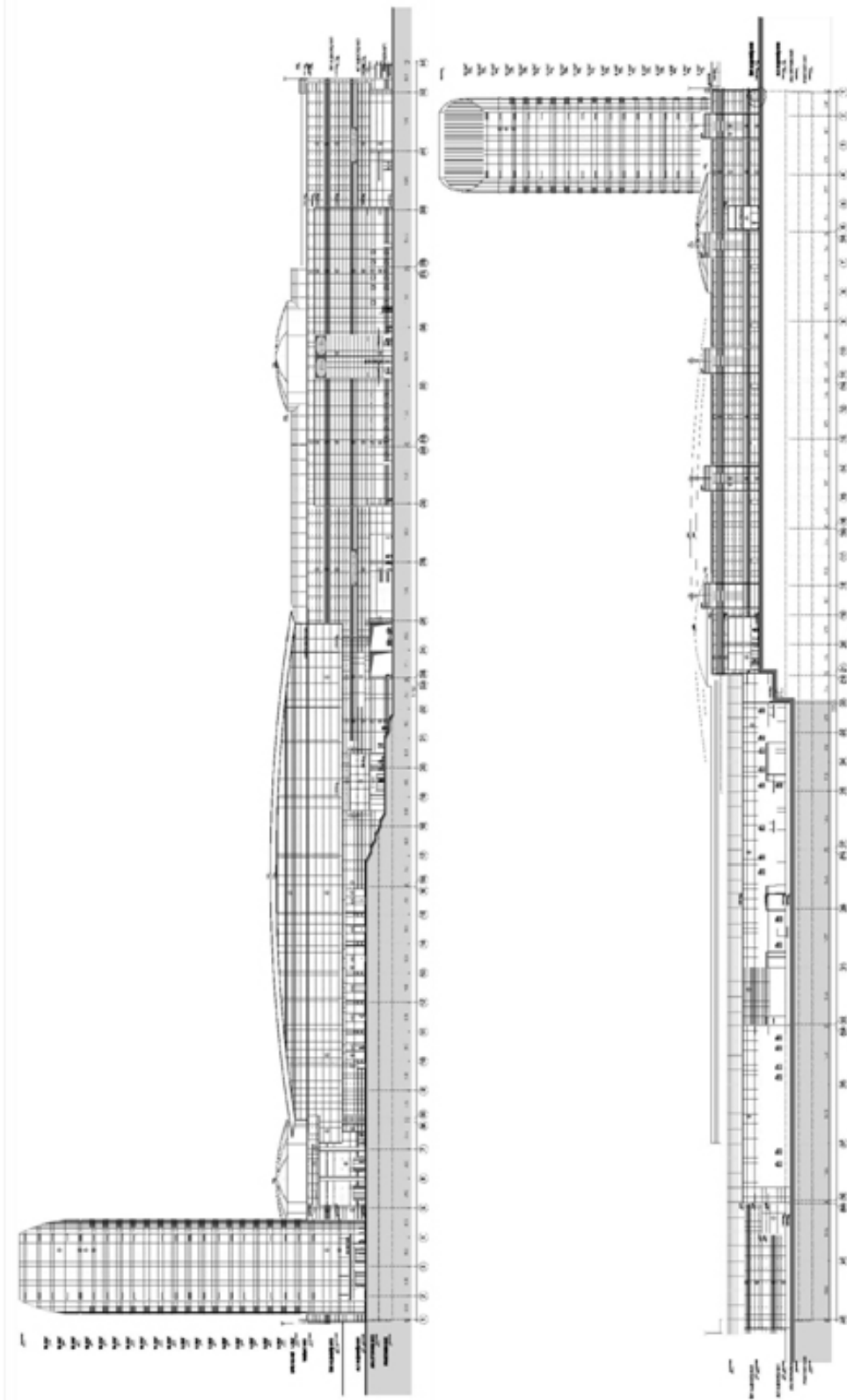
Şekil 8.1. Antares Alışveriş Merkezi vaziyet planı

EK-8 (Devam) Antares Alışveriş Merkezi



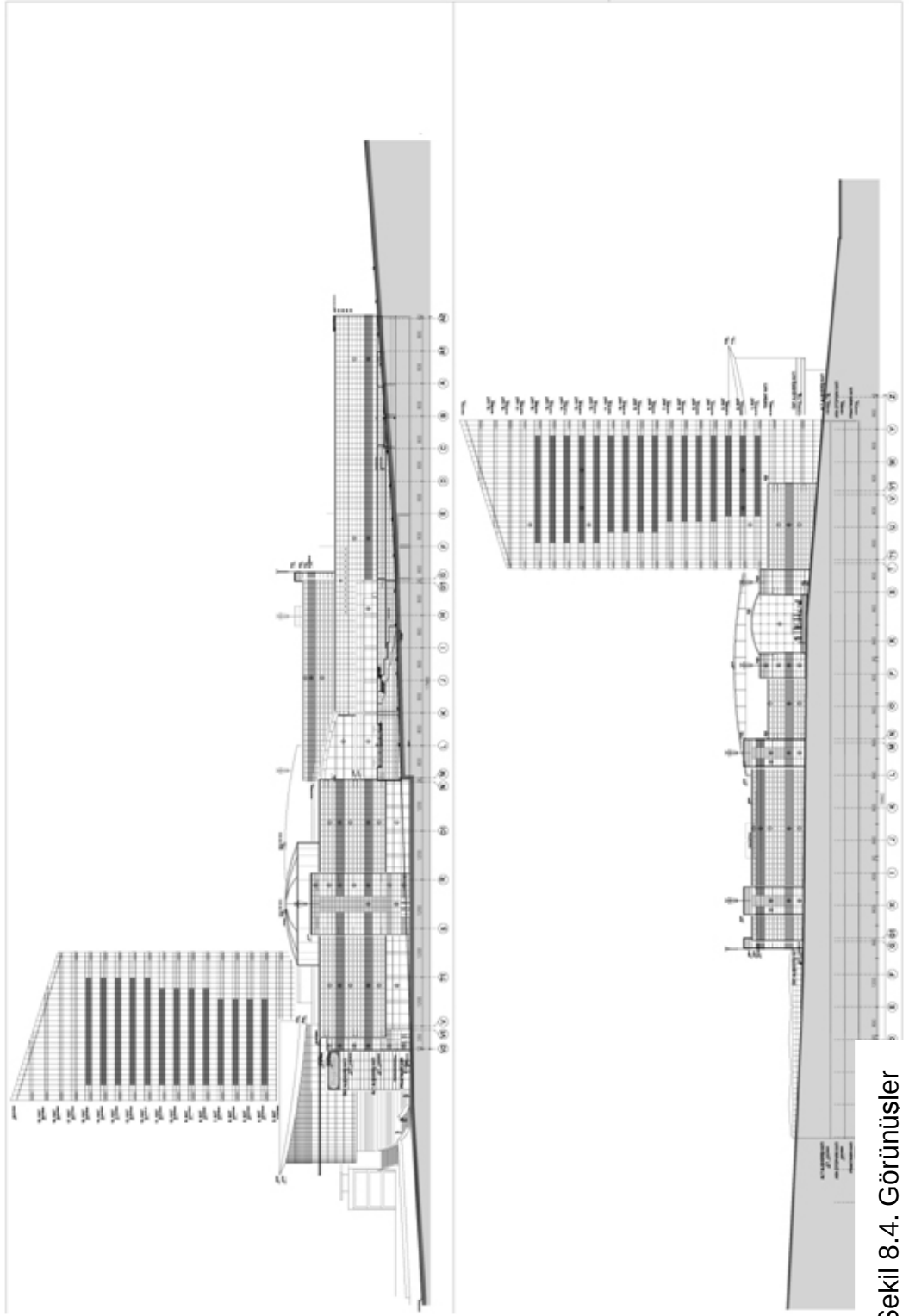
Şekil 8.2. Tip Kat Planı

EK-8 (Devam) Antares Alishveriş Merkezi



Sekil 8.3. Görünüşler

EK-8 (Devam) Antares Alışveriş Merkezi



Sekil 8.4. Görünüşler

EK-8 (Devam) Antares Alışveriş Merkezi



Resim 8.1. Genel Perspektif



Resim 8.2. Cephe Fotoğrafi

EK-9 Panora Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi: Ali Osman Öztürk, Meltem Öztürk, Eser Çengel, Salih Bezci, Ebru Güzelöz Aşan, İrem Aker Büyükkalay

Yardımcı Mimar(lar): Vecihi Yıldız, Niyazi Ayvaz, Bülent Karakaya

Mimarlık Ofisi: A Tasarım, Mimarlık Uygulama, Danışmanlık İnş. San. ve Tic. Ltd. Şti.

İşveren: Merkez Müteahhitlik Turizm ve İşletmecilik AŞ

Proje Tarihi: 2004 – 2007

Yapım Tarihi: 2005 – 2007

Arsa Alanı: 30707 m²

Kapalı Alan: 180000 m²

Yapının panoramik konumundan ve şeffaflığı ön plana çıkaran mimarisinden adını alan Panora, Türkiye'deki alışveriş merkezleri arasında en geniş peyzaj alanına sahip alışveriş merkezi. Yaklaşık 40000 m² lik bir alanda yürüyüş parkurları, amfi tiyatro ve havuzlar arasında tasarlandı.

Alışveriş sokağının tam ortasında bulunan çeşitli aktivitelerin düzenlendiği meydanın zemininde dünyadaki en büyük Piri Reis haritası, üzerinde ise 38 m çapında cam-çelik kubbe yer almaktadır. Alışveriş sokağının üzerindeki ışıklıklar doğal aydınlatmayı sağlamaktadır.

Panora'nın birinci katında yer alan biri köpekbalığı diğeri resif olmak üzere iki dev akvaryum, sualtının eşsiz güzelliklerini ve sakinliğini AVM içerisinde yaşatan bir mola verme mekanı oluşturmaktadır.

Peyzaja yönelmiş, ana giriş kapısının iki tarafında uzanan ve dışarıdan çalışan restoranlar, AVM çalışma saatleri dışında da çalışarak bölgeyi geç saatlere kadar canlı tutmaktadır.

Tavanda aydınlatma ve formlarla; zeminde ise farklı döşeme yükseklikleriyle fast food avlusu bir kuşun iki kanadını çağrıştırmaktadır. Bu iki kanat avluyu ve manzarayı üçüncü boyutta birleştirmektedir.

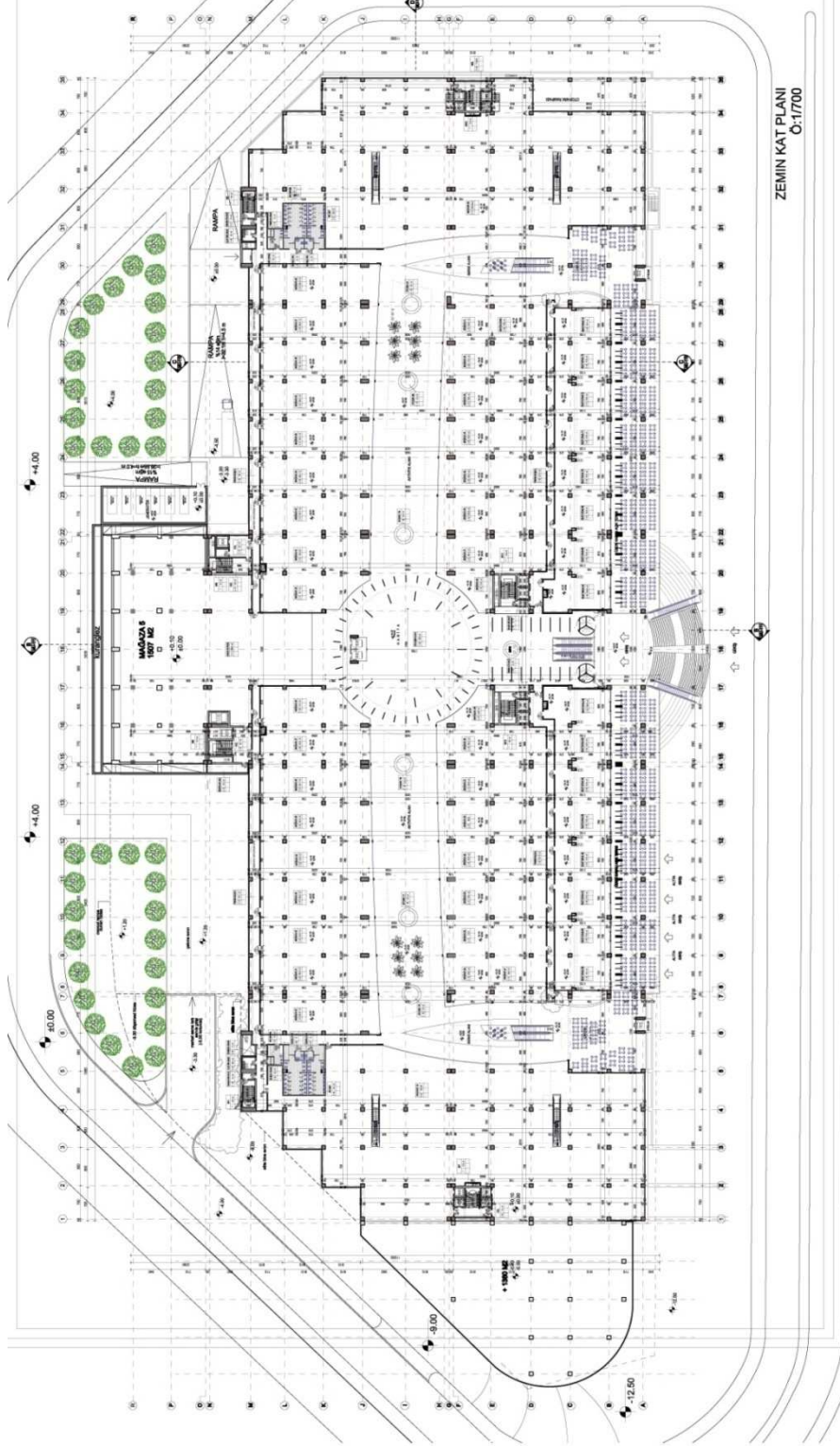
12 salonluk sinema, 6 bin 500 m²'lik eğlence merkezi ve 5 bin m²'lik spor merkezi, Panora'ya 'yaşam merkezi' adını vermektedir.

EK-9 (Devam) Panora Alışveriş Merkezi



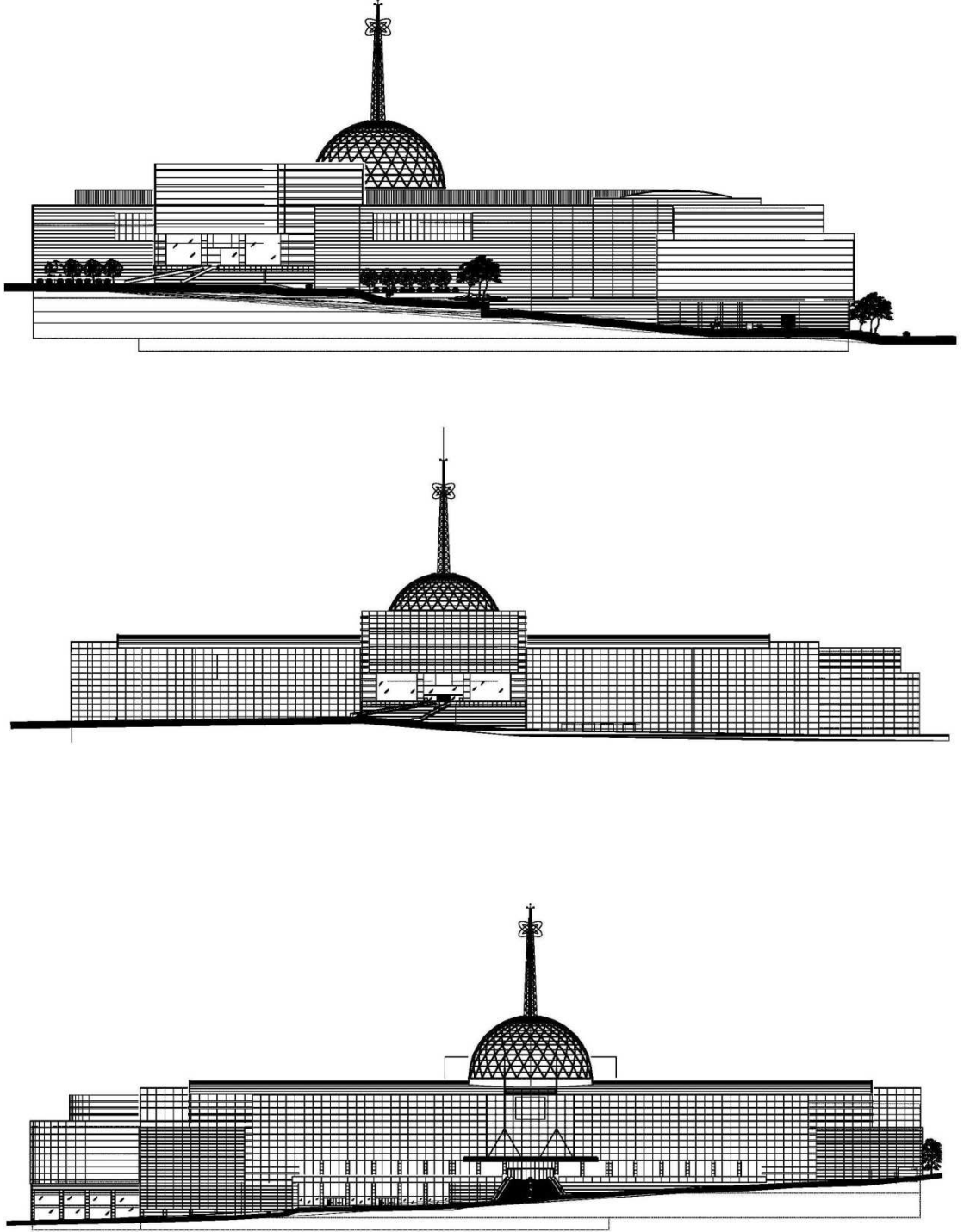
Şekil 9.1. Panora Alışveriş Merkezi vaziyet planı

EK-9 (Devam) Panora Alışveriş Merkezi



Şekil 9.2. Tip kat planı

EK-9 (Devam) Panora Alışveriş Merkezi



Şekil 9.3. Cephe Görüşleri

EK-9 (Devam) Panora Alışveriş Merkezi



Resim 9.1. Cephe Fotoğrafları



Resim 9.2. Cephe Fotoğrafları

EK-9 (Devam) Panora Alışveriş Merkezi



Resim 9.3. Cephe Fotoğrafi



Resim 9.4. Cephe Fotoğrafi

EK-9 (Devam) Panora Alışveriş Merkezi



Resim 9.5. Kubbe Fotoğrafi



Resim 9.6. Cephe Fotoğrafi

EK-10 365 Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi: Enis Öncüoğlu, Önder Kaya, Cem Altınöz, Cumhur Keskinok

Yardımcı Mimar(lar): Gizem Balıkçioğlu, Esra Bayındır, Umut Fırlalı

Kıran, Kemal Kocaili, Feyyaz Aysoy, Arzu Gençaslan, Abbas Y. Aşir, Esra

Malaklı,

Mimarlık Ofisi: Öncüoğlu Mimarlık Şehircilik ve Tic. Ltd. Şti.

İşveren: Migros Türk T.A.Ş

Proje Tarihi: 2005 – 2006

Yapım Tarihi: 2006 – 2007

Arsa Alanı: 25000 m²

Kapalı Alan: 59700 m²

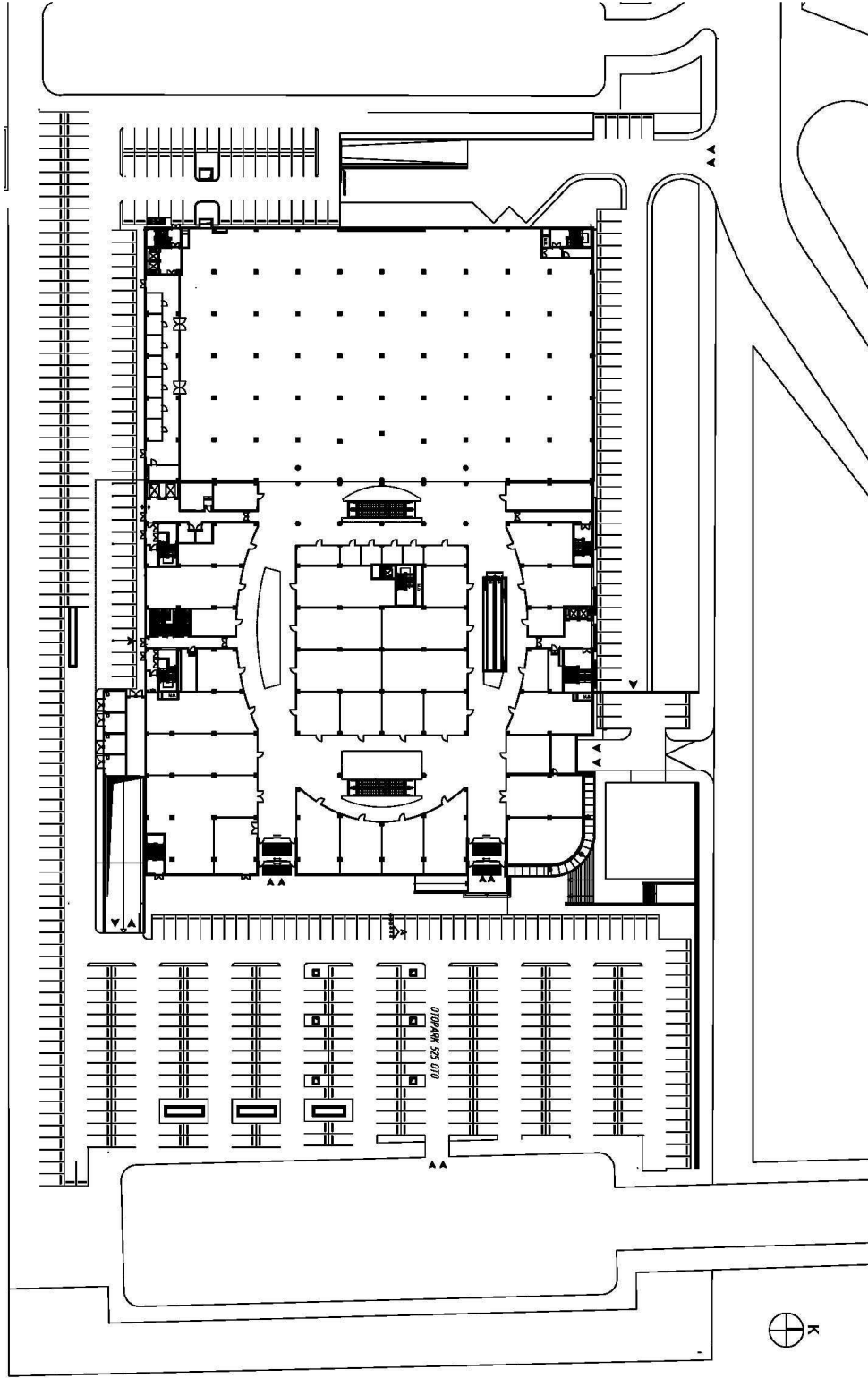
Ankara Zirvekent'te yer alan alışveriş merkezinin ana tasarım kriteri; mahalli ölçekte çevresine hizmet edecek, sosyal ve ticari ihtiyaçlarını karşılayacak bir kentsel çekim alanı yaratmak olmuştur. 365 Alışveriş Merkezi'nin arsası, belediye tarafından yeşil alan olarak tarifi lenmiş bir bölgede yer almaktadır. Bu sebeple, yapının peyzaj projesinde mevcut yeşil alanlarla entegrasyon sağlanması hedeflenmiştir. Yapı otopark ve yapı marketin bulunduğu iki bodrum kat ile hipermarket, mağazalar, restoran, yeme içme alanının yer aldığı üç ana kattan oluşmaktadır. Zemin katta dış mekan ile ilişkili mahaller restoran ve kafe olarak planlanmış, hipermarket ve mağazalar arka bölümde yer almıştır. Üçüncü katta bulunan hazır yemek üniteleri ile yeme içme alanı teras vasıtası ile dış mekana taşınmaktadır.

EK-10 (Devam) 365 Alışveriş Merkezi



Şekil 10.1. 365 Alışveriş Merkezi vaziyet planı

EK-10 (Devam) 365 Alışveriş Merkezi (Devam)



Şekil 10.2. Tip kat planı

EK-10 (Devam) 365 Alışveriş Merkezi



KUZEY CEPHESİ



DOĞU CEPHESİ

Şekil 10.3. Görünüşler



Resim 10.1. Cephe fotoğrafı

EK-10 (Devam) 365 Alışveriş Merkezi



Resim 10.2. Cephe Fotoğrafı



Resim 10.3. Ana yoldan görünen arka cephe fotoğrafı

EK-10 (Devam) 365 Alışveriş Merkezi



Resim 10.4. Direkte asılı tabela ile yön tarifi



Resim 10.5. Cephe Fotoğrafi

EK-10 (Devam)365 Alishveriş Merkezi



Resim 10.6. Billboard reklamı ile yn tarifi

EK-11 Maltepe Park Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi: Enis Öncüoğlu

Mimarlık Ofisi: Öncüoğlu Mimarlık Şehircilik ve Tic. Ltd. Şti.

Proje Tarihi: 2005

Yapım Tarihi: 2005 – 2008

Arsa Alanı: 37000 m²

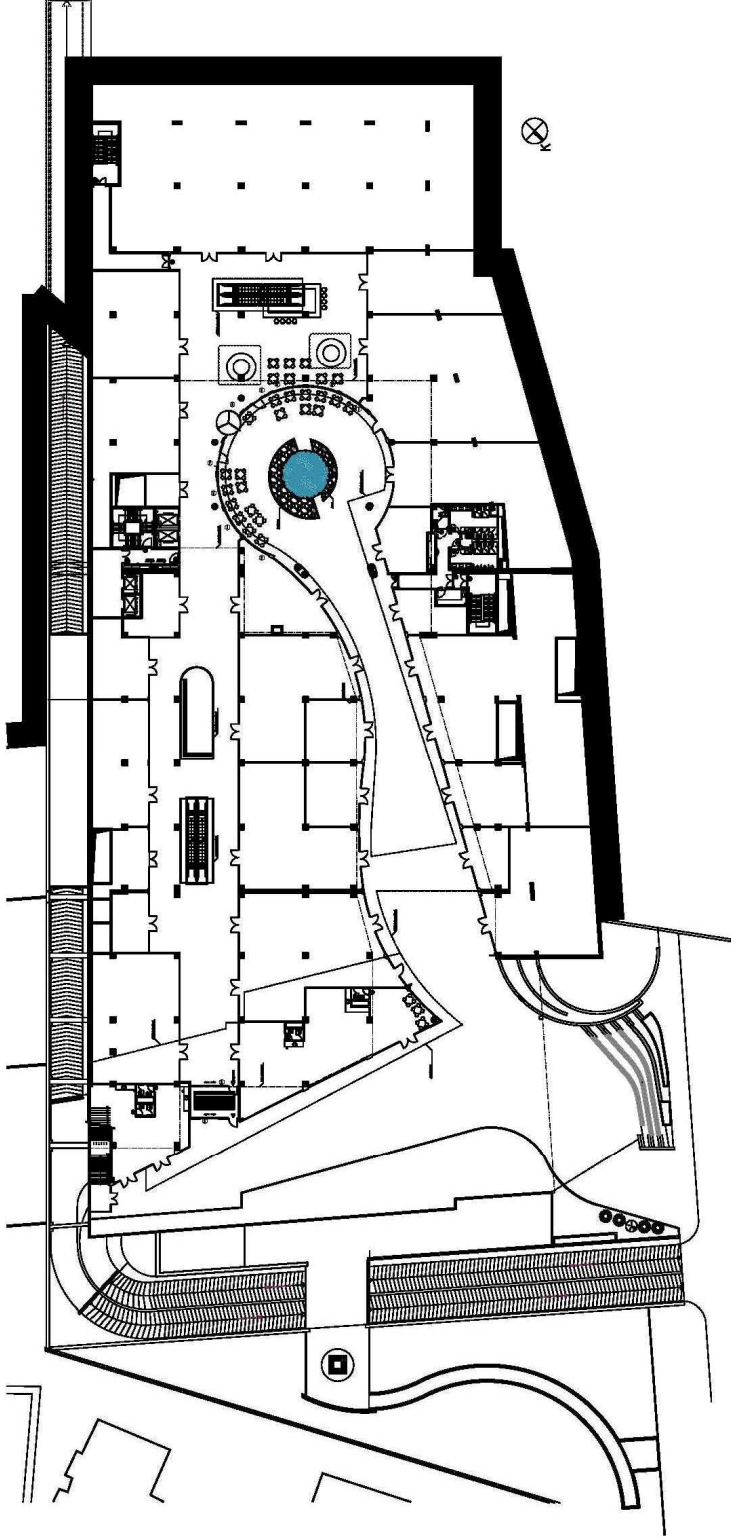
Kapalı Alan: 8069 m²

Eski Maltepe Pazarı alanına yapılan 2008 yılında hizmete açılması hedeflenen alışveriş merkezi.



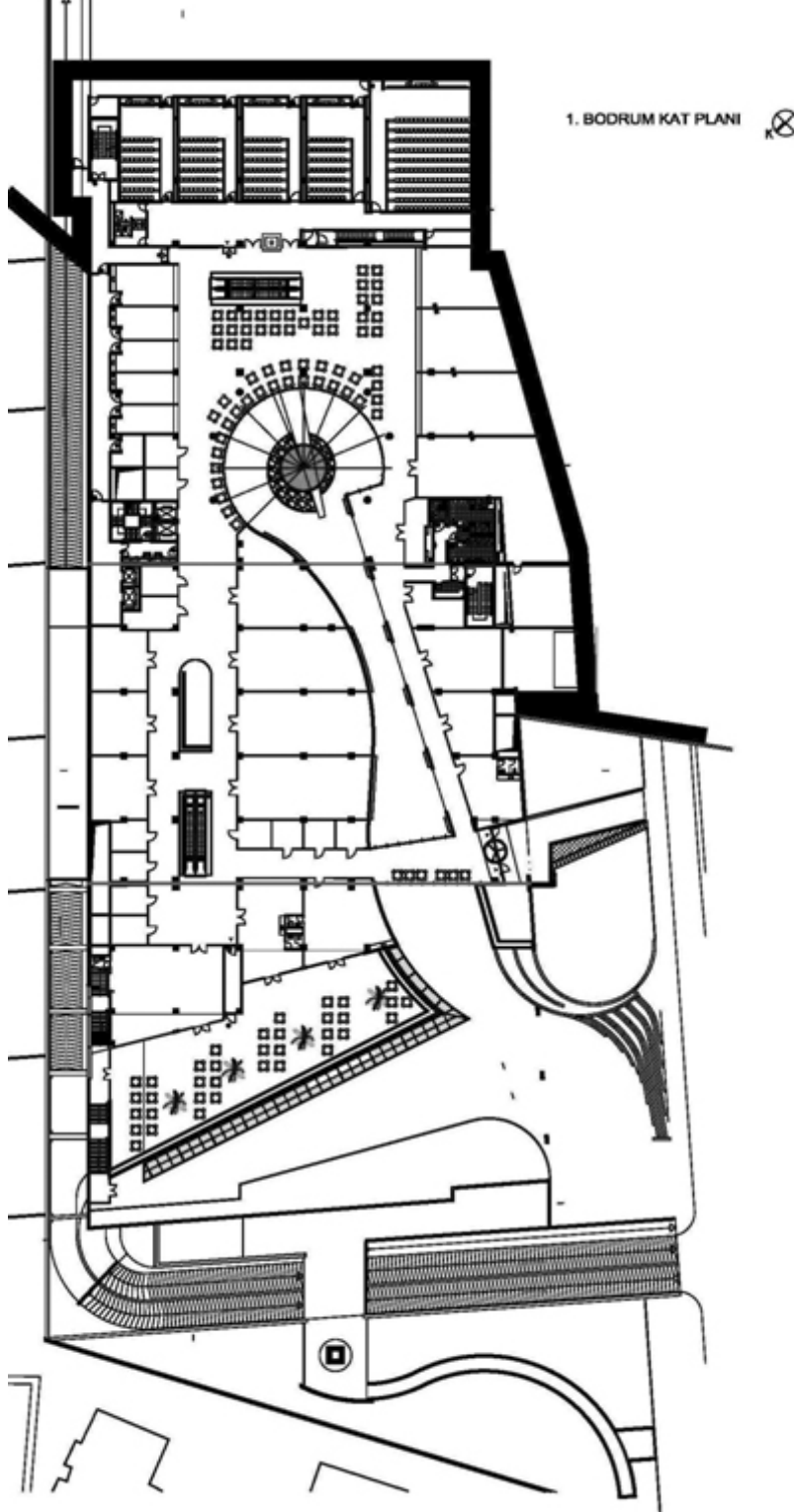
Şekil 11.1. Maltepe Alışveriş Merkezi vaziyet planı

EK-11 (Devam) Maltepe Park Alışveriş Merkezi



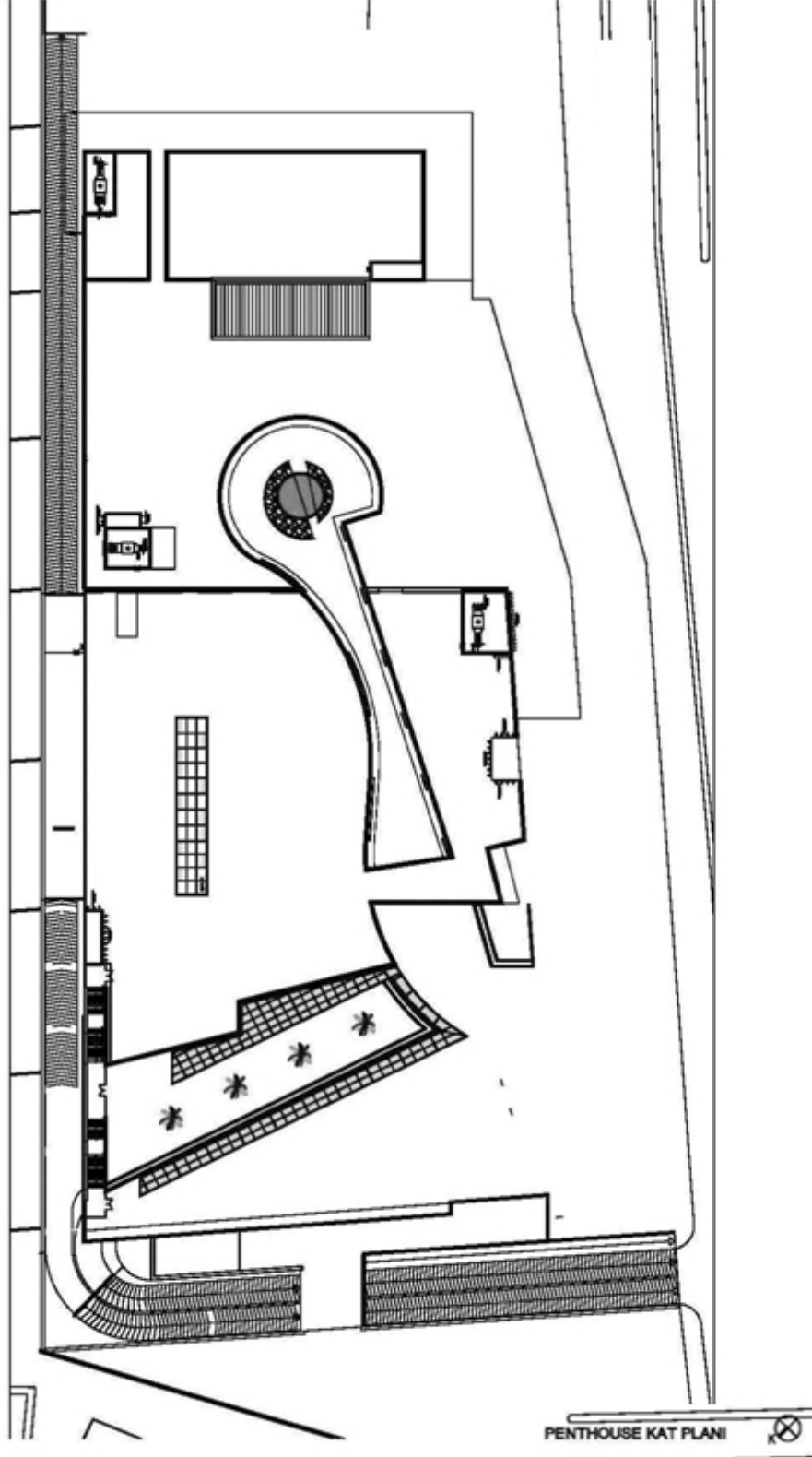
Şekil 11.2. Kat Planı

EK-11 (Devam) Maltepe Park Alışveriş Merkezi



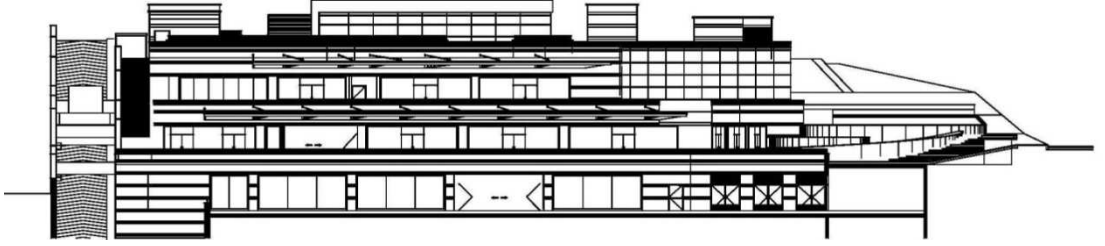
Şekil 11.3. Kat Planı

EK-11 (Devam) Maltepe Park Alışveriş Merkezi



Şekil 11.4. Kat planı

EK-11 (Devam) Maltepe Park Alışveriş Merkezi



Şekil 11.5. Cephe görünüşü



Şekil 11.6. Genel perspektif

EK-11 (Devam) Maltepe Park Alışveriş Merkezi



Şekil 11.7. Genel perspektif



Şekil 11.8. Genel perspektif

EK-11 (Devam) Maltepe Park Alışveriş Merkezi



Resim.11.1. Alışveriş merkezi reklam tabelası



Resim 11.2. Alışveriş merkezi giriş cephesi

EK-11 (Devam) Maltepe Park Alışveriş Merkezi



Resim 11.3.Yoldan görünüş



Resim 11.4. Rampadan görünüş

EK-11 (Devam) Maltepe Park Aışveriş Merkezi



Resim 11.5. Rampadan görünüş



Resim 11.6. Rampadan görünüş

EK-12 Kentpark Alışveriş Merkezi

Proje Künyesi:

Tasarım Ekibi: Enis Öncüoğlu, Önder Kaya, Cem Altınöz, Cumhur Keskinok
Mimarlık Ofisi: Öncüoğlu Mimarlık Şehircilik ve Tic. Ltd. Şti.

İŞVEREN: Megatürk İnş. Tur. İşl. A.Ş.

Proje Tarihi: 2006 – 2007

Yapım Tarihi: 2005 – 2008

Arsa Alanı: 188500 m²

Kapalı Alan: 71890 m²

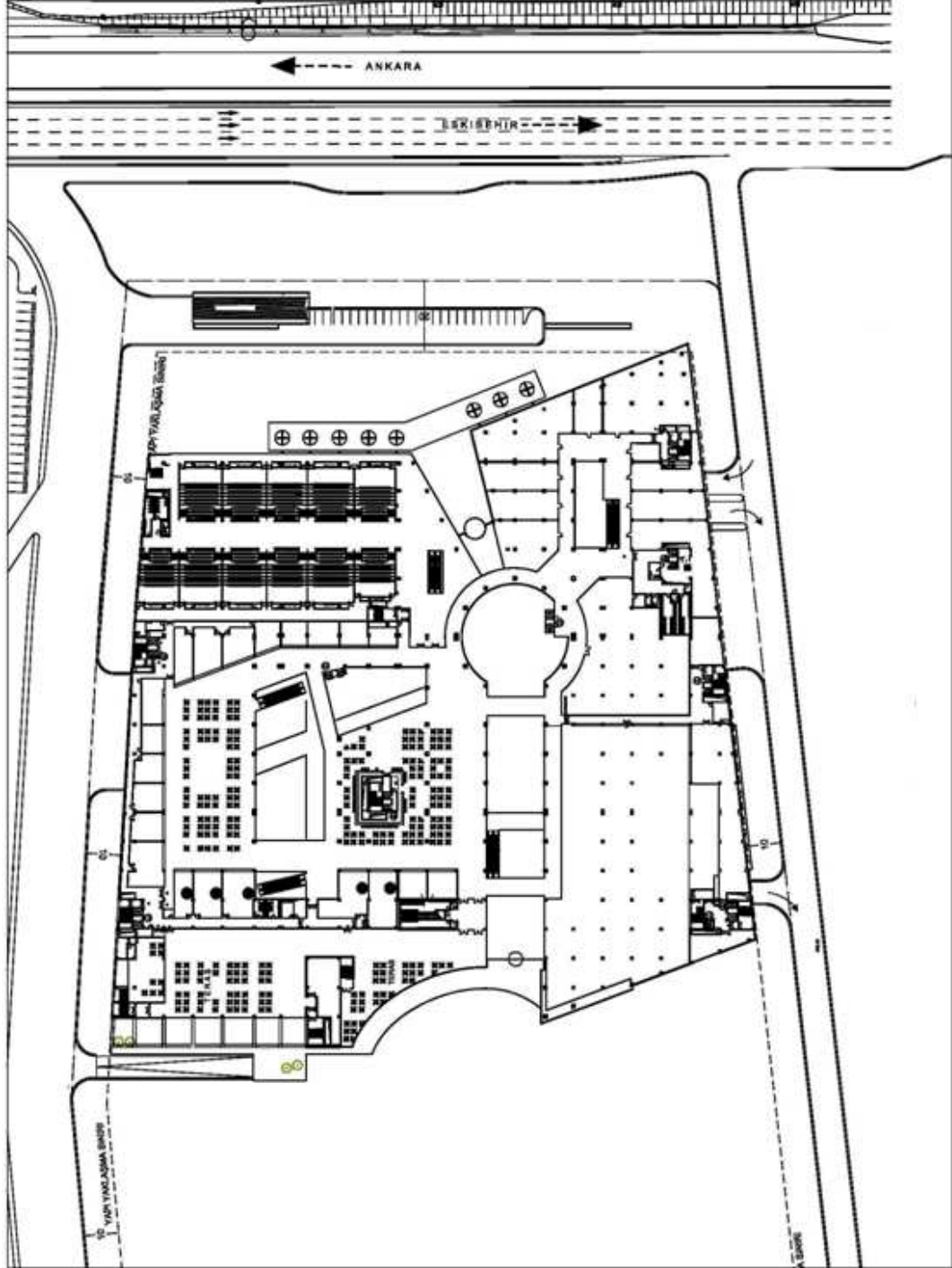
CEPA alışveriş merkezi yanında, ODTÜ'nün karşısında, Eskişehir yolu üzerinde bulunan Kent Park Alışveriş Merkezi konut, alışveriş ve yaşam merkezleri karması olacak Kentpark'ta ayrıca ofis katları da bulunacak. Üstü kapalı açık hava cadde mağazaları ile birlikte toplam 220 mağazanın bulunduğu Kentpark, üniversiteler, hastaneler ve yeni yapılmakta olan iş merkezlerine yakın lokasyonu ile Ankaralıların kolay ulaşabileceği bir alışveriş merkezi olacak. Kentpark'ın bir diğer özelliği ise içerisinde bir göletin bulunduğu ilk alışveriş merkezi olması. Ziyaretçiler, kış aylarında buz pistine dönüşecek gölette buz pateni de yapabilecekler.

EK-12 (Devam) Kentpark Alışveriş Merkezi



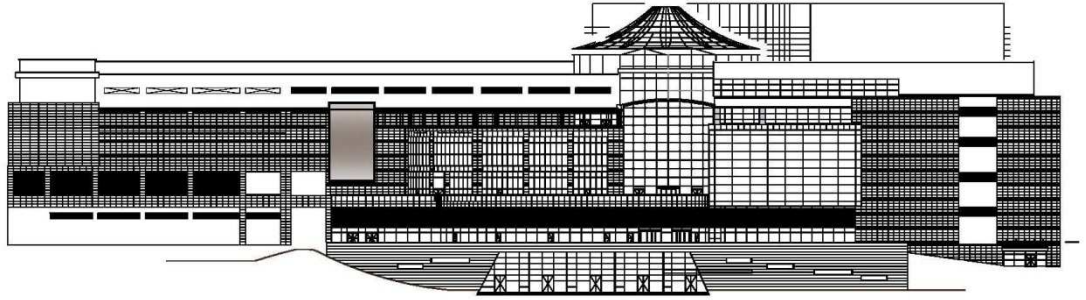
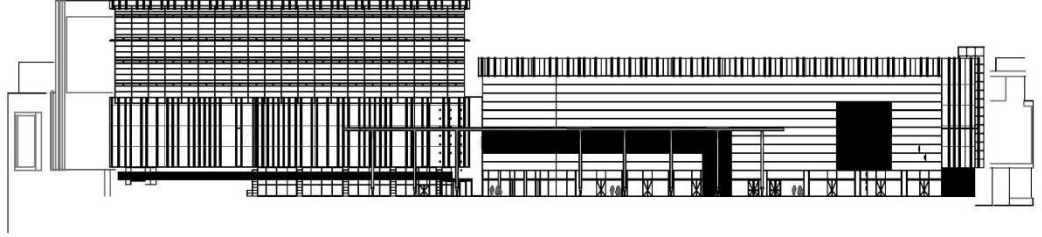
Şekil 12.1. Kentpark Alışveriş Merkezi vaziyet planı

EK-12 (Devam) Kentpark Alışveriş Merkezi



Şekil 12.2. Tip Kat Planı

EK-12 (Devam) Kentpark Alışveriş Merkezi



Şekil 12.3. Cephe Görüşleri

EK-12 (Devam) Kentpark Alışveriş Merkezi



Resim 12.1. Cephe inşaat görüşü



Resim 12.2. Cephe inşaat görüşü

EK-12 (Devam) Kentpark Alışveriş Merkezi



Resim 12.3. Cephe inşaat görüşü



Resim 12.4. Cephe inşaat görüşü

EK-12 (Devam) Kentpark Alışveriş Merkezi



Resim 12.5. Cephe inşaat görüşü

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı : SÖNMEZ, Oğuz Abdullah
Uyruğu : T.C.
Doğum tarihi ve yeri : 1981 Ankara
Medeni hali : Bekar
Telefon : 0 (312) 229 69 69
Faks : 0 (312) 229 69 69
e-mail : ogabson@gmail.com

Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet tarihi
Lisans	Uludağ Üniversitesi/ Mimarlık Bölümü	2004
Lise	Ömer Seyfettin Lisesi Ankara	1999

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2005-2007	SÖNMEZ YAPI ANKARA	Mimar
2005-2008	BTC YAPI ANKARA	Mimar/Şantiye Şefi

Yabancı Dil

İngilizce