

**ANKARA ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ALİŞVERİŞ MERKEZLERİNDE PEYZAJ TASARIMI**

**Gülin ACAR**

**PEYZAJ MİMARLIĞI ANA BİLİM DALI**

**ANKARA  
2006**

**Her hakkı saklıdır**

Prof. Dr. Halim PERÇİN danışmanlığında, Gülin ACAR tarafından hazırlanan bu çalışma 22 / 09 / 2006 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oybirliği ile Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı'nda "**Alışveriş Merkezlerinde Peyzaj Tasarımı**" konulu **YÜKSEK LİSANS TEZİ** olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Halim PERÇİN  
Ankara Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı

Üye : Prof. Dr. Bülent ÖZKAN  
Ege Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı

Üye : Doç. Dr. Dicle OĞUZ  
Ankara Üniversitesi Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı

**Yukarıdaki sonucu onaylarım**

**Prof . Dr. Ülkü MEHMETOĞLU**  
**Enstitü Müdürü**

## ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

### ALIŞVERİŞ MERKEZLERİNDE PEYZAJ TASARIMI

Gülin ACAR

Ankara Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Halim PERÇİN

Alışveriş kültüründeki değişim, etkilerini her alanda göstermiş ve alışveriş mekanları bu süreç içerisinde değişime ve farklılaşmaya başlamıştır. Sanayi devriminin gerçekleşmesinden sonra ticaret merkezlerinde değişimler yaşanmıştır. Özellikle nüfus artışı kentin yatay ve dikey olarak gelişimi hızlandırmıştır. Yıllardan beri süregelen alışveriş mağazaları ve alışveriş caddelerinde bir değişim süreci başlamış ve bu mekanlardan ayrı olarak, bağımsız yeni alışveriş mekanları oluşmuştur. Alışveriş caddeleri ve kapalı alışveriş mekanlarının kamusalılığı araştırılmış, Ankara’ da iki kentsel merkezin kamusalılığı hakkında değerlendirme yapılmıştır. Örnek alanları peyzaj tasarım ilke, standart ve kriterler açısından, alansal analizler ve fotoğraf destekli görsel bilgilerle birlikte anlatılmıştır. Yurtiçi ve yurtdışı değişik alışveriş mekanları örnekleri fotoğraf destekli açıklanmıştır.

**2006, 131 sayfa**

**Anahtar Kelimeler:** Alışveriş caddeleri, kapalı alışveriş merkezleri, Bahçelievler 7.cadde, Armada, kamusal mekan

## ABSTRACT

Master Thesis

### LANDSCAPE DESIGN OF DEPARTMENTS STORE

Gülin ACAR

Ankara University  
Graduate School of Natural and Applied Sciences  
Department of Landscape Architecture

Supervisor: Prof. Dr. Halim PERÇİN

The change in shopping culture has shown its influence in every field and during this process shopping stores have started to change and differentiate. After Industrial revolution, there occurred changes in trade centre. Especially, the increase in population has accelerated city's development in both horizontally and vertically. With time, a change process started in the shopping stores and shopping streets and d apart from these places, new independent shopping malls have come into being. Shopping streets and closed shopping malls were searched for their closeness to public. An evaluation of the closeness to public was made in two urban centers in Ankara . Sample fields of the research domain were described along with assisted photo, visual information and field analysis in terms of principle, standard and criteria of landscape design. National and international examples of different shopping malls were described with assisted photos.

**2006, 131 page**

**Key Words:** Shopping streets, closed shopping centers, Bahçelievler 7th street, Armada, public place

## TEŞEKKÜR

Çalıőmalarımı yönlendiren araőtırmalarımın her aşamasında, bilgi öneri ve yardımlarını esirgemeyerek akademik ortamda olduğu kadar beşeri iliőkilerde de engin fikirleriyle yetiőme ve geliőmeme katkıda bulunan danışman hocam sayın Prof. Dr Halim PERÇİN'e, çalıőmalarım süresince bir çok fedakarlıklar göstererek beni destekleyen aileme en derin duygularla teşekkür ederim.

Gülin ACAR  
Ankara, Eylül 2006

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	i
TEŞEKKÜR .....	i
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	ivi
1. GİRİŞ .....	1
2. KURAMSAL TEMELLER.....	2
2.1 Alışveriş Kavramı.....	2
2.2 Kendiliğinden Oluşan Alışveriş Bölgeleri;.....	3
2.2.1 Agoralar .....	3
2.2.2 Forum.....	8
2.2.3 Pazaryerleri .....	9
2.2.3 Yaya yolları üzerinde alışveriş.....	11
2.2.5 Taşıt yolu boyunca yer alan alışveriş bölgesi.....	11
2.3 Alışveriş Merkezi Olarak Programlandırılıp Tasarlanan Bina Ölçeğindeki Üniteler.....	12
2.3.1 Bedesten ve arastalar .....	12
2.3.2 Dükkanlar .....	14
2.3.3 Haller ve kapalı çarşılar .....	15
2.3.4 Çok katlı mağazalar ve "department store" birimleri.....	15
2.3.5 Hipermarket, süpermarket ve kent dışı alışveriş merkezleri.....	16
2.3.6 Günümüz alışveriş merkezleri .....	16
2.5 Alışveriş Caddeleri Peyzaj Tasarım İlkeleri.....	18
2.5.1 Yaya yolları.....	18
2.5.2 Yaya mekanı oluşturmada genel kurallar .....	20
2.5.3 Aydınlatma elemanları .....	25
2.5.4 Çöp kutuları.....	26
2.5.5 Telefon kulübeleri .....	27
2.5.6 Sanatsal yapılar .....	27
2.5.7 Oturma birimleri.....	28
2.5.8 Sınırlandırma elemanları .....	29
2.5.9 Dinlenme amaçlı mekanlarda su ve plastik kullanımı.....	29
2.5.10 İşaret levhaları.....	30
2.5.11 Rampalar .....	31
2.5.12 Yollar .....	31
2.5.13 Trafik denetimi.....	32
2.5.14 Bitkilendirme .....	34
2.6 Kapalı Alışveriş Merkezlerinde Peyzaj Tasarımı .....	43
2.6.1 Bitkisel tasarım.....	43
2.6.2 Tasarımda su ögesi.....	45
2.6.3 İç mekanda plastik sanatlar .....	46
2.6.4 Alışveriş Merkezleri donatı elemanları.....	49

2.6.6 Otopark .....	56
3. MATERYAL ve YÖNTEM.....	57
3.1 Materyal .....	57
3.2 Yöntem .....	57
4. BULGULAR .....	59
4.1 Alışveriş Caddelerine Avrupa ve Amerika’ dan Örnekler .....	59
4.1.1 Galleria Vittorio Emanuele, Milano.....	60
4.1.2 Zeil Caddesi, Frankfurt-Almanya .....	63
4.1.3 Kalver Caddesi, Amsterdam-Hollanda.....	64
4.1.4 Ithaca Commons, New York-ABD .....	66
4.1.5 Breestraat, Beverwijk-Hollanda .....	68
4.2 Kapalı Alışveriş Merkezlerine Avrupa ve Amerika’ dan Örnekler .....	70
4.2.1 West Edmonton Alışveriş Merkezi, Edmonton --Kanada .....	70
4.2.2 Mall of America, ABD .....	72
4.2.3 Centro, Oberhausen-Almanya .....	73
4.2.4 Hallen am borsigturm, Berlin-Almanya, .....	75
4.2.5 Georgia Alışveriş Merkezi, ABD .....	76
4.3 Kapalı Alışveriş Merkezlerinin Kamusal Mekan Özellikleri .....	77
4.3.1 İşlevsel nitelikleri.....	80
4.3.2 Sosyal nitelikleri .....	81
4.3.3 Mekansal nitelikler.....	84
4.4.1 Armada Alışveriş Merkezi .....	91
4.4.2 Bahçelievler 7.Cadde .....	100
KAYNAKLAR .....	121
EKLER.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
EK 1 Bahçelievler 7.Cadde Genel Durum .....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
EK 2 Bahçelievler 7.Cadde Bitkisel Yapı.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
EK 3 Bahçelievler 7.Cadde Aydınlatma Elemanları .....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
EK 4 Bahçelievler 7.Cadde 2. Öneri.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
EK 5 Bahçelievler 7.Cadde 3. Öneri.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.
ÖZGEÇMİŞ.....	Hata! Yer işareti tanımlanmamış.

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1 Samos (Sisam Adası) Heraionu Güney Stoası.....	4
Şekil 2.2 Agorada pazaryeri.....	4
Şekil 2.3 Assos Agorası.....	5
Şekil 2.4 Atina Akropolü.....	6
Şekil 2.5 İzmir Agorası.....	7
Şekil 2.6 İzmir Agorası.....	7
Şekil 2.7. Roma Forumu.....	8
Şekil 2.8 Roma Forumu.....	8
Şekil 2.9 Roma Forumu.....	9
Şekil 2.10 Bir kasaba meydanında pazaryeri yaya yolları üzerinde alışveriş .....	10
Şekil 2.11 Edirne Selimiye Külliyesi ve Arastası.....	13
Şekil 2.12 Ankara Mahmut Paşa Külliyesi .....	13
Şekil 2.13 Lyon Borsası Kat Planları.....	14
Şekil 2.14 New York Broadway’de çok katlı bir department store.....	15
Şekil 2.15 İzmir Caddesinde aydınlatma elemanı.....	26
Şekil 2.16. Sakarya Caddesinde heykel.....	27
Şekil 2.17 Sakarya Caddesinde oturma birimleri.....	28
Şekil 2.18 İzmir Caddesinde oturma birimleri.....	29
Şekil 2.19 İzmir caddesinde su kullanımı.....	30
Şekil 2.20 Kentlerde yol ağaçlarının işlevleri.....	36
Şekil 2.21 Sakarya Caddesinde kök boğazının 60 cm yukarısına kadar toprak doldurulmuş ağaç, Ankara.....	41
Şekil 2.22 İzmir Caddesinde bitkisel tasarım, Ankara.....	42
Şekil 2.23 İzmir Caddesinde bitkisel tasarım, Ankara.....	42
Şekil 2.24 Bitkiyle birlikte kullanılmış bank- Atakule, Ankara.....	44
Şekil 2.25 Görsel etki yaratan bitki-Migros, Ankara.....	44
Şekil 2.26. Durgun su-Migros, Ankara.....	46
Şekil 2.27 Heykel-Atakule, Ankara.....	47
Şekil 2.28 Film makinesi-Atakule, Ankara.....	48
Şekil 2.29 İç mekanda sergilenen kuru ağaç gövdesi-Galleria, Ankara .....	48
Şekil 2.30 Dış mekanda sergilenen kuru ağaç gövdesi-Galleria, Ankara .....	49
Şekil 2.31 Seyir amaçlı kullanılan oturma elemanı-Migros, Ankara.....	50
Şekil 2.32 Seyir amaçlı kullanılan oturma elemanı-Karum, Ankara.....	50
Şekil 2.33 Yeme-içme amaçlı kullanılan oturma elemanı-Karum, Ankara.....	51
Şekil 2.34 Donatı elemanlarında dil birliği-Atakule, Ankara.....	51
Şekil 2.35 Donatı elemanlarında dil birliği-Galleria, Ankara.....	52
Şekil 2.36 Kül tablası-Galleria , Ankara.....	52
Şekil 2.37 Kül tablası-Karum, Ankara.....	53
Şekil 2.38 Aydınlatma elemanları –Karum, Ankara.....	55
Şekil 2.39 Reklam panoları –Karum, Ankara.....	54
Şekil 2.40 Danışma bankoları –Karum, Ankara.....	55

Şekil 2.41 Sınırlayıcı bitki saksıları –Migros, Ankara.....	55
Şekil 4.1 Kalamazoo'nun iki bloktan oluştuğu dönem.....	59
Şekil 4.2 Galleria Vittorio Emanuele, Milano.....	61
Şekil 4.3 Galleria Vittorio Emanuele iç mekan .....	62
Şekil 4.4 Galleria Vittorio Emanuele, iç mekan.....	62
Şekil 4.5 Zeil Caddesi.....	63
Şekil 4.6 Zeil Caddesi.....	64
Şekil 4.7 Kalver Caddesi.....	65
Şekil 4.8 Kalver Caddesi.....	65
Şekil 4.9 Ithaca Commons.....	66
Şekil 4.10 Ithaca Commons.....	67
Şekil 4.11 Ithaca Commons.....	67
Şekil 4.12 Breestraat.....	69
Şekil 4.13 Breestraat.....	70
Şekil 4.14 Avrupa bulvarı -Europa Boulevard.....	71
Şekil 4.15 Düzenleme kapsamındaki yapay su kanalı.....	74
Şekil 4.16 Meydan düzenlemeleri.....	74
Şekil 4.17 Amfityatro biçiminde düzenlenen teras basamakları.....	75
Şekil 4.18 Park Avenue Plaza 'Kamusal mekan, 8.00 -22.00 arası açıktır'.....	89
Şekil 4.19 Armada alışveriş merkezi plan.....	93
Şekil 4.20 Atriumun zemininde şoklanmış palmiye ağaçları ile kafeterya.....	93
Şekil 4.21 Atriumun üst kattan görünüşü.....	94
Şekil 4.22 Bitki kasası aydınlatmalar.....	94
Şekil 4.23 Oturma birimi ve bitki kasası.....	95
Şekil 4.24 Oturma birimi ve bitki kasası.....	95
Şekil 4.25 Girişte reklam panosu.....	96
Şekil 4.26 Girişte üste nişler içine yerleştirilmiş yapma bitkiler.....	96
Şekil 4.27 Üst katta yemek bölümünde şoklanmış bitkiler.....	97
Şekil 4.28 Bitki tarhları.....	97
Şekil 4.29 Bitkilerle sınırlama yapılmış mekan.....	98
Şekil 4.30 Bitkilerle sınırlama yapılmış mekan.....	98
Şekil 4.31 Dış mekanda ait bahçe düzenlemesi.....	99
Şekil 4.32 Dış mekan otopark alanı.....	99
Şekil 4.33 Bahçelievler genel görünüm.....	103
Şekil 4.34 Bitki tarhları.....	104
Şekil 4.35 Döşemelerde meydana gelen deformasyonlar için yapılan çalışmalar.....	106
Şekil 4.36 Ağaç dikim yerleri.....	106
Şekil 4.37 Ağaç dikim yerleri.....	107
Şekil 4.38 Sınırlayıcı elemanlar.....	108
Şekil 4.39 Akşam konservatuar öğrencilerinin konseri.....	109
Şekil 4.22 Çözüm önerisi 1.....	116
Şekil 4.23 Çözüm önerisi 2.....	117

## 1. GİRİŞ

Alışveriş kültüründeki değişim etkilerini her alanda göstermiş ve alışveriş mekanları bu süreç içerisinde değişime ve farklılaşmaya başlamıştır. Yıllardan beri süregelen alışveriş mağazaları ve alışveriş caddelerinde bir değişim süreci başlamış ve bu mekanlardan ayrı olarak, bağımsız yeni alışveriş mekanları oluşmuştur.

Çalışmada öncelikle, günümüze kadar alışveriş mekanları araştırılmıştır. Mekan ve kamusal mekan kavramı araştırılmış, günümüzde kent içinde giderek daralan yeşil alanlara yeni alternatif iç mekanlar oluşturan alışveriş merkezlerinin, kamusal mekan özellikleri saptanmıştır. Daha sonra alışveriş merkezlerindeki değişimin nedenleri belirlenmiştir.

Avrupa ve Dünyadan değişik alışveriş mekanı örnekleri fotoğraflarla anlatılmıştır.

Bu çalışmanın ana amacı, kapalı alışveriş merkezi ile alışveriş caddesi arasındaki kamusal mekan özelliklerinin saptanması yanı sıra peyzaj tasarımlarının incelenmesidir. Armada ve Bahçelievler 7. Cadde birbirlerine yakın iki alışveriş merkezidir. Alan araştırması örnek alanları tasarım ilke, standart ve kriterler açısından fotoğraflarla incelenmiştir. Seçilen iki örnek alanda kamusal mekan özellikleri incelenmiş peyzaj tasarımı açısından kamusal mekan niteliğini artırıcı öneriler getirilmiştir.

## 2. KURAMSAL TEMELLER

### 2.1 Alışveriş Kavramı

Alışveriş, belirli gereksinimleri karşılamak amacıyla, ticari bir eşya veya mala bakmak incelemek, fiyat öğrenmek, satın almak gibi fiili durumların bileşkesidir. Üretilmiş malları takas etmek suretiyle başlayan ilk alışveriş eylemi, üretim tekniklerindeki artış, teknolojinin gelişimi paranın bulunmasıyla sona ermiştir.

Alışveriş, günümüzde bir ticaret eylemi olmasının yanı sıra, günlük yaşamda önemli yer tutan sosyal bir etkinliktir. Toplumsal yaşamı sürdürebilmenin gerekliliği sonucu tarih boyunca insanlar ürün değiş tokuşu, bilgi ve deneyim aktarmanın yanında birtakım sosyal paylaşımlarını yerine getirebilmek için belirli mekanlarda rutin olarak toplanmayı bir temel gereksinim haline getirmiştir.

Alışveriş yöntem ve alışkanlıkları, dünyanın farklı yerlerine veya farklı tür yerleşimlere göre çeşitlilik göstermektedir. Bu etkinliği karşılayan mekânlardaki kamusal amaç ise, mal ve hizmet alma işlevleri ile birlikte insanların bir araya gelme, iletişim kurma gibi sosyal gereksinimlerini de karşılayacak, olumlu niteliklere sahip çevreler yaratılması olmaktadır. Geçmişten bugüne kadar yaşayan tüm toplumlarda bu sosyal paylaşımlar ticari aktivitelerle beslenerek kentsel yaşamı yönlendiren mekânları oluşturmuştur.

Alışveriş merkezleri oluşum ve gelişimleri doğrultusunda iki ana başlık altında gruplanabilir;

1. Kent mekanında, kendiliğinden oluşan alışveriş bölgeleri;

- Agora
- Forum

- Pazaryerleri
- Yaya alışveriş yolları
- Taşıt yolu boyunca yer alan alışveriş bölgesi

## 2. Programlandırılıp alışveriş merkezi

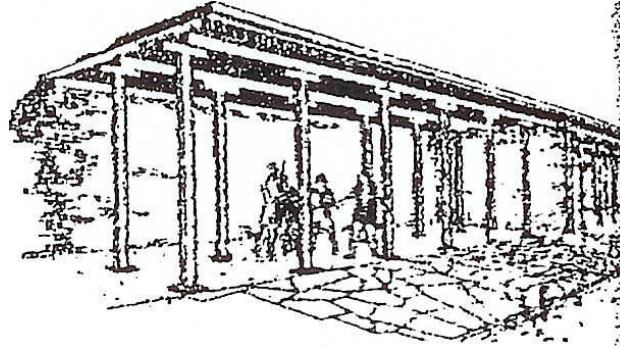
- Hanlar
- Arastalar ve Bedestenler
- Dükkanlar
- Haller ve Kapalı Çarşılar
- Çok Katlı Mağazalar ve "Department Store" Birimleri
- Hipermarket, Süpermarket ve Kent Dışı Alışveriş Merkezleri

## 2.2 Kendiliğinden Oluşan Alışveriş Bölgeleri;

### 2.2.1 Agoralar

Antik Çağda, birçok tarihi kent merkezi "Akropol" denilen ve rahatlıkla savunulabilen bir tepede kurulmuştur. Şehir, Akropol'ün çevresinde ya da bir yanında sürekli genişleyen halkalar halinde gelişmiştir.

Şehrin aşağı bölümünün merkezi "Agora" diye adlandırılan halkın bir araya geldiği yer anlamındadır. Siyasal, ticari ya da toplumsal amaçla agoraya gelen kalabalığı bir arada toplayabilecek, olumsuz hava şartlarına karşı koruyabilecek bir yapı oluşturmak amacı ile "stoa" olarak adlandırılan sütunlu geçitler bulunmaktaydı. En basit haliyle iki kısa ve bir uzun kenarı kapalı, diğer uzun kenarı açık, tek sıra sütunla taşınan eğimli veya düz çatısı olan, uzun ve tek katlı bir yapı biçimi oluşturulmuş ve daha sonraki yüzyıllarda artan kullanıcı gereksinimleri doğrultusunda gelişme göstermiştir. Kent merkezinde tüm kamu yapıları ve (stoalar) agora çevresinde toplanma eğilimi göstermektedir.



Şekil 2.1 Samos (Sisam Adası) Heraionu Güney Stoası (Zengel 2001)

İlk örnekleri Erken Mısır ve Hitit tapınakları çevresinde görülen ticari aktiviteler, bu mekanların hemen önünde konumlanan üzeri açık geniş avlularda rastlantısal bir düzen içinde gelişmiştir. Antik çağ yerleşimlerinde kentin önemli bir parçası olarak tasarlanan, mimari anlamda ilk planlı ticari mekan tanımlaması ise 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 (Zengel, 2001). Bu dönemde, bütüncül bir planlama olmamasına rağmen, ticaret, dini ve sosyal yapıların (agora, tiyatro, stadyum ve gymnasium vb.) konumları ve yer seçimlerinde, rüzgâr yönü, güneşlenme, arazinin doğal özellikleri ve yapıların birbirleri ile olan fonksiyonel ilişkilerinin olduğu anlaşılmaktadır (Tuncer 2001).

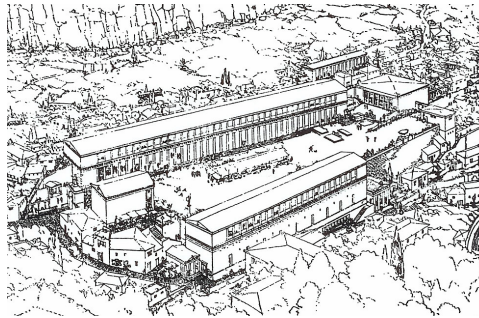


Şekil 2.2 Agorada pazaryeri (Zengel 2001)

Yunan dönemi agoralar, kamusal bir mekan, kentin merkezi başka bir değişle kentin atan kalbidir. Burası yalnızca belirli olaylar için canlılık kazanmayan, toplum için sürekli bir toplantı yeri idi. Toplumsal yaşam, iş, siyasi ve ticari yaşam içinde gündelik bir sahne oluşturmaktaydı.

Bu dönemde, kentin bütünü gibi agoralar da basit bir biçimde ortaya çıktı. Tek gereken, oldukça düz, açık bir alandı. Bu mekanların ana caddelere uygun bir odak sağlaması gerektiğinden, kentin az çok merkezindeki bir alandan yararlanılırdı. Agoranın kalabalık olduğu zamanlarda, yani sabahları alışveriş yapmak, uzun ve sert pazarlıklar gerektiren bir işti. Agoralarda denetim uygulayan ve dürüst alışveriş yapılmasını sağlayan 'agoranamos' adı verilen bir resmi görevli vardı, sokakların temiz ve düzenli tutulmasıyla ilgilenirler, işverenlerle işçiler arasındaki ilişkileri yakından gözlemlerlerdi.

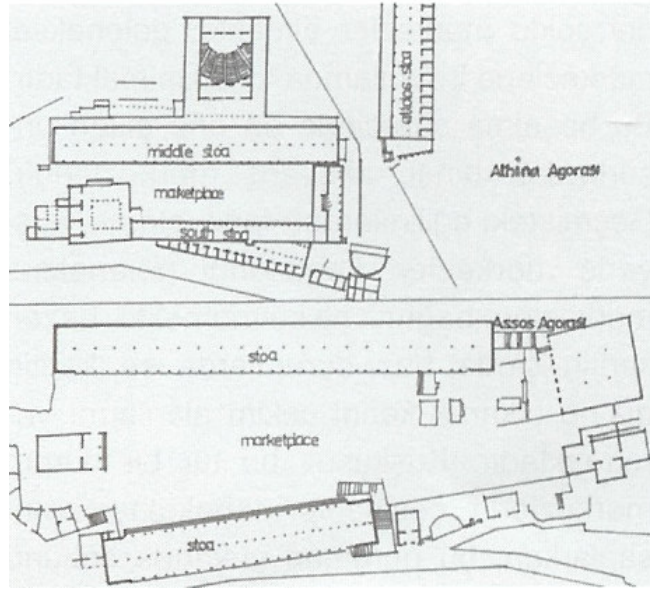
Agora kişilerin boş zamanlarında stoalarda, çınar altında berber ve şarapçı dükkânlarında ya da demirci dükkânlarındaki ateşin çevresinde kendilerine uygun arkadaş bulmak için toplandıkları başlıca yerlerdi. Bazı kısım düşünürler agorayı düzensiz yaşamın kaynağı olarak görmekteydi. Ama tüm bu düşüncelerin aksine, 'aylak takımı' denilen kesimden çıkan Sokrates tarihin en önemli filozoflarından biri olarak kabul edilir. Sokrates agorada yerel halk ve esnafıa yaşam, doğa, ahlak ve din üzerine konuşmalar yapmıştır. Agorada belli bir konuşmacının sevilen bir yeri ve saati, düzenli bir katılım grubu bulunuyordu. Bir felsefe okulu yaratmaya doğru ilk adım böyle atılmıştı (Hepcan ve Sönmez 2004).



Şekil 2.3 Assos Agorası (Dinsmoor 1975)

Bazı kentlerde ikinci bir agoranın kurulması gerekli olmuştur. Buna karşın Assos gibi daha küçük kentlerde tüm amaçlar için tek bir agora yeterli görülmüştür (Dinsmoor 1975).

Ünlü Atina Akropolü'nde yer alan agoraların dikdörtgen formunda olup, iki yönde üzeri kolonlarla örtülü küçük dükkanlarla çevrili olduğu diğer bir yönünün ise genellikle ana yaya aksına açılan bir mekan anlayışında tasarlandığı bilinmektedir ( Zengel 2001).



Şekil 2.4 Atina Akropolü ( Zengel 2001).

İzmir Agorası, mevcut haliyle İskender tarafından M.Ö. 333'de Kadifekale'de kurulan Smyrna'nın, M.S. 2. yy Roma Dönemi'ne aittir.

İzmir Agora'sı ticari olmaktan ziyade, bir devlet agorası görünümündedir. Günümüzde, yaşayan bir kentin içinde bulunması özelliği ve büyüklüğüyle dünyada eşine az rastlanan önemli bir yapıdır.

165 m. genişliğinde ve 200 m. uzunluğunda olan Agora'nın üç tarafında üstü örtülü, sütunlu, çok amaca hizmet eden Stoalarla onun kuzeyinde bulunan bir bazilika yer almaktadır. İzmir Agora'sında M.S. 150 tarihlerinde inşa edilen Zeus Sunağı'na ait kabartmada tanrılardan oluşan bir sahnenin ortasında Demeter ile Poseidon' un eski Hitit protokolüne uygun olarak (erkek sağda, kadın solda) yan yana yer almıştır.



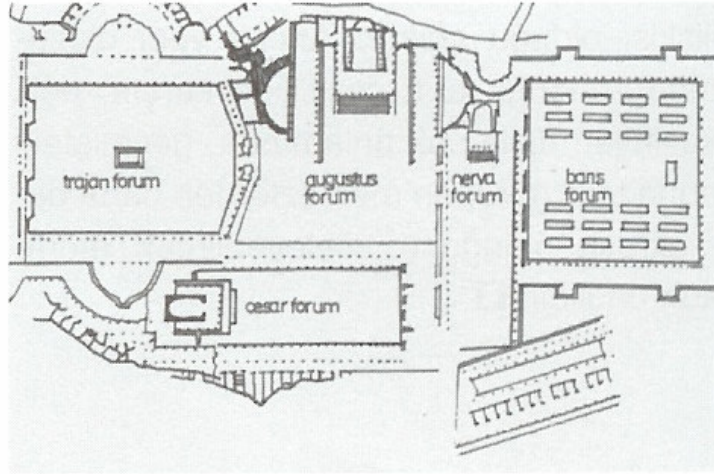
Şekil 2.5 İzmir Agorası (<http://www.wowturkey.com/forum/viewtopic>, 2006)



Şekil 2.6 İzmir Agorası (<http://www.wowturkey.com/forum/viewtopic>, 2006)

## 2.2.2 Forum

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



Şekil 2.7. Roma Forumu (Zengel 2001).



Şekil 2.8 Roma Forumu (<http://www.miracleplayers.org/emperorsofrome/images>, 2006)

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

Antik çağların en önemli ticaret mekanları olan forum ve agoralar, çok amaçlı kullanım özelliklerinden dolayı aynı zamanda ticaretin şekillendirdiği kentlerin odak noktası olmuştur ( Zengel 2001).



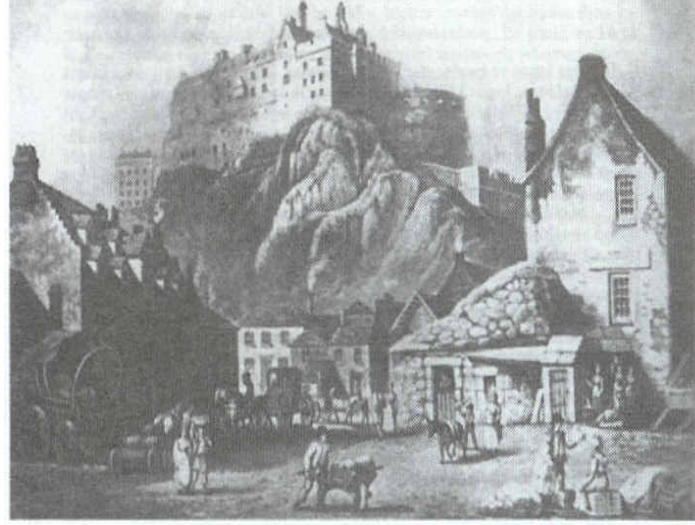
Şekil 2.9 Roma Forumu (<http://www.bigfoto.com/europe/italy/rome>, 2006)

Eski Roma'da forumlar olarak çıkan çarşı ve pazar yerleri küçük standart dükkanların ya da tezgahların yan yana sıralanması ile oluşmuştur. Buralarda halkın alışveriş amaçlı başlayan toplanma eylemi Yunanlıların agoralarındaki gelişime benzer bir seyir göstererek zamanla Siyasi toplantıların yapıldığı yerler haline gelmiştir (Hepcan ve Sönmez 2004).

### 2.2.3 Pazaryerleri

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 oluşturuyordu (Zengel 2001).



Şekil 2.10 Bir kasaba meydanında pazaryeri yaya yolları üzerinde alışveriş (Zengel 2001).

Eski Roma kentlerinde çarşı ve pazar yerleri küçük standart dükkanların sıralanmasıyla oluşmuştur. Buralarda yalnızca alışveriş değil, siyasi toplantılar da yapılmaktadır. Bunların çalışma ve hizmet verme şekilleri pazaryeri meydanındaki tabletlerde yazılı bulunmuştur.

Osmanlı yöneticilerinin nazarında 'pazar (bazar) ve panayır' kelimeleri asıl olarak ahlaki ve kanuni çerçevede alışverişin yapıldığı ticari mekanlardı. Ancak bunun dışında 'hafta pazarı yada hafta bazarı' kelimesi, sadece mahalli ticaretin yapıldığı yer anlamına gelmemekteydi. Bu kelime aynı zamanda, ticari anlamının dışında, siyasi bir içerikte kazanmıştı. Zira Osmanlı sultanlarının verdiği emirler halka pazar yerlerinden duyurulurdu. Bütün yasaklar, nidalar, tembihler bu alanlarda yapılıyordu. Bu bakımdan hem pazar kurulan yerin (bazargah) fiziki yapısı hem de pazara gelen bütün kişiler koruma altına alınmıştı (Hepecan ve Sönmez 2004).

### **2.2.3 Yaya yolları üzerinde alışveriş**

Beddington'a (1991) göre; yaya ticaret yollarının temel karakteristiği, planlanarak yayalaştırmanın yapılmasıdır. Buraları çeşitli aktivitelerin yer aldığı, temiz bir ortam, yormayan bir sirkülasyon ve yol güzergahına sahip, üzeri örtülü yaya geçişleri olan canlandırıcı, teşvik edici, dinlendirici bir ortama sahip ve değişik dükkanların, oturma dinlenme alanlarının, tuvaletlerin ve ilginç noktaların yer aldığı mekanlardır.

Yaya mekanından taşıtların arındırıldığı yaya ticaret yollarında, alışveriş yapılan mekana hiçbir taşıt girememekte, böylelikle yayalar rahatlıkla alışverişlerini yapabilmektedirler. Ancak bu tür mekanlarda, yaya ile taşıt yolu arasındaki ilişkinin çok iyi bir şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.

Yüzyıllar boyunca bu tür fonksiyonu karşılayan Kapalıçarşılar ile 1920'lerde Almanya, Belçika veya İngiltere'de yapılan Galeriler, ticaretin trafikten uzak yaya olarak yapılması fikri üzerinde yapılan denemelerdir (Göçer 1984).

Yaya ticaret yollarında, planlı bir yayalaştırma söz konusudur. Buralarda temiz bir ortam, yormayan bir sirkülasyon ve yol güzergahı içinde, tüketicilere birbirinden farklı aktiviteler sunulmakta; üzeri örtülü yaya geçişleri olan canlandırıcı, teşvik edici, dinlendirici bir ortam yaratılmaktadır. Şehir içi trafiğinin gürültüsü ve kargaşası da, bu mekanlarda hissedilmemektedir (Ülker 1999).

### **2.2.5 Taşıt yolu boyunca yer alan alışveriş bölgesi**

Taşıt yolunun her iki tarafına da dizilmiş olan 'küçük dükkan' kavramı, kapladığı alan veya hacim olarak küçük olmaktan çok, taşıdığı mal türünde ileri derecede uzmanlaşmış, çeşitli beğenilere ve çok özel gereksinimlere cevap verebilen türden bir alışveriş birimidir. Bir

ölçüde zanaatkar geleneğinin de yaşamasına bağımlı olan bu tür dükkanlar, tarihte ve şimdi daima büyük kentlerde var olabilmıştır (Abalı 1990).

Ancak Göçer'e (1984) göre, yol boyunca alışveriş kullanımının bir takım sakıncaları vardır . Bunlar şu şekilde sıralanabilir:

- Alışverişin rahat ve güvenli bir şekilde gerçekleşebilmesi için, yaya ve taşıt trafiğinin birbirinden ayrılması gerekmektedir. Oysaki bu durumda yayalar ve taşıtlar bir aradadır.
- Taşıt trafiği, alışveriş için yolun her iki tarafını da kullanmak isteyen yayanın can güvenliğini tehlikeye sokmakta; bu şekilde trafik de zorlanmaktadır.
- Mal sevkıyatı yapıldığı sırada, yaya ve taşıt trafiği aksamaktadır.
- Yayalar, alışveriş esnasında gürültü, egzoz gibi olumsuz çevre koşullarıyla karşılaşmaktadır.

Tüm bu sorunları bir ölçüde azaltmak için bazı önlemler alınmalıdır. Bu önlemleri Göçer (1984) şu şekilde belirtmiştir;

- Dükkanların önünde ya da yakınında otoparklar düzenlemek.
- Servis trafiği için ayrıca bir servis yolu yapılmasını sağlamak.
- Ticaret bloklarını cepler ve çıkmaz sokaklarda toplayarak trafiği rahatlatmak.

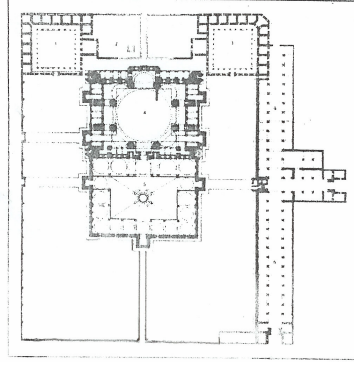
## **2.3 Alışveriş Merkezi Olarak Programlandırılıp Tasarlanan Bina Ölçeğindeki Üniteler**

### **2.3.1 Bedesten ve arastalar**

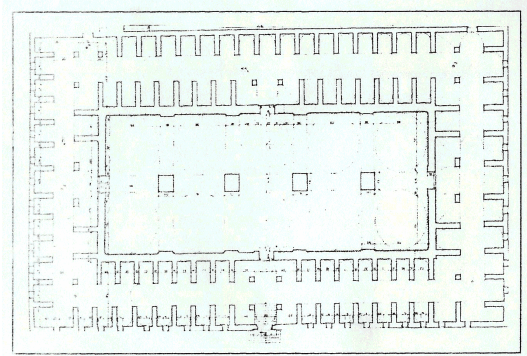
Tarihsel süreklilik içinde bulunduğu dönemin değişken sosyo-kültürel ve toplumsal yapısına göre ticaret yapıları benzer mekan ihtiyaçlarına farklı çözüm arayışlarıyla sürekli bir kimlik değişimine uğramışlardır.

Dönemin eski Türk yerleşimlerdeki 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 ( Zengel 2001).

Arastalar; bir sokak üzerinde karşılıklı dükkanların yerleşimi ile oluşmuş ticaret alanlarıdır (Cezar 1985).



Şekil 2.11 Edirne Selimiye Külliyesi ve Arastası (Cezar 1985)



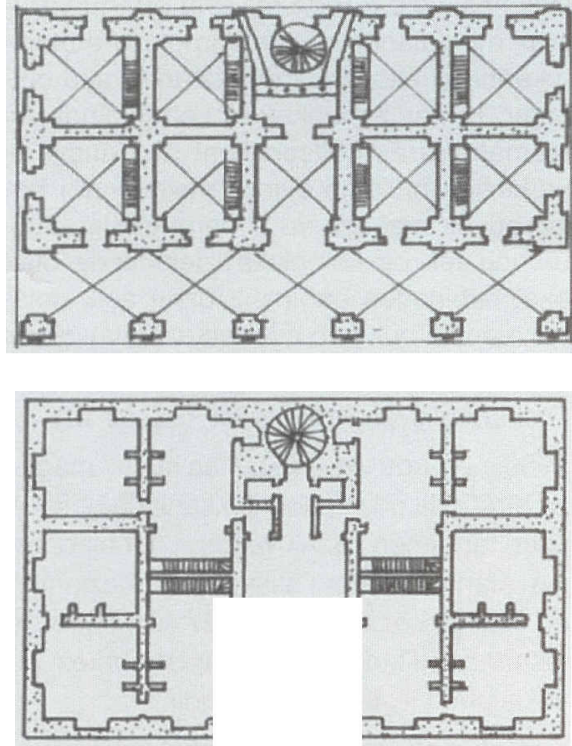
Şekil 2.12 Ankara Mahmut Paşa Külliyesi ( Zengel 2001)

Şehrin ticari merkezini bedesten oluşturmaktaydı. Bütün ticaret bölgesinin merkezi olarak kurulan bedestenler, sağlam ve kagir yapısı ile tüccarların değerli mallarını koruyan bir çeşit iç kale niteliğinde ve kagirden yapılmış oldukça sağlam binalardı. Zamanla arastaların

külliyyelerle, bedestenlerin ise kervansaraylarla bütünleşmesi ile alışveriş mekanları birden çok işlevi barındıran komplekslerin vazgeçilmez bir parçası olma özelliğini günümüze kadar devam ettirmiştir ( Zengel 2001).

### 2.3.2 Dükkanlar

Tarihsel süreç içinde Antik dönemden bu yana süregelen, birbirine bitişik nizamda sıralanmış tek katlı dükkan birimlerinden oluşan sistematik düzen pazaryeri kavramıyla birlikte dağılmıştır 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. Öte yanda dükkanların ön cephelerine korunaklı bir üst örtü eklenerek ilk yaya dolaşım alanları ve alışveriş caddeleri de bu dönemde tasarlanmıştır.



Şekil 2.13 Lyon Borsası Kat Planları (Zengel 2001)

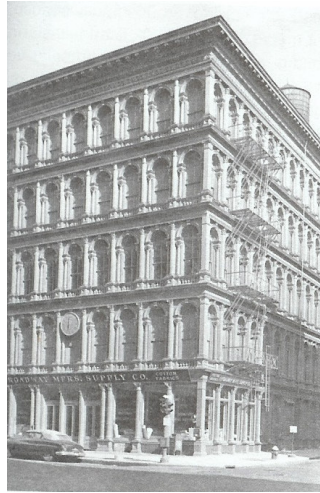
Bu yaklaşım tüm Avrupa kentlerinde benimsenerek ticaretin mekan tanımlaması yeniden yapılmıştır Lyon Borsa Binası örneğinde görüldüğü üzere, alt katı dükkan ve depo üst katı konut ve depo şeklinde tasarlanır hale gelmiştir (Zengel 2001).

### 2.3.3 Haller ve kapalı çarşılar

Haller ve Kapalı Çarşılar 17. 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 (Zengel 2001).

### 2.3.4 Çok katlı mağazalar ve "department store" birimleri

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.



Şekil 2.14 New York Broadway'de çok katlı bir department store (Zengel 2001)

İngiltere'de planlanarak yapılmış lüks ürün tüketiminin yapıldığı "department store" adı verilen çok katlı mağaza sistemine geçilmiştir. 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 (Zengel 2001).

### **2.3.5 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. Önceleri kent çıkışlarında ve otopanlar üzerinde tek tek kurulup, kent yerleşimlerinde bu merkezlerin çekim noktası olmaya başlamıştır (Zengel 2001).

### **2.3.6 Günümüz alışveriş merkezleri**

Dış mekan ve iç mekanın olumlu özelliklerini bir arada sunma fikrini taşıyan, alışveriş eyleminin yanı sıra, aile bireylerinin birlikte ya da ayrı ayrı eğlenmeleri için uygun ortamların ve seçeneklerin sunulduğu, otopark probleminin olmadığı, alışveriş merkezleri, kentsel çekim noktalarıdır.

Alışveriş mekanlarının zaman içindeki dönüşümüne bakıldığında, 20. yüzyıla kadar olan dönemde, kentlerdeki alışveriş yerlerinin en temel karakteristiği "kent dokusu ile bütünleşme" olduğu görülmektedir. Motorlu araç trafiğinin yaya akışını yavaşlatması, araç

öncelikli projelerin artmasıyla kent merkezlerinde yaşanan tıkanıklıklar, otopark problemleri, hava kirliliği, gürültü ve artan trafik kazaları, kent merkezlerinin çekiciliğini yitirmesi, yerleşim ve istihdamın kent merkezleri dışına kaymasına neden olurken, günümüzdeki alışveriş merkezlerinin ilk örnekleri de Amerika'daki banliyölerde ortaya çıkmaya başlamıştır. 1950'lerden sonra, kent merkezlerinde yapılan ticaretin hacmi azalmamış, hatta banliyölerde açılan alışveriş merkezlerindeki ticaret, kent merkezlerindeki ticareti çok aşmış ve aynı eğilim ilerleyen yıllarda, Avrupa'ya da sıçramıştır. Kent merkezinin dışında rolü artmaya başlayan kapalı alışveriş merkezleri genelde zengin ve varlıklı toplumsal gelir gruplarının artan otomobil sahipliliği ile gelişen kentin dışında oturması ile de hızla destek bularak biçimlenen kentlerin gelişimlerini önemli ölçüde biçimlendirmiştir. Gösterişli vitrinlerin yapıldığı, alışveriş bulvarlarının ortaya çıktığı ve "her gün bir alışveriş günüdür" sloganı ile alışverişin tüm toplumda yaygınlaştırılmaya çalışıldığı bir dönem olmuştur.

Yeni alışveriş merkezlerinin hızla ortaya çıkmalarını, oluşmalarını etkileyen teknolojik gelişmeler ve bu gelişmelere paralel sosyal yapının değişimi aşağıdaki başlıklar altında toplanmaktadır.

- Hızlı kentleşme;

Hızlı kentleşme, göçün de etkisiyle yığılma ve yoğunlaşmalar, tüm bilimsel ve teknolojik gelişmelere karşın plansız gelişmelerle, her geçen gün doğal ekosistemlerden uzaklaşarak kuru yapay ekosistemler oluşturulmaktadır.

- Kadının ve çocuğun değişen statüsü;

20. yüzyılda, kadın ev hanımı statüsünden uzaklaşıp gündelik hayatın her aşamasında söz sahibi olmuştur. Dolayısıyla hem işyerinde, hem de evinde pek çok sorumluluk yüklenmiş, zamanını iyi ve verimli kullanmak ve kendine de zaman ayırmak için, her türlü mal ve hizmeti, aynı mekanda, bulmayı istemektedir.

- Alışveriş anlayışının ve tüketim normlarının değişmesi;

21. yüzyıla girerken yeni alışveriş merkezleri sadece alışverişin yapıldığı yerler değil, atmosferi-ambiyansı, eğlence alanları (sinema, tiyatro salonları), spor alanları (buz pateni.

jimnastik vb.), oyun alanları (atari, bowling, vb.) yeme-içme alanları (lokanta, fast-food, vb.) ile rekreasyon amacıyla kullanılan mekanlardır.

Günümüzde kapalı alışveriş merkezleri, ailenin tüm bireylerine hitap eden aktivitelerle donatılmıştır.

- Araç sahipliğinin artması;

Kapalı alışveriş merkezleri özel araçla ulaşımın rahat sağlanabileceği biçimde konumlanmıştır. Ayrıca özel oto sahipliği, toplu alışveriş kolaylaştırıcı niteliktedir.

- Kitle iletişim araçlarının etkisi;

Dünyanın küreselleşme süreci içine girmesi ile herhangi bir ülkede oluşan bir yenilik, üretim, çok kısa bir sürede, dünyanın her yerine, her eve ulaşmaktadır.

- Teknolojik gelişmeler;

Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeye bağlı olarak gündelik hayatımızın içine giren bireysel bankacılık, tüketici kredileri ve özellikle orta ve orta-üst gelir düzeyinde yaygın halde kullanılan kredi kartları, psikolojik açıdan da rahat ve güvenli alışverişe olanak sağlamaktadır. Bunun dışında bilgisayar ve iletişim de yaşanan gelişmeler ile daha hızlı alışverişini sağlayan barkot sistemi, yazar kasa, optik okuyucular ile alışveriş işlemleri kolaylaşmaktadır.

## **2.5 Alışveriş Caddeleri Peyzaj Tasarım İlkeleri**

### **2.5.1 Yaya yolları**

Genellikle motorlu araç trafiğinin aktığı ize paralel olarak devam eden, motorlu araç trafiğinden ayrılmış, çeşitli yaya eylemlerine hizmet eden düzenlemelerdir. Yaya yolları ve alanları, yürüyerek erişim kanalı olmalarının yanı sıra aynı zamanda, ekonomik canlanmaya ve çevresel iyileştirmeye katkıda bulunmakta; yaya güvenliğini sağlamakta; kentin sosyal

imajını güçlendirmekte; kamu alanı içinde yüz yüze iletişim mekanı oluşturmakta ve toplumsal öğrenme kanalı olma işlevini üstlenmektedir (Koç ve Sönmez 1996).

Planlama kültürünün ortaya çıkmasına en büyük katkı yaya hareketlerinden gelmiştir. Yerleşim yapılarının oluşumunda en önemli rol yaya hareketlerine aittir. Kentlerin organik büyümesinde temel öge yayadır. Bununla birlikte günümüz kentlerinde yaya hareketlerine yönelik düzenlemeler yeterli düzeyde gelişmemiştir. Mekan düzenlemesi araçlara odaklı olarak gerçekleştirilmekte, 8 milyon yıldır yürüyen insan ise ortaya çıkan yeni yapıda kendisine yer bulmakta zorlanmaktadır.

Araçtan arındırılmış yerleşim düşüncesi, özel aracın getirdiği sorunlardan uzak bir yaşam sürmek isteyen kentliler için bir yerleşim biçimi olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde dünyada pek çok kent ve kentli, araçtan arındırılmış bir yaşam biçimini tercih etmektedir

20. yüzyılın ilk yarısı, kentsel yaşantımızın otomobil ekseninde değişmeye başladığı dönem olarak kabul edilmelidir. Bu sürecin sonucunda 20. yüzyılın ikinci yarısında kentsel yaşamda ortaya çıkan değişiklikler ise; çevre kirliliği, trafik sorunları, sosyal sorunlar, tanımlanabilir. 1950'lerden itibaren yoğun kent yaşamının problemlerinden uzaklaşmak isteyenler, kent saçağındaki banliyö yerleşimlerini tercih etmeye başlamıştır. Bu süreç, geleneksel kent formunda değişiklikler yaşanmasına ve araca bağımlı kent formlarının ağırlık kazanmasına yol açmıştır.

1960'lı yıllarda, özellikle kuzey Avrupa ülkelerinde araç trafiğine yalnızca gerekli durumlarda izin verilen yerleşimler ortaya çıkmıştır. Bu yerleşimlerde sokaklar araçlara öncelik tanımayacak şekilde tasarlanmıştır (Yıldız 2005).

1970'li ve 80'li yıllarda yayalara tekrar eski haklarını vermek için çeşitli çalışmalar başlamıştır. 1980'lerde kentlere dönüş (reurbanisation) hareketi Avrupa'yı etkisi altına

almıştır. Kent içinde kalan mahalleler konut için tercih edilmeye ve araçların çok değerli kentsel araziye ne kadar verimsiz kullandığı tartışılmaya başlanmıştır. Bu dönemdeki pek çok tedbir ise ne yazık ki motorlu taşıt trafiğinin yeniden sorgulanması anlamına geldiği için göz ardı edilmiştir. Trafik sistemindeki etki mekanizmalarının kentlerde yol açtığı ulaşım problemlerinin bilinmemesi pek çok hatalı tahminin yapılmasına da yol açmıştır. Planlama ve özellikle ulaşım planlaması dendiğinde artık aklımıza sadece araçların rahatça dolaşabileceği geniş caddeler ve belki biraz da toplu taşıma sistemleri gelmektedir. Bu durumda planlamanın bu problemleri çözmede yetersiz kalmasının nedenini, bakış açısının ağırlığının insan odaklı yaklaşımdan makine odaklı yaklaşıma kayması olarak belirtebiliriz. Buna rağmen yayaların kent ve ulaşım planlamasındaki yeri artık kabul edilmiştir (Yıldız 2005).

Kentlerde yaya bölgeleri uygulamalarında toplumun sosyal ilişkilerini düzenlemek, kentlinin planlamaya katılımını sağlamak, trafik karmaşasından uzak, sağlıklı ve temiz mekanlar yaratmak amaçlanmaktadır.

### **2.5.2 Yaya mekanı oluşturmada genel kurallar**

Yaya bölgelerinin seçiminde;

- Arazi kullanım özellikleri nedeniyle büyük ölçüde yaya trafiği yaratan bölgeler örneğin, perakende ticaretin yoğun olduğu alanlar, kültür, eğlence ve spor amaçlı alanlar,
- Doğrudan geçen (bir diğer deyimle transit trafik) trafik payının düşük olduğu, doğrudan geçen trafiğe hizmet etme özelliğini yitirmiş caddeler ve kısa süreli parktan çok, uzun süreli araç parkı özellikleri gösteren, oto ve taksiler için otopark ve depo alanına dönüşmüş bölgeler,
- Motorlu araç trafiğinin günün belirli saatlerinde (örneğin sabah-akşam) görüldüğü, diğer saatlerde araç trafiğinde önemli azalmanın söz konusu olduğu bölgeler öncelikli olarak düşünülebilir.

Yaya bölgelerinin uzman meslek grupları tarafından planlanması, uygulamanın ve düzenlemenin belediyeler tarafından yapılması gerekmektedir. Taşıt ve yaya trafiğinin yoğun olduğu merkezlerde, yayaların bir araya geldiği, yürüdüğü ve alışveriş yaptığı mekânlarda, serbest, rahat ve güvenle hareket etmeleri için taşıt trafiğine kapatılıp sınırları açıkça belirlenerek özel trafik düzenlemesi getirilmelidir. Böylelikle yayalara serbest hareketli bir mekân sağlanmalıdır.

Özel otomobil trafiğinin kısıtlanacağı alışveriş caddelerinin çevresinde otopark, merkezinde ise toplu taşıma ve raylı sistem istasyonları ile bütünleşmiş yaya bölgeleri oluşturulmalıdır.

Yaya bölgelerinin oluşturma anlayışı yolların araç trafiğine kapatmanın ötesinde gün boyu canlılık ve çeşitlilik sağlayabilen, estetik değeri ve yeşil niteliği olan ve erişilebilirliği yüksek çözümlü tasarımlar olmalıdır. Yayalaştırılan yollar diğer kamusal alanlarla bağlantısı sağlanmalıdır.

Araç trafiğinden arındırılmış güvenli yürüme, alışveriş ve dinlenme alanları oluşturulmalıdır. Yayaların özellikle görme engellilerin güven içinde yürümesini sağlamak için motorlu araç ve her türlü fiziki engeller (direk, levha, tabela, ağaç ve alçak dallan, dikenli bitki ve teller) yeniden düzenlenmelidir. Yaya bölgesinde, özel mülkiyette dahi olsa, mülkiyeti saklı kalmak şartı ile bahçe duvarı yapılmamalıdır.

Çeşitli boyutlar, yükseklik farkları ile hareketli ve arkasında sürprizli durum yaratan mekanlar oluşturulması ile monotonluk hissi ortadan kalkar. Böylece gidecekleri yere rahat, yorulmadan ve zevk alarak giden insanların yürüme eğilimleri artar.

Yaya bölgelerinde kişilerin aktivitelerine uygun nitelikte ve büyüklükte alanlar yaratılmalıdır. Yaya bölgeleri sistemi oluşturulurken yürüyüş limitleri de dikkate

alınmalıdır. Alışveriş yapan kişilerin alışveriş merkezlerine, yürüyecekleri yol 5–10 dakikadan fazla sürmemelidir. O halde bir yaya bölgesi ünitesinin çapı 1 km.yi geçmemelidir.

Yaya bölgesi tasarımında, yaratıcı ve esnek kullanımlar oluşturulmalıdır. Kullanılan malzeme kaliteli olmalıdır. Oluşturulan dış mekan yayanın kullanımını özendirecek nitelikte, aktiviteler ve donatılarla zenginleştirilmelidir. Kültürel ve sosyal etkinliklerle yaşanabilirlik sağlanmalıdır. Düzenlenecek mekanlarda korumaya alınması gereken kentsel öğeler, sınırlar tespit edilmesi, düzenlemenin biçimlenmesinde önemlidir. Korunması gereken alanlardan biri olan yeşil doku uygulanacak olan yapısal ve bitkisel uygulamada bağlantı sağlanmalıdır. Doğal ya da kültürel görsel odakların oluşturulması ve ya var olanın korunması mekanın kimlik kazanmasında önemlidir. Ölü, kör noktaların kullanımının sağlanması, mekan kazanılması demektir. Çevre yapıların birbirleriyle tasarım alanıyla ilişkisi kurulmalıdır. Hatta çevre yapıların yeni düzenlemeye uyumu ya da ortak kullanıma açık olmasının sağlanması, çevre kullanıcılarının mekanı benimsemesi ve koruması açısından önemli olabilmektedir.

Yaya bölgelerindeki diğer ticari kullanımların ve kent mobilyalarının yaya erişimini ve dolaşımını engellemeyecek şekilde tasarlanmalıdır.

Yaya bölgelerinde kullanılan dış mekan elemanları malzeme ve renkleriyle uyum ya da kontrast oluşturacak şekilde tasarlanmasıyla değişik etkiler ortaya konup, mekan daha çekici hale getirilmelidir.

Kentin donatı elemanları içinde mekanı zenginleştiren, insanlara görsel ve yaşantısal yararlar sağlayan, çevreyi tanımlayan, insanları bir araya getirerek kaynaştıran, yüzyıllar sürecek kültür alışverişini sağlayan ve kısacası bulunduğu ortama ve kente kimlik

kazandıran donatı elemanları, önemli imgesel öğelerdir. Cansız elemanların-kent mobilyalarının durağan, devinimsiz ve soğuk etkisine karşın yeşilin dinamik, hareketli, mevsimlere göre renklenen ve ekolojik olarak bulunduğu ortamı yenileyen özellikleri bir arada bulundurması onun mimari elemanlarla ve yapılaşmış çevreyle olan ilişkilerinin çok yönlü olarak ele alınmasını gerektirir.

Kent kimliğinin ortaya konmasında ve yaşanabilir çevreler yaratılmasında, yeşille bütünleşik kent donatı elemanları, kentin dış mekan organizasyonunda, o bölgede yaşayanların sosyokültürel kimliğini ortaya koyacak, kent çevresiyle uyumlu görselliği yakalayabilecek ve kentin imgesi olabilecek önemli yapı elemanlarıdır (Demirel vd. 2004).

Kent mobilyaları mevcut düşünülen işlevlere uygun olma özelliklerinin yanında yer alacağı çevrenin karakterini de yansıtmalıdır.

Kent mobilyaları kentle insan arasındaki canlı deri dokusu gibi önemli bir rolü oynamaktadır. Kent mobilyaları, kentin insanla olan arakesitidir. İkisinin arasındaki çizgi, o arakesit ihmal edilirse, kentli o kente herhangi bir saygı duymadan çöpünü yere atabilmektedir. Ama, eğer o fonksiyonu karşılayacak çözüm doğru olarak üretilmiş ve uygun yere konmuşsa o çöpü kimse yere atmaz. Toplum canlı bir doku gibi, belirli normlarda yenilenemediği ve bu yenilenme içerisinde doğal, kültürel, tarihsel dokuyla da bağlantı kuramazsa, bu defa da katı bir norm ile karşılaşma ihtimali vardır (Küçükerman 1991).

Kent tümü ile tasarımcı masasında biçimlendirilemezse de tasarımla kentin biçimlenişine önemli katkılar yapılabilir. Herhangi bir kentsel mekanda bir an için durup kritik bir gözle çevreye bakıldığında, kentsel mobilyadan bu mobilyanın biçimi, kalitesi, konumu ve yerinden, mekanın ölçüsüne, mekanı oluşturan öğelerin ilişkisine, tüm bu öğelerin daha büyük referans çerçevesi ile olan ilişkilerine, özetle, kentin mikro ve makro düzeydeki

biçimlenişlerine ilişkin pek çok konu tasarımla iyileştirilebilir, daha yaşanabilir bir kent çevresi oluşturulabilir.

Kent mobilyaları işlevlerini yerine getirebilmeleri için bazı özelliklere sahip olmalıdır. Genel olarak bu özellikler;

- Tasarımda hedef ekonomik, fonksiyonel ve estetik nitelik
- Maliyetinde parasal kaynaklara uygunluk
- Çabuk bulunup, kolayca uygulanabilirlik
- Yüksek fizibilite ve sağlamlık
- Standartlara uygunluk
- Ergonomiklik, tasarımcının özgün çizgilerini taşıma
- Vandalizm'e dayanıklılık
- Bakım kolaylığı
- Taşınabilirlik, monte ve yedek parça bulmada kolaylık
- Malzeme ve işçilik seçiminde uygunluk (Yıldız 2005).

Kent mobilyaları tasarım ölçütleri; işlevsel, psikolojik ve teknolojik olmak üzere üç başlık altında incelenebilir. Ayrıca yasa ve yönetmeliklerde belirlenmiş bazı standartlar da tasarımlarda ölçüt olmaktadır (Zülfikar 1998).

- İşlevsel ölçütler; herhangi bir nesne ile insan ilişkisinin belirlenmesine yönelik ölçütler, işlevsel ölçütleri oluşturmaktadır. İnsanın fiziksel özellikleri ve hareket özellikleri, her türlü kentsel mobilyanın tasarımı için en önemli tasarım ölçütüdür. Bu nedenle tasarımcıların, ürün tasarlarırken, dikkat etmeleri gereken en önemli nokta ürünün insanın ergonomik özelliklerine uygunluğudur. Örneğin bir oturma yeri mutlaka insan boyutlarına uygun özellikte olmalıdır.
- Psikolojik ölçütler; algılama ve değerlendirmeye yönelik ölçülerdir. Genel anlamda bireye, bireylerin oluşturduğu topluma ve toplumun sosyo-kültürel özelliklerine uygun obje ve çevre oluşumunu sağlayıcı ölçütlerdir.

- Teknolojik ölçütler; malzeme, üretim ve ekonomiye yönelik ölçütlerin tümü teknolojik ölçütleri oluşturmaktadır.

### 2.5.3 Aydınlatma elemanları

Genellikle kentsel mekanların gece kullanımlarını ve algılanmalarını sağlamak için estetik ve koruma amaçlı olarak kullanılan elemanlardır. Dış mekan aydınlatılmasının amacı sanatsal, oyun, çalışma ve koruma içindir.

Özellikle, potansiyel tehlike olabilecek alanlarda yapılan bir aydınlatma yaşlı ve özürli insanlar için çok önemlidir. Yüksek seviyede aydınlatma ve elektrik teçhizatının dağıtımı, sınırlı görsel olanaklar için çok yararlıdır. Çoğu aydınlatma standartları, ayakta duran bir yetişkinin göz seviyesine bağlıdır. Tekerlekli sandalye kullanan bir bireyin kabaca göz seviyesi 119 cm. dir. Tehlikeli olabilecek alanlarda özürli yayalar da düşünülerek, ileri aydınlatma standartları uygulanmalıdır. Parlama da bir sorun olarak (özellikle yaşlılar için) düşünülerek mümkün olduğunca azaltılmalıdır (Basal 1993).

İki tür aydınlatma vardır.

- 1) Doğal aydınlatma: Güneş ve ay ışığı yardımıyla oluşa aydınlatmadır.
- 2)Yapay aydınlatma: Aydınlatma elemanlarının yardımıyla bir objeyi nesneyi aydınlatmadır. Aydınlatma iki amaçla yapılır.
  - a) Fonksiyonel aydınlatma: İhtiyaç doğrultusunda yapılan aydınlatmadır.
  - b) Dekoratif aydınlatma: Görsel etkinin ön planda olduğu aydınlatma türüdür.

Aydınlatma elemanlar işlevine göre gruplanır.

- 1) Yol aydınlatmaları: Yüksek ayak üzerinden aydınlatma
- 2) Yaya yolu aydınlatmaları: Daha alçak boylu ayaklar üzerinden aydınlatma
- 3) Tek yönlü aydınlatma: Obje tek yönden görünmesi isteniyorsa tek yönlü aydınlatma

yeterlidir.

4) Çift yönlü aydınlatma: Objeye çift taraflı görünmesi isteniyorsa tek yönlü aydınlatma yapılmalıdır.

5) Ay ışığı aydınlatma: Objeye ifade katılmak istendiği zaman başvurulan bir yöntemdir.

6) Siluet aydınlatma: Özelliği olan elemanın dış çizgilerini belirtmek, vurgulamak için duvara yansıtılan ışıkla olur.

7) Gölge aydınlatma: Elemanın bütünü önem taşıyorsa hem kendisini, hem de gölgesini aydınlatmak amacıyla kullanılır.

8) Spot veya obje aydınlatma: Gecede vurgulanması gerekli objelerin aydınlatması için kullanılır (Basal 1993).



Şekil 2.15 İzmir Caddesinde aydınlatma elemanı (orijinal)

#### 2.5.4 Çöp kutuları

Kullanım alanlarında yeterli sayıda ve gerekli ölçülerde olmalıdır. Genelde yükseklikleri 60-100 cm. arasında değişmektedir. Yaya yollarında insani ve hijyenik koşullar dikkate

alınarak yerleşik çöp bidonu ve çöpsü atıklardan arındırılması gerekir. Kent mobilyalarında yaralanmalara neden olmayacak malzeme seçimi önemlidir. Çöp kutuları, 50-100m. Aralıklılara durak,oturma mekanları, yaya geçitleri gibi insanların yoğun oldukları noktalara yerleştirilmeleri uygun olacaktır (Konuk 1987).

### 2.5.5 Telefon kulübeleri

Telefon kulübeleri tasarımında genel prensip olarak dış mekanda iklimsel koşullara karşı nispeten koruyan bir şekil yeğlenir. Bunun dışında alanın mimari kimliği ile bazı folklorik özellikleri göz önüne alınabilir. Ancak diğer donatılarla bir uyum içinde olması ve özellikle kullanım yerinin iyi belirlenmesi gerekmektedir.

### 2.5.6 Sanatsal yapılar

Pek çok toplumda sanat etkinlikleri, yaya güzergah ya da zonlarında gerçekleştirilmektedir. Yaya yollarındaki sanat, toplumun gelişme düzeyini ortaya koymaktadır. Bir yaya sokağı, etkin bir düzenleme ile bir müze haline dönüşebilmektedir.



Şekil 2.16. Sakarya Caddesinde heykel (orijinal)

Resimler, heykeller, kabartmalar ve plastik yapıtlar, yaya yolunun canlanmasını sağlayan öğeler olarak ele alınabilir. Hareketli, esnek ve değişken yapıtlar ise, mekana dinamizm kazandırır.

### 2.5.7 Oturma birimleri

Kent içi yaya bölgeleri ve parklarda banklar, geniş kullanım alanları bulmuşlardır. İnsan ölçülerine uygun yapılmayan oturma birimleri, kullanıcıda rahatsızlık uyandırır. Kent içinde hem ağaçların korunması hem yayaların ağaç gölgelerinden yararlanmaları için, kent dışında ise piknik masası türünde değişik oturma birimleri geliştirilmiştir.



Şekil 2.17 Sakarya caddesinde oturma birimleri (orijinal)

Dinlenme amaçlı dış mekanlarda fiziksel dinlenmeye yönelik temel donatılardan oturma yerleri kullanımının yerine ve türüne göre farklı düzenlerde olabilir. Bank gibi taşınabilir ya da zeminle bütünleşmiş sabit elemanlara yer verilebilir. Oturma yerler çiçeklik, duvar gibi elemanlarla birlikte düşünülebilir. İstenirse sosyal iletişimi sağlamak amacı ile oturma grupları biçiminde düzenlenebilir. Binalar arası mekanda oturma düzeni, çoğunlukla kentsel mekan içinde, kaldırımlarda, sokak ve meydanlarda binalar arası boşluklarda yer

alan yeme-içme düzenine yönelik oturma yerlerinde ise donatım olarak çoğunlukla taşınabilen ve servis olanağı sağlayan masa, iskemle, koltuk kullanılır (Zeren 1991 ).



Şekil 2.18 İzmir caddesinde oturma birimleri (orijinal)

### **2.5.8 Sınırlandırma elemanları**

Dış mekan içinde insan trafiğinden çok, oto trafiğinin görsel engel oluşturmadan kontrol altında tutulmasını sağlayan düzenleme elemanlarıdır. Yaya trafiğinin yoğun olduğu bölgeler, örneğin alışveriş merkezlerinde taşıt trafiğini engellemek amacı ile kullanılırlar. Kullanıldıkları mekanı göz seviyesi altında çevrelemeleri ve görsel bir kuşatma oluşturmaları gerekir.

### **2.5.9 Dinlenme amaçlı mekanlarda su ve plastik kullanımı**

Dinlenme amaçlı mekanlarda kullanılan bir başka eleman da sudur. Doğal ya da yapay olarak oluşturulmuş şelale, fiskiye ve çeşmeler diğer dinlenme donatımları ile görsel etkiyi kuvvetlendirmek amacı ile plastik elemanlarla birlikte kullanılır (Zeren 1991).



Şekil 2.19 İzmir caddesinde su kullanımı (orijinal)

### 2.5.10 İşaret levhaları

Kent içinde yerleştirilirken, özellikle yüksekliklerine ve kullanım yerlerine dikkat edilmeli, yol ayırımında bulunuyorsa, birden fazla olacağından, birbirlerini kapatmayacak seviyelere yerleştirilmelidirler. İkaz ve yönlendirme işaretleri basit ve görülebilir olmalıdır. Yüksekliği (en fazla 100 cm), konumu, kolayca okunması, renk, ölçü ve grafik düzeni önem taşımaktadır.

İşaret ve levhalar yaya mekanından 60 cm çekilmeli ve 255 cm yüksekliğe konumlandırılmalıdır. Yönlendirici işaretler, yönelimle ilgili karmaşa, olabilecek her yerde kullanılmalıdır.

Bildirişim öğeleri içinde yer alan, insanları bir yöne yönlendirme amacı taşıyan, haber alma ve haber verme elemanlarıdır. Bu elemanlar çevremizi anlamamıza, nesnelere amacımız doğrultusunda kullanmamıza ve toplumsal ilişkilerimizi düzenlememize yardımcı olurlar

Kentlerde kamu alanlarında karşılaşma noktalarında, meydanlarda, rekreasyon alanlarında, bağlantı noktalarında, sokak, bulvar, ticaret merkezi, alış-veriş merkezleri, konut alanları vb. yerlerde kullanılır. Tasarımında dikkat edilmesi gereken noktalar ise anlatım sadeliği, kullanım ve yapım kolaylığı, amaca uygunluk, ölçülerde standartlaşma, çevreye ve birbirine uyum göstermeleridir (Özaydın vd. 1991).

### **2.5.11 Rampalar**

Rampaların görevi, tekerlekli araçlar, hareketli aletler ve tekerlekli sandalyeler için kolaylıkla yüksekliği değiştirmektir. Çoğu rampaların tasarımı için asıl kriter; yaşlı ve özürlü kullanıcının ihtiyaçlarını karşılamaktır. Rampalar, kaymayan bir yüzeyden oluşmalı, alt ve üst noktasında ve ayrıca yön değiştirdiği her noktada, benzer düz platformlar olmalıdır.

Yaya bölgesi içindeki yol, tehlikesiz ve rahat olmalı; bu yol sathında mümkün olduğunca yükseklik farkından, eğimden ve merdivenden kaçınılmalıdır. Yayaların güvenliği ve hareket özgürlüğü sağlanmalıdır. Bu nedenle ulaşımda yüksek kot farklılıklarının basamak yerine rampalarla aşıldığı, tekerlekli iskemle kullananların geçiş (rampalarda uygun eğim en fazla % 8) ve dönüşünü (en az 150 cm çapında) engelleyecek bariyerlerin kullanılmadığı düzenlemelere gidilmelidir. Rampa başlangıç ve bitişlerinde açık ve düz bir alan (sahanlık) bırakılmalıdır. 1 metreden geniş rampaların her iki yanında, iki ayrı yükseklikte uzanan sürekli korkuluklar bulundurulmalıdır. Rampa genişlikleri tek yönde 120 cm., çift yönde 180 cm. olmalıdır.

### **2.5.12 Yollar**

Niteliği, kalitesi, aplikasyonu kullanılacak olan malzemenin özellikleri, estetik ve işlevsel açıdan önemlidir. Kullanım amacına uygunluk göz önünde bulundurulmalı, hatalar

minimize edilmelidir. Örneğin; çukur, tümsek, kırık, taşlar arası boşlukların çok olduğu bir yolda, yaya kullanımının pek de rahat olması söz konusu olamaz. Ayrıca genişlik açısından ele alındığında yol genişlikleri, o yolu aynı anda kullanacak olan kişi sayısına ve kullanım sıklığına göre değişim gösterir.

- Kent alanlarındaki merdivenlerde en az 15-18 basamaktan sonra sahanlık yapılması gereklidir. Merdiven yükseklikleri 17cm.'yi geçmemelidir
- Kaldırımlar: Bir insanın adımını attığında en uygun kaldırım yüksekliği 12-15cm.dir. Bazı gelişmiş ülkelerde ise yol ile kaldırım ayırt etmede yükseklik değil, renk farkı kullanılmaktadır.
- Döşeme Elemanları: Güvenli, rahat yürümeye elverişli olmalı, yerleştirilen taş plaklar arasında bırakılan boşluklar ergonomik ölçülerle bütünleşmeli, örneğin topuklu ayakkabı ile yürüyen bir bayana rahatsızlık vermemelidir. Döşeme elemanları, yürürken yönlendirme işlevinin yanında renk ve yapı olarak farklı kullanılmalıdır (Gülgün ve Türkyılmaz 2001). Görme engelliler için, bulunduğu yerin niteliğini belirtmek üzere uygun yerlerde malzeme farklılıkları yapılmalıdır.

### **2.5.13 Trafik denetimi**

Trafik denetiminde, gece ve gündüz için, oturanlar ve yaya alanını diğer amaçlarla kullananlar için toplam park yeri sayısı belirlenmeli, yeterli otopark alanı ayrılmadan yayalaştırma yapılır ise, düzenlenen alanda istenen amaca ulaşılmayacaktır.

Yaya alanları tasarlanırken, katlı otopark yaya alanının uç noktalarında veya bu alan dışında, yaya alanına en çok 300–400 m uzaklıkta düşünülmelidir. Buradan, alana erişim ise, özendirici bir atmosfer içinde sağlanmalıdır. Katlı otopark yaya alanın uzak planlanmışsa taşıt sahibi buradan mekana toplu taşıma aracı ile ulaşılmalıdır.

Diğer ülkelerde genellikle ücretsiz servis için taşıtlar ile toplu park yeri-kentsel merkez ilişkisi kurulur. Taşıtlar yaya alanlarında da belli yerlerde yolcularını indirip-bindirirler. Bu sistemin hem kentsel merkezlerimizde hem de yaya alanlarının daha uygun kullanımı için uygulanabilme olasılığı, metro ringlerinin ücretsiz yapıldığı dönemdeki kullanım yoğunluğu düşünülürse mümkün görünmemektedir.

Yaya bölgesinde, geçiş üstünlüğüne sahip polis, ambulans, itfaiye ve çöp toplama taşıtlarının girişleri serbest olmalıdır. Bunun dışında yükleme ve boşaltma gibi faaliyetler için taşıt girişleri belli saatlerde izne tabi ve tek yönlü olmalıdır. Yayalara ait alanların çevresinde konumlanan konut-ticaret gibi işlevlerin yükleme, boşaltma, katı atıkların alınması gibi servislerinin yapılacağı saatler düzenlenmeli ve bu servisler yayaları en az rahatsız edecek biçimde yapılmalıdır.

Yayalaştırma uygulamalarında özel araç trafiği azaltılarak toplu taşıma özendirici önlemler alınmalıdır. Yayaların toplu taşıma noktalarına erişimini kolaylaştıracak bağlantılar kurulmalıdır. Bu alanlarda yer alan konut ve ticari kullanımlarının ziyaretçi ve servis ulaşimleri için çözüm üretilmelidir

Kentlerde yaya bölgeleri uygulamalarının transit taşıt trafiğinin dışında bulunan alanlarda oluşturulması ilk kural olmalıdır. Transit taşıt trafiği, konut alanlarının ve yaya yoğunluğunun fazla olduğu bölgelerin dışına alınmalı, bu alanlar çeşitli yollarla bağlanmalıdır. Bu durumda uzak mesafelerle ulaşım transit yollarla sağlanmalı, tali yollar yalnızca girilmesi gerekli durumlarda, o bölge sakinlerinin otolarını kullanabileceği yollar olmalıdır.

Yaya bölgelerinde otopark sorununun çözülebileceği yerlerde bu uygulamanın düşünülmesi gerekir. Aksi halde yaya bölgesi içinde otopark düzenlemesine gidilebilir.

### 2.5.14 Bitkilendirme

Bitkiler kullanım yerine ve amacına göre saksı ve çiçeklik içinde bulunabilir. Bitkiler yapı çevrelerinde, yapılar arasındaki boşluklarda ve meydanlarda diğer dinlenme elemanları ile bütünleştirilerek kullanılabilir (Zeren 1991).

Demirel vd 'e (2004) göre yeşil, belirtilen anlam, önem ve özellikleriyle çok yönlü ilişkiler içinde ele alınması gereken, kentsel mekanların yaratılmasında-kent mobilyalarıyla bütünleşik kullanımlarında önemli mekansal etkileriyle vazgeçilemez kentsel peyzaj öğelerindedir ve tasarımda hareket noktalarından birini oluşturmaktadır. Yeşil alanlarla bütünleşik kent mekanları, toplumsal yönden bir kültür ürünü oldukları için kent estetiği ile uğraşan farklı meslek disiplinleri açısından yaratım alanlarıdır ve açık hava atölyeleridir.

Yeşil; formu, rengi, kullanımları/tasarımsal konumları, ölçüleri ile mekanları belirginleştiren, tamamlayan, sınırlayan, alt mekan oluşturan özellikleri ile kentsel mekan düzenleme ilkeleri içinde görsel kaliteler arasında yer almaktadırlar.

Ağaç, mimari düzeni tamamlayan bir elemandır ve mekan belirlemede, alt mekan oluşturmada, insan ölçeğine yaklaştırmada önemli bir öğedir.

Mekan oluşumunda bütüncül mekan etkisi yaratmada yeşil; ışık-gölge ile yaratacağı kontrast mekan etkileri, farklı mevsimlere göre yaratacağı renk etkileri, koku özellikleri ile yardımcı tasarım öğesi durumundadır. Yaşama mekanı oluşturmada önemli etkileri, kimlik özellikleri ile yeşil mekan organizasyonunun vazgeçilmez öğelerindedir. Hem kendi renklemeleri, dokuları, hem de yapılaşmış çevrenin renk-malzeme-doku özellikleriyle birlikte ele alınması önemlidir. Kontrast ve harmoni yaratmada renk vurgulayıcı etki yaratmakta ve dar mekanların yeşillendirilmesinde, monotonluğu kıran özellikleriyle çok renkli ve diğer objelerle etkisi içinde ele alınmaktadırlar.

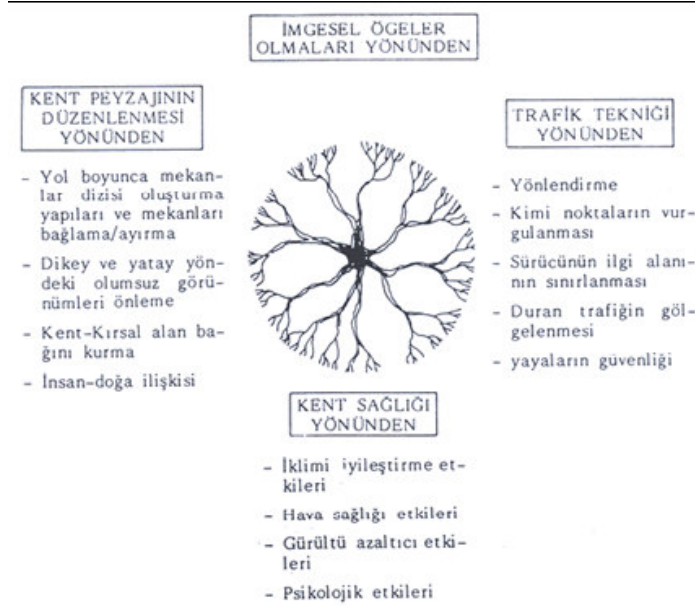
Kullanılan yeşil elemanların kökleri ast yapıya zarar vermeyecek nitelikte olmalı, kökleri derin olmamalıdır. Yeşil doku geçişi ve görüş alanını kısıtlamamalıdır. Yaya mekanına sarkan dallar en az 255 cm. yüksekliğinde olmalıdır.

Dikenli bitkiler, tohum ve meyve dökümüyle yerde kaygan bir yüzey oluşturmaya ve sert zemin üzerinde, meyvelerin dökülmesiyle kirlilik yaratmaya müsait ağaçlar kullanılmamalıdır. Bitkilerin düzenli bakımı yapılmalıdır.

Aslanboğa'ya göre (1986), bitkiler peyzaj mimarlığı açısından işlevsel yönde birçok öneme sahiptir.

- Kullanılan bitkisel ve yapısal materyaller form, ölçü, doku, renk, çizgi gibi özellikleri ile kent mekanına fiziksel ve estetik değer sağlarlar,
- Kentlerin monoton geometrik yapı veya yapı kitlelerinin sert dokularını hafifletir, keskin hatlarını yumuşatır, onlara canlılık verir. İnsan ile çevre, yapı ile yapı, yapı kitleleri ile boşluklar arasında denge sağlar ve organik bir ilişki kurarlar,
- Mikroklimayı kontrol eder ve düzenler. Örneğin kent ortamında havayı temizler, oksijen miktarını artırır, tozu veya havadaki kirli materyalleri tutar, hava sirkülasyonu sağlar, hava akımını ve nemini düzenler, ısı yükselmesini önler, havayı serinletir, rüzgar hızını azaltır ve istenilen istikamete yöneltir,
- Sınır, engel ve perde oluşturur; Araç ve yaya trafiğini yönlendirir ve kolaylaştırır. Kent içi sirkülasyonda kolaylık sağlar. Gizlilik ve mahremlik yaratır. Yansıyan veya göz kamaştıran ışığı engeller,
- Bireyin ve toplumun aktif ve pasif rekreasyonel ihtiyaçlarının (eğlenme, dinlenme, görme, spor etkinlikleri gibi) karşılanması için olanak oluşturur,
- İnsan psikolojisine olumlu katkı sağlar; Kent ortamı stresinin olumsuz etkilerini azaltır. Kentsel mekanda daha insan ölçeğini getirir. Bitkilerin renk, biçim, doku, ölçü gibi özellikleriyle insan psikolojisini rahatlatarak insan yaşamını kolaylaştırır ve anlam kazandırır,

- İnsan ilişkilerini olumlu yönde etkileyerek bireylerin sosyalleşmesine yardımcı olur. Doğa ve çevre konusunda bilgilenme ve bilinçlendirmede önemli rol oynar,
- Gürültüyü absorbe eder veya azaltır. İstenmeyen objeleri veya görüntüyü kamufle eder,
- Toprağın üst kısmını örtmek suretiyle toprak ve su korumayı sağlar, toprak verimliliğini artırır,



Şekil 2.20 Kentlerde yol ağaçlarının işlevleri (Aslanboğa 1986)

- Planlama ve Tasarım İlkeleri;

Her alanda olduğu gibi ağaçlama çalışmaları da belirli plan ve tasarım ilkelerine dayalı olarak yürütüldüğünde başarı oranı yüksektir. Böylece ağaç türü ile ağacın gelişimi ve çevre estetiği açısından uygun sistem belirlemede en doğruya yaklaşılabileceğinden gelecekte ortaya çıkabilecek sorunlar daha başlangıçta önlenmiş olacaktır.

Yol ağaçlamalarına ilişkin proje çalışmalarının başlangıcı imar planlarıdır. Bu plandaki ağaçlı yollar planlamanın ön proje aşamasını oluşturur. Bu durumda ağaçlar için gerekli mekanlar bulunabileceğinden gelecekte kök ve taç gelişimini zorlayacak koşullar ortaya-

çıkmayacaktır. Kentlerin imar planları hazırlanırken yol ağaçları için kök mekanı gereksinimleri belirlemede kullanılacak ölçüler araştırmalarla saptanmıştır. Bu ölçüler içinden hiçbir zaman yeraltı donanımı geçirilmemelidir.

Yol ağaçlandırmalarına ilişkin proje hazırlama aşamasına geçmeden önce, tasarıma yön verecek bilgiler saptanmalı ve standartlar oluşturulmalıdır. Bunlar önemli başlıklarıyla şunlardır:

1. Amacın belirlenmesi,
2. Yetiştirme ortamına ait ekolojik ve kültürel özelliklerin saptanması,
3. Yolun sınıfının (refüj, yaya ve taşıt yolu genişliğine ve trafik yoğunluğuna göre) ve işlevinin (ticari, sanayi ve konut) saptanması,
4. Yol ağacının gelişim koşullarının sağlanabilmesi açısından bitki-yol, yapı ve altyapı ilişkilerinin araştırılması,
5. Tür seçimi; ağaçların estetik ve fizyolojik özelliklerine, yetiştirme ortamı koşullarına, ağaçların trafik tekniğine katkılarına ve gürültü önlemedeki yeteneklerine göre,
6. Dikim sistemini belirleme (dikim aralığı ile ağacın yola, yapıya, yaya yoluna göre konumu ve uygun ölçüler).
7. Proje Hazırlama: Burada önemli olan koşullardan birisi ağacın, gelişim döneminde gereksinim duyduğu en az 3-4 saatlik güneş ışığını alabilmesidir. Öte yandan bitki konumunun taşıt ve yaya yoluna binaya ve altyapı donanımlarına uzaklığının uygun ölçülerde olması sağlanmalıdır.

- Uygulama ilkeleri

Projenin başarılı olması doğrudan uygulamanın niteliğine ve olanaklara bağlıdır. Uygulamada göz önünde bulundurulacak konular sırasıyla şunlardır.

1. Fidanların yol ağacı niteliğinde olması
2. Kök bölgesi koşullarının iyileştirilmesi
3. Dikim sonrası desteklemenin yapılması ve korunmanın sağlanması

- Bakım ve Onarım ilkeleri

Çeşitli amaçlarla kullanılan cansız malzemeler yıllar geçtikçe değer kaybederken ağaç daha kıymetlenir. Ancak bu kıymet artışı tekniğe uygun olarak uygulanan bakım ve onarım sistemleriyle doğru orantılıdır. Kentsel yeşil alanlar içinde ağaçların en çok zarar gördüğü ortamların yol boyları olduğu göz önüne alındığında yol ağaçları için bakım ve onarım işlerinin ne derece önemli olduğu ortaya çıkacaktır. Bu açıdan ağaçlara uygulanacak işlemler aşağıda belirtilmiştir.

Burada önemli olan her işlemin günün tekniğine uygun olarak ve gerektiği gibi yapılmasıdır.

1. Sulama
2. Gübreleme
3. İlaçlama
4. Budama
5. Ağaç yaralarının onarımı

- Cephe bitkilendirmesinin çevre sorunlarının azaltılmasındaki katkılar

#### a) Oksijen Üretimi

İki katlı bir evin tek bir duvarının sarılıcı-tırmanıcı-sarkıcı bitkilerle yeşillendirilmesi sonucu, büyük bir ağacın ulaştığı değerde oksijen üretimi-karbondioksit tüketimi sağlanır. Kaba bir hesaplama bir sokaktaki 50 konutun bir duvarlarının yeşillendirilmesi o sokağa 50 ağaç dikmek ile eşdeğerdir denilebilir. Bu sayı o sokakta var olduğu sayılan 50 ağacın üstüne eklenirse kent yeşil alanları bir anda 2 katına çıkacaktır. Bu basit denklem kent havasının eskisine oranla 2 kat daha temiz olacağına bir işarettir.

#### b) Toz ve Mikrop Tutma

Toz; rüzgarın hiçbir engelle karşılaşmadan kuru yüzeylerden kaldırdığı döküntülerden oluşur. Bitkilendirme bu etkiyi engelleyen en önemli işlemdir. Bitkiler rüzgar hızını

kestikleri gibi, kök veya yaprak bölgelerinde oluşturdukları nemli ortamlar sayesinde de toz partiküllerini tutarlar. Bu olay sırasında bitkiler bünyelerinde bulunan özsu veya salgılarla zararlı mikroorganizmaların yok olmalarına neden olurlar. Kentlerde rüzgarın önündeki engellerden biri konut duvarları olduğuna göre sözü edilen olayların gerçekleşmesinde duvarların yeşillendirilmesinin önemi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.

### c) Gürültünün Azaltılması

Kentlerin önemli sorunlarından biri de insan sağlığı açısından zararı gün geçtikçe artan gürültüdür. Yapıların yoğun, olduğu yol çevrelerinde trafiğin gürültüsü yankı dolayısı ile çok daha artar. Boş arazilerde yol çevrelerinde ise ses çok uzaklara rahatlıkla ulaşır. Gürültüye en dekoratif engel ise kuşkusuz yine bitkilerdir. Cephe yeşillendirilmesinin ses dalgalarını kırarak, yansıtarak veya dağıtarak iç mekanlara tamamen ulaşmasını engellediği bir gerçektir.

Herdem yeşil bitkilerle yapılan cephe yeşillendirmesi ısı izolasyonu görevi görür. Bitki örtüsü ile yapı dış yüzeyi arasında kalan hareketsiz hava katmanı konveksiyon yoluyla kaybolan sıcaklık miktarını azaltacaktır. Yalıtımdaki başarı, seçilen bitkinin cinsine, yaşına, gelişimine, yön durumuna ve bakım koşullarına göre değişir. Genellikle duvara zarar verdiği sanılan sarılıcı-tırmanıcı-sarkıcı bitkilerin, aksine duvarları koruduğu, boya ve sıva masraflarını azalttığı, yıpranmayı önlediği Almanya'da yapılan bir araştırma ile saptanmıştır.

Tırmanıcı bitkilerden oluşan cephe örtüsü 70 yıldan daha uzun bir süre sıvaya herhangi bir zarar vermemiş, tam tersine korumuştur. Zira aynı süre içinde komşu binaların cepheleri 3-4 kez yeniden sıvanmıştır. Ayrıca yine sanıldığı gibi aksine duvara tutunan bitkiler yağışların cepheye ulaşmasını engelleyerek duvarın ıslanmasını önler ve duvarlardaki nemi de emerek alırlar.

- Bitki seçimini etkileyen faktörler:

Sağlıklı ve uzun ömürlü yatırımlar için yörenin ekolojisine uygun cinslerin kullanılması gereklidir. Daha sonra bina yönü, konstrüksiyon tekniği, tasarruf tedbirleri de dikkate alınmalıdır.

Bitki seçimi yapılırken herdem yeşil bitkilerin genellikle gölge veya yarı gölge ve güneşli ortamları tercih ettikleri; güneşlenmenin arttığı oranda çiçeklenmenin de artacağı unutulmamalıdır. Tırmanıcı bitkilerin gelişme kapasiteleri ve dayanıklılıkları nedeniyle diğer bitkilere uyum sağlamaları zordur, fakat yeterli alanın ayrılması koşuluyla bir çok bitkinin kombinasyonu olasıdır. Bunlar; herdem yeşil, yaprak döken, çiçekli, yapraklı, tırmanıcı, sarılıcı, sarkıcı gibi kombinasyonlar olabilir. Bu tür kombinasyonlar monokültüre oranla ekolojik yönden daha tutarlıdır. Bu kombinasyonlarla tasarımın getirdiği farklılıklar da vurgulanabilir.

Bina yönü ve güneşlenme dikkate alınarak bitki seçimi yapılmalıdır. Genellikle kuzey yarım kürede binaların sürekli güneş alan cepheleri güney yönüdür. Daha sonra batı yönü gelir. Doğu yönü daha kısa ve daha zayıf ışık alır. Güneş almayan veya çok az alan yön ise doğal olarak kuzeydir.

Güney Cephe; Güney bakarlı yüzeylerde kullanılacak bitkilerin güneşe dayanıklı ve serinletici etkisi olması gerekir. Yapraklı bitkiler sık yapıları ve kaplayıcı etkileri ile daha fazla gölgelenme sağlarlar. Buharlaştırma kapasiteleri ile gerçekleşen serin hava gölge ortamda hemen hissedilir. Bitkilerin duvar yüzeylerinden belli bir açıklığa dikilmesiyle yapı yüzeyi ile bitkiler arasında oluşacak baca etkisi, sıcak havanın atılmasını çabuklaştıracaktır.

Sonbaharda yaprakların düşmesi ile güneş, duvar yüzeylerinde yine etkili olacaktır. Cam yüzeyler ise kısa dalga boylarını bina içine kadar sokabileceklerdir. Yapı kitlelerinin de istenilen koyu bir renge boyanması ile sıcaklık artırılabilir.

Doğu-Batı Cepheleri; Güneşli doğu ve batı konumunda bulunan yüzeyler için de güney cephesinde anlatılan bilgiler geçerlidir. Bu yüzeylerde de bitkiler yaz güneşi için iyi birer engeldir. Yeterince güneşlenmeyen cepheler için ise bir elemana sarılarak çıkan cinsler tercih edilmelidir. Bu, rüzgar etkisinin olmadığı havadar bir ortam yaratır. Eğer bitki kalınlığı yeterli ise yüzeydeki termik kayıp azalır. Bu durumda bitki örtüsü ile yüzey arasındaki baca etkisi ters yönde işler.

Kuzey Cephe; Bu yönde kullanılacak bitkiler soğuğa dayanıklı, gölge ortamdaki hoşlanan ve mümkünse herdem yeşillerden seçilmelidir. Bu bitkiler yağmur-kar-soğuk rüzgarlar için iyi bir engel oluştururlar ve daha çok kuzey cephelerde söz konusu olan ısı kaybını azaltırlar. Eğer bitki örtüsünün kalınlığı yeterli ise hareketsiz bir hava tabakası oluşur, deneyimlere göre 50 cm. bitki kalınlığından itibaren hava katmanının sıcaklığını yitirmesi en aza indirgenir.



Şekil 2.21 Sakarya Caddesinde kök boğazının 60 cm yukarısına kadar toprak doldurulmuş ağaç, Ankara (orijinal)



Şekil 2.22 İzmir Caddesinde bitkisel tasarım, Ankara (orijinal)



Şekil 2.23 İzmir Caddesinde bitkisel tasarım, Ankara (orijinal)

## **2.6 Kapalı Alışveriş Merkezlerinde Peyzaj Tasarımı**

Beddington' a (1986) göre, alış-veriş merkezleri karışıklıktan uzak olmalıdır, kullanıcılara yolunu kaybettirmemelidir. Ayırt edilemez nitelikte, tıpatıp simetrik benzerlikten kaçınılmalı, girişler, çıkışlar ve büyük ünitelere ilişkin tanımlayıcı, belirleyici ve farklılığı hissettiren düzenlemeler yapılmalıdır.

Kullanılan tasarım elemanları, alışveriş merkezinin kendi içinde farklı alanlar yaratmasının yanı sıra, diğer alışveriş merkezlerinden ayırt edici nitelik taşımasını sağlamalıdır.

### **2.6.1 Bitkisel tasarım**

İç mekan da yapılacak olan bitkisel tasarımda ortam özelliklerinin çok iyi bilinmesi gerekir. Uygulama yapılacak olan mekandaki;ısı, ışık, gölge, nem oranı, hava akımının olup olmadığının önceden saptanması önemlidir.

Çünkü bu faktörler yapılacak olan tasarımı sınırlayacak olan özelliklerdir. Bu özelliklerin ardından, iç mekanda ekolojik uyum gösterebilecek bitki türlerinin seçimi ile uygulama başlatılmış olur (Çelik 1995).

Bitkiler, alışveriş merkezlerinde oturma birimlerinden belli mesafelerde tasarlanmalıdır. Aksi halde bitki yatakları ve saksılar çöp kutusu ya da sigara tablası haline dönüşebilir (Çelik 1995).

Birden fazla kata sahip alışveriş merkezlerinde, zemin katta soğuk üst katta daha sıcak hava katmanı oluşur. Alışveriş merkezleri giriş çıkışlar arasında oluşacak hava akımının yanı

sıra, kullanılan klimaların oluşturduğu hava akımlarından bitkilerin etkilenmesi önlenmelidir.



Şekil 2.24 Bitkiyle birlikte kullanılmış bank- Atakule, Ankara (orijinal)



Şekil 2.25 Görsel etki yaratan bitki-Migros, Ankara (orijinal)

Ağaçlar, sıklıkla biçim ve ölçeğini sağlamak ve oturma alanlarını tanımlamak için kullanılmaktadırlar. Kimi zamanda bu tanımlayıcılar farklı görsel etkiler yaratan bitki-heykeller olabilmektedir (Bednar 1986).

### **2.6.2 Tasarımda su ögesi**

Su, yarattığı tını, görsel ve serinletici etkiyle mekanın algılanmasında önemli rol oynar. Bunun yanında bitkilerle beraber kullanılması veya bitkilere yakın tasarlanmasıyla, nemi ve suyu seven birçok bitki için uygun ortamı yaratması açısından, gerekli olan bir tasarım elemanıdır.

İç mekanda suyun, farklı kullanım biçimleri ve buna paralel olarak mekansal ve psikolojik olarak yarattığı farklı etkiler vardır.

Su kullanım biçimleri, durgun su, hareketli su, çağlayan fiskiyedir.

Durgun su; yansıtıcı özelliği sayesinde, bulunduğu mekanın hareket, canlılık ve değişen görüntülerini su yüzeyinden izleme olanağı sağlar. Suyu yakın noktalara yerleştirilen yapay aydınlatmalar da suyun yansıtıcı özelliğinden faydalanılarak iç mekanda etkileyici görüntüler yaratır.

Hareketli su; iç mekandaki dinamizmin ve canlılığın göstergesidir. Bir başka deyişle suyun doğasının iç mekanda görselleştirilmesidir.

Fiskiye; suyun düşey hareketlendirilmesi, görsel anlatımla yer çekimine karşı yapılan bir meydan okumadır. İç mekanda doğallıktan uzaklaşmış suyun bu hareketi, görselliğin yanında işitsel bir nitelikte taşıdığından, canlı ve akustik etki yaratır.

Çağlayan; Su bir noktadan aşağı düşerken, yüzeyinde kırılmalar ile hava boşlukları oluşur. Bu olay hem görsel hem de işitsel bir etki yaratır. Suyun akışı ve hareketi heyecan verici bir etki yaratırken, suyun sesi de huzur veren bir etki yaratır (Kemaloğlu 1990).



Şekil 2.26. Durgun su-Migros, Ankara (orijinal)

### 2.6.3 İç Mekanda plastik sanatlar

Alışveriş merkezlerinde kullanılan plastik sanat öğeleri, mekanı tanımlayıcı ve özgün kılar.

Estetik öğe olarak adlandırdığımız heykeller dışında, Türkiye 'deki alışveriş merkezlerinde plastik sanatlar kapsamına girmeyen, ancak mekana gelenlerin dikkatini çekebilecek objeler kullanılmıştır.

Ankara Atakule'de yürüyen merdivenleri kullananların görebileceği konumda heykel sergilenmektedir.



Şekil 2.27 Heykel-Atakule, Ankara (orijinal)

Ankara Atakule’de sinema salonlarının önünde eski film makinesi sergilenmektedir.



Şekil 2.28 Film makinesi-Atakule, Ankara (orijinal)



Şekil 2.29 İç mekanda sergilenen kuru ağaç gövdesi-Galleria, Ankara (orijinal)



Şekil 2.30 Dış mekanda sergilenen kuru ağaç gövdesi-Galleria, Ankara (orijinal)

#### 2.6.4 Alışveriş Merkezleri donatı elemanları

Donatı elemanları iç mekanda alışveriş merkezine bir kimlik kazandırır. Alışveriş merkezinde kullanılan donatı elemanları mekansal ve işlevsel nitelik taşımaktadır. Donatı elemanları, işlevsel anlamda rahatlık sağlarken estetik anlamda da iç mekanda çekici unsur olarak gösterilmelidir.

Alışveriş mekanında kullanılan donatı elemanları arasında dil birliği olmalıdır.

Donatı elemanlarının yerleşimi ve sayısında kullanıcı yoğunluğunun etkisi olmaktadır.

Alışveriş merkezlerinde yer alan donatı elemanları;

Oturma elemanları, çöp birimleri, aydınlatma elemanları, bitki saksıları, reklam panoları, yer ve yön tabelaları, danışma bankoları (Çıkrıkçı 1999).

- **Oturma elemanları**

Alışveriş merkezlerinde kullanılan oturma elemanları, dinlenme ve seyir işlevini yerine getirirler. Bu nedenle oturma elemanları düzenlenirken çevreyi algılama faktörü göz önüne alınmalıdır.

Alışveriş merkezlerinde, hem iç hem dış mekanda, pasif aktivite olarak adlandırdığımız seyir için banklar, bu amaca uygun konumlandırılmalıdır.

Oturma elemanları aynı zamanda bulunduğu iç mekanda, düzenlendiği alan içinde sınırlayıcı, belirleyici ve yönlendirici rol oynar. Alışveriş merkezlerinde yeme içme amaçlı kullanılan oturma birimleri bulunmaktadır.



Şekil 2.31 Seyir amaçlı kullanılan oturma elemanı-Migros, Ankara (orijinal)



Şekil 2.32 Seyir amaçlı kullanılan oturma elemanı-Karum, Ankara (orijinal)



Şekil 2.33 Yeme-içme amaçlı kullanılan oturma elemanı-Karum, Ankara (orijinal)

- **Çöp birimleri**

Çöp birimleri, iç mekanda ve dış mekanda gerekli olduğu kadar, güvenlik açısından da kontrolü mümkün ve kullanıma yönelik olarak da ergonomik ve diğer donatı elemanlarıyla uyumlu olmalıdır. Böyle bir uygulama, iç mekanda bir dil birliği yaratır.



Şekil 2.34 Donatı elemanlarında dil birliği-Atakule, Ankara (orijinal)

Oturma mekanlarında, seyir balkonlarında, sıra bekleme yerlerinde, alışveriş merkezi giriş çıkışlarında, yaya sirkülasyonunun yoğun olduğu yerlerde çöp kutuları konulmalıdır.



Şekil 2.35 Donatı elemanlarında dil birliği-Galleria, Ankara (orijinal)

İç mekanda dolaşım alanlarında sigara içilebiliyorsa, ayrıca kül tablası bulunmalıdır. Kül tablaları, çöp kutularının parçası olabilir, taşınabilir biçimde tasarlanabilir veya taşınmaz birimlere monte edilebilir.



Şekil 2.36 Kül tablası-Galleria , Ankara (orijinal)



Şekil 2.37 Kül tablası-Karum, Ankara (orijinal)

- **Aydınlatma elemanları**

Alışveriş merkezlerinde gün ışığının yeterli olmadığı zamanlar ve akşam saatlerindeki kullanımlara hizmet eder.



Şekil 2.38 Aydınlatma elemanları –Karum, Ankara (orijinal)

- **Reklam panoları**

Reklam panoları, tanıtım amaçlı dekoratif unsurlardır. Reklam panoları, yapılacak olan reklamın özelliğine, hedefine kullanım yerine göre farklılaşabilmektedir. Afişlerin asıldığı, taşınabilir nitelikte bir pano, sabit, gösterişli, ışıklı ya da üç boyutlu tasarlanabilir.



Şekil 2.39 Reklam panoları –Karum, Ankara (orijinal)

- **Yönlendiriciler**

Kullanılan yönlendiriciler, amacına uygun ve kolay fark edilebilir olmalıdır.

- **Danışma bankoları**

Danışma bankoları, güvenlik görevlileri ve/veya diğer görevli personelin bulunduğu, danışma ve güvenlik kontrolü amaçlı düzenlenmiş bankolardır. Danışma bankoları mekanla uyumlu, fark edilebilir nitelikte olmalıdır.



Şekil 2.40 Danışma bankoları –Karum, Ankara (orijinal)

- **Bitki saksıları**

Bitki saksıları iç mekanda, yaya sirkülasyonun düzenlenmesi, vejetason varlığının hissedilmesi, çeşitli kullanımlar için ayrılmış alanların sınırlarını belirlenmesi, mekan ölçeğinin algılanmasında önemli rol oynar.



Şekil 2.41 Sınırlayıcı bitki saksıları –Migros, Ankara (orijinal)

### **2.6.6 Otopark**

Otopark alanlarının düzenlenmesinde öncelikle, araç ve yaya trafiğinin birbirinden ayrılması gerekir. Bu ayırma kaldırım, bitki ile sınırlama, farklı döşeme kullanma ile sağlanabilir.

İki çeşit park etme düzeni vardır. Dik park etme düzeni iki yönlü sirkülasyona olanak tanır ve algılanabilirliği daha kolaydır. Açılı park etme düzeni ise tek yönlü ve dar yollarda park olanağı tanımakla beraber manevra daha kolay yapılır.

### **3. MATERYAL ve YÖNTEM**

#### **3.1 Materyal**

Araştırma materyalini, birbirlerine çok yakın mesafede, alışveriş caddesi olan Ankara-Bahçelievler 7. Cadde ile kapalı alışveriş merkezi olan Ankara-Armada alışveriş merkezi oluşturmuştur.

Çalışma alanı ile ilgili çeşitli araştırmalar, planlar, yaya bölgeleri yönetmeliği, mahallinde çekilen fotoğraflar ve konu ile ilgili yerli yabancı kaynaklardan materyal olarak yararlanılmıştır.

#### **3.2 Yöntem**

Kuramsal temeller adı altında alışveriş eylemi açıklanmaya çalışılmış, alışveriş mekanları sınıflandırılmış ve tarihsel gelişim sürecinde alışveriş caddeleri ve kapalı alışveriş merkezleri incelenmiştir. Alışveriş merkezlerinin özelliklerini ortaya koyabilmek için, bu mekanların tasarım ilkeleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bulgular bölümünde, dünyadan değişik alışveriş merkezleri hakkında bilgi edinilmiş, fotoğraf destekli anlatılmıştır. Bir sonraki aşamada ise, kapalı alışveriş merkezleri ile alışveriş caddelerinin kamusalılığı karşılaştırılmıştır. Aynı bölümün devamında araştırma alanları mevcut durumu ortaya konmuştur ve değerlendirme işlemleri uygulanarak, yerinde yapılan gözlem ve incelemeler sonucu alışveriş merkezleri tasarım ilkelerine göre uygunluğu ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Yapılan çalışmalardan sonra sonuç bölümünde, 7. caddenin kamusal mekan niteliklerinin

arttırılması ile Armada alışveriş merkezinin kent içindeki yüklenmesi gereken işlevler tartışılmıştır. 7.caddenin bugünkü durumu incelenerek, araştırma kapsamında elde edilen veriler doğrultusunda yayalaştırma önerileri sunulmuştur.

## 4. BULGULAR

### 4.1 Alışveriş Caddelerine Avrupa ve Amerika' dan Örnekler

Trafikten arındırılmış bölgeler fikri ilk kez batı Avrupa'da ortaya çıkmış ve uygulanmıştır. Sokağın ilk kez yenilenerek yaya mekanına dönüştürülmesi 1926'da Essen'de gerçekleştirilmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, nüfusu artan kentler, buna paralel artan araç sayısı ve kentsel dokudaki yoğunlaşma nedeniyle trafikten arındırılmış yayalaştırılmış mekanlara duyulan gereksinim artmış ve alışveriş merkezleri gelişerek ve sayılarında hızlı bir artış gözlenmiştir(Rubenstein, 1992). Amerika'da ise alışveriş merkezlerinin yapımı, öncü örnek olarak kabul edilen Michigan-Kalamazoo'nun ardından başlamıştır. Kalamazoo 1959'da yapımına başlandığında iki bloklu tasarlanmış ancak 1960 ve 1975'te birer blok daha eklenerek tamamlanmış ve blokların tamamı trafiğe kapatılmıştır (Rubenstein 1992).



Şekil 4.1 Kalamazoo'nun iki bloktan oluştuğu dönem (Rubenstein 1992)

#### 4.1.1 Galleria Vittorio Emanuele, Milano

19. yy ortalarında üstü şeffaf örtülü alışveriş mekanları yaygınlaşmaya başlamıştır. Söz konusu alışveriş mekanlarına en iyi örneklerden biri Milano'da halen çok gözde bir alışveriş merkezi olan Galleria Vittorio Emanuele'dir. Galleria Vittorio Emanuele, boyutları ve biçimlenişi açısından kamusal bir dış mekan niteliği taşımasına karşın iklim koşullarına karşı korunaklı bir iç mekandır. Bu pasaj aslında kent içindeki 2 meydanı birbirine bağlayan bir yaya aksı üzerinde bulunduğu için kamusal dış mekanın iç mekandaki sürekliliğini sağlamaktadır.

Tarih içinde özellikle Roma İmparatorluğu Devri'nde olduğu gibi pek çok dönemde kamusal iç ve dış mekanların birbirlerine geçişlerindeki süreklilik önem kazanmıştır. Çünkü bu alanların tasarımında esas olan toplumsal hayatın sürekliliğidir.

Kentin değişik işlev alanları arasındaki trafik ve hareket aslında gelişen ticari ve ekonomik hayatın bir gereğidir. Kamusal alanların bu hareketi destekler şekilde organizasyonu harekete, ticarete ve değişime hız vermektedir. Diğer taraftan 20 yy.da yaygınlaşan taşıt trafiğinin neden olduğu ses, görüntü ve hava kirliliği şehir merkezinde bulunan açık kamusal alanların eski cazibesini yitirmesine yol açmıştır.

Yayaların konforlu şekilde kullanabilecekleri kamusal açık alanların azalması, korunaklı iç mekanlara yönelimin nedenlerinden biri olmuştur. Söz konusu durum, Amerika ve Avrupa'nın ardından 21. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülkemizdeki büyük kentlerde de yaşanmaya başlamıştır ( Kurtich and Eakin 1993).



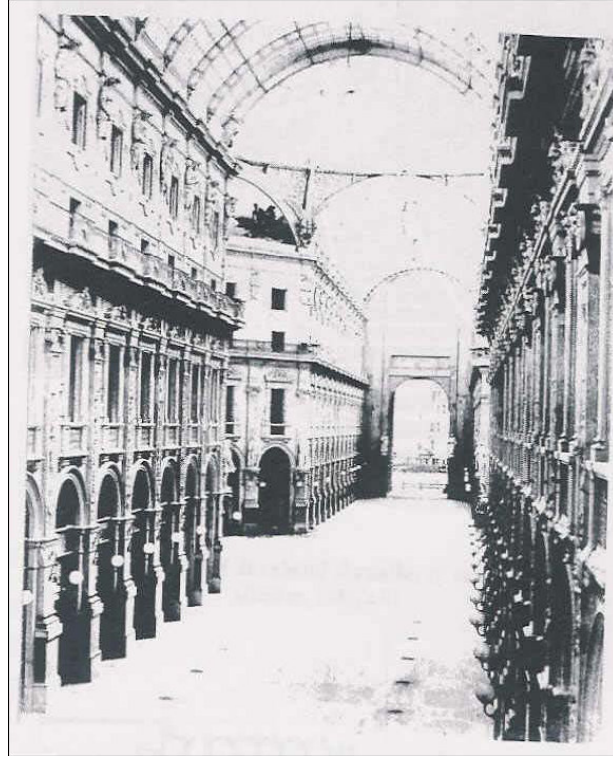
Şekil 4.2 Galleria Vittorio Emanuele, Milano ( Kurtich and Eakin 1993).

Dünyanın en büyük ve en bilinen arkadlarından biri olan Galleria Vittorio Emanuele II, kent gelişimi içinde alışveriş işlevinin nasıl merkez olarak kullanıldığına dair iyi bir örnektir.

Projenin amacı, kentin iki önemli noktası olan Katedral Meydanı ile Operası arasında bağlantı sağlamak ve katedral çevresinde, yani kent merkezinde büyük bir ortak mekan oluşturmaktır. Giuseppe Mengoni'nin, açılan yarışmayı kazanan tasarımı olan yapı Latin haçı şeklindedir ve 1260 birim barındırmaktadır; 1867'de halka açılmıştır.

İç cephesi dört kat görünen yedi katlı yapının zemin ve üstünde dükkan, kafe ve restoranlar; sonraki katında büro ve stüdyolar; geri kalan dört katta ise konutlar bulunmaktadır.

Konumundan dolayı sadece geçiş için kullanılmakla kalmayıp insanların buluştuğu ve bir araya geldikleri bu mekan, kamuya ait bir sokak niteliğindedir; 24 saat açık olan yapı her gruptan insanın girişine izin vermektedir (Çavuş 1999).



Şekil 4.3 Galleria Vittorio Emanuele iç mekan (Pevsner, 1976)



Şekil 4.4 Galleria Vittorio Emanuele, iç mekan (<http://www.webshots.com>, 2006)

#### 4.1.2 Zeil Caddesi, Frankfurt-Almanya

Zeil Caddesi, yayalara ayrılmış bir alış-veriş caddesidir. Oldukça geniş olan alışveriş caddesinde, dört sıra ağaç yol boyunca devam etmektedir. Cadde üzerinde alışveriş merkezlerinde temel olan büyük mağaza örnekleri yer almaktadır

Caddenin iki yanında ortalama 6 katlı yapılar yer almaktadır.

Dört sıra ağaçlı yol mekanı tam olarak bölmektedir. Yolun bir tarafından diğer tarafı rahat izlenmemektedir.



Şekil 4.5 Zeil Caddesi (<http://www.webshots.com>, 2006)



Şekil 4.6 Zeil Caddesi (<http://www.webshots.com>, 2006)

#### **4.1.3 Kalver Caddesi, Amsterdam-Hollanda**

Kalverstraat Amsterdam'da alışveriş sol yanında saraya ait yapıların bulunduğu ticaretin yoğun olarak yaşandığı "Kalverstraat" dan başlar. Yaklaşık bir mil uzunluğunda kalabalık bir yaya alışveriş merkezidir. Yayalaştırılmış alış-veriş caddesinin eni 10 m.'dir. Caddenin iki yanında ortalama 5-6 katlı yapılar bulunmaktadır. Zemin kiremit rengi taşlarla kaplıdır. Cadde yer yer taşıt yollarıyla kesilmektedir. Özellikle tatil günlerinde cadde ve mağazalar çok kalabalıktır. Tekstil ağırlıklı olmak üzere, bu cadde boyunca yürüdüğünüzde bir çok butik, hediyelik eşya satan mağaza ve büyük alışveriş mağazaları bulunmaktadır.

Mekanın sonunda yeni açılan alışveriş kulesi "Kalvertoren Building" de ziyaret edilebilir. Bu caddenin doğu paralelinde Damrak ve Rokin alışveriş caddeleri bulunmaktadır.



Şekil 4.7 Kalver Caddesi (<http://www.webshots.com>, 2006)



Şekil 4.8 Kalver Caddesi (<http://www.barongeorg.com>, 02006)

#### 4.1.4 Ithaca Commons, New York-ABD

Ithaca Commons Ithaca, New York şehrindedir. State Caddesi'nde iki blok ve Tioga Caddesi'nde bir blok için kurulmuş, 66 feet genişliğinde ve 100 feet uzunluğunda bir yaya bölgesidir (Rubenstein 1992).

Alanda havuzlar, kamelyalar, bir çocuk oyun alanı, bir küçük amfi alanı, oturma alanları, saksılar, tuğla ve beton döşeme, bisiklet parkı, yapraklı ve ibreli ağaçlar, çalılar, çiçekler ve aydınlatma elemanları bulunmaktadır. Alana bakan yapılar için otopark olanakları eklenmiştir. Alan Ağustos 1975'de tamamlanmıştır.



Şekil 4.9 Ithaca Commons (<http://www.webshots.com>, 2006)



Şekil 4.10 Ithaca Commons (<http://www.webshots.com>, 2006)



Şekil 4.11 Ithaca Commons (<http://www.arttrail.com>, 2006)

#### 4.1.5 Breestraat, Beverwijk-Hollanda

Breestraat, Beverwijk'in ana alışveriş caddesidir. Sokağın ortası geniş, iki ucu ise birbirine yaklaşarak daralmaktadır. Breestraat yayalaştırılmadan önce birbirine paralel üç trafik yolu yer almaktaydı. Ortadaki eyalet yolu ve diğer iki yoldan, her iki kenarında yer alan çınar ağaçları ile ayrılmaktaydı. 1982 'de Breestraat'ın bir yanını yayalaştırmış olan alanın yeniden tasarımına karar verilmiştir.

Breestraat'ın Beverwijk ve çevresinin kentler arası trafik içinde önemli bir rolü vardır. Özellikle eyalet yolu oldukça yoğun bir kentler arası trafik taşıyor ve aynı zamanda ticaret yoludur. Breestraat'ı tamamen yayalaştırılmış bir arterle çevredeki yolların sorunlarının artacağı düşünülmüştür. Bu nedenlerle eyalet yolunun işlevi bozulmadan, paralel yolların yaya kaldırımı olarak düzenlenmesi uygun görülmüştür.

Sokak üzerinde park etmek yasaklanmıştır. Bunun yerine sokağa uygun yürüme mesafelerinde (ortalama 300 m) açık otopark alanları düzenlenmiştir. Uzun süreli park gereksinimi için düzenlenmiş ve parkmetreler aracılığıyla ödeme yapılan bu otoparkların yeterli olduğu ve otopark sorununa şimdilik çözüm getirdiği gözlemlenmektedir. Cadde üzerinde ise yalnızca sakatlar için az sayıda otopark düzenlenmiştir.

Breestraat'ın bir ucunda Beverwijk tren istasyonu ve istasyonunun hemen yanında otobüs istasyonu yer almaktadır. Tren Beverwijk içinde işleyen ve Beverwijk'i çevre yerleşimlere bağlayan tüm hatların otobüsleri bu istasyondan hareket etmektedir. Bu durum, alışveriş alanına toplu taşıma araçları ile ulaşımı sağlamakta; arabası olmayan veya bisiklet kullanmayan müşterilerin alana ulaşımını kolaylaştırmaktadır.

Breestraat üzerinde yiyecek-içecek, müzik araç ve gereçleri, mücevher, ilaç, giysi satan çok çeşitli dükkanlar kuvvetle yoğunlaşmış durumdadır.

Sokak boyunca yer alan yapılar oldukça eski, bir çoğu bu yüzyılın başından kalmış yapılardır. Ancak, sokağın görsel sürekliliğini bozmamak amacıyla bu yapı yüzeylerine mimari yapı özelliklerindeki değişikliğe izin verilmemektedir.

Birincisi, dükkanların hemen önünde yer alan zondur. Bu zon dükkan sahibine mallarını dışarıda da sergileme ve satma olanağı verilmek üzere oluşturulmuştur. İkincisi, yaya kaldırımın ortasında yer alan, yayalara dolaşım olanağı sağlamak üzere her türlü engelden arındırılan zondur. Bu zon bir drenaj kanalı ile ikiye bölünmüş durumdadır. Üçüncüsü, çınar ağaçlarının altında yer alan zondur. Tüm tesisler ve peyzaj elemanları, örneğin, engelli otoparkları, bisiklet parkları, aydınlatma ve oturma elemanları bu zon içinde yer almaktadır. İşporta tezgahları da bu zonla sınırlandırılmıştır. Çınar ağaçları Breestraat'ta yer alan tek bitki materyalidir. Sokağın tek tarafında yine bu zon üzerinde bir konser platformuna yer verilmiştir. Yılda bir kez mayıs ayında sokak üzerinde çiçek pazarı kurulmaktadır.



Şekil 4.12 Breestraat (<http://www.d66kieswijzer.nl>, 2006)



Şekil 4.13 Breestraat (<http://www.webshots.com>, 2006)

## 4.2 Kapalı Alışveriş Caddelerine Avrupa ve Amerika' dan Örnekler

### 4.2.1 West Edmonton Alışveriş Merkezi, Edmonton –Kanada

West Edmonton alışveriş ve eğlence merkezi dünyanın bu alandaki en büyük tesisidir. Kanada'daki ticaret merkezleri değişiminin iyi bir örneğidir. West Edmonton alışveriş merkezi, günlük hayatın tekdüzeliğini, insanı doyuran bir fantezi tüketim deneyimi ile bölmektedir. Kullandığı elemanlar gerek yapısal, gerekse bazen ürün olarak başka kültürlerle aittir. Böylece yapay bir çekicilik yaratılmaktadır.

West Edmonton alışveriş merkezi 25 km uzunluğunda ve içinde 1225 dükkan yer almaktadır. Aynı zamanda, 40 lokanta ve 350 yataklı bir oteli bulunmaktadır. 15.000 m<sup>2</sup> lik üstü kapalı olan ve içinde göl bulunan bir parkı vardır. Bazı sokaklar Paris, Londra, Venedik ve New Orleans'ı anımsatacak şekilde düzenlenmiştir.



Şekil 4.14 Avrupa bulvarı -Europa Boulevard (<http://www.webshots.com>, 2006)

Böylece bu çarşı insanların yalnızca alışveriş ve eğlence değil, aynı zamanda turizm gereksinmesini de karşılamaktadır. Her ay yarım milyon ziyaretçi gelmekte ve bunun % 65'ini şehir dışından gelenler oluşturmaktadır. Dükkanlar yerel müşterilere, eğlence parkları ise turistlere hitap etmektedir. Eğlence yerleri ticaretten daha çok kar getirmektedir. West Edmonton alışveriş merkezi, Kanada ve ABD tüketiminin mekansal dağılımının yeni bir odak noktasıdır.

West Edmonton alışveriş merkezi, ticari canlılık için kalabalık atmosferi hem teşvik eden, hem de gerekli kılan bir mekansal komplekstir. Bu tür kalabalık ortam, her ne kadar, 19. yüzyıl Paris'inde gezinti ve alışveriş arkadlarından ilham alınarak tasarlanmış olsa bile onlardan çok farklıdır.

Bazı eleştirmenlere göre, West Edmonton alışveriş merkezi, "bir tüketim tiyatrosu"dur. Mallar ve sosyal gösteriler, tüketimi teşvik edecek şekilde sergilenmektedir. Bu alışveriş merkezi yalnızca bir mega alışveriş merkezi ve mega eğlence merkezi değil, aynı zamanda bir mega-sosyal merkezdir. İçinde, kilise, çocuk bakımı ve posta servisi ve parasız kukla ve yunus balıkları gösterileri vardır (Dökmeci 1995).

Kanada West Edmond alışveriş merkezinin tanıtım materyali ise zaman-mekanın birbirine geçişinin tanımlaması bakımından ilginç bir örnektir:

Bir hafta sonu ve aynı çatı altında Disneyland'l, Malibu Beach'i, Bourbon Street'i, San Diego Zoo'yu, Beverly Hills'teki rodeo gösterilerini ve Avustralya'daki Great Barrier Reefi ziyaret edebilirsiniz. Merkezin, dört denizaltı ile eksiksiz kılınmış yapay gölü bulunmaktadır. Fantasyland Hotel, odalarını çeşitli seyirlere ayırmıştır. Bir kat klasik Roma odalarını, bir başkası 1001 Gece Arap odalarını, bir diğeri Polinezya odalarını bulundurmaktadır (Ritzer 2000).

Zaman-mekan açısından birbiri içine geçmiş bu dünyalar, tüketicileri kendine çeken ve onları tüketmeye sevk eden bir gösteriyi temsil ederler. Bu kadar fantazmagorik, bu kadar seyirlik olmalarına yardımcı olan bu yetenekleridir. Bu yetenek mal ve hizmet satma kapasitesini artırır.

#### **4.2.2 Mall of America, ABD**

Minnesota eyaletinde, Minneapolis ve St. Paul şehirlerinden eşit uzaklıkta (100 km) planlanmış olan Mall of America, A.B.D.'nin en büyük çarşısıdır. Öncelikle hizmet verdiği alanın yarıçapı 800 km dir. İçerisinde 28 milyon kişi bulunabilmektedir. Alanı 420.000 m<sup>2</sup> olup, alanı 80.000 m<sup>2</sup> olan Kızıl Meydan'ın beş katıdır. Bu tesisin yerinin seçilmesine bölgenin zengin ve eğitilmiş bir halk tabakasına sahip olması ve var olan perakende ticaret tesislerinin Amerika ortalamasının altında bulunması neden olmuştur.

Mall of Amerika, özellikle turizme yöneliktir, sahibi Mall of Amerika şirkettir. En fazla turisti civardaki 11 eyaletten ve 2 Kanada ilinden çekmektedir. Bundan başka, öteki Amerikan eyaletlerinden, Kanada illerinden, Japonya'dan ve Avustralya'dan da turist çekmektedir. Beş yıl içinde ziyaretçi sayısının yılda 40 milyona çıkması beklenmektedir. Bu alışveriş merkezinde 246.800 m<sup>2</sup> perakende ticarete ayrılmıştır. Çeşitli ünlü mağazaların şubeleri bulunmaktadır. Perakende ticaret alanı, farklı yapıda dört sokak şeklinde planlanmıştır.

Bunlardan, Kuzey Bahçesi, yaz mevsiminin ortamını simgelemektedir; Batı Pazarı, uluslararası alışveriş ortamını sergilemektedir; Güney Caddesi'nde kozmopolitan bir görünüm planlanmıştır; Doğu Broadway ise enerjik bir ortama sahiptir. Orta bölüm 30.492 m<sup>2</sup> olup, eğlence parkı olarak düzenlenmiştir. Burası, Amerika'nın en büyük üstü kapalı parkıdır. Bu parkta yeşillikler içinde göller, şelaleler ve fiskiyeler yer almaktadır. Ayrıca, çarşı içinde lokantalar, gece kulüpleri, barlar ve 14 ekranlı bir sinema bulunmaktadır. Bu proje 10.000 kişiye yeni iş olanağı sağlamaktadır. Bu projenin, gelecekte bölge ekonomisine büyük katkısı olacağı beklenmektedir.

#### **4.2.3 Centro, Oberhausen-Almanya**

Almanya Oberhausen'deki Centro, Kuzey Almanya'dan olduğu kadar, Belçika ve Hollanda'dan kolay ulaşılabilen, yoğun nüfuslu bir bölge olan Ruhr Vadisi'nde konumlanmış olup, Avrupa Kıtasının en büyük satış ve çok fonksiyonlu yapısıdır. SWA, bu 125 hektarlık arazi üzerinde gerçekleştirilen projenin peyzaj mimarlığı hizmetlerini üstlenmiştir.

Tamamlandığında tüm yapı kompleksinin toplam 70.000 m<sup>2</sup>'den oluşan alışveriş merkezi ve spor arenası, ticaret parkı, oteller, konutlar, spor tesisleri, hafif raylı sistem ve dinlenme park alanını kapsadığı projede ana yapı, projeye entegre olarak ana açık mekanı oluşturan yapay kanalın bir kıyısında konumlanan açık yaya gezinti alanında odaklanmaktadır. Kanalın diğer kıyısında önerilen yapı birimlerinin yer aldığı bir halka açık park mevcuttur.



Şekil 4.15 Düzenleme kapsamındaki yapay su kanalı (<http://www.webshots.com>, 2006)



Şekil 4.16 Meydan düzenlemeleri (<http://www.webshots.com>, 2006)



Şekil 4.17 Amfityatro biçiminde düzenlenen teras basamakları (<http://www.webshots.com>, 2006)

#### **4.2.4 Hallen am borsigturm, Berlin-Almanya,**

Berlin'in kuzeyinde lokomotif üreten imalathaneler 1990'larda terkedilmiş endüstriyel alanlara dönüştüler. Onlardan geriye harap olmuş tuğla strüktürleri kalmıştır. Bu bölge kentin araba, otobüs ve demir yolu güzergahları içinde, Berlin'in Tegel Havaalanı'na da sadece birkaç dakikalık uzaklıktadır. Aynı zamanda bölge ticari faaliyetlerden de yoksundur. Bölgenin olanaklıklarını aktif hale getirmek ve gereksinimlerini karşılamak için yatırımcı ve mimarlar bu imalathanelerin taşıyıcı strüktür ve duvarlarını koruyarak, geçmişin lokomotif fabrikalarını bugünün alışveriş merkezine dönüştürmüşlerdir.

Claude Vasconi ve Dagmar Gross beş lokomotif fabrikasını birleştirerek ve içinde perakende satış birimleri, spor, bowling, disko, sinema salonları ve restoranlar bulunan bir yapı grubu haline getirmişlerdir. Alışveriş merkezinin taşıyıcı sistemi yapının tarihsel strüktürünü kullanarak geliştirilmiştir. Standart alışveriş merkezlerinin strüktürel sistemine

alışmış olan mağaza sahipleri için, tarihsel çelik kolonların bu mekanlarla bütünleşmesi başlangıçta iç mekanların organizasyonunu zorlaştırmıştır. Ancak daha sonra her biri için geliştirilen özel çözümler bu problemlerin aşılmasını sağlamıştır. İmalathanelerin güneyine eklenen holün ve doğusuna inşa edilen yeni binanın yapı elemanları ise korunan eskileri ile uyumlu fakat kendi zamanlarını yansıtmaktadır.

#### **4.2.5 Georgia Alışveriş Merkezi, ABD**

Mill Creek'teki Georgia Alışveriş Merkezi 200 hektar alanda planlanmıştır. Alışveriş merkezinin kendisi, 20 sinema salonu, 700 kişilik yemek yeme avlusu ve satış üniteleri ile 20 hektarlık bir alan kaplar. Doğa parkı dışında yapı programının çoğu kapalı alanlardadır.

Alışveriş merkezi, Georgia'nın kültür ve tarihsel kimliğine odaklanır. Beş farklı tema avlusu eyaletin beş coğrafi bölgesini temsil eder: Coastal (Sahil), Plains (Ova), Atlanta, Piedmont (Dağ Eteği), Mountain (Dağ). Herbir avluda tanıtıcı bilgiler içeren panolar vardır, ve herbir bölgedeki yaşam duvar resimleri ve nesnelere sahnelenir. 120 hektarlık doğa parkı ise daha çok eğitici bir rol oynar. Parkta Georgia'nın doğal karakteri, bitki örtüsü hakkında bilgilendirici levhalar, gezi yolları ve patikalar vardır.

Mimar ve tasarımcılar bu çok geniş alana yayılan alışveriş merkezinin iç ve dış mekanları ilişkilendirme problemini alışveriş mekanlarının sürekliliği ile çözümler: Genel yerleşim planı içinde alışveriş mekanlarının konumu iç ve dış mekanlar arasında görsel ve fiziksel anlamda 25 farklı güzergah ve kullanım şeması sunmaktadır. Büyük iç avlular da bu bağlantıyı çeşitlendirmekte ve kolaylaştırmaktadır. Genel ulaşım şeması ise şöyle çözülmüştür: Alışveriş merkezinin iki ana giriş vardır ve arkadan girişi yoktur. Bu tek taraflı ilişki iç ve dış mekanları harmanlamak için önemli bir karardır. Çünkü "tek duraklı" yaklaşım merkeze gelen ziyaretçiye alışveriş yapma, yemek yeme, eğlenme ya da doğada yürüyüş yapma gibi farklı etkinlik alanlarını tekil eylemliliklere dönüştürmeyi

sağlamaktadır. Yatırımcılara göre bu sistem aynı zamanda 21. yüzyılın alışveriş merkezini karakterize etmektedir.

Planlamadan önce bölge halkının görüşlerine başvurulmuştur. Planlamanın büyüklüğünün çevresine uyguladığı şiddetten kaygılanan çevrecilerin görüşleri dikkate alınmış ve mülk sahiplerinin ve yerel yönetimlerin istekleri ile uzlaşmaya çalışılmıştır.

### **4.3 Kapalı Alışveriş Merkezlerinin Kamusal Mekan Özellikleri**

Kamu mekanı ile ilgili açıklamaya geçmeden önce kentsel mekan tanımlanmalıdır. Kentlerin yerleşme dokusunu oluşturan yapılaşmış ve yapılanmamış alanlar kentsel mekanı oluşturur. Genelde kentsel mekan insanın yaşamıyla ilgili dört ana işlevin (barınma-çalışma-eğlenme/dinlenme ve ulaşım) eylemlerinin geçtiği mekanlar bütünüdür (Çubuk 1991 ).

Kentsel mekan;

1-Farklılıkların çeşitlilik içinde anlamlı olduğu mekanlardan oluşur.

2-Yoğun ilişkiler yumağının yaşandığı bir mekandır.

3-Kendiliğinden ortaya çıkan, kestirilemeyen ya da sürprizleri barındıran, yeniliklere açık, ama aynı zamanda kendi kurallarını üreten bir mekandır.

4-Toplumsal paylaşım ve korunma yanında yabancılaşma ve yalıtım sorunlarını da barındırır

Kentsel mekanlar esas olarak ve mülkiyet esasına göre;

- Özel
- Kamusal mekanlar olarak

Kullanım ve işlevler açısından yaklaşıldığında ise;

- Yarı özel

- Yarı kamusal mekan olarak ayrılabilir.

Sorumluluk bakım ve denetim açısına yaklaşıldığında;

- Özel mekanlar, kullanıcısı, kişiler, mülk sahibi olan ticarete ayrılan kentsel mekan şeklinde belirlenebilirler.
- Kamusal mekanlar, toplumun kullanımına açık olan kentsel açık mekanlar şeklinde belirlenebilirler.

Özel mekanın sorumlusu kullanıcının kendisidir. Denetim ise yasal ve fiziki önlemlerle yapılır.

Kamusal mekanda sorumluluk kamuya aittir, denetim yasal yaptırımlarla sağlanmaktadır.

Yarı özel mekan bir grubun kamusalılığı elinde tuttuğu ve kamusal kullanılan mekanlardır. Kullanıcısı mülk sahibi ve kiracıdır. Sorumlusu kamusal kullanıcılarıdır. Denetim yasal olarak ve sosyal, fiziki önlemlerle yapılmaktadır (Çubuk 1991).

Yarı kamusal mekana gelince toplumun kullanımına açık kentsel mekanlardır. Kullanıcı belli zamanlardaki belli kişilerden oluşur. Sorumlu kullanıcı ve kamudur, denetim yasal ve fiziki engellerle yapılır.

Kamu mekanı toplu yaşamın tüm etkinliklerinin süre geldiği her yaş ve meslek grubunun yararlanmasına açık, kent strüktürü içinde yer alan mekanlardır. Bu mekanda tüm beşeri eylemler (sosyal-kültürel-ticari-dini-eğitim-spor gibi) yer alır. Dolayısıyla kamu mekanı çok boyutludur.

Kamu alanı ise; toplum için planlanan, düzenlenen, toplumun yararlandığı alandır. Kamu alanı üç boyutlu bir kavramdır.

Kamu mekanı kültürel, tekniktir, ekonomiktir. Kamu mekanları tıpkı gravyer peyniri boşlukları gibi kente özgüdür. Bu mekanlar yapılanmış alanlara karşı kaçınılmaz, ihmal edilemez yararlı ve işlevsel boşluklardır.

Kentsel kamusal mekanlar kent insanlarının birbiriyle karşılaştıkları yerlerdir. Bu mekanlarda insanların kullandıkları bazı objeler bulunmaktadır. Bunlar kentsel mobilyaları oluştururlar.

Kamu mekanı bir biçimdir (formdur). Burada hem biçimin mantığı, hem de içeriği insanın çeşitli istek ve gereksinimlerinin bir sentezi niteliğini taşıması gerekmektedir. Bu biçimi (formu) oluşturan binalar, sokaklar, meydanlar yeşil alanlar yapılanmamış ve yapılanmış alanlar bütünüdür. Bu bütünde önemli yer tutan yapılanmamış alanlardır:

- Düzenlenmiş alanlar (Yaya yolları-parklar-dinlenme, eğlenme alanları-spor alanları-çocuk oyun alanları vs.) ,
- Alışveriş mekanları
- Geçiş mekanları (kaldırımlar, geçitler vs.)
- Karşılaşma yerleri olarak meydanlar;

yapılanmamış alanları oluştururlar.

Yapılar dışında kalan alanların oluşturduğu kent mekanı;

Genelde, kentsel kamu mekanlarını oluşturan yapılanmamış ve yapılanmış mekanlarda, toplumsal yaşamımızın nicel ve nitel yoğunlaşması sonucu beliren gereksinimlerin karşılanması gerekmektedir. İşte bunun karşılanması da bizi, özel donatımların oluşturulmasına, yapı ve örgütlenmelerin araştırılmasına itmektedir.

Özel donatımlar, toplu yaşamımız için gerekli olan yollar-meydanlar-serbest alanlar-vs, gibi yapılanmış veya yapılanmamış kamu mekanlarında yer alan öğelerdir; Örneğin yeşil alan-alt veya üst geçit bitkilendirme türleri çeşitli amaçlı kiosklar meydan öğeleri-reklam

panoları-çöp kutuları-parkmetreler-otopark oturma yerleri-oyun alanları-spor tesisleri boş zamanları değerlendirme tesisleri ve kentsel mobilyalar gibi (Çubuk 1991).

Kentsel-kamusal mekanlar, kentte yaşayan farklı grupların bir arada olabilecekleri ortamlardır. Bu ortamlar, kentlerin gelişmelerine paralel bir gelişme izlemişlerdir. Kentler ilk kurulduklarında açık alanlarda yoğunlaşan alışveriş eylemi, giderek kapalı alanlarda gerçekleştirilir olmuştur. Günümüzde ise bu eylemin gerçekleştiği alışveriş merkezleri kamusal yaşam açısından özel bir anlam içermeye başlamışlardır (Bayraktar 2005).

Açık veya kapalı, kamu veya özel sektöre ait tüm kamusal mekanlar, bazı kamusal nitelikler içermektedirler. Bu nitelikler, farklı tür kamusal mekanlar veya herhangi iki kamusal mekan arasında işlev, kullanım şekli ve ifade etmesi amaçlanan değerler bakımından bazı farklı nitelikler veya farklı dereceler gösterebilmektedir.

#### **4.3.1 İşlevsel nitelikleri**

Kamu mekanları tasarımında, bu mekanların karmaşık işlevleri ve yaşamsal etkileri nedeniyle bir tasarımlar bütünü gibi ele alınmalı, kent ve diğer kamusal mekanlarla ilişkilendirilmelidir.

Mekanın çeşitli birey veya grupların istenen fiziksel, sosyal ve psikolojik ihtiyaçlarını istek ve ihtiyaçlarının doğru tespit edilmesi için verilerin toplanması gerekir. Bu nedenle mekanı kullanacak olan topluluğun ekonomik, etnik ve yaş grupları temel alınarak davranış ve istekleri ile ilgili detaylı bir çalışma yapılmalı; mekanı en yoğun kullanacağı öngörülen grupların ihtiyaçlarına cevap verecek nitelikte tasarlanmalıdır. Toplumdaki çocuk ve engelli kullanıcıların, kullanabilecek nitelikte mekanlar olmalıdır.

Kapalı alışveriş merkezleri ticaret amaçlı yapılar olduklarından, mekanın oluşumunun temel amacı, müşterilerin alışveriş yapmalarını sağlamaktır. Bu mekanları kullanan yaşlı insanlar sık sık dinlenme ihtiyacı hisseder, bu oturma birimlerinin fazla bulundurulması demektir. Underhill'e göre (2005) alışveriş merkezindeki işletme sahipleri mağazaların bulunduğu alanda oturan insanları görmek istemez.

Kamusal mekan içerdiği etkinliklerin aktif olarak kullanımı sağlandığı gibi değiştirilebilmesi ile işlev değişimine uyumu sağlayabilmelidir. Tasarım aşamasında farklı kullanım çeşitliliğine uyum sağlayabilen, kullanıcının değiştirebileceği formların tasarlanması, çeşitli etkinliklerin gerçekleştirilebilmesine olanak tanımaktadır. Kapalı alışveriş merkezleri ve alışveriş caddeleri konser, sergi gibi aktiviteler için esnek kullanımlar içermelidir.

#### **4.3.2 Sosyal nitelikleri**

Geçmişte alışveriş merkezleri kent merkezlerini oluşturmaktaydı, günümüzde ise birden fazla alışveriş merkezinin yapılması, kent dışı alışveriş merkezlerinin de inşa edilmesiyle kentte birden fazla merkez oluşmasına neden olmuştur. Yavaş yavaş kentlinin buluşma noktası olmaya başlayan bir çok fonksiyonu içinde barındıran bu mekanlar, kamusal mekanlara tercih edilir durumdadır.

Bu dönüşümde kamusalın özünde yatan kamusalığın dayanağı sayılan "yabancılaşma" önemli bir paya sahiptir. Öyle ki bu yabancılık ortamında sosyalleşme yeterince sağlanamıyor, davranış örüntüleri yerlerini bulmuyor, buna bağlı olarak da suç oranlarında olabildiğince bir artış gözleniyor. Yani şimdi sokak da o eski kamusal alan değil, değersiz normsuz, sadece siyasalın yasalarla düzenlediği bir yer, akıp giden bir kalabalıktır. Trafik kuralları bunun tipik örneğidir. Yine toplanılan yerler, bir anlığına birlikte bulunan yerlerdir ve yeterince etkileşmeye fırsat vermemektedirler. O gelip geçici birliktelik bile mümkün olduğunca uzak kalma isteğiyle dolu irade dışı bir mekân paylaşımıdır (Piknik alanımıza

yakın oturan birilerinden duyduğumuz gizli rahatsızlığı hatırlayalım). Sonuç olarak sokak bir geçiş mahalli, arabaların park yeridir (Aydın 2003).

Kamusal mekanlarla ilgili işlevler, insan ihtiyaçları ile uygunluk göstermektedir. Bu işlevlerin bir kısmı fiziksel konfor ile bir kısmı ise dinlenme ve rahatlama, güvenlik duygusu, insanlarla olan mesafenin korunması gibi sosyal ihtiyaçlarla ilgilidir. Sosyal açıdan ele alındığında bazı kullanıcılar dinlenecek ve rahatlayacakları, bazıları ise kamusal mekan ve içerdiği öğeler ile aktif etkileşimde bulunabilecekleri, keşfe, yeni deneyimlere ve eğitim imkanına açık, alışveriş, sokak yaşamına katılım, spor ve bunun gibi etkinliklerin yaşanabildiği mekanları tercih etmektedirler.

Kamusal mekanların, kullanıcıların dinlenmesi amacını yerine getirebilmesi konusunda fiziksel konforun yanı sıra, psikolojik konforun da sağlanması büyük önem taşımaktadır. Pasif meşguliyet, dinlenmeden farklı bir etkinliktir. Çevreyi izlemekten keyif almak olarak tanımlanmaktadır. Pasif meşguliyet durumunda bir şeyler yapmak veya konuşmaktan ziyade seyretme eylemi ağırlık kazanmaktadır. Bu şekilde insanın, içinde bulunduğu toplum ve çevrenin bir parçası olarak algılayabilmektedir. Diğer insanların varlığı, spor, sanat, manzara ya da doğa pasif meşguliyet için insanları çeken etkenlerdir. Aktif meşguliyet ise, mekan ve içinde bulunan insanlarla daha doğrudan kurulan bir iletişim ve etkileşim şeklidir. İnsanlarla birebir iletişim kurmayı, spor gibi aktif dinlenme işlevlerini, tören, kutlama ve festivaller gibi sosyal etkinlikleri içerir (Sağlar 1998).

Kapalı alışveriş merkezleri, insanların para harcamasını amaçlayan aktiviteler organize eder. Bu mekanlar, insanların daha çok para harcamaları için mekansal kurgularını oluşturmuşlardır. Ancak, kamusal mekanlarda, insanlar, pasif meşguliyet kavramına uygun şekilde vitrin bakarak kalabalığı seyredebilmektedirler.

İnsanların kamusal mekanlarda bulunma sebeplerinden biri olan keşif, özellikle çocukların doğal bir ihtiyacı olarak kabul edilmektedir.

Kapalı alışveriş merkezleri açısından ele alındığında keşif, kullanıcının dolaşarak mekanın çeşitli bölümlerini, balkon, yürüyen merdiven, asansör, doğa ve sanat yapıtları gibi öğelerini keşfetmesi ve mekanda bulunan diğer insanları izleme imkanı bulması olarak tanımlanmaktadır. Özellikle yeni açılan bu tür merkezlerin ilk zamanlarındaki kalabalıklığı keşfetme duygusundandır. Bu nedenle, mekanda değişen perspektifler ve manzaralar yakalanması, mimari elemanlarda zıtlık ve çeşitlilik sağlanması, yaratıcı etkinliklerin organize edilmesi gibi tasarım ve yönetim kararları ile keşif olgusu zenginleştirilebilmektedir.

Kamusal mekanlar, kullanıcıları için bazı temel haklar sunmaktadır. Bu haklar giriş, hareket, sahiplik, ve değişiklik yapma özgürlükleridir. Giriş özgürlüğü temel haklardan biridir; ancak fiziksel, görsel ve sembolik bariyerlerle bu özgürlüğün kullanımı kısıtlanabilmektedir.

Kamusal mekana gelen insanlar arasında, sahip oldukları nitelikler esas alınarak temel hakların kullanımı bakımından herhangi bir ayırım yapılmamaktadır. Bu mekanlar kullanıcı gruplarının haklarını gözetir, tüm gruplara açıktır ve hareket özgürlüğü sağlarken sahipliği de korumaktadır. Eşitlik kavramının değerlendirilmesinde, konu ile yakın ilişkili bulunan sembolik ulaşılabilirlik kavramı önem kazanmaktadır. Ancak günümüzde çoğunlukla özel sektöre ait ticari amaçlı kamusal mekanlarda sembolik ulaşılabilirliğin çeşitli yollarla sınırlandırılması yoluyla mekanı kullanması amaçlanan hedef kitle ile diğer gruplar dolaylı olarak ayrılabilir.

Günümüz kentlerinde güvenlik önemli bir sorundur. Çoğu zaman sokaklar, meydanlar, parklar gibi açık kamusal mekanlarda, insanlar güvenlikleri ile ilgili endişeler taşıyabilmektedirler. Bu nedenle potansiyel kullanıcılara mekanın güvenli ve korunmalı olduğu duygusu verilmesi, kamusal mekan tasarımında önem kazanmaktadır. Özellikle açık mekanlarda güvenlik açısından en önemli nokta, mekanın her köşesinin kullanıcılar ve diğer insanlar açısından rahatlıkla görülebilir ve algılanabilir olmasıdır. Kapalı kamusal

mekanlarda ise girişlerde yapılan kontroller ile daha güvenli ortamlar oluşturulmakta, bu durum ise potansiyel kullanıcıların kapalı kamusal mekanları tercih etmesi açısından bir neden olmaktadır.

### **4.3.3 Mekansal nitelikler**

1950'lerde Amerika'da ortaya çıkan alışveriş merkezlerinin mucidi olarak kabul edilen Victor Gruen, "mall" kavramının geleneksel kent merkezinin yerini doldurmasını, insanların iklimlerden etkilenmeden, sanki kent merkezinde yaşamış gibi doyurucu bir mekânın keyfini çıkarmalarını hayal etmekteydi. Kent planlamasındaki temel düşüncesi ise, kent merkezindeki yoğun trafiği azaltmak üzere yeni bir kent ulaşım sistemi, geniş yaya bölgeleri ve banliyölere taşınmış büyük alışveriş merkezleri tasarlamaktı. Gruen, kendi alışveriş merkezlerini gezdiğinde, yapılarını hep güzel kentsel ortamlar içinde hayal ettiğinden dolayı büyük bir hayal kırıklığına uğramıştır (Tokyay 2005).

Auge'a (1990) göre, çağdaş alışveriş merkezi, içinde "yok-yer" ya da "yok-mekan" oluşturulan bir yapıdır. "Yer", kent mekanında kullanıcı tarafından deneyimlenen her türlü etkinliği barındırır. Kamusal belleğin oluşumuna katkısı bulunan "yer" hissi, alışveriş merkezinde ortadan kalkar. "Yer", bünyesinde fiziksel ve kronolojik ilişkiler, tarihsel süreklilik, anlam ve ait olma hissi barındırır, "yer"-sizlik ise anlamın kaybı demektir. Kendimizle hiçbir özel bağlılık kuramadığımız ya da geleneksel anlamda buluşma ve toplanma mekanı olarak fonksiyon sağlamayan kamusal kullanımın mekanlarını yer-olmayanlar olarak tarifler.

Kapalı alışveriş merkezlerinin altında yatan amaç, iç mekan tasarımıyla fiziksel ve görsel karşıtlık yaratarak insanlara dışarıda olma hissi vermektir. Yapı, içerisinde iç mekanlaşmış çağdaş bir kamusal alanlardır.

Kapalı alışveriş merkezinin kendine ait bir ekolojisi vardır. Zamanın geçtiğine ait herhangi bir işaret yoktur. Günün herhangi bir saati olabilir. İçerideki ışık miktarı sabittir. Aynı şekilde mevsime yönelik bir işaretle bulunmamaktadır. İçerisi sabit bir sıcaklıkla sonsuz bir bahar ve sonsuz bir gündüz yaşamaktadır. Bu tüketim toplumunun ütopyasıdır. Her mevsim ve günün her saati kesintisiz tüketim imkanı. 24 saat kesintisiz alış-veriş ütopyası, “vakit nakittir” sözünü doğrular. Zaman istenildiği gibi bölümlenir, doğadan kopartılır. Zamana yönelik her türlü kısıtlama (gece-gündüz, yaz-kış) ortadan kaldırılmıştır. Büyüklük, dışı gereksiz hale getirince, iç önem kazanır ve yeni bir kamusal biçimi kurar. Kamusallığı içe dönüktür. Alışveriş merkezleri yeni bir kent anlayışına işaret ederler. Her şeyi bir çatı altında toplamanın anlamı budur. Kendi kendine yeten, insanların tüm ihtiyaçlarını karşıladıkları yeni kentsel ve kamusal alanlardır. Mağazaların sıralandığı boşluk cadde ya da sokak işlevi görür. Dinlenmek için banklar ya da küçük kahveler bulunur. Çocuklara yönelik oyun alanları da, parklardaki açık oyun alanlarının karşılığı olarak bu alanda bulunurlar. Yemek yenilen bölüme “restaurant meydanı” adı verilmiştir. Yine bu alan çeşitli yapay ya da gerçek bitkiler ile süslüdür. Kısacası bir kentin sokağında, caddesinde meydanında bulunan her şey vardır. Üstelik kontrollü, zamanın, karanlığın, sıcak ya da soğğun, yabancıların, suçun olmadığı bir şekilde gerçekleşir bu durum (Yırtıcı ve Uluoğlu 2004). Zaten tamamıyla içe dönük mekan kurguları bu yapıların her yere ait olmalarını olanaklı kılar. Kentsel mekanların azalması kentin kimliğine ait öğelerin azalması anlamına gelir. Kapalı alışveriş merkezlerinde, kamusal alan yeniden yaratılır. Bu yapılarda, yapı bir kent parçası biçiminde ele alınır, kent iç mekanlaşır ya da kent mekanı yapılaşır.

Mekanın canlılığı ve yaşanabilirliği açısından ihtiyaçların karşılanması tek başına yeterli olmamakta, mekanın tasarım özellikleri, yakın çevresi ile ilişkisi, yönetimi ve bakımı, konu ile ilgili önemli etkenler olarak karşımıza çıkmaktadır. Örneğin Ankara’da Çankaya ‘da yer alan Atakule, Dreamland’in ilk açıldığı yıllarda çocuklu aileler için çekim merkezi olan fakat yıldızı çabuk sönen bir mekan. Evlenen çiftler ve konukları da olmasa insana hasret. Erken açılmış olması bu şansı kullanabilmesi için yetmemiştir. Sinema ve Tansaş’la biraz toparlanabilmesi umuldu ama hala boş olacak.

Alışveriş merkezi tasarımında, mekanın dikkati toplayacak bir görsel odak etrafında basit ve açık bir dolaşım şeması çerçevesinde kurgulanması, mekanda bölümlenmelerin ve belirli bir ritmin hissedilmesi ile kullanım kolaylığı açısından gerekli olmaktadır. Uzun koridorlardan sonra geniş boşluklar daha çok psikolojik ferahlık içindir.

Mekanın sınırları görünmez kılarak, normalde kapladığından çok daha büyük görünmesini sağlamak için oluşturulan atriumlar, merkezi ve ya doğrusal kullanıma bağlı olarak oluşturdukları hacimsel boşlukla, devasal mekan duygusu verirler (Süer 2001).

Çoğunlukla zemin katlarda oluşturulan bu boşluklarda kafeteryalar kurulmaktadır. Üst katlarda ise bu boşluklardan tüm katlar aynı anda görülür ve insanların hem birbirlerini hem de mekandaki etkinliği algılamalarını sağlar.

Kent merkezlerindeki gibi dinlenme, toplanma görevlerindeki boşluklardan farkı özel kamusal alanlar olmalarıdır. Kapalı alışveriş merkezinin içinde barındırdığı işlevlere ek olarak sergi, moda gösterileri, yarışmalar gibi etkinliklere mekan oluşturmaktadır. Ayrıca insanların buluştuğu, dinlendiği ve bir şeyler yiyip içebildiği restoranlar için de hareketli ve merkezi mekanlar sağlamaktadırlar.

Kapalı alışveriş merkezlerinin çoğunun mekan organizasyonunda seçeneksiz, doğrusal, dolayısıyla tekdüze ve yönlendirici bir düzenleme hakimdir. Kent mekanında yollar mekanları birbirine bağlar. Düğüm noktaları adı verilen toplanma mekanlarında, insanlar duraklama ve sosyal etkileşime katılırlar. Kapalı alışveriş merkezlerinde atriumlar ve büyük mağazalar gibi düğüm noktaları ile bu bileşenleri birbirine bağlayan doğrusal dolaşım tek doğrultulu (seçeneksiz) mekan organizasyonu, kentteki mekansal çeşitliliğe yer vermeyerek kullanıcı hareketini yönlendirir.

İç mekânlarda doğal kentsel peyzajı taklit bile edemeyecek denli zayıf peyzaj önerileri olan yapay ağaç ve bitkiler, insanların karşılaştıkları bir başka hayal kırıklığıdır.

Kamusal mekanlara ulaşılabilirlik kavramı kullanılabilirliği açısından önemlidir. Ulaşılabilirlik, fiziksel olduğu kadar psikolojik yönden de ele alınabilir. Mekan kullanıcılar tarafından kolaylıkla görülebilir ve girilebilir olmalı, mekanın kullanım amaçlı ve kullanılabilir durumda olduğu mesajı açıkça verilmelidir.

Ulaşılabilirlik kavramı ise fiziksel, görsel ve sembolik ulaşılabilirlik olarak üç boyutta ele alınmaktadır (Sağlar 1998).

- **Fiziksel ulaşılabilirlik**

Fiziksel ulaşılabilirlik, kullanıcı gruplarının, yaş ve fiziksel nitelikler bakımından ayırım göstermeksizin, herhangi bir fiziksel engelle karşılaşmamalıdır. Kamusal mekan tasarımında engelli veya yaşlı insanlar tekerlekli sandalye kullanan, bebek arabası olan, kullanıcı girişini kısıtlayan öğeler olmamalıdır.

Fiziksel ulaşılabilirlik kavramı ile ilgili diğer bir konu ise, mekanın kentsel dolaşım ağıyla olan ilişkisidir. Kamusal mekan ve dolaşım akslarının bağlantısının, tasarım aşamasında iyi kurgulanması gerekmektedir. Kamusal mekanlar, mevcut dolaşım ağı ile görünür yollarla bağlanmalıdır. Ulaşım ve sık kullanımın getireceği hareket boyunca oluşacak çizgisel rotalar veya ağlar, mekana zenginlik ve genişlik hissi vermektedir (Lynch, 1990). İç mekan ve dış mekan arasında da maksimum ölçüde geçiş sağlanmalıdır (Oktay, 1999).

- **Görsel ulaşılabilirlik**

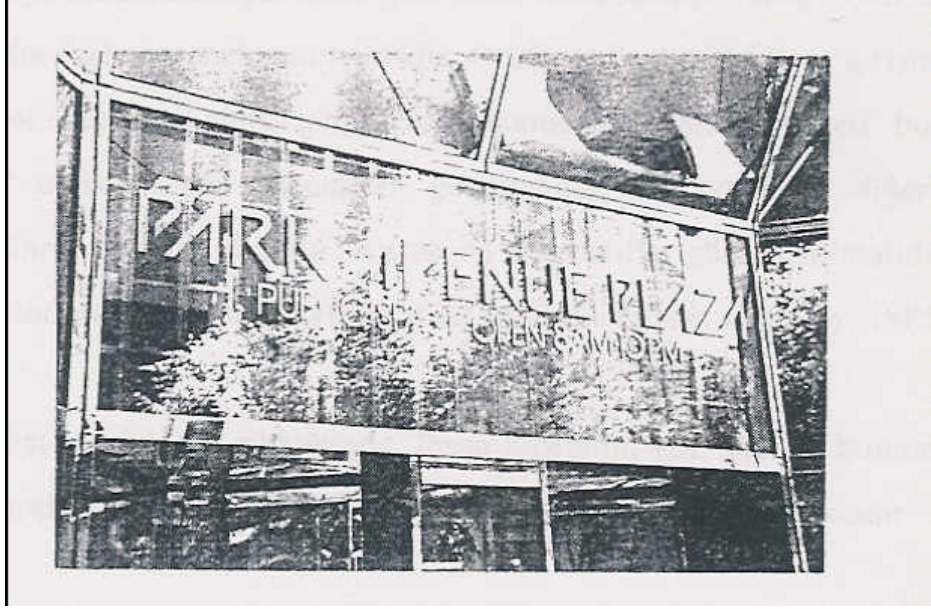
Görsel ulaşılabilirlik, dışarıdan bakıldığında kamusal mekanın tam olarak algılanması, potansiyel kullanıcı ile arasında herhangi bir görsel engel bulunmamasıdır. Görsel ulaşılabilirlik veya görünürlük kavramları, insanların bir mekana girişte özgür olduklarını hissetmeleri açısından önem taşımaktadır (Carr ve diğ., 1992). Görsel olarak algılanamayan mekanlar, fiziksel açıdan iyi tasarlanmış ve uygulanmış olsalar bile yeteri kadar kullanılmamakta, kullanıcı sayısının azlığı ise diğer insanların mekanı kullanma isteklerini azaltmaktadır. Görsel ulaşılabilirlik mekan güvenliği açısından da önem taşımaktadır. Algılamamanın eksik olduğu mekanlar hem kullanım, hem de toplum ve kanun önünde suç sayılan eylemlerin odağı olma açısından güvensiz olarak nitelendirilmektedir.

Görsel ulaşılabilirlik kavramı, alanın algılanan güvenliği ile ilgilidir. Kamusal mekanda gözün ulaşamadığı, gizli köşeler, kör noktalar güven hissi vermez.

Alışveriş merkezleri, büyük kapalı kutu olarak kendilerini çevreden kopararak, soyutlar. Dışarıya açılan büyük şeffaf açıklıkları yoktur. Büyüklük, dışarıyı gereksiz hale getirmiştir. bu iki yönlü olarak işler. Bir yandan çevresi ile ilişki kurmaz, diğer yandan içerisini de kendi kuralları ile işleyen bir mekana dönüştürür (Yırtıcı, 2004).

- **Sembolik ulaşılabilirlik**

Sembolik ulaşılabilirlik ise mekanın potansiyel kullanıcılara açık ve kullanıma hazır olduğu mesajının verilebilmesidir. Aynı zamanda mekana kimlerin kabul edildiğinin sembolik göstergeleri vardır. Örneğin Armada gibi bir alışveriş merkezinde pahalı dükkan ve kafelerin varlığı belli bir kullanıcı grubuna hitap edildiğini gösterir. Ancak kimi kapalı alışveriş merkezleri kamuya açık olduğunu tabelayla duyurmaktadır.



Şekil 4.18 Park Avenue Plaza 'Kamusal mekan, 8.00 -22.00 arası açıktır'(Attoe and Logan 1989)

Kamusal mekanlar kullanıcı, yapı ve yakın çevresi ile kurduğu ilişkilerle çeşitli anlamlar kazanmaktadır. Anlamli mekanlar insanların kişisel yaşamları, mekan ve daha geniş açıdan bakıldığında dünya ile güçlü bağlar kurmalarını sağlamakta, fiziksel ve sosyal kavramlarla ilişkilerini güçlendirmektedir. Anlamli mekanlar, insanın huzur ve ait olma duygusu hissettiği, yaşamlarının önemli parçaları haline gelen özel yerlerdir. İnsan ve mekan, yani içerik ve tasarım arasında bir kimlik duygusu olmalıdır (Blaser 1996). Bunun gerçekleşmesi için mekanların kullanıcı istek ve ihtiyaçları ile uyum içinde olmaları; kişiye konfor, güvenlik ve diğer insanlar ile iletişim imkanı sunmaları gerekmektedir. İyi bir mekan kişiye ve onun kültürüne uygun olan, içinde yaşadığı toplumun, kendi geçmişinin, hayat içindeki yerinin ve tüm bunları kapsayan zaman - mekan evreninin farkında olmasını sağlayan mekandır (Lynch 1990).

Anlamın oluşması, kişi ve mekan arasındaki karşılıklı iletişim ve etkileşim sürecinin bir sonucudur. Kentlerdeki kamusal mekanlar işlevsel, sembolik, algısal veya iletişimsel

mesajlar içermekte (Trancik 1986); bu mesajlar ise yapıların kütle, cephe, mimari elemanları, taşıdığı kültürel değerler ve işaretler ile ifade edilmektedir. Mekan ve kullanıcı arasındaki etkileşim hem kullanıcı, hem de mekan üzerinde değişime neden olmaktadır. Mekanın değişimi, kullanıcı için anlam düzeyini ve niteliğini de değiştirmektedir (Sağlar, 1998).

Kamusal mekanlar geçmişten geleceğe kültürel sürekliliğin ve kimliğin sürdürülebilirliğini sağlayan yaşam ortamlarıdır. Kent kimliğinin oluşmasında bireysel kimlikten öte, tarihi ve kültürel mirasa paralel olarak çevresi, flora ve faunası ile doğal özellikleri kentin kimlik gelişiminin bir başka organik boyutunu ortaya koymaktadır. Kimlik, günümüzde yaşanan değişim ve aynılaşıma süreci içinde mekanların ayırt edici özelliklerini yansıtarak farklılaşmasını, kendine özgü değerleri korumasını sağlar (Korkmaz ve Şatır 2005).

Şehirlerde yoğun yapılaşma ile yayaların dolaşımına ait azalan kentsel mekana toplumsal olarak gereksinim duyulur ve gereksinim duyulan bu olgu başka bir ortamda yeniden yaşam bulur. Bu durumda, kent mekanı yapı içinde yeniden tanımlanır ve kamuya başka bir kanaldan hizmet vermeye devam eder.

Bu durumda dünyanın her yerinde gitgide birbirine benzemeye başlayan kamusal iç mekan düzenlemelerinin başarısı mekansal kimlik ve toplumsal kimlikle etkileşimleri açısından ciddi şekilde sorgulanmalıdır. Akmerkez, Metrocity gibi günümüzün gözde alışveriş mekanları acaba İstanbul'un en eski kapalı kamusal alanlarından olan Kapalı Çarşı ya da Mısır Çarşısı gibi mekanların toplumsal hayata kattığı değerlere sahip midirler?

Hipermarketler ile başka bir toplumsal yapılanmanın ürünü olan “kapalı çarşı”lar arasında paralellik ve süreklilik kurma yönünde bir eğilim vardır. Ancak, ikisi ayrı gerçeklerdir. Kapalı çarşı insan ihtiyaçları ile belirli bir toplumsal örgütlenme sonucunda üretilen ve tüketilen nesnelerin bulunduğu bir mekansal organizasyondur. Hipermarketin kendisi ise,

modern kapitalist toplumun hiper-gerçekliği içinde üretilen, bu hiper-gerçekliğin cisimleştiiği bir mekansal organizasyondur, bir kökeni yoktur.

İnsanlar arasında tüm kentlerin benzersiz olduğu düşüncesi yaygındır. Her kentin kendi tarihi, coğrafyası, geleneği, rengi, yerel kimlikleri, yapıları, malzemeleri ve mekansal örüntüsü olduğu düşünülür. Ancak son zamanlarda kentler banliyöleri ve benzer iletişim ağları ile daha çok birbirine benzemeye başladı. Bouchet, bu değişimi yaratan ve yerlileri benzer biçimlerde dönüştüren en temel sebebin kitle tüketimi olduğunu belirtmiştir. Bu tüketimin yarattığı benzer "yer"ler sadece alışveriş merkezleri olarak gündelik yaşamın içine girmiş olan tüketim mekanları değildir. Bu mekanlar aynı zamanda alış-veriş zincirleri, turistik mekanlar, temalı parklardan oluşan kentsel peyzajlardır. Burada sözü edilen "peyzaj" (kentsel peyzajlar) (urban landscapes) terimi daha çok büyük ölçekli kamusal mekanlar için kullanılmaktadır. Doğal peyzajların tersine söz konusu olan peyzaj kavramı daha çok görselliğin ya da görüntünün önemsendiği "yapaylık" ve "geçicilik" gibi özellikler sergileyen yerlere karşılık gelmektedir. Bu anlamda inşa edilmiş birçok yapı ya da bölge herhangi bir yerde inşa edilmiş olabilir. bu yapı içinde kamusal mekanlar da kamusal ürünlere dönüşmektedir (Yılmaz 2001).

#### **4.4 Araştırma Alanları**

##### **4.4.1 Armada Alışveriş Merkezi**

Kentin yeni gelişmekte olan Eskişehir Yolu'nun Söğütözü mevkiinde yer alan Armada alışveriş merkezi 2002 yılında hizmete girmiştir.

Armada, bölgenin ve özellikle konumu nedeniyle bu kentsel noktanın, alışveriş ve eğlence yaşantısının çok çeşitli açılımlarına uygun olduğu bir noktadır.

Armada alışveriş merkezinin yer aldığı Eskişehir Yolunda, 5 üniversite ( ODTÜ, Hacettepe, Bilkent, Başkent ve Çankaya) bulunmaktadır. Ayrıca Armada'ya birkaç dakika mesafede Başbakanlık, AB Genel Sekreterliği, Hazine Müsteşarlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Dışişleri Bakanlığı, Sayıştay, Ulaştırma, Çalışma ve Sosyal Güvenlik, Turizm Bakanlıkları, Trafik ve Bayındır Hastaneleri, Varan, Ulusoy ve AŞTİ terminalleri bulunmaktadır.

Armada bir alışveriş ve iş merkezi kompleksidir. Yaklaşık 30.000 metrekare büyüklüğünde bir arsa üzerinde toplam inşaat alanı 125.000 metrekare olup, 21 katlı bir ofis kulesi ve alışveriş merkezi bloğu olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır.

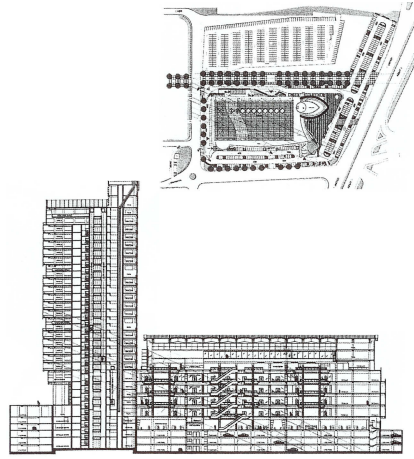
Alışveriş merkezinin Eskişehir Yolu üzerindeki ana girişi, büyük kentsel mekanda başlayan ve iç mekana kadar uzanan yol gösterici aydınlatma elemanları ile aydınlatılmıştır. Üç katlı yüksekliği olan bu mekan, cam cepheden doğal aydınlık alırken, ayrıca tavanda ve yan duvarlarda bulunan aydınlatma elemanları ile de aydınlanmaktadır. Alt çarşı katından başlayan ve sinema katına kadar ulaşan ikili panoramik asansör ve arkasındaki ana danışma bankosu, yönlendirme panoları bu holde bulunmaktadır. Bu noktadan sonra iki kola ayrılan dolaşım alanlarında, garaj alanından itibaren devreye giren yürüyen merdivenlerle ve dairesel yaya merdiveni ile düşey trafik düzenlenmiştir.

Bu koridorların her biri büyük atrium (galeri) boşluklarında birleştirilerek akıcı bir dolaşım şeması sağlanmıştır. Dört ayrı renkle özdeşleşecek atriumlar ziyaretçiler için birer buluşma noktası olmaktadır. Bu atriumlar başladıkları alt zemin katında çeşitli fonksiyonlarla donatılmıştır (kafeler, ana promosyon alanı, ve Armada havuzu). İki atrium fast food katında yüksek tonoz tavana kadar yükselirken diğer ikisi değişik katlarda çeşitli ışık animasyon kubbeleri ile bitirilmiştir.

Binanın iki uzun yan cephesindeki girişler haricinde arka cephede market katına açılan girişle 4 ayrı noktadan yaya trafiği sağlanmıştır.

Üç bodrum katında projelendirilmiş 1800 araçlık otoparka ek olarak, 1000 araçlık açık otopark ve ofis katlarının kiracılarının kullanımı için ayrılmış 300 araçlık kapalı otopark ile toplam 3100 araçlık otopark kapasitesi bulunmaktadır.

Yaklaşık 32.000 metrekare kiralanabilir alana sahip Alışveriş Merkezinde, yaklaşık 45 metrekare ile 3.500 metrekare arasında değişen büyüklükte mağazalar yer almaktadır.



Şekil 4.19 Armada alışveriş merkezi plan ([www.armadasite.com](http://www.armadasite.com), 2006)



Şekil 4.20 Atriumun zemininde şoklanmış palmye ağaçları ile kafeterya (orijinal)



Şekil 4.21 Atriumun üst kattan görünüşü (orijinal)



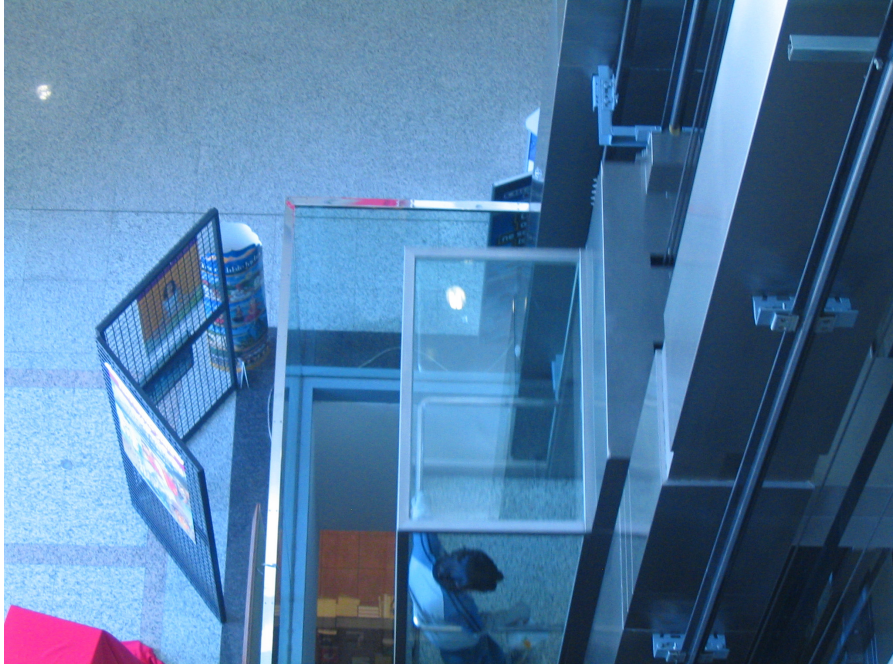
Şekil 4.22 Bitki kasası aydınlatmalar (orijinal)



Şekil 4.23 Oturma birimi ve bitki kasası (orijinal)



Şekil 4.24 Oturma birimi ve bitki kasası (orijinal)



Şekil 4.25 Girişte reklam panosu (orijinal)



Şekil 4.26 Girişte üste nişler içine yerleştirilmiş yapma bitkiler (orijinal)



Şekil 4.27 Üst katta yemek bölümünde şoklanmış bitkiler (orijinal)



Şekil 4.28 Bitki tarhları (orijinal)



Şekil 4.29 Bitkilerle sınırlama yapılmış mekan (orijinal)



Şekil 4.30 Bitkilerle sınırlama yapılmış mekan (orijinal)



Şekil 4.31 Dış mekanda ait bahçe düzenlemesi (orijinal)



Şekil 4.32 Dış mekan otopark alanı (orijinal)

#### 4.4.2 Bahçelievler 7.Cadde

Cumhuriyet ve Başkent ilanı sonrasında, 1928’de açılan uluslararası planlama yarışmasını ünlü Alman şehirci/mimar Prof. Hermann Jansen kazanmıştır (Tuncer 2001).

Bahçelievler, Ulus alanına ve Yenişehir’de Havuzbaşına üçer kilometre uzaklıktadır. Başka bir deyişle, seçilen yer, kentin hem eski hem de yeni merkezlerine eşit uzaklıktadır. Seçilen arsada Orman Çiftliği Spor Alanı’na, Yeni İstasyona ve Gençlik Parkı’na kolay ulaşılabilir olması bu arsayı seçerken göz önünde tutulan özellikleri olmuştur.

Ankara’nın uluslararası bir ünü de, ilk planlı Başkentlerden biri olmasıdır. O yıllarda Canberra ve Brasilia ile hep kıyaslanmış ve Türklerin yeni başkenti’nin güzelliği ve ihtişamından söz edilmiş. Çünkü, Jansen binlerce yıllık tarih ve kültürün izlerini yok etmemiş, Ulus meydanını içerisine alan “Eski şehir”in üstüne değil, onu koruyarak hemen yanına bir “Yenişehir” kurulmasını planlamıştır. Onun planı, Ankara’yı bir “Bahçeşehir” olarak geliştirmektir. Yaya ağırlıklı, düşük yoğunluklu bir başşehir oluşturmak idealini hedeflemiştir (Tuncer 2001).

Jansen Bahçelievler içinde yaşayanların bir yanda doğayla bütünleşmesini sağlarken, öte yandan sokaklarda kentsel bir imaj korumaya çalışmaktadır.

Jansen yolların etrafında kesintisiz bir yapılaşma oluşturmaya çalışmıştır. Bunun için ya bitişik ev bloklarını kullanmakta ya da tek evler söz konusu ise bu evleri tek katlı ince bir blokla bağlamaktadır. Bu tek katlı bağlantının üstünde pergolalarla kaplı bir teras oluşturmaktadır. Evlerin böyle birbirine bağlanması bir yanda sokak cephelerinin sürekliliğini sağlarken öte yandan iki ev arasında bir ucu bahçeye açık iç avluların doğmasına olanak sağlamaktadır.

Ancak inşaatın yapımı gecikince evlerde bazı değişiklikler yapılmıştır. Bahçeli evlerde bitişik ev ve sürekli yapılaşma sokak ilkeleri tamamen terk edilmiş, birbirinden kopuk tek evler hakim tip haline gelmiştir.

Göç sorunuyla karşı karşıya kalan Ankara, artan kent nüfusunu yeni bir plan ile çözümlenmek istemiştir. 1957 Planı, Yücel – Uybadin Planı olarak bilinir ve 750 000 nüfusu hedeflemiştir. Yücel-Uybadin'in kamusallaşma hazırladıkları plan çok kısa süre sonra bir takım değişiklik istemleri ile karşılaşmış ve yozlaşmıştır. Kat ilavesi şeklinde gelişen sistem, dikey büyümeye bırakılmıştır.

Nitekim, 1960'lardan sonra, tek tek yıkılarak çok katlı yenilenen ve bahçeleri sadece adında kalan, "Bahçelievler" bu şekilde oluşmuştur.

Kent merkezinin güneye gelişimi ile eğlence mekanları da alt merkez olarak gelişen Tunalı Hilmi Caddesi ve yakın çevresine yayılırken, merkezde yer alan iş merkezleri ve kamu kuruluşlarının merkez dışına taşınmasıyla, Bahçelievler-7.Cadde ticaret ve eğlence merkezine dönüşmüştür.

#### • **Bahçelievler 7. Caddenin konumu**

Çalışma alanı olarak seçilen 7. cadde, Akdeniz caddesi ile 6. cadde arasında kalan, Bahçelievlerin en işlek alışveriş caddelerinden biridir. Güneyinde, Eskişehir yolu, Ankara'nın en önemli üniversitelerini ulaşımının sağlandığı ana arter haline gelmiştir. İnşaat aşamasındaki metro ağının duraklarının da bu aks üzerinde yerleşmesi gelecekte de bölgenin cazibesini yitirmeyeceğinin garantisidir. Aynı aks üzerinde kapalı alışveriş merkezi Armada kentsel çekim noktası oluşturmaktadır. Caddenin güneyinde milli kütüphane ve bel-pa buz pateni tesisi bulunmaktadır. Caddenin güneyinde yüksekokullar, doğusunda Anıtkabir bulunmaktadır.

- **Bahçelievler 7. Cadde kullanıcıları**

Bahçelievler Eskişehir Yolunun başlangıcında bulunmaktadır. ODTÜ, Hacettepe Üniversitesi ve Bilkent Üniversitesi ne yakın olması nedeniyle öğrencilerin tercih ettiği bir yerdir. Bu aks üzerinde bürokratik kuruluşlar ve üniversiteler yer almaktadır. Bu nedenle öğretim görevlileri ve bürokratların tercih ettiği bir bölgedir. Bürokrat ve öğretim görevlilerinin tercihi sonucu bu aks prestijli bir bölge haline gelmiştir. Taşınmaz fiyatları da buna oranda artış göstermiştir. Burada birçok inşaat firmasının yatırımlarının bulunması, beraberinde lüks alışveriş merkezlerini de çekmeye başladı.

7 . cadde konut alanı olarak kullanılmaktadır. Ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte, ticaret etkinlikleri kotlarda konumlanmıştır. Ticaretin 7. cadde içine girmesiyle cadde alışveriş merkezi niteliği kazanmıştır. Günümüzde, ikinci kata sığrayan ticaret, ağırlıklı olarak muayenehaneler, güzellik merkezleri, bürolar gibi yoğun müşteri sirkülasyonunun olmadığı kullanımlardır.

7. cadde üniversiteler, kütüphane, buz pateni gibi kentsel çekim noktaları arasında kalan geçiş bölgesi olma özelliğini de taşımaktadır. Cadde üzerinde pastane, lokantalar, kafeler, marketler, mağazalar gibi perakende ticaret yanında bankalar, camii, düğün salonu gibi bazı saatlerde yoğun kalabalığa yol açan mekanlarda bulunmaktadır.

Cadde kullanıcıları Bahçelievler semt sakinleri dışında, çoğunluğunu öğrenciler oluşturmaktadır. Çevre yüksekokullar dışında, Bilkent ODTÜ gibi birçok üniversitenin güzergahı üzerindedir.

7. cadde çizgisel form olarak insanların yürüyerek zaman geçirebilecekleri bir koridor şeklinde bir yerdir. Cadde boyunca kalabalık yaya akışı ve araç trafiği baskın olarak bulunmaktadır.

Milli kütüphane alanından başlayan ve 6.sokağın kesişimi ile son bulan düz, dar bir sokaktır. Cadde yedi metre genişliği, yaklaşık on beş metre yüksekliğinde yan binalar bulunmaktadır.

- **Bahçelievler 7. Caddenin alışveriş caddeleri peyzaj tasarım ilkelerine göre değerlendirilmesi**

Trafik hacminin artması sonucu yaya kaldırımları giderek daralmış ve yayalar çok dar bir yaya kaldırımına sıkışmıştır.



Şekil 4.33 Bahçelievler genel görünüm (orijinal)

Bu alışveriş mekanında pasif meşguliyet, çevreyi ve vitrin izlemekten keyif almak olarak tanımlanmaktadır.

Kaldırım üzerinde oturma elemanları bulunmamaktadır.



Şekil 4.34 Bitki tarhları (orijinal)

Kaldırımlarda yaygın olarak *Fraxinus exelsior*, *Acer negundo*, *Sophora japonica*, *Salix babylonica*, *Platanus orientalis*, *Tilia tomentosa*, *Aesculus hippocastanum* türleri bulunmaktadır.

Bu ağaçlar sokağın doğrusallığını vurgulamakta ve sınırlarını çizgileşerek süreklilik hissi yaratmaktadır. Taçları ile yapıları perdelemekte yaz aylarını güneşli günlerinde gölge oluşturmaktadırlar. Ayrıca cadde boyunca yetiştirme alanları belirli ve düzenli bitkisel yapı göstermemekte, genelde kendi formlarını almamış, sağlıksız bireylerdir.

7.cadde üzerinde yaya kaldırımlarda yer alan ağaçlar dışında ilgi çekici başka bir peyzaj elemanı bulunmamaktadır. Kaldırımlarda yol ağacı olarak dikimi yapılan bitkilerin yol ve binalara olan uzaklıkları konusunda da bir standart bulunmamaktadır.

Kaldırımlar bitki dikim yerlerinin farklılıkları ve bitki taç yükseklikleri veya bitkilerin henüz genç dönemlerinde olması nedeniyle yaya hareketinin rahat yapılabildiği mekanlar

olmaktan çok uzaktır. Yollarda bitkiler kendilerinden beklenen fonksiyonları yerine getirememektedir. Bunun nedenleri yetiştirme alanlarının yeterli büyüklüklerde olmaması, bitkilerin bireysel olarak olumsuz çevre koşullarından çok etkilenmesidir.

Otoparkların ve araç yoğunluğunun yayalar açısından ortaya çıkardığı sorunların başında karşıdan karşıya geçişlerde yaşanmaktadır. Park halindeki ve sıkışan trafikteki araçlar arasında geçiş özellikle engelli yayalar için imkansız bir hal almaktadır. Sokak üzerine park eden otomobiller ve yoğun taşıt trafiği ve yol kenarında park eden araçlar yayaların karşı kaldırımını görmesini engellemektedir.

Kaldırımlardaki rampalar çoğunlukla araçların bina yanlarında ve bina arkasındaki otoparklarında kullanılmak üzere yapılmıştır.

Kaldırımda Ankara taşı kullanımı yaygın olmakla birlikte, cadde boyu ticaret mekanlarının önü farklı döşeme taşları ile kaplanmıştır. Bu durum görsel kirliliğe neden olmaktadır. Cadde üzerindeki kaldırım kaplama malzemelerinde birlik ve düzen yoktur. Ayrıca bitki dikim yerleri, uyarıcı levhalar ve diğer yaya kullanımına yönelik donanımlar standartlara uygun ve yeterli düzeyde değildir.

Akşamları bırakılan çöplerin alınmasından sonra oluşan kirlilik, hem insan ve çevre sağlığı hem de görsel açıdan sorun oluşturmaktadır. Oysa kirlenen bölgelerin mutlaka yıkanarak temizlenmesi gerekir.

Çöp kutularının yetersizliği kaldırımdaki çöplerin bıraktığı su, leke ve kokudan anlaşılmalıdır.

Sokak üzerinde yeterli sayıda kısa süreli otopark alanı olsa da yetersiz kalmaktadır. Caddeyle kesişen sokaklarda bu gereksinime cevap verememektedir. Kaldırım kenarında

tek sıra halinde park etmiş araçları günün her saatinde görmek mümkündür. Akşam saatlerine doğru çift sıra parklar oluşmaktadır.



Şekil 4.35 Döşemelerde meydana gelen deformasyonlar için yapılan çalışmalar (orijinal)



Şekil 4.36 Ağaç dikim yerleri (orijinal)



Şekil 4.37 Ağaç dikim yerleri (orijinal)

Yaya ve taşıt trafiğinin yoğun olduğu 7. Cadde üzerindeki aydınlatma elamanları incelendiğinde, eşit aralıklarla yerleştirilmiş, aydınlatma kalıpları aralıklı bir düzendedir. Aynı zamanda yeterli aydınlatma elamanının yer aldığı ancak, akşamları birçoğu yanmadığı için, yol üzerindeki dükkanların kendine ait aydınlatmaları ve üst kattaki daire ışıklarının destekleriyle aydınlatma sağlanmaktadır.

Mevcut aydınlatma elemanlarına uygulanan bakım ve onarım çalışmaları [boya, tamir vs.] yetersizdir. Aynı zamanda estetik açıdan da kent kimliğini yansıtmayacak özellikte değildirler. Bununla birlikte, dekoratif ve insan ölçeğinde olması olumlu yönleri diyebiliriz. Ancak engelliler için düşünülmüş boyutta aydınlatma elemanı yoktur. Çeşitli amaçlar için farklı yüksekliklerde kullanılan aydınlatma elemanlarının varlığı işlevsel açıdan önemlidir.

7.caddede bitki kasaları ticaret mekanlarının önünde, kaldırım döşemesiyle kesişen noktalara yerleştirilmiştir. Bu durum yaya geçişine engel olmaktadır. Daha çok Mağaza önü sınırlarının çizilmesi için ticari müesseseler tarafından yerleştirilmiştir. Bu nedenle cadde üzerindeki bitki kasaları tip yönünden çeşitlilik göstermektedir. Ticaret mekanlarının

önlerinde kendilerine ait bitki kasaları ve aydınlatmalarının bulunması görsel karmaşa yaratmaktadır.



Şekil 4.38 Sınırlayıcı elemanlar (orijinal)



Şekil 4.39 Akşam konservatuar öğrencilerinin konseri (orijinal)

## 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Kamusal dış mekanlar, kentsel aktivitelerin ve insan ilişkilerinin yoğunlaştığı ve aynı zamanda taşıt trafiğinin odaklandığı yerlerdir. Artan otomobil trafiğine koşut olarak yolların sürekli genişletilmeye çalışılması ve trafik talebini karşılamaya yönelik yapılar yapılması, giderek kent merkezlerinin insan ilişkilerine yönelik niteliklerini yitirmesine yol açmaktadır.

Kent, kentlilerin kültürü, yaşam biçimi, alışkanlıkları, sosyal, ekonomik özellikleriyle birlikte yaşayan ve kendi kendini sürekli yenileyen bir bütündür.

Kentsel mekanların sıkışıklığı, yetersizliği ve donanım eksikliği yayalaştırmadan vazgeçilmiş, belli toplanma noktalarında ve erişebilirliği yüksek olan noktalarda kapalı alışveriş merkezleri oluşturulmuştur. Karum, Atakule, Ankamall bu tipte örneklerdir.

Günümüzün kapalı alışveriş merkezleri, kent merkezlerinin tüm faaliyetlerini barındırmakta, yaşlısından gencine, zengininden fakirine herkese açık demokratik bir görünüme sahip gibi görünseler de bir kurum tarafından kontrol edilen, kolay yönlendirilebilen, istenildiği an kapatılabilen özelleştirilmiş yapay bir kent mekanıdır.

Alışveriş merkezlerinde, sokak üzerindeki yayanın serbest dolaşımdan uzaklaşarak, daha fazla alışveriş yapması amacıyla kurgulanmış, belli büyüklükte ve kademelenmede, kapalı bir kutu içerisinde kent mekanı taklit edilir. Aynen sokakta olduğu gibi sirkülasyonun, iç mekanın mimari düzenlemelerinde kentsel mobilyalar ve peyzaj öğelerinin bulunduğu dış mekanın iç mekana taşınmasıyla, taklit edilmiş mekanlardır.

Kamusal mekanların aksine, kapalı alışveriş merkezleri, insanları çok yönlü bir beşerî ilişkiler ağı içinde buluşturan, özgürlük sağlayan bir sosyal ortam değildir.

Bu durumda, kapalı alışveriş merkezleri, ticarileştirilmiş mekan organizasyonu ile kent mekanına ve onun barındırdığı sosyal işlevlere alternatif bir mekan oluşturamaz.

Kent merkezindeki her türlü olanağın tüketiciye sunulması, kapalı alışveriş merkezinin mimar iç mimar ve peyzaj mimarı tarafından kurgusunun en iyi şekilde tasarlanması kentsel yabancılaşmayı artırıcı yönde olabilir.

Kent merkezi ile ilgili planlama kararlarında, yayalara öncelik verilerek, yayaların daha hızlı ve zamandan tasarruf ederek özellikle alışveriş amaçlı gezintilerini gerçekleştirmek için kent mekanında yayalaştırma politikalarının, 'Yer'leri birleştiren bir bütünlük ile de bağlantılarını kurarak yayan yaşanabilen bir şehre dönüştürülmelidir.

Armada alışveriş merkezinin incelenmesinden de görüldüğü gibi, bu yapıda iç mekana alınan (yapılan) kentsel/ kamusal alanda yapılan dekoratif düzenlemeler ve kullanılan peyzaj öğeleri aracılığıyla yaratılan zengin görüntünün ardında, tekdüze ve kullanıcıyı yönlendiren bir mekan organizasyonu yatar. Yapıda gerçek kent mekanına ait özellikler yüzeysel bir biçimde taklit edilir ve mekanda kentin karmaşık ve kaotik ortamını steril bir ortamda yeniden yaratmak amaçlanır. Armada alışveriş merkezinde kent mekanına yapılan mekansal göndermelerin yapaylığı ve salt tüketim odaklı olduğu vurgulanmıştır.

Armada alışveriş merkezini kent mekanından; kentten görsel, fiziksel ve sosyal olarak kopmaktan kurtarmak için kentle ilişkilendirilen dış mekana gereksinim duyar. Ancak Armada alışveriş merkezine ait dış mekan otopark gereksinimini karşılamaktadır. Bu nedenle Armada alışveriş merkezi kentin ticaret işlevini ele almalı, kamusal 7. caddede yaşanmalıdır.

Sokaklardaki canlılık ve insanlar arasındaki ilişkinin kurulabilmesi için sokakların kamusal kimliğini oluşturma çalışmaları yapılmalıdır.

7. cadde kent ölçeğinde çekim gücüne sahip bir toplanma buluşma ve gezinti bölgesidir. Burada kullanım ve kullanıcı çeşitliliği olumsuz etki yaratacak yoğunlukta karşımıza çıkmaktadır. Kuşkusuz bunun önemli nedenlerinden biri kent ölçeğinde eksikliği duyulan yayaya ayrılan mekanların yetersizliğidir.

7. cadde bugünkü kullanımını ile yoğun bir ticari faaliyet merkezi durumundadır. Ancak son yıllarda açılan Armada iş merkezi bölgenin ticari potansiyeline alternatif oluşturmaktadır. Bu noktada caddenin canlılığını koruyabilmesi ve diğer kamusal mekanlara ulaşımında kullanılan bir arter olmasını önlemek amacıyla alanın bir yaya bölgesi olarak yeniden düzenlenmesi olumlu sonuçlar doğuracaktır.

7.caddede önerilen bitkisel çalışmalar için yeterli ödeneğin bütçeden ayrılması gerekmektedir.. Yol ağaçlama projelerinin uygulanması bakım ve onarımın sağlanması için gerekli maddi kaynak başlangıçta belirlenmelidir. Böylece hem her yıl belediye bütçesinden gerekli ödenek ayrılacak hem de yol ağaçlarının diğer yeşil alanlara göre ayrıcalıkları ve önemi daha iyi anlaşılacaktır (Barış ve Şahin 1991).

- 7.caddede çit ve çalı olarak kullanılabilir odunlu bitkiler;

Ankara şartlarında doğal olarak yetişen bazı çalı bitkileri belirli formlar verilerek hem çit bitkisi hem de bahçeler içinde süs çalıları şeklinde kullanılabilir. Bunlardan halk arasında en çok bilineni *Pyracantha coccinea* (ateş dikenini) dir. İlkbaharda beyaz çiçekleri sonbahar ve kışın ise kırmızı meyvaları ile park ve bahçeleri süslemektedir. Bu şekilde kullanılış yanında bu bitkinin çit bitkisi olarak da kullanılmalıdır. Dikenli bir morfolojik yapıda olan bu bitki dikildikten 2-3 yıl sonra budanmak suretiyle çit bitkisi olarak da iyi sonuç vermektedir. Gene çit bitkisi olarak Orta Anadolu şartlarında yetişen *Berberis sp.* ve *Rhamnus sp.* türleri de kullanılmalıdır. Bu çitlerde sarılıcı bir cins olan *Clematis sp.* türlerinin de kullanılmasının, çitlere güzel bir görünüm verecektir (Ekim 1996).

Bahçe ve park düzenlemelerinde ise gene bölgemizde yetişen *Viburnum sp.*, *Colutea sp.*, *Genistca sp.* cinsleri ile *Jasminium fruticans* türünün kullanılabilir. Ayrıca bölgemizin doğal bir türü olan *Rosa sp.* türü kullanılmalıdır. Sarı çiçekleri ile çok güzel bir süs bitkisi olan bu tür (*R. hemisphaerica* veya ona çok benzeyen *R. foetida*) fazla bakım istemeyecek bitkilidir.

Ayrıca gene Ankara çevresinde doğal olarak yetişen ve orman tahrip alanlarının indikatör bitkisi olan diğer bir çalı, *Cistus laurifolius*'un Ankara şartlarına uygun bitkilidir. Güzel çiçekli olan bu türün çiçeklenme periyodu kısa olmakla birlikte, herdem yeşil olması nedeniyle, bu amaçla kullanılabilir (Ekim 1996).

- 7.caddede kullanılacak ağaç formunda bitkiler;

Ankara'daki park ve bahçelerde ülkemiz florasında *Acer sp.*, *Fraxinus sp.*, *Platanus sp.*, *Pinus sp.*, *Cedrus sp.* ve *Cercis sp.* kullanılmakta ise de Orta Anadolu'nun yerli cinsi olan *Quercus sp.* cinsi nedense ihmal edilmektedir (Ekim 1996).

- 7.caddede kullanılacak otsu ve yarı çalı formundaki bitkiler;

Ankara ve ülkemizin zengin floristik yapısı içinde kentlerimizin çevre düzenlemelerinde kullanılacak pek çok cinse ait sayısız tür bulunmaktadır. Bunların belli başlılarından *Astragalus*'un da dahil olduğu *Leguminosae* familyasında çevre düzenlemelerinde kullanılacak çoğu otsu, bazıları ise yer örtücü veya yüksek boylu olup, her iki gruba ait olanlar genellikle güzel çiçeklidirler. Dikenli ve yastık formundaki türler özellikle eğimli arazilerde kullanılabilirler. Yurdumuz iklim şartlarına uyumlu olduklarından uzun süre çiçekli ve yeşildirler. Ayrıca bazılarının meyveleri de güzel ve gösterişlidir. Pek çoğu endemik olan bu türler süs bitkisi, erozyon önleyici ve yüzey kaplayıcı olarak kullanılacak karakterlere sahiptir (Ekim 1996).

Astragalus'un dahil olduğu Leguminosae familyasında çevre düzenlemelerinde kullanılabilirler. çoğu otsu, çalımsı pek çok bitki türü bulunmaktadır. Bunlardan bazıları şunlardır: *Cytisus sp.*, *Genista sp.*, *Lathyrus sp.*, *Pisum sp.*, *Vicia sp.*, *Lotus sp.*, *Coronilla sp.*, *Trifolium sp.*, *Hedysarum sp.*, *Onobrychis sp.*, *Ebenus sp.*

Doğa'da genellikle *Astragalus sp.* ile birlikte rastlanan *Acantholimon sp.*(Kirpi Dikeni) türleri de gerek çiçekleri gerekse kalıcı çanak yaprakları yanında, yastık formunda vücutları ile dikkat çekicidirler.

Süs bitkileri açısından zengin bir diğer familya ise, aynı zamanda çoğu bitkileri kokulu olan Labiatae familyasına ait *Salvia sp.*, *Phlomis sp.*, *Thymus sp.*, *Stachys sp.*, *Sideritis sp.* cinslerinin bazı türleri süs bitkisi olarak yetiştirilebilirler. Ayrıca gene güzel çiçekli *Mentha sp.* (Nane) türleri ne bahçelerin nemli yerlerinde kolayca üretilebilir.

Ranunculaceae familyası da süs bitkileri açısından zengin bir familya olup daha evvelce Geofit'ler arasında ismi belirtilen *Anemone sp.* ve *Ranunculus sp.* yanında *Delphinium sp.*, *Consolida sp.*, *Nigella, sp.* *Aconitum, sp.* cinslerinin güzel çiçekli türleri bu amaçla kullanılabilir.

Campanulaceae familyasından özellikle *Campanula* cinsi ile Caryophyllaceae familyasından *Dianthus sp.*, *Saponaria sp.*, *Minuartia sp.*, *Arenaria sp.* ve *Gypsophila sp.* gibi güzel çiçekli cinsler Ankara şartlarında yetişebilecek türlere sahiptir.

Son yıllarda Avrupa bahçelerinde yaygın olarak kullanılan bir diğer familya ise Boraginaceae familyası olup bu familyadan *Myosotis sp.* türleri halen bahçelerimizde yaygın olarak kullanılmaktadır. Ancak bu familyadan olup süs bitkisi olarak kullanılabilirler ve çoğu yurdumuza endemik pek çok bitki vardır. Özellikle *Anchusa sp.*,

*Echium sp.*, *Onosma sp.*, *Paracaryum sp.*, *Rindera sp.*, *Moltkia sp.* gibi cinsler bu bitkilerce zengindir (Ekim 1996).

Cruciferae familyasına ait çok miktarda bitki halen bahçelerimizi süslemekte ise de gelecekte bu familyadan daha fazla bitki çeşidi park ve bahçelerimizi süslemelidir. Pek çok türü yurdumuza endemik olan *Isatis sp.*, *Alyssum sp.*, *Aurinia sp.*, *Draba sp.*, *Fibigia sp.*, *Hesperis sp.* ve *Anchonium sp.* cinsleri hem çiçek hem de meyveleri açısından güzel görünüme sahiptirler.

Süs bitkilerince zengin bir familya da Compositae familyası olup, bu familyaya ait bitkiler de halen kullanılmaktadır. Ancak bunlardan *Helichrysum sp.*, *Achillea, sp.* *Erigeron sp.*, *Doronicum sp.*, *Tanacetum sp.* gibi endemiklerce zengin bazı cinsler, gelecekte süs bitkisi olarak kullanılacak özellikte türlere sahiptir.

Yurdumuzda çim dışında pek kullanılmayan bir diğer familya da Gramineae familyasıdır. Bu familya son yıllarda Avrupa'da oldukça çok kullanılmaya başlamıştır. Özellikle *Stipa sp.* ve *Pennisetum sp.* cinslerine ait bazı türler gösterişli çiçek ve meyvelere sahiptirler. Ayrıca *Arund sp.*, *Phragmites sp.* ve *Thypha sp.* gibi cinsler de sulak park ve bahçelerde yaygın olarak kullanılacak özelliklere sahiptirler (Ekim 1996).

7.caddede cephe yeşillendirilmesinde kullanılacak bitkiler;

*Campsis radicans*

*Clematis sp*

*Cobaea scandens*

*Eccremocarpus scabur*

*Euonymus fortunei*

*Forsythia suspensa*

*Hedera canariensis "variegata"*

*Hedera telix*

*Humulus scandens*  
*Ipomea purpurea*  
*ipomoea rubro-caerulea*  
*Jasminum nudiflorum*  
*Lathyrus latifolius*  
*Lathyrus odoratus*  
*Lonicera caprifolium*  
*Lonicera Japonica*  
*Lonicera x brownii "Fuchsoides" Parthenocissus henryana*  
*Parthenocissus quinquefolia*  
*Parthenocissus tricuspidata "veitchii"*  
*Passiflora caerulea*  
*Polygonum sp.*  
*Rosa sp.*  
*Solanum crispum*  
*Tropaeolum majus*  
*Tropaeolum peregrinum*  
*Thunbergia alata*  
*Vitis coignetiae*  
(Kemaloğu ve Yılmaz 1991)

Cadde gerek otopark gerekse trafik yoğunluğu bakımından önemli ölçüde otomobillerin kullanımındadır. Yaya bölgesinin çevresel trafik sirkülasyonu ve otopark sorununu çözmeden oluşturulması bölgenin bir kördüğüm haline gelmesine neden olur. Bu amaçla yayalaştırılacak arterler çevresinde geniş otopark alanları tasarlanmalı ve kullanıcıların hizmetine sunulmalıdır.

Daha sonrasında yapılacak çalışmalar, çözümlenmiş bir trafik akımı üzerine oturtulmalıdır. En doğru trafik çözümlemesi için kısmi yayalaştırma çalışması yapılabilir.

1.çözüm önerisinde hafta sonu yaya trafiğinin yoğunlaştığı 11.00-23.00 saatleri arasında toplu taşıma araçları dışında araç kullanımına izin verilmemelidir. Bu uygulamada trafikte meydana gelen olumsuzluklar belirlenip çözümler oluşturulmalıdır. Kullanıcı ve mağaza sahiplerinin fikirleri anketlerle belirlenmelidir. Yapılan değerlendirme sonucunda yayalaştırma çalışması hafta içi uygulanmalıdır. Bu uygulama için en son adım toplu taşıma araçlarına farklı bir güzergah bulmak olmalıdır.



Şekil 4.22 Çözüm önerisi 1

2. çözüm önerisindeki çalışmada 7. cadde üzerinde taşıt trafiği belli aralıklarla ara sokaklara verilerek, araçsız yaya mekanları oluşturulabilir. Trafik yönü mevcut akış yönünde; Akdeniz caddesinde 6. cadde yönünde devam etmelidir. Cadde üzerindeki 17., 21., 27. ve 19. sokaklarla trafik akışının sağlanmasıyla 22 ve 27 ile 27 ve 19. sokaklar arasında yayalaştırma çalışmaları için trafikten arındırılmış mekanlar oluşturulabilir. Tek yönlü ve tek şeritli düzenlenen trafikte aracın geçmediği kısımlarda ise otopark oluşturulabilir. Cadde üzerinde otopark bu niteliğinde park yerlerinin yapılması kent trafiğine ekleyeceği yük, hava kirliliği ve arazi kullanım kararları açısından düzenleme değerlendirilmelidir. Ek 2 de detaylı güzergah proje üzerinde verilmiştir.



Şekil 4.23 Çözüm önerisi 2

3. çözüm önerisinde zaten çok kısıtlı olan açık alanlar otopark ihtiyacını bugün dahi cevap veremediğinden çok katlı ve yeraltı otopark tasarımları geliştirilmelidir. Otopark sorunu çevre sokaklarda giderilmemektedir. Ancak çok katlı otopark yapımı ihtiyaca cevap verebilecektir. Mekan trafiğe kapatılmalı ancak kısa süreli park, engelli otoparkı olarak yararlanılacak araçların ve dükkanların servis gereksinimi karşılanmalıdır.



Şekil 4.24 Çözüm önerisi 3

Trafik düzenlemesi oluşturulduktan sonra altyapı çalışmaları yapılırsa hem ekonomik hem de kısa sürede yaya mekanı oluşturulmuş ve hayata geçmiş olur.

Bu eksiklik kullanılan çiçek kasalarıyla bütün oturma birimleri düşünülebilir.

*Fraxinus exelsior*, *Sophora japonica* kök yapan türlerinde bazı kullanma yerleri için seçilmeleri sakıncalı olur. Bunlar kaldırımlarda kökleri ile beton veya plakları kaldırarak problemler yaratabilir. *Tilia tomentosa*, dış koşullara dayanıklılığı, yaprak altlarının gümüşü rengi, kokulu çiçekleri, sonbahar yaprak rengi, başlangıçta hızlı büyümesi nedeniyle tercih edilmiştir.

Ayrıca, ulaşım planlamasında alınan kararların, kentsel gelişimi yönlendirecek politikalarla, kentsel tasarımda yaya mekanları düzenlenmesine kadar tüm noktalarda politikalar ve izlenen stratejilerin birbirinin bütünleyicileri olması gerekmektedir.

Yollar standartlara uygun hale getirilmelidir. Yolların sürücü ve yaya trafiğinin emniyetini sağlayacak şekilde düzenlenmesi için yatay ve düşey ölçekte tüm elemanların kentlilik bilincini geliştirecek, rekreasyonel şekilde düzenlenmesine yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Yaya mekanında, yaya alanlarının yanında ve bisiklet yollarının da bulunması ile ulaşımın bir ölçüde de olsa rekreasyon faaliyeti haline gelmesi sağlanabilir.

Yaya yolu olarak düzenlenmesine yönelik çalışmalar kapsamına yol kenarlarında binalarla kaldırım arasındaki boşluklar, özel bahçeler, cepheler, balkon teras ve çatılar da alınmalıdır. Bu çalışma ile yaya mekanlarının genişletilmesinin yanında, cephe yeşillendirmesinin kent ekolojisine katkıları, kentliye sunabileceği sağlıklı çevre, kent silüetine ve mekana katacağı görsel zenginlik unutulmamalıdır.

7.caddede hem işlevsel hem de estetik açıdan bütüncül bir düzenleme gereklidir. Dar olan

bu cadde de, trafik düzenlemesine ve servis trafiğini engellememesi adına, karmaşa yaratacak bir düzenlemeden kaçınılmalıdır. Bu amaçla örneğin, zemin düzenlemesi yenilenebilir, aydınlatma elemanları ve çöp kutuları eklenebilir, oturma elemanları öncelikle ağaç altlarında düşünülebilir. Bütün donatı elemanları arasında dil birliği sağlanmalıdır.

Planlama aşaması bölge halkının istek ve görüşleri göz önüne alınarak oluşturulmalıdır. Ancak bazı durumlarda katılımcılar yeteri kadar konu ile ilgili bilgilendirilmediklerinden negatif ve önyargılı davranışlar sergileyebilirler. Bu, her kesimden halkın alanın yeni durumu hakkında çok iyi bir şekilde bilgilendirilmesiyle çözümlenecektir.

Rahat bir alışveriş, egzoz gazı olmadan, gürültüsüz bir ortamda yapılan alışveriştir. Ancak alanda hedeflenen amaçlar sadece rahat bir alışveriş değildir. Bunun yanı sıra her yaşta kullanıcının faydalanabileceği ünitelerin bulunması, güvenliğin tam sağlanması, acil durumlarda müdahale kolaylığı, yıl boyu kullanılabilirlik, sanatsal ve kültürel aktiviteler, yeşil doku, kolay ulaşılabilirlik, eksiksiz ve düzenli bakım ve onarımdır.

İnsanların kullandıkları mekanı sahiplenmesi ve özen göstermesi mekanın oluşumu ve gelişiminde önemlidir. Cadde yeniden tasarımı sırasında, dükkan sahipleri sokağın iyileştirilmiş fiziksel niteliğine uyum sağlamak amacıyla, iş yerlerini daha uygun duruma getirmek için yenileştirici çabalar gösterecektir

## KAYNAKLAR

- Abalı, A.Z. 1990. Küçük Ölçekli Perakende Alışverişin Kent Merkezine Katkısı. Yapı, (109); 52-56.
- Anonymus. 2006. [www.armadasite.com](http://www.armadasite.com), 2006. Erişim Tarihi 17.05.2006.
- Anonymus. 2006. <http://www.bigfoto.com/europe/italy/rome/forum-romanum>, 2006. Erişim Tarihi 17.05.2006.
- Anonymus. 2006. [http://www.miracleplayers.org/emperorsofrome/images/roman\\_forum](http://www.miracleplayers.org/emperorsofrome/images/roman_forum), 2006 Erişim Tarihi 17. 05. 2006.
- Anonymus. 2006. <http://www.webshots.com>, 2006. Erişim Tarihi 17.05.2006.
- Anonymus. 2006. <http://www.wowturkey.com/forum/viewtopic>, 2006. Erişim Tarihi 17.05.2006.
- Aslanboğa, İ. 1986. Kentlerde Yol Ağaçlaması. Tübitak Yapı Araştırma Enstitüsü, Uygulama Kılavuzu, 58 s., Ankara.
- Attoe, W. and Logan, D. 1989. American urban architecture: catalytists in the design of the City. University of California Pres, 151 p. USA.
- Auge, M. 1995. Non-Places: Introduction to an Anthropology of Supermodernity, Verso Books. 27-29 p. USA.
- Aydın, M. 2003. Kamusal Alan ya da Siyasetin Ön Bahçesi, Sivil Toplum. 1 (4); s.7-18.
- Başal, M., Memlük, Y. ve Yılmaz, O. 1993. Peyzaj Konstrüksiyonu. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, s. 170. Ankara.
- Barış, M.E. ve Şahin, Ş. 1991. Ankara Kenti Yol Ağaçlarının Sorunları ve Çözüm Önerileri. Peyzaj Mimarlığı Dergisi, (30); s14-17.
- Bayraktar, N. 2005. Alışveriş Merkezlerinin Kentsel-Kamusal Mekan Özellikleri/Ankara Örneği .G.Ü. Fen Bilimleri Dergisi, 18 (2);289-301.
- Beddington, N. 1991. Shopping Centers: Retail Development, Design and Managment. Butterworth Architecture. 95-103 p. USA.
- Bednar, M.J. 1986. The New Atrium Mcgraw. Hill Book Company, 35-36p., New York.
- Blaser, W. 1996. Helmut Jahn transparency. Boston, 10p. Berlin

- Carr, S., Francis, M., Rivlin, L. ve Stone, A. 1992. Public space. Cambridge University Press. 92-160p, Cambridge.
- Çavuş, D. 1999. "An historic account of retail architecture." Yüksek lisans tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi.
- Çelik, D. 1995. Temel Tasar Ve İç Mekanda Bitkisel Düzenleme, Doktora Semineri, Ankara Üniversitesi, Ankara, 17-34.
- Cezar, M. 1985. Anadolu Öncesi Türklerde Şehir ve Mekan, İş Bankası Kültür Yayınları, 183 s., İstanbul.
- Çıkrıkçı, İ. 1999. Alışveriş Merkezlerinde İç Mekan Oluşumu Açısından “ Atrium” Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe, s.112.
- Çubuk, M.1991 Kamu Mekanları ve Kentsel Tasarım Kamu Mekanları Tasarımı ve Kent Mobilyaları Sempozyumu 1991, 15-17s., İstanbul.
- Demirel Ö., Yaşar Y. ve Öztürk B. 2004. Kentlerde Mekan Tanımlayıcı Öğelerin (Cansız Elemanlar Ve Donatılar) Kent Yeşili İle Birlikte Mekansal Kurgu Rollerini, TMMOB Peyzaj Mimarları Odası Peyzaj Mimarlığı 2. Kongresi, Ankara, s. 372-376.
- Dinsmoor, W. B. 1975. The Architecture of ancient Greece. London, 335p.
- Dökmeci, V. 1995. Tüketime Değişmesi ve Mega Çarşılar. Yapı, (158); 66-70.
- Ekim, T.1996. Ankara'nın Çevre Düzenlemelerinde Kullanılabilecek Doğal Bitkilerimiz Gazi Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi, Botanik Anabilim Dalı, 20-23.
- Göçer, O.1984. Şehirlerde Ticaret Alanları, İTÜ Matbaası, İstanbul.
- Gruen, V. 1960.Shopping Towns. USA.(85-88) Van Nostrand Reinhold, New York.
- Gülgün, B. ve Türkyılmaz, .B. 2001. Peyzaj Mimarlığında ve İnsan Yaşamında Ergonominin Yeri-Önemi ve Bornova Örneğinde Bir Araştırma. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi. (38) ;127-134s.
- Hepcan, Ş. ve Sönmez, E. 2004. Kentsel Kamusal (Dış) Mekanlar Sistemi İçinde Sosyal Bir Mekan Olarak Açık Pazar Yerlerinin Rolü, TMMOB Peyzaj Mimarları Odası Peyzaj Mimarlığı 2. Kongresi, Ankara.
- Kemaloğlu, A. ve Yılmaz, O.1991 Cephe Yeşillendirmesinin Kent Ekolojilerine Katkıları Peyzaj mimarlığı (30);18

- Kemaloğlu, A. 1990. Atriumlarda Peyzaj Mimarlığı Açısından Tasarım Ve Uygulama İlkelerinin Saptanması Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi Ankara Üniversitesi, Ankara, 119.
- Koç, H. ve Sönmez, E. 1999. Yaya Mekanlarının Değişen Anlamı. İstanbul 23.Dünya Şehircilik Günü Kollokyumu, 3. Bin Yılda Şehirler/Küreselleşme-Mekan-Planlama.
- Kurtich J. and Eakin G., 1993. Interior Architecture. International Thomson Publishing, 123-125 p. London.
- Konuk, G. 1987. Türkiye’de Kentsel Mekanların Düzenlenmesi, Tübitak 48s., İstanbul.
- Korkmaz, E. ve Şatır, S. 2005. Kamusal Mekanlarda Kimlik Olgusu. Yapı, (281).
- Küçükerman, Ö. 1991 Endüstri Tasarımı ve Kent Mobilyaları Kamu Mekanları Tasarımı ve Kent Mobilyaları Sempozyumu 19-21.
- Lynch, K. 1990. City sense and city design: writings and projects of Kevin Lynch. The M.I.T.Press. 112-113 p., Cambridge.
- Oktay, D. 1999. Kentsel ortak mekanların niteliği ve kent yaşamındaki rolü.Yapı, 207. 55 s., İstanbul.
- Özaydın G., Erbil, D. Ulusoy, B. 1991. Kamu Mekanları Tasarımının Tamamlayıcısı Olarak Bildirişim Öğeleri. Kamu Mekanları Tasarımı ve Kent Mobilyaları Sempozyumu 1991, İstanbul.s.63-75
- Özdemir, D. 1999. Alışveriş Merkezlerinin Kısa Tarihi -Pazaryerinden Shopping Mall'a. Hürriyet Gazetesi. 14 Aralık 1999.
- Pevsner, N. 1976. A History of Building Types. London: Thames and Hudson Ltd.
- Ritzer, G. 1996. The McDonaldization of Society, An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life, Pine Forge Pres, 30-45 p.
- Rubenstein, H.M. (1992). Pedestrian Malls, Streetscapes and Urban Spaces. John Wiley & Sons Inc., New York.
- Sağlar, R. V. 1998. Kamusal Mekanlar ve Tasarım İlkeleri. Yüksek lisans tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi. 89-130s.
- Savaş, E. 2002. Kentiçi Yol Ağaçlarının İşlevleri Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara ve Planlama- Uygulama- Bakım Teknikleri İle İlgili Genel Bilgiler. Seminer, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Süer, D. ve Sayar, Y. 2001. Değişen Tüketim Örüntüleri Alışveriş Mekanları .Arremento Mimarlık ,(11) 141-105s.
- Şatır, S. 2005 Kamusal Mekanlarda Kimlik Olgusu. Yapı. 281 .(4);48-53s.
- Toktay, V. 2005. Yeni Tasarım Kültürü Işığında Alışveriş Mimarlığı ve Gösteri Kültürü. Yapı, (286); 58-64 s.
- Trancik, R. 1986. Finding lost space: theories of urban design. Van Nostrand 65p. New York.
- Tuncer, M. 2001. Kent Merkezleri Planlamasına Ekolojik Yaklaşım [www.arkitera.com/forum](http://www.arkitera.com/forum). Erişim Tarihi: 14.01.2006.
- Ülker, N.E. (1999). Alışveriş Mekanlarının Değişen Anlamı ve Yer Seçimi Kriterleri Üzerine Bir Çalışma / İzmir Örneği- Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Underhill, P. 2005 Alışveriş Merkezleri Sosyal Yayınları, 114-117p., İstanbul.
- Yıldız, E. V. 2005. Araçtan Arındırılmış Yerleşimler:Viyana Floridsdorf (Avusturya) Örneği.Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi,20 (4); 537-548s.
- Yılmaz, B. N. 1998. Kent İçi Yol Ağaçlandırma Kriterleri İstanbul'daki Örnek Caddelerin İncelenmesi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Yırtıcı, H. ve Uluoğlu, B.2004. Mekanın Altyapısal Dönüşümü. İTÜ Dergisi/a Mimarlık, Planlama, Tasarım, 3(1), 43-52.
- Yırtıcı, H. 2002. Tüketicinin Mekansal Örgütlenmesinin İdeolojisi. Mimarlık ve Tüketim.9-38s., İstanbul
- Zengel, R. 2001\4 2001\1. Tarih içinde değişen tüketim Mekanları, Egemimarlık.(40-41); 10-12.
- Zeren, Z. 1991. Dinlenme Amaçlı Kentsel Açık Mekanlardan Örnekler Kamu Mekanları Tasarımı Ve Kent Mobilyaları Sempozyumu Mimar Sinan Üniversitesi 116-117s.,İstanbul.
- Zülfikar, C. 1998. Kent Mobilyalarının Kullanım İlişkileri. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 57-65s., İstanbul.

## **EKLER**

**EK 1 Bahçelievler 7.Cadde Genel Durum**

**EK 2 Bahçelievler 7.Cadde Bitkisel Yapı**

**EK 3 Bahçelievler 7.Cadde Aydınlatma Elemanları**

**EK 4 Bahçelievler 7.Cadde 2. Öneri**

**EK 5 Bahçelievler 7.Cadde 3. Öneri**



## BAHÇELİEVLER 7.CADDE BİTKİSEL YAPI

→ K ÖLÇEK: 1/3000

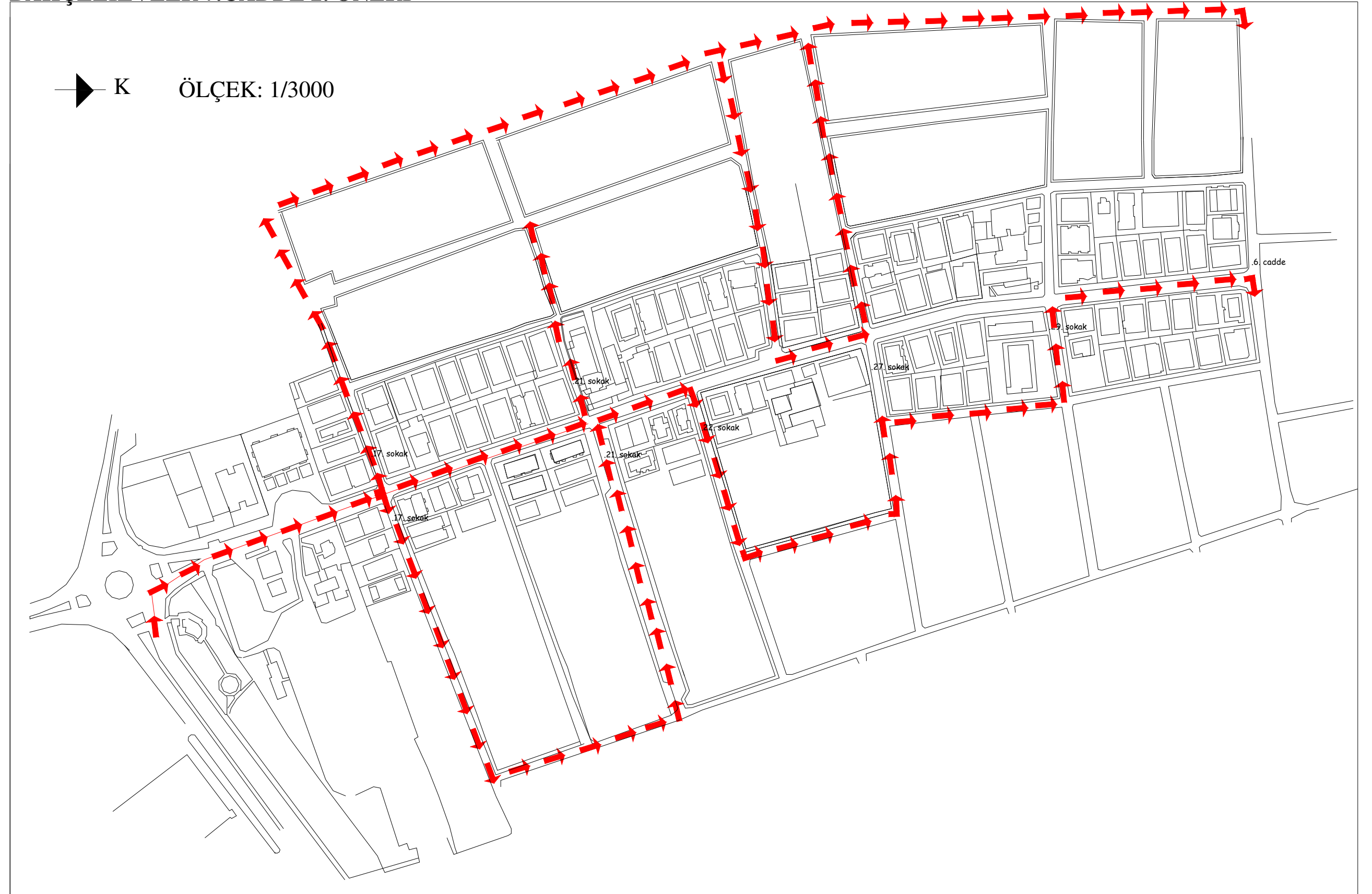


**EK 3 BAHÇELİEVLER 7.CADDE AYDINLATMA ELEMANLARI**

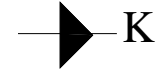
→ K ÖLÇEK: 1/3000



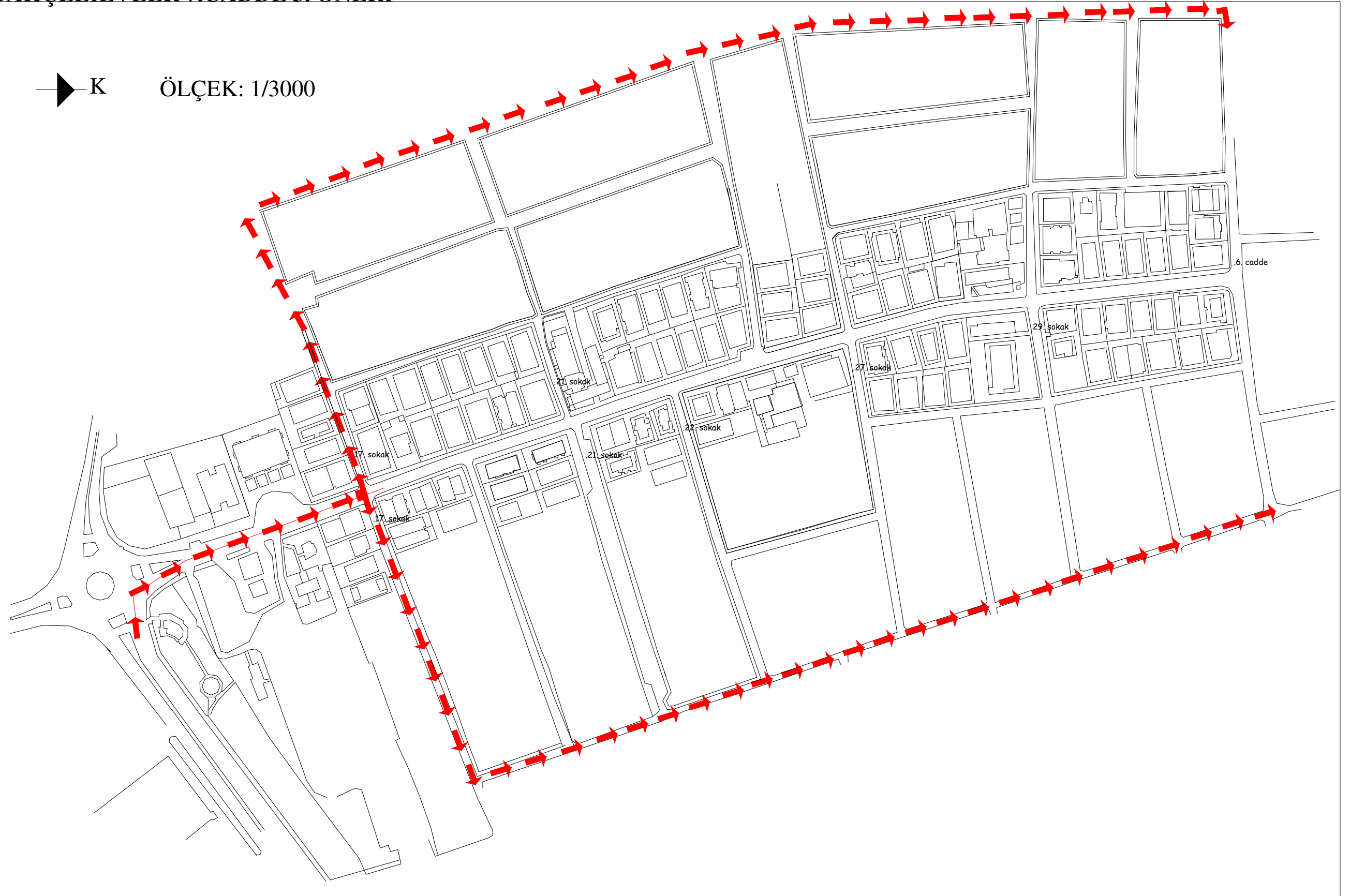
# BAHÇELİEVLER 7.CADDE 2. ÖNERİ



# BAHÇELİEVLER 7.CADDE 3. ÖNERİ



ÖLÇEK: 1/3000



## ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı: Gülin Acar

Doğum Yeri: Ankara

Doğum Tarihi: 07-05-1979

Medeni Hali: Bekar

Yabancı Dili: İngilizce

### Eğitim Durumu

Lise:Ankara Anadolu Güzel Sanatlar Lisesi-Resim Bölümü-1996

Lisans:Ege Üniversitesi-Peyzaj Mimarlığı Bölümü-2003

### Çalıştığı Kurumlar

Persan-2004

Dünder Çevre Tasarım-2003

Övmen Çevre Düzenleme-2003