



**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İÇ MİMARLIK ANABİLİM DALI
İÇ MİMARLIK TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**TİCARİ YAPILARIN
EVRENSEL TASARIM İLKELERİNE
GÖRE İNCELENMESİ: ALIŞVERİŞ MERKEZİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Defne İşanç**

**Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Sennur Yılmaz**

**İSTANBUL
Haziran 2023**



**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İÇ MİMARLIK ANABİLİM DALI
İÇ MİMARLIK TEZLİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**TİCARİ YAPILARIN
EVRENSEL TASARIM İLKELERİNE
GÖRE İNCELENMESİ: ALIŞVERİŞ MERKEZİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**Hazırlayan
Defne İşanç**

**Tez Danışmanı
Dr. Öğr. Üyesi Sennur Yılmaz**

**İSTANBUL
Haziran 2023**



M6- Yüksek Lisans Tez Onay Sayfası

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

İç Mimarlık Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı Öğrencisi **Defne İŞANÇ** tarafından hazırlanan **“TİCARİ YAPILARIN EVRENSEL TASARIM İLKELERİNE GÖRE İNCELENMESİ: ALIŞVERİŞ MERKEZİ ÖRNEĞİ”** konulu çalışması jürimizce Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Savunma Tarihi: 09/06/2023

Jüri Üyesinin Ünvanı, Adı, Soyadı ve Kurumu:

İmzası

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Sennur YILMAZ
(Haliç Üniversitesi/Mimarlık Fakültesi/İç Mimarlık Bölümü)

Jüri Üyesi : Dr. Öğr. Üyesi Fatma Ceyda GÜNEY YÜKSEL
(Haliç Üniversitesi/Mimarlık Fakültesi/İç Mimarlık Bölümü)

Jüri Üyesi : Prof. Dr. Ayşe Nilay EVCİL
(Beşkent Üniversitesi/ Mühendislik-Mimarlık Fakültesi/ Mimarlık Bölümü)

Bu tez yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu'nun kararıyla kabul edilmiştir.

(Enstitü Müdürünün Ünvanı, Adı, Soyadı)
Müdür

Defne İşanç_Tez 09.05.2023

ORJİNALLİK RAPORU

% **10**

BENZERLİK ENDEKSİ

% **10**

İNTERNET KAYNAKLARI

% **1**

YAYINLAR

% **5**

ÖĞRENCİ ÖDEVLERİ

BİRİNCİL KAYNAKLAR

1	dergipark.org.tr İnternet Kaynağı	% 2
2	acikbilim.yok.gov.tr İnternet Kaynağı	% 2
3	polen.itu.edu.tr İnternet Kaynağı	% 1
4	Submitted to The Scientific & Technological Research Council of Turkey (TUBITAK) Öğrenci Ödevi	% 1
5	Submitted to Düzce Üniversitesi Öğrenci Ödevi	% 1
6	docplayer.biz.tr İnternet Kaynağı	<% 1
7	www.tebernuskirecci.com.tr İnternet Kaynağı	<% 1
8	acikerisim.erbakan.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1
9	acikerisim.isikun.edu.tr İnternet Kaynağı	<% 1

09/06/2023

TEZ ETİK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Ticari Yapıların Evrensel Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi: Alışveriş Merkezi Örneği” başlıklı bu çalışmayı başından sonuna kadar danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Sennur YILMAZ’ın sorumluluğunda tamamladığımı, verileri/örnekleri kendim topladığımı, deneyleri/analizleri ilgili laboratuvarlarda yaptığımı/yaptırdığımı, başka kaynaklardan aldığım bilgileri metinde ve kaynakçada eksiksiz olarak gösterdiğimi, çalışma sürecinde bilimsel araştırma ve etik kurallara uygun olarak davrandığımı ve aksinin ortaya çıkması durumunda her türlü yasal sonucu kabul ettiğimi beyan ederim.

Defne İŞANÇ

ÖNSÖZ

Araştırmanın oluşum aşamasından sonuçlandırma aşamasına kadar akademik bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşıp bana destek veren danışman hoca Sayın Dr. Öğr. Üyesi Sennur Yılmaz’a saygılarımı sunarım. Yüksek lisans eğitimimde emeği olan tüm Haliç Üniversitesi İç Mimarlık Anabilim Dalı hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Hayattaki en büyük destekçilerim sevgili annem Pınar Güner’e ve rahmetli babam Zafer İşanç’a teşekkürlerimi borç bilirim. Bu zorlu yolda bana sevgisiyle destek olan canım kız kardeşim Bensu Evaline Efe’ye ve canım kedim Luna’ya teşekkürlerimi sunarım.

Haziran, 2023

Defne İŞANÇ

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

TEZ ETİK BEYANI	i
ÖNSÖZ.....	ii
İÇİNDEKİLER.....	iii
KISALTMALAR	vi
TABLO LİSTESİ.....	vii
ŞEKİL LİSTESİ.....	viii
ÖZET.....	x
ABSTRACT	xi
1. GİRİŞ	1
2. LİTERATÜR TARAMASI	3
2.1. Evrensel Tasarım	4
2.1.1. Evrensel Tasarım İlkeleri.....	7
2.1.2. Evrensel Tasarım Bakış Açısıyla Kullanıcılar	11
2.1.3. Evrensel Tasarım ve Kamusal Mekanlar	14
2.2. Ticaretin Tarihsel Gelişimi.....	22
2.2.1. Ticari yapılar ve tarihsel gelişimi	24
2.2.1.1. Üzeri açık ticari yapılar	26
2.2.1.2. Üzeri yarı açık ticari yapılar	28
2.2.1.3. Üzeri kapalı ticari yapılar	34
2.3. Alışveriş Merkezi Olgusu.....	40
2.3.1. Alışveriş Merkezi Sınıflandırılması.....	42
2.3.1.1. Asya ve Pasifik için avm sınıflandırılması.....	44

2.3.1.2. Avrupa için avm sınıflandırması	48
2.3.2. Alışveriş Merkezi Gelişim Süreci	50
2.3.2.1. Amerika ve Avrupa’da alışveriş merkezi gelişim süreci	51
2.3.2.2. Türkiye’de alışveriş merkezi gelişim süreci.....	58
2.3.3. Alışveriş Merkezi Tasarım ve Planlama Kriterleri.....	62
2.3.3.1. Yer seçimi.....	63
2.3.3.2. Erişebilirlik	64
2.3.3.3. Mekân organizasyonu ve sirkülasyon	65
2.3.3.4. Yönlendirme ve okunabilirlik.....	65
2.3.3.5. Otopark.....	66
2.3.3.6. Aydınlatma	67
2.3.3.7. Form, malzeme ve renk.....	67
2.3.4. Alışveriş Merkezi Kurgusu ve Mekânsal İncelemesi	68
2.3.4.1. Yatay sirkülasyon elemanları	71
2.3.4.2. Düşey sirkülasyon elemanları.....	78
3. GEREÇ VE YÖNTEM.....	80
4. BULGULAR	81
4.1. Kozzy AVM Hakkında Bilgiler	82
4.1.1. Kozzy AVM Sınıflandırılması ve Mekan Kurgusu.....	83
4.2. Kozzy AVM Saha Çalışması.....	83
4.2.1. Yatay Sirkülasyon	86
4.2.2. Düşey Sirkülasyon.....	100
5. TARTIŞMA	102
5.1. Yatay Sirkülasyon	102
5.2. Düşey Sirkülasyon	122
6. SONUÇLAR.....	130
7. ÖNERİLER.....	132

KAYNAKLAR.....	136
EKLER.....	145
ÖZGEÇMİŞ	148



KISALTMALAR

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

AVM: Alışveriş Merkezi

ADA: Standarts for Accesible Design

cm²: Santimetrekare

ICSC: Uluslararası Alışveriş Merkezleri Konseyi

m: Metre

mm: Milimetre

m²: Metrekare

ULI: Urban Land Institute

TABLO LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 2.1. Evrensel Tasarım İlkeleri ve Kullanıcı Grupları	12
Tablo 5.1. Kozzy AVM Giriş-Çıkış Çizelgesi.....	105
Tablo 5.2. Kozzy AVM Yaya Yürüme Yolları ve Koridorlar Çizelgesi	109
Tablo 5.3. Kozzy AVM Sosyalleşme Mekanları Çizelgesi.....	113
Tablo 5.4. Kozzy AVM WC Çizelgesi.....	117
Tablo 5.5. Kozzy AVM Otopark Çizelgesi	121
Tablo 5.6. Kozzy AVM Asansör ve Yürüyen Merdivenler Çizelgesi	125
Tablo 5.7. AVM'lerin Evrensel Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi	127

ŞEKİL LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 2.1.	Fiziksel Engeli Bulunan Kullanıcı İçin Boyut Ve Alan Ölçüsü	15
Şekil 2.2.	Görüş Hattı Ve Semboller	17
Şekil 2.3.	Dokunsal Yüzey	17
Şekil 2.4.	Asansör Kabin İç Boyut Örnekleri (Ölçüler Mm Cinsindendir.)	18
Şekil 2.5.	Asansör Kontrol Paneli Sembolleri.....	18
Şekil 2.6.	Erişilebilirlik Standartlarına Göre Merdiven	19
Şekil 2.7.	Küpeşte Yükseklikleri (Ölçüler Mm Cinsindendir.)	19
Şekil 2.8.	Erişilebilir Wc Plan (Ölçüler Cm Cinsindendir.).....	20
Şekil 2.9.	Erişilebilir Wc Yükseklikler	20
Şekil 2.10.	Engelli Park Yeri Ölçüleri	21
Şekil 2.11.	Oturma Yeri Ölçüleri	21
Şekil 2.12.	Assos Agorası	27
Şekil 2.13.	Miletos Agorası.....	27
Şekil 2.14.	Trajan Formu Plan	28
Şekil 2.15.	Atina, Attalos Stoası.....	29
Şekil 2.16.	Stoa Görselleştirme	29
Şekil 2.17.	Sütunlu Cadde.....	30
Şekil 2.18.	Edirne Selimiye Arastası	31
Şekil 2.19.	Kapalı Çarşı Vaziyet Planı	32
Şekil 2.20.	Akçakale Kervansarayı Plan.....	33
Şekil 2.21.	Han Plan	34
Şekil 2.22.	Galeria Vittorio Emanuele.....	35
Şekil 2.23.	Galeria Vittorio Emanuele Vaziyet Planı	35
Şekil 2.24.	Bedesten Plan.....	36
Şekil 2.25.	Kadıköy Hal Binası	37
Şekil 2.26.	Paris Bon Marche	38
Şekil 2.27.	Paris Bon Marche Görünüş ve Kat Planları	39
Şekil 2.28.	Country Club Plaza	51
Şekil 2.29.	Northland AVM	54
Şekil 2.30.	Southdale AVM	55
Şekil 2.31.	Galleria AVM İç Mekân.....	60
Şekil 2.32.	Kanyon AVM İç Mekân.....	61
Şekil 2.33.	Mağaza Kurgusu Elemanları	71
Şekil 2.34.	Şerit Mağaza Kurgu	72
Şekil 2.35.	İki Mıknatıs Mağazalı Kurgu.....	72
Şekil 2.36.	Uçta Tek Mıknatıs Mağaza Kurgusu	73
Şekil 2.37.	Uçta Tek Mıknatıs Mağaza Kurgusu	73
Şekil 2.38.	Ortada Tek Mıknatıs Mağaza Kurgusu	74
Şekil 2.39.	Tek Mıknatıs Mağaza Kurgusu.....	74
Şekil 2.40.	Alışveriş Merkezi Kurguları	76

Şekil 2.41. Alışveriş Merkezi Plan Şeması	76
Şekil 2.42. Alışveriş Merkezi Kurgusu Yaya Yürüme Yolları	78
Şekil 4.1. Kozzy AVM Uydudaki Konumu	82
Şekil 4.2. Kozzy AVM Otopark Katı	84
Şekil 4.3. Kozzy AVM -1. Kat	84
Şekil 4.4. Kozzy AVM Zemin Kat Plan	85
Şekil 4.5. Kozzy AVM 1. Kat Plan	85
Şekil 4.6. Kozzy AVM 2. Kat Plan	86
Şekil 4.7. Kozzy AVM Giriş ve Kentsel Mobilya.....	87
Şekil 4.8. Klavuz Hissedilebilir Yüzey Uygulaması	87
Şekil 4.9. Alışveriş Merkezi Giriş Kapı.....	88
Şekil 4.10. Alışveriş Merkezi Yönlendirme, Danışma Ve Aydınlatma	88
Şekil 4.11. Kozzy AVM Yatay Sirkülasyon	89
Şekil 4.12. Aydınlatma ve Korkuluk	90
Şekil 4.13. Kozzy AVM Tabela	90
Şekil 4.14. Kozzy AVM Yaya Yolları ve Koridorlar.....	91
Şekil 4.15. Kozzy AVM Oturma Elemanları	91
Şekil 4.16. Kozzy AVM Kapalı Sosyalleşme Mekanları	92
Şekil 4.17. Kozzy AVM Açık Sosyalleşme Mekanları	93
Şekil 4.18. Kozzy AVM Açık Sosyalleşme Mekânı Korkuluk	93
Şekil 4.19. Kozzy AVM Wc Konumları.....	94
Şekil 4.20. Kozzy AVM Wc Kabinler ve Lavabolar.....	94
Şekil 4.21. Kozzy AVM Wc Sensörlü Kapı ve Fotoselli Ekipmanlar	95
Şekil 4.22. Kozzy AVM Engelli Wc Kapı.....	95
Şekil 4.23. Kozzy AVM Engelli Wc	96
Şekil 4.24. Kozzy AVM Çocuk Wc	96
Şekil 4.25. Kozzy AVM Otopark Giriş	97
Şekil 4.26. Kozzy AVM Otopark ve Ulaşım	98
Şekil 4.27. Kozzy AVM Otopark Aydınlatma, Yaya Yürüme Yolları ve Yönlendirme	99
Şekil 4.28. Kozzy AVM Engelli Park	99
Şekil 4.29. Kozzy AVM Otopark Girişleri	100
Şekil 4.30. Kozzy AVM Asansör	101
Şekil 4.31. Kozzy AVM Yürüyen Merdiven	101

ÖZET

TİCARİ YAPILARIN EVRENSEL TASARIM İLKELERİNE GÖRE İNCELENMESİ: ALIŞVERİŞ MERKEZİ ÖRNEĞİ

İçinde yaşadığımız çağda, mekânların herkes tarafından kullanabilen bir tasarıma sahip olması oldukça önemlidir. Tarihsel süreç içerisinde yaşanan gelişmeler hem kentleşmeyi hem de insanların yaşayış şeklinin değişikliğe uğratmıştır. Tasarımla ilgili her alan insan odaklı bir hale gelmiştir. 19. Yüzyılda ortaya çıkan evrensel tasarım 20. Yüzyılda kavram olarak önem kazanmıştır. Evrensel tasarım kavramı mekanların her yetkinlik seviyesindeki birey tarafından kullanılmasını amaçlamaktadır. Alışveriş merkezleri sahip oldukları tasarımları ve mekanlarıyla bireyler tarafından alışverişe eyleminin yanı sıra sosyalleşme, aktivitelere katılma, toplanma ve bir araya gelmek amacıyla da kullanılmaktadır. Kamusal mekân görevi gören ve ticari yapı olan alışveriş merkezleri her yaş, beceri ve yetkinlik seviyesindeki birey için sağladığı birçok imkânla çekim merkezi konumundadır. Alışveriş merkezlerinin herkes tarafından rahatlıkla kullanılabilir olması için evrensel tasarım dikkate alınarak tasarlanması oldukça önemlidir. Çalışmada evrensel tasarım kavramı ve ilkeleri açıklanmıştır. Evrensel tasarım ilkeleri ve kullanıcılar arasındaki ilişkiye değinilmiş sonrasında evrensel tasarım çerçevesinde kamusal mekanlarda dikkat edilmesi gerekenler açıklanmıştır. Devamında alışveriş merkezleri olgusunun anlaşılması amacıyla sırasıyla alışveriş merkezlerinin sınıflandırması, gelişim süreci, tasarım ve planlama kriterleri ve mekân kurgusu konuları ele alınmıştır.

Çalışmanın amacı alışveriş merkezinin evrensel tasarım ilkelerine göre incelenmesi ve sonucunda öneriler getirilmesidir. Yöntem olarak seçilen saha çalışmasında alışveriş merkezinin giriş-çıkışında, yaya yürüme yolları ve koridorlarında, sosyalleşme mekanlarında, WC'lerinde, otoparkında, asansör ve yürüyen merdivenlerinde fotoğraflama ve ölçümlemeyle gözlem yapılmıştır. Elde edilen bulgular evrensel tasarım ilkelerine göre incelenmiştir. Veriler değerlendirildiğinde alışveriş merkezinin erişilebilirlik kapsamında tasarımlara sahip olduğu ama bazı donatı elemanlarının evrensel tasarım ilkelerini tam olarak karşılamadığı görülmüştür. İncelemeler sonucunda alışveriş merkezinin evrensel tasarıma sahip olabilmesi için evrensel tasarım ilkeleri kapsamında öneriler getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Alışveriş Merkezi, Evrensel Tasarım, Ticari Yapılar*

ABSTRACT

EXAMINATION OF COMMERCIAL BUILDINGS ACCORDING TO UNIVERSAL DESIGN PRINCIPLES: SHOPPING CENTER EXAMPLE

In the age we live in, it is very important for the spaces to have a design that can be used by everyone. Developments in the historical process have changed both urbanization and the way people live. Every field related to design has become people-oriented. The universal design that emerged in the 19th century gained importance as a concept in the 20th century. The concept of universal design aims at the use of spaces by individuals at every level of competence. With their designs and spaces, shopping centers are used by individuals for shopping, socializing, participating in activities, gathering and getting together. Shopping centers, which serve as public spaces and are commercial buildings, are centers of attraction with many opportunities for individuals of all ages, skills and competencies. It is very important to design shopping malls by considering the universal design so that they can be used easily by everyone. In the study, the concept and principles of universal design are explained. The relationship between universal design principles and users is mentioned, and then the things to be considered in public spaces within the framework of universal design are explained. Afterwards, in order to understand the phenomenon of shopping centers, the classification of shopping centers, development process, design and planning criteria and space setup are discussed respectively.

The aim of the study is to examine the shopping center according to universal design principles and to make suggestions as a result. In the field study chosen as the method, observations were made by photographing and measuring at the entrance-exit of the shopping center, pedestrian walkways and corridors, socializing spaces, WCs, parking lot, elevators and escalators. The findings were analyzed according to the universal design principles. When the data is evaluated, it is seen that the shopping center has designs within the scope of accessibility, but some of the equipment elements do not fully meet the universal design principles. As a result of the examinations, suggestions have been made within the scope of universal design principles so that the shopping center can have a universal design.

Key Words: *Shopping Mall, Universal Design, Commercial Buildings*

1. GİRİŞ

Mekanların her yetkinlik seviyesinden bireyi kapsayacak şekilde tasarlanması oldukça önemlidir. Hiçbir ayırım yapmadan bütün insanları kapsayacak ve onlara hizmet edecek şekilde bir mekanların tasarlanması evrensel tasarım düşüncesiyle sağlanabilmektedir. Kamusal mekân işlevi gören ticari yapılardan olan alışveriş merkezinin evrensel tasarım çerçevesinde her yetkinlik seviyesindeki bireye uygun bir şekilde tasarlanmalıdır. Çalışmanın amacı her yaş, beceri düzeyinden ve her sosyal statüden insanları bir araya getiren alışveriş merkezlerinin evrensel tasarım ilkelerine göre incelemek ve sonucunda öneriler getirmektir.

Çalışmada öncelikle evrensel tasarım kavramı, evrensel tasarım ilkeleri, evrensel tasarım ilkeleri ve kullanıcılar, evrensel tasarım çerçevesinde kamusal mekanlar konuları incelenecektir. Tarihsel olarak yaşanan değişimler kentleri ve insan yaşamını etkilemiştir. Tasarımın her alanında gelişmeler yaşanmıştır. Mekanlar insan odaklı hale gelmiştir. Mekanlar kullanıcıların beklenti, istekleri ve ihtiyaçları doğrultusunda tasarlanmaya başlanmıştır. Evrensel tasarım fikri ilk olarak 19. yüzyılda ortaya çıkmış, 1980'lerden sonra ise kavram olarak önem kazanmaya başlamıştır. Evrensel tasarım fikri mekanların herkes tarafından erişilebilir, ulaşılabilir, kullanılabilir ve okunabilir olması amacını taşımaktadır. Mekân sağlıklı, sağlıklı, engelli ya da engelsiz herkesin farklı durumlarını düşünecek şekilde tasarlanmaktadır. Beraberinde tasarlanan mekanlarda herkese eşit olanaklar sunulması, kimsenin dışlanmaması ve damgalanmaması evrensel tasarımın odak noktasıdır.

Literatür taramasının devamında ticari yapılar açıklanacak olup, ticari yapılardan olan alışveriş merkezleri ve alışveriş merkezinin sınıflandırılması, gelişim süreci, planlama ve tasarım kriterleri ve kurguları konuları açıklanacaktır. Ticari yapılar kâr amacı taşıyan gıda, giyim, sağlık ve diğer ihtiyaç ürünlerinin toptan ve perakende olarak satıldığı, mağaza, dükkân, market, kapalı çarşı, alışveriş merkezi gibi mekânlardır. Alışveriş merkezleri günümüzde eski meydan kavramının yaşatıldığı, insanların alışveriş eylemine ek olarak, boş vakitlerini geçirdiği, toplandığı, farklı kültürel etkinliklere katıldığı mekanlardır. Kullanıcıların alışveriş merkezinin

mekanlarında olabildiğince vakit geçirmesi ve alışveriş yapması amaçlanmasından dolayı merkezin rakiplerinden farklılaşması gerekmektedir. Günümüzde çekim merkezi olan mağazalara ek, çeşitli sosyo-kültürel etkinliklerin ve atölyelerin düzenlendiği, sergi, konser, tiyatro, sinema salonu gibi mekanları içeren karma kullanım sağlayacak şekilde tasarlanmaktadır. Tasarımıyla ve sahip olduğu farklı imkanlarla alışveriş merkezleri kamusal mekân işlevi görmeye başlamıştır. Her yaş, beceri düzeyinden ve her sosyal statüden insanları bir araya getiren alışveriş merkezlerinin herkes düşünülerek tasarlanması bu noktada oldukça önemli olmaktadır. Bu nedenle alışveriş mekânlarının evrensel tasarım ilkelerine uygun olması amaçlanmaktadır.

Çalışmanın amacı doğrultusunda evrensel tasarımın 7 ilkesindeki yönergelerle dayanarak, standartlar ve yönetmelikler çerçevesinde Kozzy AVM'nin mekanları evrensel tasarım ilkelerine göre incelenecektir. Çalışmada yöntem olarak saha çalışması yapılacaktır. Fotoğraflama, ölçümleme mekanlar incelenecek ve gözlem yapılacaktır. Fotoğraflama, ölçümleme yoluyla alışveriş merkezinin yatay sirkülasyon elemanlarından giriş-çıkışı, yaya yürüme yolu ve koridorları, sosyalleşme mekanları, otopark ve WC'leri ve düşey sirkülasyon elemanlarından asansör ve yürüyen merdivenleri gözlemlenecektir. Gözlemlenen mekanlar evrensel tasarımın 7 ilkesine göre yorumlanacak, artı ve eksi yönleri ortaya çıkarılacak ve tablo haline getirilecektir. Devamında alışveriş merkezlerinin evrensel tasarıma sahip olması için öneriler tablo haline getirilecektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Bu çalışmadaki konu başlıkları ilk olarak evrensel tasarım kavramı ve ilkelerinin açıklanmasıyla başlamaktadır. Evrensel tasarımın tarihsel süreci ve ilişkili olduğu kavramlar açıklanmaktadır. 1997 yılında Ronald L. Mace tarafından North Carolina State Üniversitesi'nde Evrensel Tasarım Merkezi'nde evrensel tasarıma rehberlik etmesi için yayınladığı 7 ilke açıklanmış ve örnekler verilmiştir. Devamında Sennur Hilmioglu'nun (2007), Begüm Sarıman'ın (2019) ve Edward Steinfeld ve Jordana L. Maisel (2012) tarafından yapılan çalışmalardan faydalanılarak evrensel tasarım bakış açısıyla kullanıcı grupları açıklanmış ve dikkat edilmesi gereken ilkeler belirtilmiştir. Evrensel tasarım çerçevesinde kamusal mekanlarda dikkat edilmesi gerekenler Planlı Alanlar İmar Yönetmeliği, TS 9111 Özürlüler ve Hareket Kısıtlılığı Bulunan Kişiler İçin Binalarda Ulaşılabilirlik Gereklere, TS EN 81-70 Asansörler - Yapım ve Montaj İçin Güvenlik Kuralları - Yolcu ve Yük Asansörleri İçin Özel Uygulamalar - Bölüm 70: Engelliler Dâhil Yolcu Asansörleri İçin Erişilebilirlik, TS 12576 Şehir İçi Yollar - Özürlü ve Yaşlılar İçin Sokak, Cadde, Meydan ve Yollarda Yapısal Önlemler ve İşaretlemelerin Tasarım Kuralları, Otopark Yönetmeliği 30340, ADA Standarts for Accesible Design, Yerel Yönetimler İçin Ulaşılabilirlik Temel Bilgiler Teknik El Kitabı (Aralık 2011) standartları ve yönetmelikler incelenerek ve yorumlanmıştır. Kamusal mekân görevi gören alışveriş merkezi olgusunu açıklamak için öncelikle ticaret ve ticari yapılar açıklanmıştır.

Ticari yapılar kaynaklardan faydalanılarak üzeri açık, üzeri yarı açık ve üzeri kapalı olarak sınıflandırılmıştır. Üzeri açık ticari yapılar olarak, Agora ve Forum açıklanmıştır. Üzeri yarı açık ticari yapılar olarak stoa, sütunlu cadde, arasta, çarşı, kervansaray ve han açıklanmıştır. Üzeri kapalı ticari yapılar olarak bedesten, pasaj, hal binası, dükkân/mağaza ve büyük mağaza, marketler ve alışveriş merkezleri açıklanmıştır. Alışveriş merkezi olgusu açıklanmıştır. Devamında alışveriş merkezi türleri 1957 yılında ABD'de kurulan Uluslararası Alışveriş Merkezleri Konseyi (ICSC)'nin yaptığı sınıflandırılmalarından faydalanılarak açıklanmıştır. Alışveriş merkezi gelişim süreci ilk olarak alışveriş merkezi kavramının çıkışı olan ABD ve

Avrupa olarak açıklanmıştır. İkinci olarak ise Türkiye’deki alışveriş merkezlerinin gelişim süreci açıklanmıştır. Alışveriş merkezi tasarım ve planlama kriterleri; yer seçimi, erişebilirlik, mekân organizasyonu ve sirkülasyon, yönlendirme ve okunabilirlik, otopark, form, malzeme ve renk, aydınlatma başlıkları altında ele alınarak açıklanmıştır. Alışveriş merkezleri kurguları hem kullanıcı açısından hem de işletme açısından oldukça önemlidir. Alışveriş merkezi kurguları Victor Gruen ve Larry Smith (1960), Kaan Kiriş (2010), Tuba Yıldırım (2010), Çiğdem B. Dikmen ve Gamze Bozdemir (2021), H. Derya Arslan ve Hilal Ergener (2022) yapılan çalışmalardan faydalanılarak açıklanmıştır.

Çalışmanın amacı herkes tarafından kullanılan bir nevi kamusal mekân görevi gören ticari yapı olan alışveriş merkezlerinin evrensel tasarıma sahip olup olmadığının incelenmesi ve sonucunda öneriler getirilmesidir. Evrensel tasarım kavramı ve ilkeleri dikkate alınarak yapılan mekân tasarımlarıyla her kullanıcıya uygun mekanlar yaratılmakta dolayısıyla alışveriş merkezi ticari amaçları da karşılanmaktadır. Çalışmanın amacı doğrultusunda alışveriş merkezlerinin olgu olarak ve yapı tasarımı açısından anlaşılabilmesi için alışveriş merkezi sınıflandırılması, gelişim süreci, tasarım ve planlama kriterleri, kurguları incelenmiş ve açıklanmıştır. Evrensel tasarımın 7 ilkesindeki yönergelerle dayanarak, standartlar ve yönetmelikler çerçevesinde seçilen AVM’nin mekanları evrensel tasarım ilkelerine göre gözlem yöntemiyle incelenmiştir.

2.1. Evrensel Tasarım

Evrensel tasarım düşüncesi 19. Yüzyılda ortaya çıkmıştır. Dönemim en önemli gelişmelerine neden olan Endüstri Devrimi’yle beraber ticaret ve ekonomi gelişmiş hızla kentleşme başlamıştır. Kentlerin değişmesi ve gelişmesiyle birlikte bina teknolojilerinde ve kentsel düzenlemelerde insan odaklı farklı tasarımlar yapılmaya başlanmıştır. Mimarların, kentsel ve endüstriyel ürün tasarımcıları bu dönemde engelli bireyleri gözetenek çözüm üretmeye başlamıştır. İkinci dünya savaşından sonra kentler yeniden inşa edilirken erişilebilirlik/ulaşılabilirlik kavramları önem kazanmış kentsel mekânların herkes tarafından erişilebilir olması önem kazanmıştır (Kavak, 2010). 1950’lerden itibaren herkes tarafından erişilebilirlik için evrensel tasarım kavramı yavaş yavaş önemli olamaya başlamıştır. Bu dönemde öncelikle “engelliler için tasarım” olarak karşımıza çıkarken 1970’lerde bireylere uygun hale getirilen hususi

çözümlerin ötesinde, normalizasyon ve entegrasyon fikirlerine yönelinmiştir (Dostoğlu, Şahin ve Taneli, 2009). Evrensel tasarım kavramı olarak ise 1980’lerden sonra ortaya çıkmaya başlamıştır.

Evrensel Tasarım kavramı İngilizce’de farklı şekillerde adlandırıldığı için Türkçe’de de farklı ifadelerle karşılık gelmektedir: Kapsayıcı tasarım (inclusive design), yaşam boyu tasarım (lifespan design), herkes için tasarım (design for all), evrensel tasarım (universal design) gibi farklı şekillerde adlandırılmaktadır (Tandoğan, 2017).

“Evrensel tasarım” tüm ürünlerin ve çevrelerin, yaş, beceri ve yetkinlik durumu farkı gözetmeksizin birçok kişi tarafından kullanılabilmesine ve bütünselleşmesine imkân sağlayan bir tasarım yaklaşımı olarak tanımlanmaktadır (Dostoğlu, Şahin ve Taneli, 2009). Evrensel tasarım kavramı insanların kullanımına sunulacak her mekânın herkes tarafından erişilebilir, rahatlıkla ve kolaylıkla kullanılabilir ve faydalanılabilir şekilde tasarlanmasıdır. Mekânların kimseyi damgalamadan ve dışlamadan herkes tarafından eşit bir şekilde kullanılmasını öncelikli olarak görmekte ve tasarımın uygulama aşamasındaki detaylarıyla ve mekânsal boyutlarla ilgilenmektedir (Evcil, 2014).

Evrensel Tasarım fiziksel ve zihinsel farklılıkların sadece birkaç kişinin özel durumu olmadığı, insan olmanın ortak bir hali olduğu gerçeğinden yola çıkarak geliştirilmiştir. Tasarlanmış çevrenin, baştan itibaren olabildiğince fazla insan için kullanışlı ve hatasız bir şekilde işlemlerini hedeflemektedir. İnsanların hayatları boyunca yaşadıkları farklılıkları olabileceği bilinciyle tüm kullanıcılar için geçerli olabilecek önerileri sunmaktadır (Hilmioğlu, 2017).

Evrensel tasarımla birlikte karşımıza erişilebilirlik/ulaşılabilirlik, okunabilir ve kullanılabilirlik kavramları çıkmaktadır. Tasarlanan mekânlar ne kadar erişilebilir, okunabilir, tanımlanabilir ve kullanılabilir olursa birey mekânı daha iyi algılayabilmekte ve kendini güvende rahat hissedebilmektedir (Kavak, 2010).

Erişilebilirlik/ulaşılabilirlik kavramı engelli bireyin gündelik hayatında diğer sağlıklı bireyler gibi hiç yardım almadan ya da kısmi yardım alarak konutundan rahatlıkla toplu taşıma kullanabilmesi, başka binaya ulaşabilmesi ve o binalarda rahatlıkla dolaşabilmesi, sunulan her hizmetten faydalanabilmesi anlamına gelmektedir (Enginöz, 2015).

Erişilebilirlik/ulaşılabilirlik kavramı, tasarım yapılırken, konfor ve kolaylık açısından mekânın sağlıklı bir şekilde işlemesi ve her bireyin sunulan imkân ve hizmetlerin tümüne ulaşabilmesi amacıyla her kullanıcıyı kapsayacak şekilde tasarım yapılması olarak tanımlanmaktadır. Sağlıklı ya da sağlıksız, engelli ya da engelsiz olan her bireyin mekânı, eşit imkanlardan faydalanarak kullanılabilmesi ve ulaşabilmesi, istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmesidir (Sarıman, 2019). Kavram olarak Amerika’da Illinois Üniversitesi’nde yapılan bir deney çalışmasıyla ilk kez ortaya çıkmıştır. Nugent’in (1959-1961) çalışmasıyla, yapıların engelliler tarafından erişilebilir/ulaşılabilir ve kullanılabilir olması ile ilgili standartların temeli oluşturulmuştur (Kavak, 2010). Tarihsel olarak erişilebilirlik kavramının çıkış noktası daha çok engellilik ve yaşlılıktan kaynaklanan durumlara göre tasarımlar yapmaktır. Mimari tasarımlarda erişilebilirlik ise herkes için uygun boyutlar ve standartların düşünülerek tasarım yapılmasıdır.

Mimari tasarım sürecinde erişilebilirlik, tasarlanacak bina ve onu oluşturacak mekanlar içerisindeki fiziksel ihtiyaçların giderilmesi için belirlenen boyutlar ve standartların herkes için uygun olabilecek şekilde düşünülmesidir. Dolayısıyla aynı mekânı kullanan farklı yetkinlik seviyelerindeki bireylerin olduğu bilinciyle tasarım yapılmasıdır. Unisex tuvalet çözümleri, farklı boyutlardaki vitrifiye ve destek elemanları tasarımda kullanılmalıdır. Beraberinde sosyal kısıtlara izin vermeyen tasarım yaklaşımıyla düşey sirkülasyon elemanlarının boyutsal olarak herkese uygun olmasının ötesinde bütün bireylerin bir arada olabileceği kimsenin dışlanmayacağı çözümler üretilmesi gerekmektedir (Enginöz, 2015).

Evrensel tasarım kavramı da erişilebilirlik gibi engellilik ve yaşlanma durumlarını dikkate alarak tasarım yapmayı amaçlamaktadır. Berberinde tasarım yaparken hedef nüfusu incelerken engellilik ve yaşlılık durumların ötesinde bakarak çok çeşitli grupların ihtiyaçlarını ve tercihlerin anlayarak tasarım yapılırsa evrensel tasarım daha iyi gerçekleşmektedir. Dolayısıyla evrensel tasarım yapılırken farklı kullanıcı grupları dikkate alınmalıdır (Steinfeld & Maisel, 2012).

Kullanılabilirlik, mekân ve ürün tasarımının mekânın herhangi bir yardıma ihtiyaç hissetmeden herkes tarafından kullanılabilir olmasıdır.

Okunabilirlik ise tasarımın tanımlanabilir olmasıdır. Bir çevrenin okunması ise çevreden alınan mekânsal bilginin zihinde işlenerek amaca uygun bir şekilde kullanılmasıyla oluşan bir süreçtir (Köseoğlu, 2010).

Evrensel tasarım aşamasında belirli boyutlar ve standartlara uyulması ve bütün bireylerin dışlanmadan mekânı rahat ve güvenli bir şekilde kullanması öncelikli olmaktadır. Bu şekilde yapılan tasarımla mekânın herkes için olmasını sağlanmaktadır. Böylelikle tasarım her birey tarafından erişilebilir/ulaşılabilir ve kullanılabilir olmaktadır.

2.1.1. Evrensel Tasarım İlkeleri

1997 yılında Ronald L. Mace tarafından North Carolina State Üniversitesi'nde Evrensel Tasarım Merkezi'nde (The Center for Universal Design) evrensel tasarım ilkesi kavramını anlaşılır kılmak ve rehberlik etmesi amacıyla 7 ilke yayımlamıştır. Bu düşüncenin temelinde kullanıcıların “ortalama” olarak görülemeyeceği, sadece ortalama olarak görülen kullanıcıya yönelik yapılan tasarımınla problemin çözülemeyeceği anlayışı yatmaktadır (Erkovan, 2013). Dolayısıyla farklı fiziksel özelliklere, bilişsel yeterliliklere ve yetkinliklere, farklı tercihlere sahip bireylere genel olarak tüm kullanıcılara cevap verebilecek onların erişimine de olanak tanıyan kapsayıcı bir tasarım anlayışıdır (Hilmioğlu, 2017). İnsan odaklı tasarımı benimseyen evrensel tasarım ilkeleri, sadece belirli bir grup kullanıcı için olmayan, kullanıcının yaşamını rahat koşullarda, memnuniyet sağlayacak ve kolaylaştıracak bir tasarımı amaçlamaktadır. Mimarlıkla beraber birçok farklı disiplinle ilişkilendirilmekte ve hayatın her alanında etkili olmaktadır (Dikmen & Bozdemir, 2021).

Evrensel Tasarımın 7 ilkesi şunlardır;

- Eşitlikçi Kullanım
- Kullanımda Esneklik
- Basit ve Sezgisel Kullanım
- Algılanabilir Bilgilendirme
- Hata İçin Tolerans
- Düşük Fiziksel Güç Kullanım
- Yaklaşım ve Kullanım İçin Boyut ve Alan Sağlanması

1. Eşitlikçi Kullanım

Tasarım, çeşitli yeteneklere ve farklı yetkinlik düzeylerine sahip her birey için kapsayıcı ve kullanılabilir olmalıdır. Herkesin kullanımı için eşit şartlar sunulabilmelidir (Erkovan, 2013).

Yönergeler (URL-1);

- a. Tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalıdır.
- b. Herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalıdır.
- c. Gizlilik, güvenlik ve mahremiyet ile ilgili kurallarda tüm kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalıdır.
- d. Tasarım tüm kullanıcıların hoşuna gidecek özellikler barındırmalıdır.

Örnek olarak binalarda engelliler için ayrı giriş noktaları tasarlanması yerine, ana girişi engelli veya engelsiz tüm bireyler için kullanılabilir şekilde tasarlanması olarak açıklanabilmektedir (Zeyrek Çepehan & Güller, 2020).

2. Kullanımda Esneklik

Tasarım, farklı bireysel tercih, yetkinlik ve kullanım biçimlerine imkân sağlamalıdır (Dostoğlu, Şahin, Taneli, & Yavuz, 2009).

Yönergeler (URL-1);

- a. Kullanım yöntemlerinde kullanıcıya seçme imkânı sağlayacak şekilde olmalıdır.
- b. Sağ veya sol el kullanımına ve erişimine imkân verecek şekilde olmalıdır.
- c. Kullanıcı için doğru ve hassas kullanımı imkân verecek şekilde olmalıdır.
- d. Kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalıdır.

Örnek olarak makasların ve diğer tüm iş yapma aletlerinin sağ ve sol el tercihine göre uygun tasarlanması dolayısıyla dolak olduğu için uyum sağlamaya çalışma, damgalanma gibi sorunların önüne geçilmesi sağlanmaktadır (Zeyrek Çepehan & Güller, 2020). Farklı kolçaklı, sırtlıklı, yüksekliği ayarlanabilir gibi farklı oturma seçeneklerine sahip oturma elemanları, yüksekliği ayarlanabilir masalar ve tezgahlar da örnek olarak gösterilebilmektedir.

3. Basit ve Sezgisel Kullanım

Kullanıcının deneyimi, bilgisi, dil becerileri veya mevcut odaklanma seviyesi ne olursa olsun, her yetkinlik düzeyinden kişi tasarımın kullanımını kolaylıkla anlayabilmelidir.

Yönergeler (URL-1);

- a. Gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalıdır.
- b. Tasarım kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle kullanımına aykırı olamamalıdır.
- c. Tasarım kullanıcıların okuryazarlık düzeyi ve dil becerisi ne olursa olsun tüm kullanıcılara hitap etmelidir.
- d. Bilgi, önem derecesine göre sıralanmalıdır.
- e. Kullanım sırasında ve sonrasında etkili uyarıcılar, kullanım bilgisi ve geri bildirim sağlanmalıdır.

Örnek olarak bir kullanım kılavuzuna gerek kalmadan gündelik hayatta kullandığımız nesnelerin, sezgilerle ve basit denemelerle çözülebilir şekilde tasarlanması olarak açıklanabilmektedir (Zeyrek Çepehan & Güller, 2020). Binaya girildiğinde dolaşım kolaylıkla anlaşılabilmeli ve danışma masası, tuvaletler, asansörler ya da diğer düşey sirkülasyon elemanları tutarlı bir şekilde yerleştirilmelidir. Basitlik ve tutarlılık binayı kullananların bir mekânı sezgisel olarak kullanabilmelerine yardımcı olmaktadır. Yönlendirme elemanlarının renk ve sembollerinin evrensel olması örnek olarak gösterilebilir.

4. Algılanabilir Bilgilendirme

Tasarım, ortam koşullarından ve kullanıcının duyuşal yeteneklerinden bağımsız gerekli bilgiyi, açık ve öz bir şekilde etkin bir biçimde sunabilmelidir (Dostoğlu ve ark., 2009).

Yönergeler (URL-1);

- a. Temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resim, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır.
- b. Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edilebilir seviyede farklılaştırılmalıdır.
- c. Temel bilginin okunabilirliği en üst seviyeye çıkarılmalıdır.

- d. Tasarımda kullanılan öğeler tanımlanabilecek şekilde ayırt edici olmalıdır. (Talimat ve yönergeler verilerek kolaylaştırılmalıdır.)
- e. Tasarım, duyuşal sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılabilir şekilde, çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalıdır.

Örnek olarak gereksiz karmaşıklıktan arınmış, farklı dil tercihlerine sahip, basitleştirilmiş ve teknik terimlerden arındırılmış kullanım yönergeleri, görsellerle desteklenmiş ya da seslendirilmiş kılavuzlar, farklı algı düzeyine sahip kullanıcıların zorlanmadan ve yetersiz hissetmeden, farklı veya eksik hissetmeden ürünleri ve mekânları kullanması sağlanmaktadır (Zeyrek Çepehan & Güler, 2020). Tabela, yönlendirme elemanları, ışıklı ve sesli uyarılar bir mekânın algılanabilir olmasını etkilemektedir. Asansörlerde görsel, işitsel ve dokunsal öğelerin kullanılması örnek olarak gösterilebilmektedir.

5. Hata için Tolerans

Tasarım, kazara ya da istenmeyen eylemler sonucunda ortaya çıkabilecek tehlikeli durum ve olumsuz sonuçları en aza indirmeli ve hatalara sebebiyet vermeyecek özelliklere sahip olmalıdır (Hilmioğlu, 2017).

Yönergeler (URL-1);

- a. Tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğelerin düzenlenmelidir. En çok kullanılan öğeler, en erişilebilir, tehlikeli elemanlar ortadan kaldırılmalı, ayrılmalı veya korunmalıdır.
- b. Tehlikeler ve hatalar hakkında bilgilendirme yapılmalıdır.
- c. Hata yapmayı engelleyen güvenlik önemleri alınmalıdır.
- d. Dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemeden vazgeçirilmelidir.

Mekânlardaki minimum kazayı hedefleyen döşeme malzemesi, aydınlatma kullanımı örnek olarak gösterilebilmektedir.

6. Düşük Fiziksel Güç Kullanımı

Tasarım etkin ve konforlu bir şekilde en az eforla kullanılabilir.

Yönergeler (URL-1);

- a. Kullanıcının nötr vücut pozisyonunu korumasına imkân vermelidir.
- b. Kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalıdır.

- c. Tekrar eden eylemler minimum seviyede olmalıdır.
- d. Kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilmelidir.

Engelli bireyler, yaşlı veya zayıflık hissedebilecek bireyler, fazla güç ve enerji uygulamak zorunda kalmadan mekânı deneyimleyebilmedir. Sirkülasyon yollarının kolay hareket alanı sağlamak ve dinlenmek için minimum eğimli olması ya da düz olması sağlanmalıdır. Mekânsal öğelerden olan fotoselli kapı, aydınlatma elamanı ve batarya kullanımı örnek olarak gösterilebilmektedir.

7. Yaklaşım ve Kullanım için Boyut ve Alan Sağlanması

Kullanıcının vücut ölçülerinden, boyutlarından, duruş pozisyonundan veya hareketliliğinden bağımsız olarak, erişim, yaklaşma, manipülasyon ve kullanım için boyut ve alan sağlanmalıdır (Hilmioğlu, 2017).

Yönergeler (URL-1);

- a. Oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli unsurları ve elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır.
- b. Oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır.
- c. Tasarım farklı el ve kavrama boyutuna uyum sağlayabilmelidir.
- d. Yardımcı araçların (tekerlekli sandalye, yürüme gereçleri vb. gibi) kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalıdır.

Mobilyaların önlerinde manevra alanı, yaya yollarının uygun genişliklerde olması, bina yönetmeliğine ve standartlara uygun mekanların tasarlanmasıyla her kullanıcının yardım alamadan mekânı deneyimlemesi sağlanmaktadır.

2.1.2. Evrensel Tasarım Bakış Açısıyla Kullanıcılar

Evrensel tasarımın amacı tasarımların herkes tarafından eşit bir şekilde kullanılmasıdır. Kullanıcıyla etkileşim kurulan tüm tasarım alanlarında, farklı kullanıcı durumları düşünülerek tasarım yapılması amaçlanmaktadır. Mekân tasarımında kullanıcı özellikleri, beklentileri ve istekleri tasarıma yön vermektedir.

Kullanıcı tipleri çalışmalarda farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Sarıman (2019) çalışmasında kullanıcıları; Fiziksel özelliklerine (sağlıklı ve engelli), yaş

(çocuk, yetişkin ve yaşlı) ve sosyo-kültürel özelliklerine göre sınıflandırmıştır. Hilmioğlu (2017) çalışmasında farklı kullanıcıları 3 farklı gruba ayırmıştır. Bunlar; boyut (fizyolojik engeli olanlar ve mobilite bozukluğuna sahip kişiler), beceri (görme, işitme engellilik ve zihinsel kontrol problemi yaşayanlar), yaş (farklı yaş grupları), kültür ve cinsiyet (uluslar, ırklar ve kültürler arası farklılıklar).

Kullanıcı grupları boyut, beceri, yaş, kültür ve cinsiyet olarak 4 farklı başlık altında toplanmıştır. Boyut grubu tekerlekli sandalye kullanıcıları, fiziksel engeli olan kullanıcıları kapsamaktadır. Beceri grubu işitme, görme, fiziksel ve nörolojik-kontrol problemi olan kullanıcıları kapsamaktadır. Yaş grubu çocuk, yetişkin ve yaşlı kullanıcıları kapsamaktadır. Kültür ve cinsiyet grubu ise uluslar, ırklar ve kültürler arası farkları ve cinsiyetleri kapsamaktadır (Tablo 2.1.).

Tablo 2.1. Evrensel Tasarım Bakış Açısıyla Kullanıcılar

Kullanıcı	Özellik	Tanım
Boyut	Tekerlekli Sandalye Kullanıcıları	Ciddi hareket kısıtı olan akülü araba ve tekerlekli sandalye kullanıcılar bu grupta yer almaktadır.
	Fiziksel Engeli Olanlar	El ayak gibi uzuvların kaybı, uzuv felci gibi durumlar ve fiziki hareket özgürlüğünün kısıtlandığı durumları kapsayan engel kategorisidir.
Beceri	İşitme	Tek ya da iki kulağında işitme kaybı olan bireylerdir. İşitme engeli olan kişiler, işitme cihazı kullanmak, dudak okumak ve işaret dili kullanmak gibi engellerini telafi etme yöntemleri kullanmaktadır.
	Görme	Kısmi ve tamamen görme kaybı olan kişileri içermektedir. Çoğu görme engelli, dokunma ve işitme duyularını kullanarak hayatlarını sürdürmektedir. Dokunsal yüzeyler oldukça önemlidir.
	Zihinsel-Nörolojik Kontrol Problemi	Doğuştan ya da sonradan sahip olunan beyin ile ilgili algılama ve algıladığını doğru yorumlayamama durumlarını içermektedir.
Yaş	Çocuk (0-15 yaş)	Fiziksel ve zihinsel gelişimlerini henüz tamamlamamış olan yaş grubudur.
	Yetişkin (16-60 yaş)	Fiziksel ve zihinsel gelişimlerini tamamlamış olan yaş grubudur.
	Yaşlı (61 yaş ve üzeri)	Kendi yaşam aktivite ve fonksiyonlarını uygulamada zorlanan başka birinin yardımına ya da cihaza ihtiyaç duyan yaş grubudur.
Kültür ve Cinsiyet	Uluslar, ırklar ve Kültürler Arası Farklar	Kullanıcıların yaşadıkları bölgeye, konuştukları dile, sahip olunan kültüre ve dine, almış oldukları eğitim seviyesinin farklılığına göre ayrılan gruptur.
	Cinsiyet	Cinsiyet farklılıklarını içermektedir.

Kaynak: (Hilmioğlu, S., 2017; Sarıman, B., 2019)

Fiziksel engeli bulunan kişiler için, eşitlikçi kullanım, düşük fiziksel güç kullanımı ve yaklaşım ve kullanım için boyut ve alan sağlanması kriterlerine dikkat edilerek tasarım yapılmalıdır. Görme engelliler için dokunsal yüzeyler oldukça önemlidir (Braille alfabesi, klavuz ve kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması). İşitme kaybı yaşayanlar için işaret dilinin doğru olarak kullanılması ve sesli uyarıların yeterli kullanımı oldukça önemlidir. Algılanabilir bilgilendirme kriterinin yeterli ve doğru şekilde kullanılması oldukça önemlidir. Mekanlarda, çocuklar ve yaşlılar için kullanımda esneklik eşitlikçi kullanım, algılanabilir bilgilendirme ve düşük fiziksel güç harcanması kriterlerine tasarımda dikkat edilmelidir. Yaşlılar için mekânlarda esnek çözümler kullanılmalıdır. Algılama seviyeleri ortalama bireylere göre daha düşük olabileceği göz önünde bulundurularak, ortak mekanlarda bilgilendirme kolay algılanabilir olmalıdır. Irklar, uluslar ve kültürler arası farklılar olabileceği göz önünde bulundurularak, yanlış anlaşılmalara el vermeyecek şekilde tasarımlar yapılmalıdır. Cinsiyet farkları kullanımda esneklik sağlayabilmek amacıyla esnek çözümler sunan tasarımlar yapılmalıdır.

Yukarıda belirtilen kullanıcı gruplarına ek olarak daha geniş yaklaşım için Steinfeld ve Maisel (2012) çalışmasında kullanıcıları 8 farklı gruba ayırmıştır;

1. Tipik olarak işlevsel bir sınırlamaya sahip olamayıp, ancak vücut şekli ya da boyu nedeniyle işlevde geçici ve kalıcı sınırlamaları olan bireylerdir. Örneğin çok kısa, çok uzun, kilolu ya da aşırı zayıf bireyler.
2. Kendinelerine bağımlı olan insanların bakım faaliyetlerini destekleyen bakıcılar. Örneğin engelli üyeleri ve aileleri, yaşlıların eşleri, dadılar.
3. Otizm, alzheimer ve kronik depresyon gibi psikososyal rahatsızlıkları olan bireyler, sosyal engellerle karşılaşan bireyler, algı ve bilişte kısıtlamaları olan bireyler.
4. Alkol ve uyarı madde bağımlılığı dolayısıyla davranışsal ve/veya işlevsel kısıtlamaları olan bireyler.
5. Çoğunluk nüfusun veya ev sahibi ülkeninkinden farklı geleneklere, tercihlere ve beklentilere sahip azınlık etnik gruplar ya da yabancı ziyaretçiler.
6. Yerleşim yeri ve kısıtlı hareketlilik nedeniyle hizmetlere ve kaynaklara ulaşmakta güçlük çeken düşük ve orta gelirli nüfuslar.
7. Doğal afet ya da savaş gibi durumlara maruz kalmış veya bundan dolayı konum değiştirmek durumunda kalmış bireyler.

8. İstismar edilmiş olduğu için özgürlük ve topluluk kaynaklarına erişimi kısıtlanmış korunan ortamlara ihtiyaç duyan evsizler.

Evrensel tasarım hem ortalama kullanıcıya hem de farklı gruplarına yönelik tasarımlar yapmayı amaçlamaktadır. Yaşlıları, engellileri, çocukları, yetişkinleri, bilişsel ve algısal kısıtlamaları olan bireyleri, çok ağır ya da hafif, çok uzun ya da çok kısa bireyleri, elinde olmayan sebeplerden dolayı farklı durum ve ihtiyaçları olan bireyleri kapsayacak şekilde tasarım yapmayı amaçlamaktadır. Bu şekilde geniş yaklaşımla yapılan tasarımlar gereksiz engellerden arınmış bir çevre hakkına saygı duymayı sağlayarak ve ortamların geliştirilmesini kolaylaştırmaktadır (Steinfeld & Maisel, 2012).

2.1.3. Evrensel Tasarım ve Kamusal Mekanlar

Kamusal mekanlar, farklı kültür, yaş, din, sosyal statüden herkesin kullanımına sunulan, insanların birbirleriyle ve çevresiyle etkileşimde bulunduğu genel ifadeyle halka açık her türlü mekân olarak tanımlanabilmektedir. Kamusal alanlar açık veya kapalı farklı yetkinlik gruplarından bireylerin bir araya geldiği mekanlardır. Kamusal mekanlar mağazalar, restoranlar, alışveriş merkezleri, eğlence parkları, parklar ve diğer dinlenme tesisleri, sokaklar, ulaşım sistemleri gibi halka açık tesislerdir.

Kamusal mekanlar bireylerin fizyolojik, sosyal ve birçok diğer ihtiyacına ulaşmak için kullandığı her türlü mekânı içermektedir dolayısıyla herhangi bir kısıt olmadan herkes tarafından erişilebilir olması oldukça önemlidir (Kayhan, 2021). Toplumda farklı beceri, yetkinlik ve yeterlilik düzeyi sahip bireyler bulunmaktadır ve bu bireylerin ayrıştırılmadan kamusal alanları rahatlıkla kullanabilmeleri toplumdan soyutlanmamaları için gereklidir. Evrensel tasarım ilkeleri kapsamında kamusal mekanlarda dikkat edilmesi gerekenler;

- Yön tabelası ve yol bulmayı kolaylaştıracak ipuçları eklemelidir.
- Yol boyunca yeterli aydınlatma yapılmalıdır.
- Doğrudan yollarla bağlanan düğüm noktaları olmalıdır.
- Dinlenme noktaları bulunmalıdır.
- Aynı anda birden fazla kişinin kullanımına uygun boyut ve ölçülerde tuvaletler bulunmalıdır.
- Tabelalar görüş hattında yerleştirilmelidir.

- Tabelalarda tek bir dil yerine alternatif diller kullanılmalıdır.
- Görsel ve dokunsal uyarı yüzeyleri kullanılmalıdır (Maisel & Ranahan, 2022).

Kamusal mekanlarda uyulması gereken yönetmelikler ve standartlar mevcuttur. Çalışma kapsamında Planlı Alanlar İmar Yönetmeliği (T.C. Resmî Gazete, 10 Temmuz 2018, sayı: 30474), TS 9111 Özürlüler ve Hareket Kısıtlılığı Bulunan Kişiler İçin Binalarda Ulaşılabilirlik Gerekler, TS EN 81-70 Asansörler - Yapım Ve Montaj İçin Güvenlik Kuralları - Yolcu ve Yük Asansörleri İçin Özel Uygulamalar - Bölüm 70: Engelliler Dâhil Yolcu Asansörleri İçin Erişilebilirlik (21 Haziran 2007), TS 12576 Şehir İçi Yollar - Özürlü ve Yaşlılar İçin Sokak, Cadde, Meydan Ve Yollarda Yapısal Önlemler ve İşaretlemelerin Tasarım Kuralları (8 Nisan 1999), Otopark Yönetmeliği 30340 (T.C. Resmî Gazete, 3 Mayıs 1985, sayı: 3194), ADA Standarts for Accesible Design (15 Eylül 2010), Yerel Yönetimler İçin Ulaşılabilirlik Temel Bilgiler Teknik El Kitabı (Aralık 2011) standartları ve yönetmelikler incelenmiştir.

Bina girişlerinde koridor genişliği umumi binalarda 220 cm olmalıdır. Döşeme kaplamaları kaymayı önleyen, tekerlekli sandalye ve koltuk değneği kullanan bireyler için hareketlerini güçleştirmeyen, standardına uygun malzeme kullanılması zorunludur.

Geçiş mesafesi için yeterli alan ve boyut sağlanmalıdır (Şekil 2.1.). Ortalama bireyler 70- 100 cm yeterli olabilmekteyken, değnekle yürüyenler için 85- 120 cm arası alan sağlanmalıdır. Tekerlekli sandalye kullanıcıları için en az 90 x 122 cm'lik alan ve tekerlekli sandalye ve yardımcı kişi için 125 cm alan sağlanmalıdır. Yürüme kolaylaştırıcı alet kullanan fiziksel engeli bulunan bireyler için yeterli boyut ve alan sağlanması oldukça önemlidir (TS 9111).

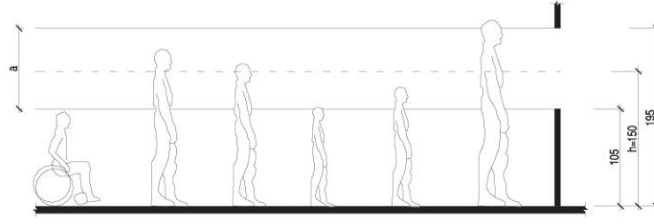


Şekil 2.1.Fiziksel Engeli bulunan kullanıcı için boyut ve alan ölçüsü

Kaynak: TS 9111

Rampaların kenar korumaları, genişlikleri, sahanlık ve korkulukla beraber küpeşte ve kaplama malzemelerinin engellilerin dolaşımına olanak verecek şekilde TS 9111 standardına uygun yapılması zorunludur. Rampa ve ana sahanlıklarda kesintisiz 90 cm yükseklikte 1. düzey ve 70 cm yükseklikte 2. düzey, elle tutulduğunda rahatlıkla kavranabilecek 32-45 cm çapında küpeşte bulunmalıdır. 100 cm ve üzeri için ise 1:20 (%5) eğim, 51-100 cm arası için 1:16 (%6) eğim, 16-50 cm arası için 1:14 (%7) eğim, 15 cm ve üzeri için 1:12 (%8) eğim gerekmektedir. 10 metreye kadar uzunluktaki rampalarda eğim %8'den fazla olmamalıdır. 10 metreden daha uzun rampalarda %6 eğim olmalıdır (TS 12576).

Kamusal mekanlarda bulunan merdiven küpeştelerinde, asansörlerde, kiokslarda, tabelalarda ve diğer bilgilendirme elamanlarında görsel, dokunsal ve işitsel gibi farklı anlatım yöntemleri kullanılmalıdır. Metin ve kullanılan semboller zeminle zıt renklerde olmalıdır. Renkler bilindik olmalıdır. Yeşil beyaz emniyet, sarı-siyah riskli, kırmızı-beyaz tehlike ve mavi-beyaz acil bilgilendirme için kullanılmaktadır. Dokunsal okuma yapılabilmesi için bilgilendirme sembol ve işaretleri kabartmalı olmalıdır. Sembollerde harf yerine resim kullanılmalıdır. Sembollerin tasarımı basit ve mesajın anlamıyla doğrudan ilgili olmayan ayrıntılara yer verilmemelidir. Görme engellileri bilgilendirme amacıyla umumi yerlerde duyulabilir ses ya da kabartma semboller ya da iri puntolar kullanılmalıdır. Bilgilendirme sembolleri ve sergileme göz seviyesinde konumlandırılmalıdır. Görme uzaklığı 1000 mm için harflerin boyutu 25 mm, 2000 mm için 40 mm, 5000 mm için ise 75 mm olmalıdır. Görüş mesafesi okuma için en az 105 cm, en fazla 195 cm ve ortalama yükseklik 150 cm'dir (TS 12576) (Şekil 2.2).



a: Ayakta Açık Görüş Hattı
h: Okuma için Ortalama Yükseklik

	Aydınlatma		Ağac		Korunan konut
	Döşeme		Tarh		Fırın
	Dinlenme		Yeşil park		Kasap
	Bilgi levhaları		Çocuk oyun		Manav
	Çöp		Kule		Lokanta
	Çit		Köprü		Pastahane
	Kiosk		Mezarlık		El işi
	Kemer		Banka		Bakkal
	Saat		Postahane		Sinema
	Bilgi-iletişim		Durak		Müze
	Yapıt		Park		
	Su				

Şekil 2.2. Görüş Hattı ve Semboller

Kaynak: TS 12576 (1999); El Kitabı (2011)

Algılanabilir görsellerin olduğu uygun boyut ve renklerde tabelalar, Braille alfabesi, dokunsal yüzey ve hissedilebilir zemin uygulaması ve sesli uyarılar kullanılmalıdır (Şekil 2.3).

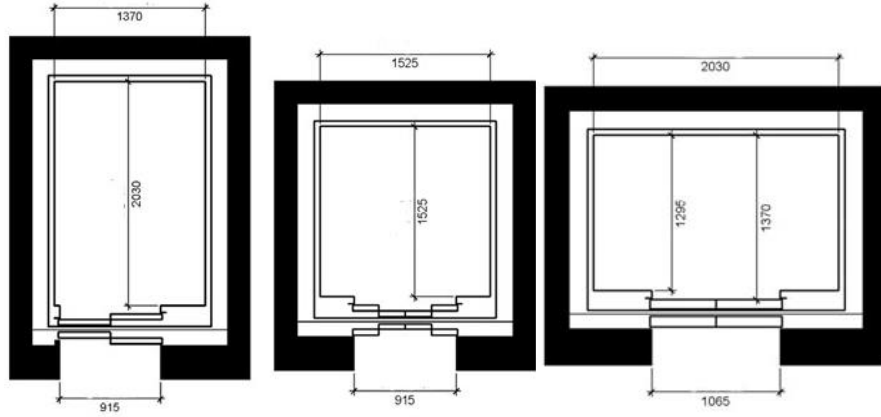


Şekil 2.3. Dokunsal Yüzey

Kaynak: TS 9111 (2011)

Kamusal mekanlarda bulunabilecek asansör, merdiven gibi düşey sirkülasyon elemanlarının tasarımı da oldukça önemlidir. Asansörlerin kısa kenarının uzunluğu 120 cm'den daha az olmamalıdır. Alanı ise 1.80 m²'den az olmamalıdır. Sahanlık

ölçüsü kapı sürgülüyse en az 120 cm, dışa açılır şekildeyse en az 150 cm olmalıdır (ADA, 2010) (Şekil 2.4).



Şekil 2.4. Asansör Kabin içi Boyut Örnekleri (ölçüler mm cinsindendir.)

Kaynak: ADA Standartları (2010)

Asansör kabin içinde kullanılan kontrol panellerin yüksekliği minimum 890 mm olmalıdır. Panellerde kullanılan standart kontrol düğmeleri sembolleri kullanılmalıdır (Şekil 2.5). Erişilebilirlik için kontrol paneli tuşları kabartmalı olmalı, braille alfabesi bulunmalı ve sesli uyarın kullanılmalıdır.

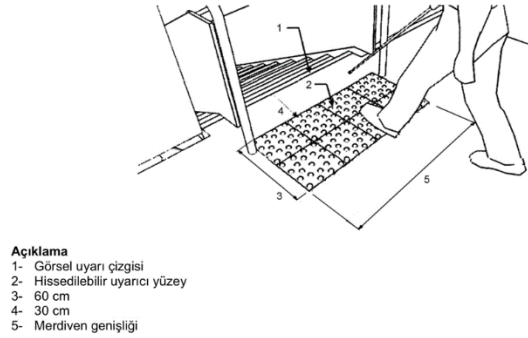
Kontrol Düğmeleri	Grafik Sembolü
Acil Durum	⊗
Alarm	🔔
Kapı Açılış	↔
Kapı Kapanış	⬅➡
Ana Giriş Katı	★
Telefon	☎

Şekil 2.5. Asansör Kontrol Paneli Sembolleri

Kaynak: ADA Standartları (2010)

Merdivenlerde uygun basamak yükseklikleri (rıht) ve genişlikler kullanılmalıdır. Genel merdivenler 150 cm genişliğinde olmalıdır. Yanyana yürüyen yayalar için 120 cm, her bir ek yaya için 60 cm eklenmelidir. Basamak yüksekliği (rıht) güvenlik için sabit tutulmalıdır. Basamak genişliğinde $2a+b= 60$ ile 64 formülü kullanılmalıdır. Dış mekânda basamak yüksekliği (rıht) 10 cm olmalıdır. Asansörü olmayan bina merdivenlerinde rıht 16 cm, asansör olan binaların merdivenlerinde rıht

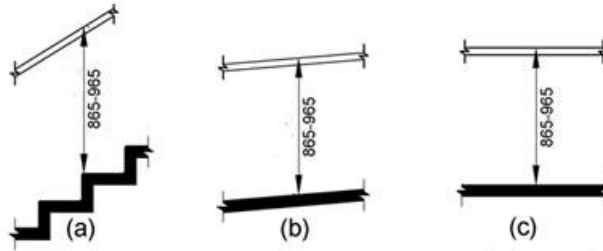
18 cm'den fazla olmamalıdır. Merdivenlerde erişilebilirlik standartlarına dikkat edilmelidir (TS 12576) (Şekil 2.6).



Şekil 2.6. Görme Engelliler İçin Daha Erişilebilir Merdivenler

Kaynak: TS 9111 (2011)

Açık ya da kapalı kamusal mekanlardaki bulunan korkuluk yüksekliği 110 cm'den daha az olmamalıdır. Korkuluklar düşme, kayma, yuvarlanma gibi nedenlerle insanların can güvenliğini tehlikeye atacak boşluklar içermeyecek şekilde düzenlenmelidir. Boşluklar en fazla 10 cm çapında olmalıdır. Küpeşte yükseklikleri ADA Standardına göre merdivenlerde, rampalarda ve düz zeminde (sahanlık, asansör) 86,5-96,5 cm olmalıdır (Şekil 2.7).

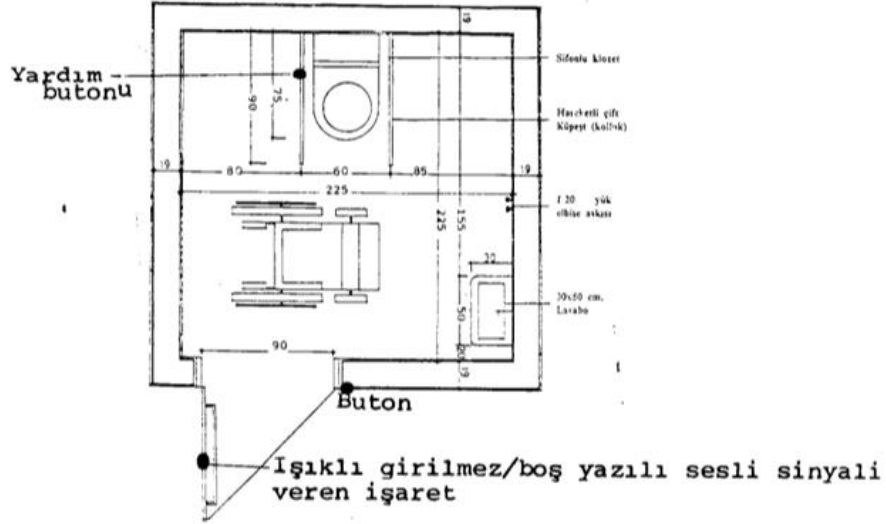


Şekil 2.7. Küpeşte Yükseklikleri (ölçüler mm cinsindendir.)

Kaynak: ADA Standartları (2010)

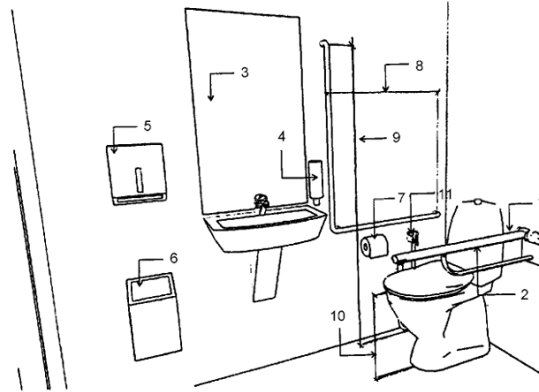
Kamusal mekanlarda hem ortalama bireyler için hem de engelliler için WC'ler olmalıdır. Umumi binalarda 50 kişi için 1 kadın 1 erkek tuvaletinin bulunması zorunludur. Umumi binalarda belli olan kişi sayısına veya gelecek müşteri sayısına ya da oturacak kişi sayısına göre WC sayısı hesaplanmalıdır. Belirlenen büyüklük ve erişilebilirlik standartlarına göre WC yapılması zorunludur. Engelli WC'leri kolay kullanım sunmalı, iyi yerleştirilmiş donanımlara sahip olmalı, iyi transfer seçeneklerine sahip olmalı, yeterli manevra alanına sahip olmalıdır. Engelli wc

optimum ölçüleri 225 x 225 cm olmalıdır (Şekil 2.8). Kapı eni 90 cm olmalıdır. Klozet alanı 90 x 60 x 45-48 cm olmalıdır. Oyuntulu lavabo kullanılmalı ve ölçüleri 50 x 30 cm olmalıdır. Katlanabilir tutunma çubuk kullanılmalı ve klozetten 25-30 cm yüksekte olmalıdır (TS 12576); (TS 91111). Engelli WC ölçüleri şekil 2.8 ve şekil 2.9’ da ki gibidir.



Şekil 2.8. . Erişilebilir WC Plan (Ölçüler cm cinsindendir.)

Kaynak: TS 12576 (1999)

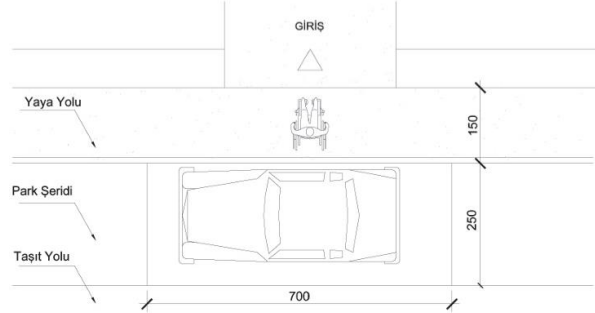


Şekil 2.9. Erişilebilir WC Yükseklikler

Kaynak: TS 9111 (2011)

Park alan ölçüsü 2,5 x 5,5 m’dir. Otoparkın iç yüksekliği giriş altı dahil olacak şekilde 2,10 metreden az olamaz. Umumi otoparkların 90 derecelik dönüş verilerinin yollarda, küçük araçlar için en az 2,40 metre genişliğinde olmak zorundadır. Gidiş geliş yolu genişliği 6,50 umumi otoparklarda 6,00 metreden az olamaz. Her otoparkta otopark alanının %1’inden az olmayacak şekilde ilave alan bisiklet ve motosiklet park yeri olarak ayrılır (Otopark Yönetmeliği 30340).

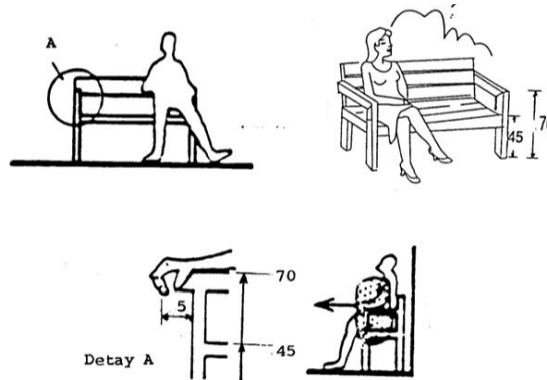
Her park 20 park yerinden 1’inin engelli işareti konarak engelliler için ayrılması gerekmektedir. Umumi binaların ve genel otoparkların giriş çıkış yönleri engelli park yerleri en yakın yerlerinde olmalıdır. Engelli park yeri ölçüleri (yaya yürüme yolu ve araç kapısı açma ölçüsü dahil) 400 x 700 cm olmalıdır (TS 12576) (Şekil 2.10).



Şekil 2.10. Engelli Park Yeri Ölçüleri

Kaynak: TS 12576 (1999); El Kitabı (2011)

Sirkülasyona engel teşkil etmeyecek alanlarda dinlenme ve bekleme amacıyla herkesin kullanımına uygun kent mobilyaları kullanılmalıdır. Oturma yüksekliği 45 cm yerden yüksekliği 70 cm olmalıdır (TS 12576) (Şekil 2.11).



Şekil 2.11. Oturma Yeri Ölçüleri

Kaynak: TS 12576 (1999)

Evrensel tasarım ilkelerini dikkate alarak yapılan mekân tasarımı, tüm kullanıcılar için herkesin sahip olabileceği özelliklere göre, ihtiyaçları en iyi şekilde karşılamaktadır.

Çalışmanın devamında kamusal mekanların arasından seçilen alışveriş merkezleri evrensel tasarım ilkeleri ışığında incelenecektir. Öncelikle Ticaret, ticari yapılar açıklanacak, devamında alışveriş merkeziyle ilgili kavramlar, sınıflandırmalar, tarihsel süreç, tasarım ve planlama ilkeleri ve alışveriş merkezi kurguları açıklanacaktır.

2.2. Ticaretin Tarihsel Gelişimi

Ticaret, Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre (TDK sözlüğü, 2005) “ürün, mal vb. alım satımı” ve “kazanç amacıyla yürütülen alım satım etkinliği” şeklinde tanımlanmaktadır. “Ticaret” sözcüğünün anlam olarak, kâr elde etmek amacıyla yapılan alım satım faaliyeti olmasıyla birlikte Türkçe’de kar güdülerek meslek olarak yapılan, işlemin sürekli ve kurumsal olduğu bir yapıyı anlatmaktadır (Doğan, 2006). Ticaret genel anlamda tanımlayacak olursak, en az iki kişi veya grup arasında gerçekleşen, ekonomik değeri olan, her türlü mal ve hizmetin alınıp satılması ve değiş-tokuş edilmesidir (Nar, 2019).

Ticaret neredeyse insanlık tarihi kadar eskidir. Üretim yapan insan zamanla ürettiğinin fazlasını değiş tokuş etmeye başlamıştır. Değiş tokuş para kullanılmadan malın başka eş değer olduğu düşünülen bir malla veya hizmetle değiştirilmesidir. (Doğan, 2006;8). Zamanla toplumsal hayatın vazgeçilmez bir eylemi haline gelen değiş tokuş eylemi, para kavramı oluşunca farklı boyutlar kazanmış organize mekânlara ve yapılara ihtiyaç duyulmaya başlamıştır (Sayılı, 1992). Dolayısıyla değiş tokuşla eylemiyle alışveriş başlamış ve bu şekilde en temel düzeyde ticaret yapılmaya başlanmıştır. Değerli objelerin alışverişiyle yapılan ticaret paranın icat edilmesiyle kâr amacı gütmeye ve bir düzen çerçevesinde yapılmaya başlamıştır.

Ticaretle birlikte farklı toplumlar ve coğrafyalar birbirlerini etkilemiştir. Kendilerinde olan ama diğer toplumlarda olmayan ürünlerin yazı, dil ve eğitim gibi kültürel alışverişler yapılmıştır. Örneğin 8. Yüzyılın başlarına doğru Fenikeliler sıkı ticari ilişkileri sayesinde Yunan kültürünün gelişmesine katkı sağlamıştır. Bu katkılardan biri de Fenikeliler tarafından yazının Yunanlara öğretmesi olmuştur. Ticari

amaçla kullanılan yazıtlarla bu durum kanıtlanmıştır (Mansel, 1999). Toplumlar ticaretle karşılıklı etkileşime girerek hem mal hem de hizmet alışverişinde bulunmuşlar dolayısıyla bir kültür alışverişi de yapmışlardır.

Ticaret zamanla toplumların gelişmesine ve zenginleşmesine, kentlerin şekillenmesine ve büyümesine etki etmiştir. Ticaret yolları, sadece ticaret ve alışverişin yapıldığı yapılar ve mekânlar inşa edilmiştir. Kentler ticari mekânların etrafında şekillenmeye başlamıştır. Zamanla önemi daha da artarak politik, kültürel ve dinsel işlevlerle bir tutulmuş beraberinde kentlerin kimliği ve simgesi haline gelmiştir (Sayılı, 1992). Kentlerde yaşayan insanların ticaretin yapıldığı bu çok amaçlı mekanlarda gelmesiyle sosyal yaşam buralara çekilmiştir.

Bir kentin ticari potansiyeli ve hareketliliği ve bunların kent mekanına yansıma biçimi ve derecesi, bölgeler arası ticaret yollarına yakın ya da uzak olması ile yakından ilgili olmaktadır. Kentler arası ve uluslararası ticari güzergahlar üzerinden geçtikleri kentlerin nüfus ve mekân sınırlarını etkilemektedir (Akman, 2018). Ticaret yolları geçtiği kentlerin gelişmesini sağlamaktadır. Ticaret toplumların refah seviyesini arttırmıştır. Ticaretle gelişen kent merkezleri halkın yaşaması için daha cazip hale gelerek kentleşmeyi sağlamıştır. Ticaret yeni kent mekânları yaratmış ve sosyal yaşamı buralara çekmiştir.

Ticaret kentlerin şekillenmesini, toplumların refah seviyesini, kültürlerini, ekonomisini etkilemiş beraberinde bunlardan etkilemiştir. Nüfus arttıkça tüketime olan talep artmış bu sayede yeni ürünler ve üretim teknikleri pazara girmeye başlamıştır. Ürünlere olan talebin olduğu yerlere üretim yapılan yerlerden ticaret yolları oluşturulmuştur. Ticaret arttıkça rekabet artmış reklam ve pazarlama faaliyetlerine ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Üretim ve tüketimin artmasıyla daha kolay ve rahat alışveriş imkânı sağlayacak ticaret mekânları oluşturulmaya başlanmıştır. Ticareti etkileyen unsurlar şu şekilde sıralanabilir;

- Nüfus, yerleşme
- Üretim, tüketim, ekonomi
- Teknoloji
- Ulaşım, yollar
- Pazarlama, reklam
- Ticaret Mekânları- Ticari yapılar

2.2.1. Ticari Yapılar ve Tarihsel Gelişimi

Tarihsel olarak değiş tokuşla başlayan alışveriş eylemi ve ticaret, ürün ve hizmetlerin düzenli ve sistemli bir şekilde alınıp satılmasıyla günümüz halini almıştır. İlk olarak pazar yeri, sokak ve meydanlarda yapılan ticaret zamanla meydanlara eklenen birimlerden dükkân, büyük mağaza ve alışveriş merkezi gibi kapalı yapılarda yapılmaya başlamıştır. Bunun en önemli nedenleri toplumsal, sosyal, siyasal, ekonomik ve teknolojik alanlardaki yenilikler ve değişikliklerdir.

Ticari yapıların oluşumunu sağlayan alışveriş ve ticaret eylemi Endüstri devrimiyle beraber köklü bir dönüşüm yaşamıştır. Endüstri devrimiyle kentleşme ve nüfus artışı yaşanmıştır. Yaşanan teknolojik gelişmeler üretim ve tüketim alanına etki etmiştir. Yaşanan bir diğer değişim ise farklı tüketici gruplarının ortaya çıkması olmuştur. Tüketici olarak sadece erkek egemen anlayış, kadın ve gençlerin alışveriş eylemine katılmasıyla değişmiştir. Gençlere ve kadınlara yönelik satış etkinlikleri başlamıştır (Uluengin, 2008).

Toplumların sosyokültürel yapısı, yaşam şekli, alışveriş alışkanlıklarının değişiminden ticari yapılar da etkilenmiştir. Gelişmeler neticesinde daha fazla, daha büyük ve daha çok ürünün satıldığı alışveriş alanlarına ihtiyaç duyulmuştur. Dolayısıyla daha büyük ve çok katlı ticari ve alışveriş yapıları, mağazalar inşa edilmeye başlamıştır.

Ticari yapılar en genel tanımıyla kâr amacı güden işletmelerin mal ve hizmet satışı yaptığı mekânlardır. Planlı Alanlar İmar Yönetmeliğine (T.C. Resmî Gazete, 10 Temmuz 2018, sayı: 30474) göre ticari yapılar;

“Ticaret alanı: İş merkezleri, ofis-büro, çarşı, çok katlı mağazalar, katlı otoparklar, alışveriş merkezleri ve otel gibi konaklama tesisleri, sinema, tiyatro, müze, kütüphane, sergi salonu gibi kültür tesisleri, lokanta, restoran, gazino, düğün salonu gibi eğlenceye yönelik birimler, yönetim binaları, ticari katlı otopark, banka, finans kurumları, yurt, kurs, dersane, özel eğitim ve özel sağlık tesisleri gibi ticaret ve hizmet fonksiyonlarına ilişkin yapılar ile yoldan cephe alan zemin veya bodrum katları konut olarak kullanılmamak ve ayrı bina girişi ve merdiveni olmak koşuluyla yüksek nitelikli konut (rezidans) da yapılabilen alanlardır.” olarak belirtilmektedir.

Mimari tasarımları açısından ticari yapılar, sürekli değişim ve dönüşüm halinde olmuştur. İlk dönemlerde sokaklarda ve meydanlarda yapılan ticaret zamanla tüketici ve üretici taleplerine ve ihtiyaçlarına göre, üstü örtülü kapalı mekânlarda yapılmaya başlamıştır.

Ticari mekânlarda aslında tüketici ve üretici arasında bir iletişim aracı görevi görmüştür. Müşterilerin demografik yapısı, ihtiyaçları ve beklentilerine göre mekân organizasyonu gerçekleşmektedir (Aksoy, 2009).

Müşterilerin beklentilerini karşılamak onlara daha rahat mekânlarda hizmet vermek aynı zamanda mekânlarda daha fazla kalmalarını sağlayarak alışveriş yapmalarını sağlamak ticari mekânların en temel amacı olmaktadır. Beraberinde günümüzde teknolojik değişimler, rekabetin artması, reklam ve pazarlama faaliyetleri ticari yapıların mimari tasarım açısından birbirinden farklılaşmasını zorunlu kılmaktadır.

Ticari yapıların tarihsel olarak gelişimi, sosyokültürel hayatın, ticaretin, ekonominin ve teknolojinin, kentlere ve mimarlığa olan etkisiyle şekillenmiştir. Ticaretin ilk olarak yapıldığı açık alan olan meydanların tarihteki örnekleri agora ve forumdur. Agora Antik Yunan kentlerinde, forum ise Roma kentlerinde ticaret merkezlerinde bulunmaktaydı. Ticaret zamanla beklentiler doğrultusunda açık alanlardan özel ayrılmış ve kapalı alanlarda yapılmaya başlamıştır.

Ticari yapıların tarihsel süreçteki gelişimi işlevleri, tasarım anlayışları ve yapısal özelliklerine göre farklılık göstermektedir. Bu nedenle öncelikle ticari yapıları sınıflandırmak gerekmektedir.

Say Özer (1996) ticari yapıları işlevsel tipolojilerine göre sınıflandırmıştır;

1. Tekrarlanan birimlerden oluşan ticari yapılar
 - a. Yol üzerinde yer alan ticari yapılar; Stoa, Sütunlu Cadde, Arasta, Pasaj.
 - b. Avlu çevresinde yer alan birimlerden oluşan ticari yapılar; Kervansaray ve Han.
2. Tek büyük mekânlı ticari yapılar; Bedesten, Hal Binası, Büyük Mağaza ve Alışveriş Merkezi (Say Özer, 1996).

Tekrarlanan birimlerden oluşan ticari yapılar bir aks üzerinde yer alan birimlerin birbirine eklenerek çoğalan yapılar ve bir avlu etrafında yer alarak kompakt

bir kütle oluşturan yapılar şeklinde ayırmıştır. Tek büyük mekânlı ticaret yapılarını ise, ticaret eyleminin gerçekleştiği büyük yapılar olarak incelemiştir (Say Özer, 1996).

Uluengin (2008) alışveriş yapılan ticaret mekânlarını; pasajlar ve arkadlar, büyük mağazalar, süpermarketler, hipermarketler, grosmarketler (Peşin Öde Götür Mağazaları- Cash and Carry) ve alışveriş merkezleri olarak ele almıştır.

Bu sınıflandırmalardan yola çıkarak ticari yapılar üzeri açık, üzeri yarı açık ve üzeri kapalı olarak ele alınacaktır. Üzeri açık ticari yapılar olarak, öncelikle meydanlar üzerinde kurulan ve zamanla üzeri kapalı birimler eklenerek şekil değiştiren Agora ve Forum incelenecektir. Üzeri yarı açık ticari yapılar olarak stoa, sütunlu cadde, arasta, çarşı, kervansaray ve han incelenecektir. Üzeri kapalı ticari yapılar olarak bedesten, pasaj, hal binası, dükkân/mağaza ve büyük mağaza, marketler ve alışveriş merkezleri incelenecektir.

2.2.1.1. Üzeri açık ticari yapılar

Çevresi yapılarla sarılmış açık mekânlar olan meydanlar, kentlilerin sosyalleştikleri ve ticaretin yapıldığı önemli kentsel mekânlardır. Tarihsel olarak çeşitli uygarlıklarda farklı eylemlerin de eklendiği meydanlarda yaşanan ticari canlılık ve hareket insanları buraya çeken en önemli nedenlerden olmuştur (Uluengin, 2008).

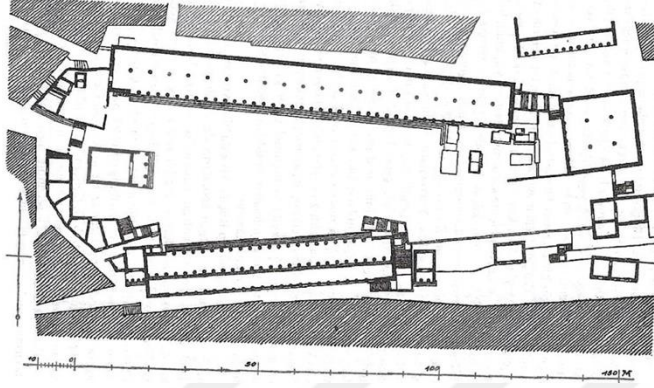
a. Agora

Homeros agorayı toplanma ve alışveriş yapılan mekânsal oluşum olarak tanımlamaktadır. Agora halkın bir araya geldiği yer anlamına gelmektedir. Kişilerin boş zamanlarını geçirip yeni insanlarla tanışmak için vakit geçirdikleri bir yer olma özelliği taşımaktaydı (Wycherley, 1986).

Çoğunlukla kentin yöneticilerinin yaşadığı Akropolis'in eteğinde bulunan agoralar kentlerde büyük bir öneme sahipti. Kentin tam merkezinde ya da limana yakın bir konumda, birkaç dikdörtgen bloktan oluşan agora için şehir planında yer ayrılırdı. Her türlü sosyal etkinliğin yapıldığı aynı zamanda siyasi, ticari ve toplumsal faaliyetlerin de yürütüldüğü kent için oldukça önemli açık alanlardır (Çetinel, 1999). Kente gelen önemli anayollar agorada kesişmektedir.

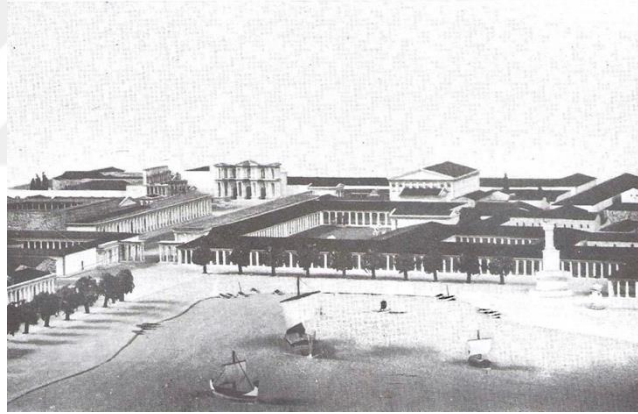
Agoraların gelişmesi yavaş ve düzensiz olmuştur. Sonuç olarak kesin mimari çizgilere sahip bir yapı ortaya çıkmamıştır (Wycherley, 1986). Zaman içerisinde

ihtiyaç duyuldukça dikdörtgen yapı birbirine eklenerek ya da arada boşluklar bırakılarak yapılmış, klasik dönemle birlikte dikey olarak uzamıştır. Tarihteki önemli agoralar; Batı Anadolu’da Assos, Priene, Efes, Bergama, Miletos kent devletlerinde (Şekil 2.12) (Şekil 2.13) ortaya çıkmıştır (Aksoy, 2009).



Şekil 2.12. Assos Agorası

Kaynak: Wycherley, R.E., (1986)



Şekil 2.13. Miletos Agorası

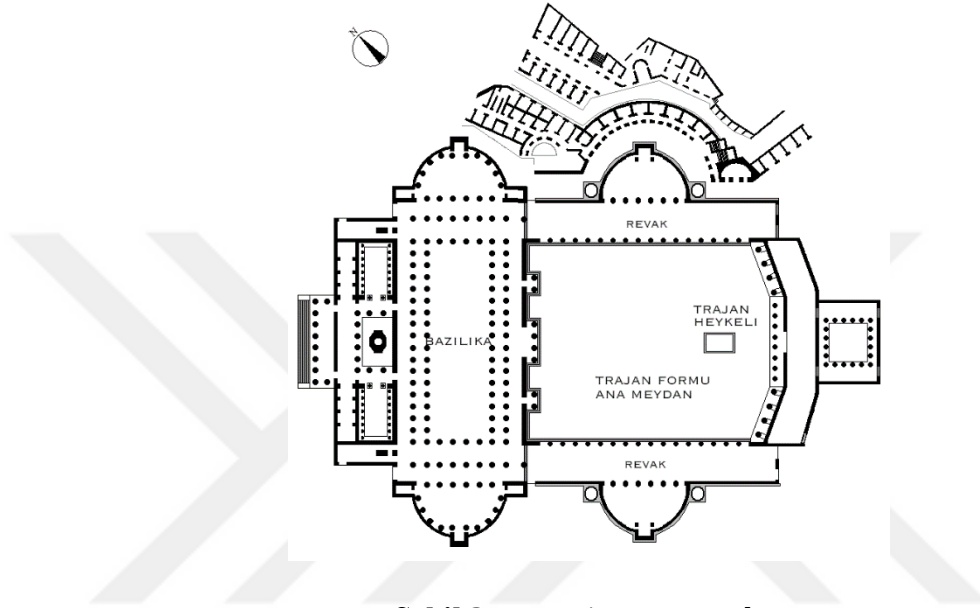
Kaynak: Wycherley, R.E., (1986)

b. Roma forumu

Antik Yunan’daki agoralar Roma’da forum olarak tanımlanmaktadır. Forum kentin merkezinde bulunan, dikdörtgen biçimli, çevresi yapılar ve portikli duvarlarla çevrili, yüzü heykeller ve anıtlarla süslenmiş alanlardır. Manzaranın önemli olduğu Yunan agorasına göre, savaşlarda zafer kazanmış komutan heykelleriyle anıtsal bir yapıya sahiptir (Aksoy, 2009). Her Roma şehrinde büyük ya da küçük fark etmeksizin bulunan forumda geçitler, törenler, önemli söylevler ve gladyatör dövüşleri

yapılmaktaydı. Roma formu zamanla dikdörtgen şekilli bir forma bürünerek plaza haline geldi (Bridge, 2017;56).

110 yıllarında Roma’da inşa edilen Trajan forumu (Şekil 2.14), çok katlı bir alışveriş merkezinin öncüsü sayılabilmektedir. İçerisinde 500 satış yeri, büro ve depo bulunan; alt katında meyve ve sebze, birinci katında; şarap ve yağ, ikinci ve üçüncü katında baharat, beşinci katında balık satılan beş katlı bir yapıdır (Sedillot, 1983).



Şekil 2.14. Trajan Formu Plan

Kaynak: (URL-2)

İlk zamanlarda ticaret merkezi işlevine sahip olan forum, zamanla siyasi otoritenin etkisiyle ticaret eylemi bu alandan dışlanmıştır (Say Özer, 1996).

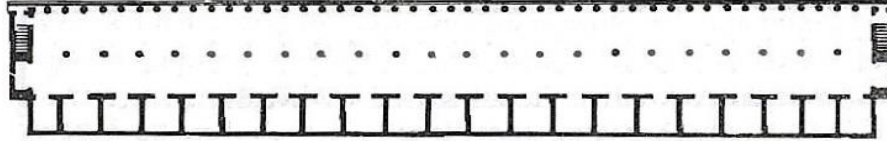
2.2.1.2.Üzeri yarı açık ticari yapılar

Dükkân sıralarından oluşan üzeri saçakların olduğu ya da ortada avlunun bulunduğu yarı açık ticari yapılar bir arada ele alınacaktır. Ticaret haricinde önemli evrakların ya da malların saklandığı depo, konaklama beraberinde sosyalleşme gibi ek imkanlara sahip yapılardır.

a. Stoa

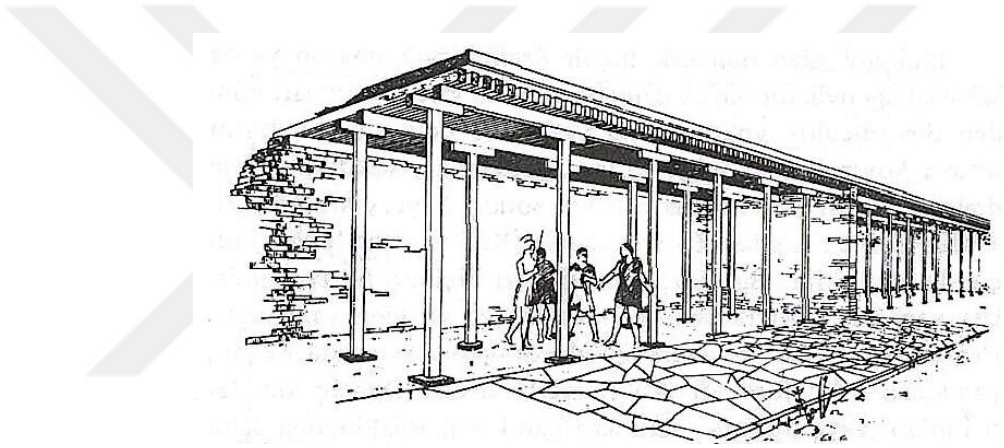
Eski Yunan kentlerinde genellikle agorada yer alan ve ana mimari eleman olan stoa, antik dönemde birçok işleve sahip önemli bir yapıdır (Say Özer, 1996).

Roma döneminde agoraların dört tarafı stoalarla kaplanmıştır (Şekil 2.15). Bu sayede agoranın önündeki sütunlu kısımda rahatlıkla gezinti yapılabilmekteydi. Beraberinde mimari bir yapı olarak ısıya karşı koruyucu bir gölgelik ve rüzgarlık ve fırtınaya karşı hazır bir sığınak görevi görmekteydi (Wycherley, 1986) (Şekil 2.16).



Şekil 2.15. Atina, Attalos Stoa'sı

Kaynak: Wycherley, R.E., (1986)



Şekil 2.16. Stoa Görselleştirme

Kaynak: Wycherley, R.E., (1986)

Başlarda sadece agoraya özgü olmayan stoa sütunlu caddelerde özellikle agoraya ulaşan caddelerde, bütün kutsal alanlarda ve gymnasium'lerde stolara rastlanırdı (Wycherley, 1986).

Stoaların özellikle ticari, siyasi ve genel işlevleri vardı. Resmî belgeler burada saklanır, iş adamları stoaları kullanırlardı. Ticaret kolonilerinde ortaya çıkan toptancı tüccarlar, spekülâtörler ve bankerler tarafından stoalar borsa ve alışveriş yeri olarak, stoaların arkası ise tüccarların iş yeri, dükkân ya da ambar olarak kullanılmaktaydı (Aksoy, 2009).

Ticari olarak hem ürünleri satma hem de depolama amacıyla kullanılmaktaydı. Beraberinde mimari tasarımı sayesinde halkın rahatlıkla hava koşullarından korunarak

gezme ve dolaşmasına imkân tanımaktaydı. Kentlilerin sosyalleşmesini, ticaret ve alışveriş yapmasını sağlayan önemli bir yapıydı.

b. Sütunlu Cadde

Roma zamanında cadde kenarında karşılıklı yer alan stoaların arkasına ticari amaçla kullanılmak üzere birimler eklenmiştir. Zamanla bu caddeler eklenen birimlerle sütunlu caddeleri olmuştur (Say Özer, 1996) (Şekil 2.17).



Şekil 2.17. Sütunlu Cadde

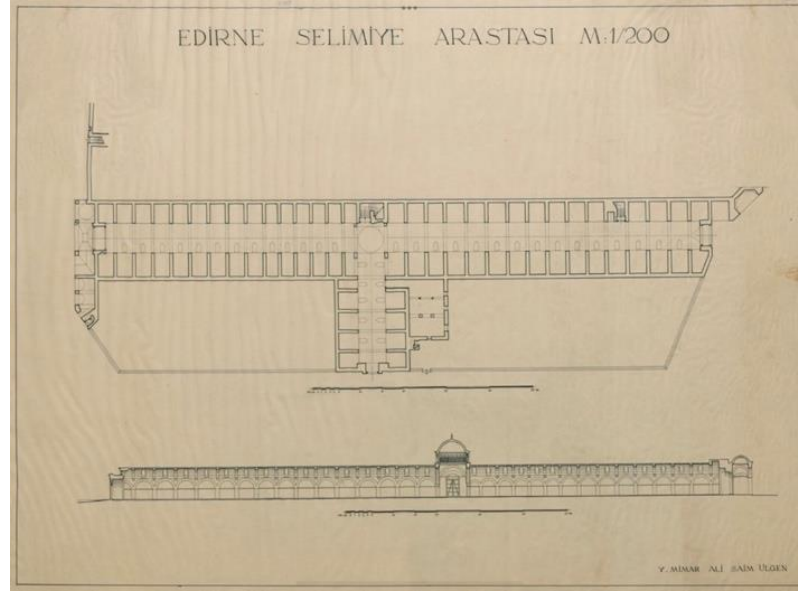
Kaynak: Wycherley, R.E., (1986)

c. Arasta

Eskiden çarşılarda aynı tür mal satan ya da aynı işi yapan esnafın bulunduğu dükkân sıralarından oluşan ticaret yapısı türüdür (Hasol, 2019)

Farsça süslenmiş anlamına gelen *areste* kelimesinden gelmektedir. Osmanlı mimarlığında bir eksen üzerinde dizilmiş, üstü açık ya da kapalı önü saçaklı dükkân sıralarından oluşan çarşı yapısıdır. Genellikle her büyük külliye de giderleri karşılamak amacıyla bulunurdu. Edirne’de Selimiye camisinin (Şekil 2.18), İstanbul Süleymaniye camisinin ve Sultanahmet camisinin gerisinde bulunan arastalar en önemlilerindendir. (Büyük Larousse, 1985).

Yapım özelliği tek seferde inşa edilmesidir. Dolayısıyla zamanla içerisinde dükkân ilavesi yapılarak biçimsel olarak değişikliğe uğrayamayan yapılardır (Sözen ve Tanyeli, 1999)



Şekil 2.18. Edirne Selimiye Arastası

Kaynak: Ülgen, A., S., (1905) (Salt Araştırma arşivinden elde edilmiştir.)

d. Çarşı- Kapalı Çarşı

Çarşı eski Roma kentlerinde aynı tipteki küçük dükkanların sıralanması ile oluşmuştur. Agoradaki dükkanların önünde bulunan ve gezinti alanı olarak ayrılan arkadlı kısımların dışında kalan orta bölümlerde seyyar satıcılar çalışmaktaydı (Cezar, 1985).

Kentin gün boyunca en hareketli alışveriş yapılan alanıdır. Olanaklar el verdiğinde üzeri kapalı olan bu yapılar uzun bir ana cadde ve buna açılan sokaklardan oluşmaktadır. Her ayrı iş kolunda mal ve hizmet üreten esnaf örgütleri için ana caddeye açılan yan sokaklar bulunmaktadır (Küçükkömürcü, 2005).

İklimsel nedenlerden dolayı örneğin çok sıcak iklimli ülkelerde üstü örtülü çarşılar yapma ihtiyacı ortaya çıkmış ve bu ihtiyaçla “kapalı çarşı” olgusu oluşmuştur (Uluengin, 2008).

İstanbul’daki kapalı çarşı 1701 yılında kâgir ve kapalı hale getirilmiştir. O dönemde dükkân sayısı 3000 civarındadır. Boş arsaya tek seferde inşa edilmeyen kapalı çarşı bedestenler ve hanlar gibi kagir olan yapılarla eski ahşap dükkanların sokaklarının bir araya gelmesiyle oluşmuştur (Cezar, 1985). Kagir yapılar olan Cevahir ve Sandal bedesteni etrafında 15. Yüzyıldan itibaren ahşap dükkân ve arastalar konumlanmaya başlamıştır (Dilaveroğlu ve Pilehvarian, 2022) (Şekil 2.19). Kapalı

çarşı bedesten odaklı zamanla büyüyen yaygın bir çarşı olma özelliğindedir. Tek seferde üzeri örtülü bir çarşı ortaya çıkmamıştır (Küçükörmürcü, 2005) Küçük birimlerin zamanla bir araya gelmesiyle üzeri kapalı çarşı topluluğu meydana gelmiştir. Kapalı çarşıda toplamda 61 sokak 18 kapı bulunmaktadır. Sokakların hepsi aynı genişlikte olmadığından dolayı sokak üstü tonozları aynı genişlikte olmadığı gibi aynı yükseklikte de değildir (Cezar, 1985).



Şekil 2.19. Kapalı Çarşı Vaziyet Planı

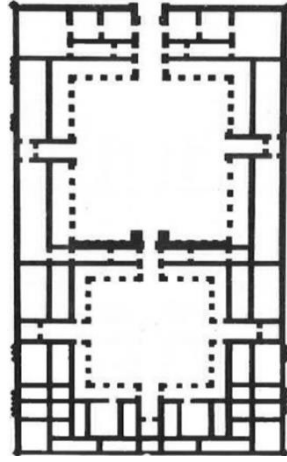
Kaynak: Cezar, M., (1985)

e. Kervansaray

İssiz yollarda kuruldukları için her türlü saldırıya hazırlıklı olmak amacıyla yapılaş tarzı kaleyi anımsatmaktadır ve bu sayede güvenli konaklama imkânı sunmaktadır (Küçükörmürcü, 2005).

Çoğunlukla kare ve dikdörtgen şeklinde planlara sahip olmakla beraber tek kapılıdır (Şekil 2.20). Giriş aksının her iki yanında kalan bölümler zeminden yüksektir bu alan yolcuların yatacağı peyler şeklinde ayrılmıştır. Pencereler yüksek dar ve küçüktür (Kösemen, 2005). Alt katta yer alan odalar, depo ve ahır olarak kullanılırken üst katlardaki odalar tüccarların konaklaması için ayrılmıştır (Say Özer, 1996)

Karahanlılar ve Selçuklular zamanından Osmanlı zamanına kadar inşa edilen Kervansaraylar Osmanlı döneminde yanına cami, hamam, dükkân, kahvehane türü yapılar eklenerek külliye halini almıştır (Say Özer, 1996).



Şekil 2.20. Akçakale Kervansarayı Plan

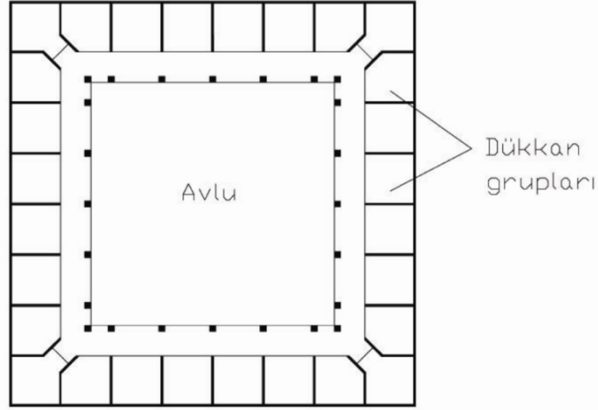
Kaynak: Ünalı, D., (2020)

f. Han

Han Farsça dilinden gelmektedir. Tüccarların malını sakladıkları aynı zamanda yolcuları barındırma ve kervanları dinlendirme amacıyla kullanılan som kâgir yapılardır. Şehir hanları ticaret yapanlara yönelik mekânları içerisinde barındıran yapılardır. Şehir içi ve şehir dışı han olarak ikiye ayrılmaktadır. Şehir içi hanlarda esnaf ve zanaatkarlar üretim ve ticaret beraberinde konakladıkları yapı olmalarıyla önem kazanmıştır (Küçükkömürcü, 2005).

Şehir içi hanlar kendi içinde üç gruba ayrılmaktadır. Bunların ilki tek avlulu olan ahırın avluya bitişik ayrı bir bölüm halinde olduğu hanlar (Şekil 2.21), Bergama Taşhanı, Diyarbakır Deliler Hanı en önemlilerindendir. İkincisi Avlulu ikamet kısmı gibi bitişikte avlulu ayrı bir kısım oluşturur. Bursa Koza Hanı ve Edirne Rüstem Paşa Hanı bu gruptaki örneklerdendir. Üçüncü grup ise Ticaret Hanlarıdır. Giriş katlarında dükkanlar bulunmaktadır. İlk olarak Bursa’da görülmektedir ve genel olarak İstanbul’daki hanlar bu gruba örnektir. Zemin kat, avlu kısmında revaklı, tek kapıyla avluya açılan ve pencerenin bulunmadığı eşya deposu olarak kullanılan hücrelerden meydana gelmektedir. Üst kat ise büro olarak kullanılmakta pencereli odalar avluda revaklı galeriye açılmaktadır (Kösemen, 2005).

Hanlar bir süre sonra ticaretin yapıldığı ürünün adıyla veya kurucularının adlarıyla anılmaya başlamıştır. Pirinç han, Şeker Han ve İsmail Bey Han bunun örneklerindendir (Asar, 2011).



Şekil 2.21. Han Plan

Kaynak: Küçükkömürcü,B., (2005)

2.2.1.3. Üzeri kapalı ticari yapılar

a. Pasaj

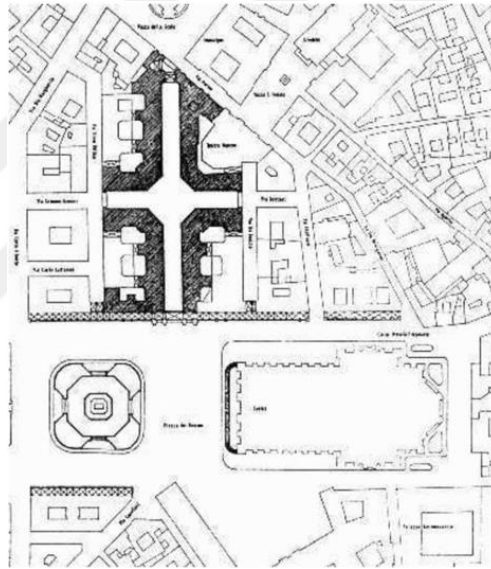
Alanı 10.000 m² üzerinde yaklaşık 20.000-25.000 m² alana sahip; üstü örtülü, bir sirkülasyon bağlantısı olan çoğunlukla 2-3 katlı sokak mekânlarıdır. Büyük alanlı dükkanlar genelde köşelerde veya bir sokağın sonunda yer almaktadır (Neufert, 2017). Sokakları birbirine bağlayan büro veya çok katlı konut yapıların altında yer alan iki tarafında dükkanlar olan geçitlerdir (Say Özer, 1996). Mimaride demir konstrüksiyonun ve cam malzemenin kullanımının yaygınlaşması, pasaj mimarisinin oluşumuna katkı sağlamıştır (Verdil, 2006).

Pasajlar kapalı yaya çarşılarının ilk örneği olmakla birlikte ve 20. Yüzyılın ortalarında üst ve orta sınıfa mensup hanımların vitrin izleme eylemini gerçekleştirdikleri ilk mekânlardır (Verdil, 2006). Pasajlar birer alışveriş ya da eğlence merkezi olma özelliği taşımaktadır (Say Özer, 1996). Dolayısıyla birden fazla işlev sunan pasajlarda insan dolaşım alanlarının tasarımı mekân oluşumunu etkilemiştir (Verdil, 2006). 1860 ve 1880 arasında Milano’da inşa edilen ve günümüzde halen kullanılan Galleria Vittorio Emanuele en önemli pasaj örneklerindendir (Şekil 2.22) (Şekil 2.23).



Şekil 2.22. Galeria Vittorio Emanuele

Kaynak: (URL-3)



Şekil 2.23. Galeria Vittorio Emanuele Vaziyet Planı

Kaynak: Birol, G., (2003)

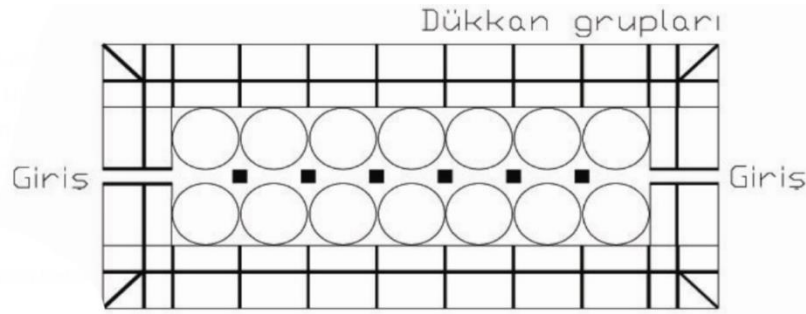
b. Bedesten

Büyük tüccarların bulunduğu ve transit ticarete konu olan malların alınıp satıldığı, değerli eşyaların satılıp, depolanıp ve belgelerinin arşivlendiği kapalı alışveriş mekânı işlevi gören pazar yeridir (Asar, 2011).

Kumaşın değerli en çok aranan ve ticareti yapılan bir ürün olduğu ilk zamanlarda bez ticaretinin yapıldığı tüccarların çarşısı olarak kullanılmaktaydı. Kumaş harici değerli belgelerin saklandığı bir yapıydı (Say Özer, 1996).

Güvenlikli bir yapı olan bedestenler eski zamanda banka işlevine sahiptir. Halk parasını, mücevherini ve kıymetli eşyalarını ve evraklarını bedestende saklamaktaydı (Küçükkömürcü, 2005).

Osmanlı döneminde ticaretin yoğun yapıldığı kentlerde inşa edilmiştir ve mimari olarak birçok kubbeli çatı örtüsünden oluşmaktadır (Say Özer, 1996) (Şekil 2.24). Dükkanlar duvar içine açılmış dolap ve bir kerevetten oluşmaktadır. Kerevetlerde mal sergilenirdi (Küçükkömürcü, 2005).



Şekil 2.24. Bedesten Plan

Kaynak: Küçükkömürcü, B., (2005)

c. Hal binası

Hal binaları, kent içi ticaret yapılarıdır. 12. ve 13. Yüzyıllarda Avrupa'nın belli başlı kentlerinde yapılmaya başlanmıştır. Kumaş gibi değerli ve pahalı ürünlerin satıldığı ve depolandığı hal binaları belediye bürosu, dans salonu gibi farklı sosyal işlevleri de içinde barındırmaktaydı (Say Özer, 1996).

Kentlerin kalabalıklaşması ile güvenlik ve temizlik gibi sorunlar nedeniyle ticaretin meydanlardan ve sokaklardan hal binalarında yapılmaya başlanmasının en önemli nedenlerindendir (Say Özer, 1996).

Teknolojinin ilerlemesiyle gelişen hal binalarında zaman içerisinde hem malzemede cam, çelik kullanımı görülmekte hem de su, elektrik tesisatları ile soğuk hava depoları gibi donanım kullanımları görülmektedir (Say Özer, 1996).

18. Yüzyılda birçok Avrupa kentinde bulunan hal binalarının Türkiye'deki bir örneğide 1925-1927 yılları arasında İstanbul'un Kadıköy İlçesinde sahilde deniz doldurularak inşa edilmiş olan Kadıköy Hal binasıdır (Şekil 2.25).



Şekil 2.25. Kadıköy Hal Binası

Kaynak: (URL-4)

d. Dükkân/Mağaza ve Büyük Mağaza

Satışın en küçük birimi olan dükkanlar alışverişin yapıldığı eski zamanlardan beri var olmaktadır. Pazar yerlerinin dolması ve gelişmeye elverişsiz olması üzerine ticaret kentin her noktasına yayılmaya başlamıştır. Bu dönemde, belirli malları satan dükkanlardan oluşan sokaklar ve yapılar ortaya çıkmıştır (Göçer, 1984).

Sanayi devrimiyle birlikte alışveriş kalıplarında da değişimler olmuş; daha geniş kitlelerin tüketim yapması amacıyla üretim yöntemleri değişmiş, ticaret sermayesi, ulaşım ve ürünü muhafaza etme teknolojisindeki gelişmelerle beraber dükkanlardan mağazalara (büyük mağaza) geçilmiştir (Kademoğlu, 2011).

Büyük mağazalar, bünyesinde farklı bölüm ve branşlardan farklı mağazaları barındıran, mağazalar zinciri halinde olan, bazı bölümleri diğer zincir marketlere kiralanabilen, çok katlı çok büyük alışveriş yerleridir (Neufert, 2017).

Sanayi devriminden sonra ticaret, iş ve alışveriş kent merkezlerinde arttı dolayısıyla artık tüketicinin talepleri ve satış sistemi değişti. İlk kez Fransa’da çıkan büyük mağazalarda neredeyse her türlü ürün satılmaktaydı ve müşteriler alışveriş yapsın ya da yapmasın içerisinde gezebilmekteydi. Bu dönemde müşterileri mağazaya çekmek için çeşitli reklam yöntemleri denemiştir (Sedillot, 1983)

Müşterileri içeri çekmek için mağazaların dış cepheleri daha ilginç şekilde tasarlanmaya başlanmıştır. Beraberinde araba sayısındaki artış ve artan nüfus gibi

problemlerden dolayı büyük mağazaların bodrumlarına kapalı otoparklar yapılmaya başlanmıştır (Tarcan Çubukgil, 2001).

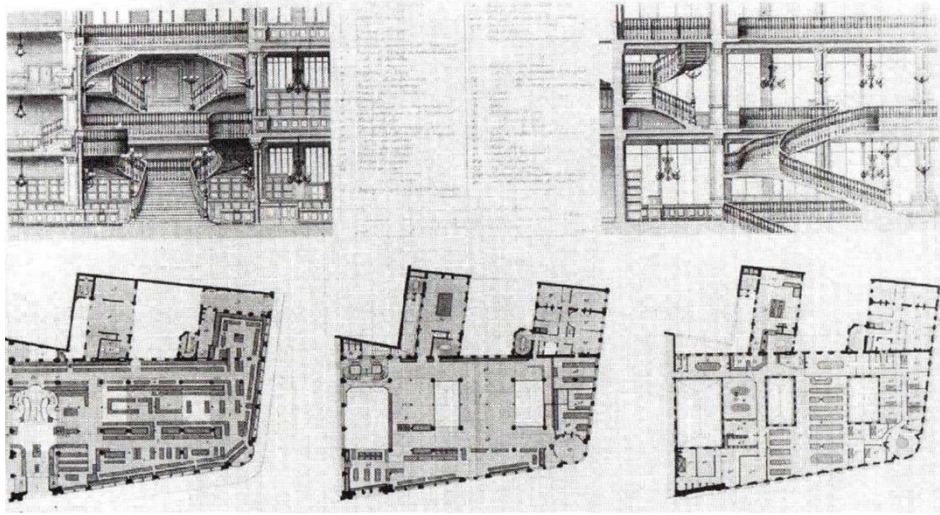
19. Yüzyılda yapılan ilk büyük mağaza yapıları Paris'te bulunan Bon Marche ve Aupritemps'dir (Şekil 2.26). 50.000 m² alana inşa edilen mağaza içinde kadın müşterileri çekmek amacıyla, ilk kadın tuvaletlerini ve eşlerini bekleyen kocalar için okuma odaları oluşturulmuştur (Şekil 2.27).

Büyük mağazaların mekân grupları; satış mekânı, servis ve depo alanları, yönetim ve personel mekânları, müşteri dolaşım alanlarından oluşmaktadır. Beraberinde mekânlar arası ulaşım ve dolaşım sistemi olarak; müşteri dolaşım, personel sirkülasyonu, gelen giden mal ve eşya trafiği mekân kurgusu tasarlanırken dikkate alınması gereken konulardır (Çetinel, 1999).



Şekil 2.26. Paris Bon Marche

Kaynak: (URL-5)



Şekil 2.27. Paris Bon Marche Görünüş ve Kat Planları

Kaynak: Birol, G., (2003)

e. Marketler (Süpermarket, Hipermarket, Grossmarket)

Süpermarketler ilk kez A.B.D.’de ortaya çıkmıştır. Kentlerde özellikle konut alanları içerisinde mahalle ölçeğinde hizmet veren ticari yapılardır. En az 400 m² olmak üzere, genellikle 2000- 3000 m² civarında brüt alana sahip ve self servis yöntemiyle çok çeşitli ürünü perakende şeklinde satan yapan ticari yapılardır (Çetinel, 1999). İlk süpermarket 1916 yılında A.B.D. Memphis ‘de kurulan Piggly Wiggly isimli markettir.

Hipermarket 1960’lı yılların başında Süpermarketten esinlenerek Avrupa’da oluşturulan ticari yapıdır. Brüt toplam alanı 10.000 m² – 50.000 m²’dir. Mağazalar haricinde servis binası, bir banka, restoran ve benzin tasarımı içinde bulunabilmektedir (Çetinel, 1999).

Grosmarketler hipermarket özelliği taşıyan, ancak toptan alışverişin yapıldığı, her türlü tüketim ürününün tek bir üniteye satıldığı ticari yapılardır (Uluengin, 2008). Genellikle kapalı ve büyük olan marketlerin iç mekânları bölüntüsüz, çevreleri ise otoparkla çevrilidir. Çok çeşitli ürün büyük miktarlarda depolanıp uygun fiyata satılmaktadır. Ürünler belirli bir düzen içinde raflarda bulunmakta ve müşteriler bu rafların arasında alışveriş arabalarıyla dolaşarak alışveriş yapabilmektedir.

f. Alışveriş Merkezleri

İlk örnekleri 1950’li yıllarda banliyölerde ortaya çıkan alışveriş merkezi 1970’li yıllardan sonra banliyö konseptinden çıkıp çok daha geniş ve çeşitli uygulamalara ve konumlara sahip bir konsepte dönüştü. 1947 yılında Urban Land Institute (ULI) “alışveriş merkezi” tanımını yaptı aynı zamanda alışveriş merkezlerinin planlanması ve tasarlanması için standartlar belirledi. Urban Land Institute (ULI) alışveriş merkezini “hizmet verdiği ticaret alanıyla konumu, büyüklüğü ve mağaza türü ile ilgili bir işletme birimi olarak, planlanan, geliştirilen, sahip olunan ve yönetilen bir site üzerine inşa edilmiş bir grup mimari olarak birleşik ticari kuruluş” şeklinde tanımlamıştır (Kramer, 2008).

Alışveriş merkezleri çeşitli satış birimleri, büyük mağazalar, marketler, dinlenme yerleri, içinde dengeli ve müşterinin yorulmadan her şeyi bulabileceği şekilde tasarlanmış mekânlardır (Say özer, 1996). Alışveriş merkezlerinin içerisinde yeme-içme mekânları, eğitici-öğretici ve eğlence ihtiyacını karşılayan etkinlik mekânları, giyim, ayakkabı ve market, eczane, kuaför, terzi gibi genel ve kişisel ihtiyaç mekânları bulunmaktadır. Dolayısıyla birçok işleve aynı anda cevap veren tüketim alanlarıdır (Terece, 2019).

Alışveriş merkezleri yaygın olarak her kentte bulunmaktadır. Hem müşterilere hem de işletmelere sunduğu avantajlarla önemli bir yatırım alanıdır. Diğer ticari yapılardan ayıran ve bu kadar yaygınlaşmasını sağlayan en önemli özelliği ise içerisinde her türlü müşteriye hitap edecek birçok imkânı barındırmasıdır. Bu nedenle teknoloji ve tasarım gibi alanlardan etkilenecek mimari açılarından da sürekli değişim ve dönüşüm halindedir.

2.3. Alışveriş Merkezi Olgusu

Merkezi bir birimce tasarlanan, planlanan, yapılandırılan ve yönetilen perakendeci mağazaların ve çeşitli hizmet kuruluşlarının yer aldığı bir komplekslere alışveriş merkezi denmektedir. Ticari işletme tiplerini ve farklı hacimlerdeki satış birimlerini içinde barındıran alışveriş merkezleri, belli bir alan içindeki tüketicilere hizmet sağlamak üzere veya belirli bir tüketici grubuna hizmet sağlamak üzere yapılandırılarak kurulmaktadır (Cengiz & Özden, 2002). Alışveriş merkezleri tek bir çatı altında hem birden çok farklı türdeki mağazalara ulaşma imkânı sunan hem de

müşterilere rahatlık, konfor ve güvenlik içerisinde alışveriş yapma imkânı sunan ticari yapılardır.

Tek ve belirli bir plan altında bir araya getirilmiş mağazaların oluşturduğu yapıda, büyük, daha küçük birimler, özellikli mal satan perakendeci mağazalar, banka, terzi, pastane, sinema, kuaför, eczane, kafeterya v.b. gibi mağazalar bir arada bulunmaktadır.

Günümüzde insanların çalışma hayatında daha fazla yer almasıyla kısıtlı zamandan dolayı çoğu zaman birçok aktiviteyi bir arada hatta tek bir mekân içerisinde yapmak durumunda kalınabilmektedir. Eskiden sadece belirli ihtiyaçların satın alınmasını sağlayan dükkanlar zamanla değişen sosyo-ekonomik çevreyle tüketime yönelik toplumun ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üzere alışveriş merkezine dönüşmüştür. AVM'ler günümüzde eski meydan kavramının yaşatılmaya çalışıldığı insanların boş vakitlerini geçirdikleri, toplanma, alışveriş amacıyla beraber, çeşitli etkinlik ve atölyelerin düzenlendiği, sergi, konser, tiyatro salonları olan karma kullanımlı mekânlara dönüşmüştür (Özkul, 2011). Bu nedenle en büyük avantajı bireylerin tüm ihtiyaçlarını tek bir alanda karşılamasıdır. Alışveriş, sinema, tiyatro, sergi, yeme-içme, çocuklar veya yetişkinler için oyun alanları, spor salonları gibi farklı mekânları içinde barındırmasıyla beraber alışveriş merkezleri buluşma merkezi olma özelliği de taşımaktadır.

Alışveriş merkezlerinin önceliği insanları buralara çekip daha fazla vakit geçirmeleri için imkân yaratıp beraberinde alışveriş yapmalarını sağlamaktır. Bu nedenlerle en temel olarak alışveriş harici müşterilere sosyalleşme imkânı da sunmaktadır. Çocuklu aileler, gençler, yaşlılar, kadınlar, erkekler gibi farklı demografik özelliklere sahip kişiler için beklentilerine uygun farklı mekânlar yaratılmaktadır.

Büyük kentlerde artan alışveriş merkezi sayısı ile rekabet de artmaktadır. Alışveriş merkezleri rekabet edebilmek amacıyla sundukları imkanlarda farklılaşmaya gitmektedir. Sunulan hizmet, ürün çeşitliliği ve mekân atmosferi gibi nedenlerden dolayı farklılaşmaktadır. Bu nedenle nezih, konforlu, güvenli, sistemli, tasarım açısından çekici gibi ek özelliklerle amaç alışveriş eylemine kalite getirmektir (Terece, 2019).

Alışveriş merkezleri dönemin ihtiyaç ve beklentilerine göre değişim ve dönüşüm halinde olmuştur. Gelişim sürecinde farklı alışveriş merkezi türleri ortaya çıkmıştır.

2.3.1. Alışveriş Merkezi Sınıflandırılması

Alışveriş eyleminin yapıldığı ilk çağlardan beri kullanılan alışveriş mekânları günümüze kadar birçok değişim yaşamıştır. Gelişim süreci boyunca ihtiyaçlar, sosyal-kültürel etkenler, teknoloji v.b. gibi birçok değişikliklerden etkilenmiştir. Hem mimari hem de hizmet açısından dönemin beklentilerine göre gelişmiştir.

Alışveriş merkezi kavram olarak ilk kez Amerika’da ortaya çıkmıştır. Avrupa’daki pasajlardan etkilenen ve daha sonrasında ABD’ye göç eden mimarlar tarafından fikir olarak geliştirilmiştir (Malec, 2010). ABD’de “mall” adıyla 1950’lerde inşa edilmeye başlamıştır. Dönemin en büyük 2 ihtiyacı doğrultusunda fikir olarak ortaya çıkmıştır. Bunlardan biri yaygın otomobil kullanımı kaynaklı merkezlerde yaşanan trafik sorunu ikincisi ise banliyölerdeki alışveriş ve sosyalleşme ihtiyacıdır. Bu ihtiyaçlar dolayısıyla perakende satış mağazalarına hizmet veren, araç trafiğine kapalı, sadece yayaların kullanımına açık alanlar olarak tasarlanmıştır (Cengiz & Özden, 2002). Zamanla Avrupa’ya ve oradan Ortadoğu ve Uzakdoğu’ya yayılmıştır.

DeLisle (2005) alışveriş merkezlerinin gelişimini etkileyen üç büyük gelişme dalgası olduğundan söz etmektedir. İlk dalgada toplum merkezi, mahalle merkezleri ve şerit merkezleri dahil olmak üzere daha temel kategoriler mevcuttur. Bu dönem de alışveriş merkezleri tek tip olma eğilimindeydiler. Yerinde otopark birleşik vitrin, kiracıların stratejik konumlanması ve ürünlerin ön planda olduğu bir anlayış hakimdi. Amaçları tek noktadan alışveriş imkânı sunmak ve toplu mal taleplerini karşılamaydı. İkinci dalgada ise bölgesel alışveriş merkezleri doğdu, kentsel bölgelerden banliyö bölgelerine geçiş yaşandı. Alışveriş merkezlerindeki en önemli özellik kiracıları birbirine bağlayan ortak bir koridora sahip kapalı merkezler olmalarıydı. Hem çapa hem de sıralı toplam kiracı sayısında artış yaşanmıştır. Üçüncü dalgada ise, iki temel kategori alt kategorilere ayrılmıştır. Güç merkezleri bu dönemde ortaya çıkmıştır. Bu dönem ürün farklılaşması dönemiymişti örneğin eğlence, festival, yaşam tarzı, karma kullanım, açık hava vb. gibi alışveriş merkezleri türleri bu dönemde ortaya çıkmıştır (DeLisle, 2005).

AVM'ler gelişim sürecinde ihtiyaçlara göre değişim göstermiş bu durum bir süre sonra belirli standartların getirilmesini gerektirmiştir. Alışveriş merkezlerinin yaygınlaşmaya başlamasıyla birlikte tanımlanması, sınıflandırılması, belirli standartlar getirilmesi ve ticari olarak denetlenebilmesi konuları gündeme gelmeye başlamıştır.

1957' de ABD'de kurulan Uluslararası Alışveriş Merkezleri Konseyi (ICSC), alışveriş merkezlerine tanım, sınıflandırma ve standartlar getirmiştir. ICSC 80 ülkede faaliyet göstermekte, alışveriş merkezi sahipleri ve yöneticileri, yatırımcılar, perakendeciler, pazarlama uzmanları, kredi uzmanları, akademisyenler ve kamu görevlilerinde dahil olduğu 60.000 üyesi vardır. Alışveriş merkezi sektörünün küresel ticaret birliği konumunda olup, 25'ten fazla ulusal ve bölgesel alışveriş merkezi konseyi ile bağlantısı bulunmaktadır (URL-6).

ICSC alışveriş merkezlerini “Shopping Center” olarak ele almakta ve “Mall” ve “Strip Center” olarak iki ana başlığa ayrılmaktadır. ICSC'nin tanımına göre AVM'ler (Shopping Centres) ticari çok markalı kiralık birimler ve ortak alanlardan oluşan, tek bir mülk olarak planlanan, geliştirilen ve yönetilen ticari kuruluşlardır. Tek yapı ya da yapılar grubundan oluşmaktadır. Bünyesinde perakende türlerinin tamamını ya da birkaçını bulunduran açık ya da kapalı ticari yapılardır. Bir alışveriş merkezinin minimum perakende net kiralanabilir alanı toplamda 5.000 m²'nin üzerinde olması gerekmektedir. Mall olarak tanımlanan alışveriş merkezleri ise kapalı olarak tasarlanan içerisinde yaya yürüme yolları bulunan büyük birkaç blokluk alanlarda kurulmaktadır. Yapımı ve idaresi bir birim olarak yönetim şirketleri tarafından sağlanır. Bünyesinde farklı ürün ve hizmet sunan birçok mağaza barındırmaktadır. Şerit merkezi ise genellikle mağazaların önünde bulunan otoparkı ile tutarlı perakende kuruluşu olarak yönetilen mağazalar veya hizmet satış noktaları sırasından oluşmaktadır. Mağazaları birbirine bağlayan kapalı yaya yolları bulunmamaktadır. Tek sıra halinde, L, U ve küme şeklinde olabilmektedir (URL-7).

ICSC tarafından Asya ve Pasifik için ayrı Avrupa için ayrı AVM sınıflandırması yapılmıştır. Öncelikle Asya ve Pasifik ülkeleri için yaptığı sınıflandırmayla AVM türleri açıklanacaktır. Devamında Avrupa için yaptığı sınıflandırmasıyla AVM türleri açıklanacaktır (URL-7).

AVM sınıflandırmasının daha iyi anlaşılabilmesi adına ICSC'nin belirlediği standartlar dahilinde AVM içerisinde bulunan “Çapa Kiracı” (Anchor Tenant) ve

“Kiracı” (Tenant) kavramları ve türleri açıklanacaktır. Alışveriş Merkezleri sahip oldukları hedef kitle özelliğine ve büyüklüğüne göre çekim gücünü arttırmak amacıyla çapa kiracı (ana perakendeci mağaza) sayısı ve türünü, bulundurdıkları kiracı (perakendeci mağaza) türü, sahip oldukları brüt kiralanabilir alanın ve sunulan hizmetin kapsamına göre farklı türde sınıflandırılmaktadır. Kiracılar yemek ve bakkaliye, yemek ve içecek, eğlence kategorilerinden oluşmaktadır. Çapa kiracı, alışveriş merkezi ve müşteriler için çekim merkezi görevi üstlenen büyük ve iyi bilinen perakendeciye denmektedir. Büyük mağaza (departman mağazası), İndirim mağazası, genel ürün satış mağazası, hipermarket ve süpermarketlerden oluşmaktadır (URL-7).

2.3.1.1. Asya ve pasifik için avm sınıflandırılması

ICSC’nin Asya ve Pasifik ülkeleri için yapılmış olan alışveriş merkezi sınıflandırılmasında 3 ayrı kategori bulunmaktadır. Bunlar (URL-7);

Genel Amaçlı Merkezler;

- Mahalle Merkezi
- Toplum Merkezi (Büyük Mahalle Merkezi)
- Bölgesel Merkez
- Süper Bölgesel Merkez
- Mega AVM

Özel Amaçlı Merkezler;

- Uzman Merkezler
- Yaşam Merkezleri
- Eğlence Merkezleri (Tema / Festival)
- Güç Merkezleri
- Outlet Merkezler
- Tek kategorili Merkezler
- Büyük Ulaşım Merkezi

Diğer Büyük Satış Mağazaları;

- Departman Mağazaları

a. Genel Amaçlı Merkezler

- **Mahalle Merkezi**

İçerisinde yiyecek bakkaliye ve diğer ihtiyaç ürünlerine yönelik mağazalar bulunmaktadır. En fazla 2 adet çapa kiracının olabildiği ama çapa kiracı ya da kiracının gerekli olmadığı bir alışveriş merkezi türüdür. Ana çapaları genellikle süpermarket, hipermarket ve genel ürün satışı yapan mağazalardır. Bu tür AVM’de insanlar fazla vakit harcamamakta sadece alışveriş yapmaktadır (Beyard ve O’Mara, 1999).

- **Toplum Merkezi (Büyük Mahalle Merkezi)**

Topluluk merkezleri, mahalle merkezlerinden daha geniş ürün yelpazesine sahiptir ve büyük alanda alışveriş imkânı sunmaktadır. Kiralanabilir alanı 15.000-35.000 m² 10 – 20 dakika araba kullanımıyla ulaşılabilir. Merkez 40.000 – 150.000 kişi kapasitelidir (DeLisle, 2005). En fazla 3 adet çapa kiracısı bulunmaktadır. Ana çapa kiracıları süpermarket, hipermarket, genel ürün satış mağazası, indirim mağarasıdır. Daha geniş giyim ve diğer isteğe bağlı ürünlerin satıldığı mağazalar ve günlük ihtiyaç ürünlerinin satıldığı mağazalar vardır. Ana çapa mağaza merkezin ortasında ya da bir ucunda olabilir. Genellikle otopark yapının ortasında, mağazalara hizmet sağlayan bölümler ise arka tarafta yer almaktadır.

- **Bölgesel Merkez**

40.000 – 80.000 m² toplam kiralanabilir alana sahiptir. En az 2 adet çapa kiracısı bulunmaktadır. 50-150 adet mağazası bulunmaktadır. Merkezlerden 25-30 dakika araba kullanarak ulaşılabilir. Süpermarket, hipermarket, büyük mağaza (departman mağazası), genel ürün satış mağazası, indirim mağazası ve sinema bulunmaktadır. Alışveriş imkânı sunan mağazalar dışında bünyesinde sinema barındırarak sosyal ve kültürel etkinliklere imkân tanımaktadır. Açık kapalı dolaşım imkanları, otoparkı, güvenliği, sosyal kültürel etkinlik alanları, iade imkânı sunan mağazalarıyla 150.000 kişiye hizmet etmektedir (Beyard ve O’Mara, 1999).

- **Süper Bölgesel Merkez**

Bölgesel merkezlere göre alan ve hizmet ettiği ticari alan bakımından daha büyüktür. Daha fazla moda ve eğlence çeşitliliği sunmaktadır. En az 3 adet çapa kiracısı bulunmakta ve toplam kiralanabilir alanı 80.000 m²’nin üzerindedir. 300.000’den fazla kişiye hizmet etmektedir (URL-7). Tek katlı ve çok katlı olabilirler.

Süpermarket, hipermarket, büyük mağaza (departman mağazası), genel ürün satış mağazası, sinema ve eğlence merkezleri bulunmaktadır. Üniteler arası ağaçlıklı yol, yaya yürüme yolları, bahçeler, oturma alanları ve buz pateni gibi sportif ve eğlence amaçlı mekânlar bulunmaktadır. Merkezlerden araçla 20-30 dakika mesafe uzaklıkta bulunmaktadır. Bölgesel ve süper bölgesel merkezler işlevsel olarak birbirine benzemekte fakat, alan müşteri çekim gücü ve çeşitlilik bakımından farklılaşmaktadır (Beyard ve O'Mara, 1999).

- **Mega AVM**

Süper bölgesel merkezin daha büyüğü olan bu merkezler daha fazla moda ve eğlence mekânı imkanına sahiptir. Süpermarket, hipermarket, büyük mağaza (departman mağazası), genel ürün satış mağazası, sinema ve büyük eğlence alanları içermektedir. 3'ten fazla çapa kiracısı bulunmaktadır. En az 140.000 m²'lik kiralanabilir alana sahiptir (URL-7).

b. Özel Amaçlı Merkezler

- **Uzmanlık Merkezleri**

Özel mağazalar, küçük- büyük kiracıların hâkim olduğu merkezler iş bölgelerinde veya büyük karma kullanımlı merkezlerin içinde ve yakınında bulunmaktadır. Çapa kiracısı yoktur. En fazla 50.000 m²'lik kiralanabilir alana sahiptir (URL-7).

- **Yaşam Merkezleri**

Açık havada yemek ve eğlence sunan lüks ulusal zincir mağazalarının olduğu alışveriş merkezleridir. Geniş formatlı lüks mağazalar çapa kiracılarıdır. Etki alanı 12-16 km'dir (URL-2). Çoğunlukla yüksek gelir seviyesinin ikamet ettiği konut bölgelerinde yer almaktadır. Açık alanların kurgusu oldukça önem taşımaktadır (Uluengin).

- **Eğlence Merkezi (Tema/Festival Merkezi)**

Merkez bütünüyle eğlence amacını taşımaktadır. Gıda ve eğlence odaklı kiracılar önceliklidir. Toplam kiralanabilir alan 8.000-25.000 m²'dir. Ana çapa mağaza gerekliliği yoktur. Zincir mağaza (elektronik, spor, hızlı moda) ve büyük restoranlar ana çapa kiracısı olabilmektedir. Hedef kitlesi farklı tasarımıyla çocuklar ve

turistlerdir. Etki alanı 40-120 km'dir. Genellikle kent merkezinde eski veya tarihi binaların bir parçası olarak tasarlanabilmektedir (URL-7).

- **Güç Merkezi**

Genellikle açık mekânlardan oluşmakta ve toplam kiralanabilir alanı 25.000 m²'nin üzerinde olmaktadır. Birbirinden bağımsız mağazalar ile az sayıda küçük mağazalardan oluşmaktadır. Kiralanabilir alanın %70- 90'nı çapa kiracılardan oluşmaktadır. Ana kiracıları büyük mağazalar (departman mağaza), indirimli mağaza veya toptancı mağazalar olmaktadır. Tek merkezden yönetilmekte, etki alanı 8-16 km olup toplamda 150.000 kişiye hizmet etmektedir. Birçok güç merkezi süper bölgesel güç merkezinin yanında konumlanmaktadır (URL-7).

- **Outlet Merkezi**

Üreticilerin ve perakendecilerin markalı ürünleri indirimli satan mağazalarının bulunduğu alışveriş merkezleridir. Çapa kiracı bulunmamakla birlikte bir yada birden fazla prestijli mağaza ya da büyük kiracı mağaza kiracı olmaktadır. Herhangi bir büyüklük sınırlaması bulunmamaktadır. (URL-7).

Genellikle bu merkezlerde üreticilerin ikinci kalitede ürettikleri ürünler ya da deneme amaçlı üretilmiş yeni ürünler, defolu sayılan mallar ile stok fazlası veren ürünlerin satışı yapılmaktadır. En önemli özelliği ürünlerin yüksek indirim oranlarıyla uygun fiyata satılmasıdır. Mağazaların dekoru genelde basittir ve ürünler yığılarak teşhir edilmektedir. Orta ve alt gelir grubuna hizmet etmektedir. 1980'lerde gelişmeye başlamıştır. Şehir merkezinden araçla 1 saatte ulaşılacak şekilde genellikle şehir dışında inşa edilmektedir. (Beyard ve O'Mara, 1999)

- **Tek Kategorili Merkez**

Nişe hitap eden özel dükkanların hâkim olduğu merkezlerdir. Zemin alanının %80'ni bilgi teknolojisi, ev eşyaları, diğer tek ürün türü satan mağazalara ayrılmaktadır. Çapa kiracısı tek kategoride ürün satan herhangi bir mağaza olabilmektedir. Kiralanabilir toplam alanı 50.000 m²'nin altındadır (URL-7).

- **Büyük Ulaşım Merkezi**

Toplam kiralanabilir alanı 5.000 m²'nin üzerinde olmaktadır. Havaalanı, şehirlerarası tren istasyonu veya şehirlerarası otobüs istasyonu içinde yer almaktadır. Çapa kiracısı bulunmamaktadır (URL-7).

c. Diğer Büyük Satış Mağazaları

- **Departman Mağazası**

Ayrı departmanlar/markalar halinde organize edilmiş çeşitli ürün türlerine sahip merkezlerdir. Bağımsız bir binada buluna bilmekte tek mal sahibinin olduğu, merkezi ödeme sistemine sahip, istihdamın %90'ı merkez tarafından yapılmaktadır. Kiracı mağazalar alanın %10'dan azında bulunmaktadır (URL-7).

2.3.1.2. Avrupa için avm sınıflandırması

Avrupa'daki Alışveriş merkezi sınıflandırmaları 2 ana gruba ayrılmaktadır. Bunlar (URL-8);

Geleneksel Alışveriş Merkezi

- Çok büyük
- Büyük
- Orta
- Küçük (Karşılaştırma temelli, kolaylık temelli)

Özellikli Alışveriş Merkezleri

- Perakende Parkı
- Outlet
- Temalı Merkez (Boş zaman temelli, boş zaman temelsiz)

a. Geleneksel Alışveriş Merkezi

- **Çok Büyük**

Açık ve kapalı şekilde olabilmektedir. Kiralanabilir alanı 80.000 m²'nin üzerindedir. Çapa kiracıları süpermarket, departman mağazası, hipermarket, genel ürün satış mağazaları, sinema, büyük eğlence mağazalarıdır (URL-8).

- **Büyük**

Açık ve kapalı şekilde planlanabilmektedir. 40.000- 79.999 m²'lik kiralanabilir alana sahiptir. Çapa kiracıları süpermarket, departman mağazası, hipermarket, genel ürün satış mağazaları, sinema, büyük eğlence mağazalarıdır (URL-8).

- **Orta**

Açık ve kapalı şekilde planlanabilmektedir. 20.000- 39.999 m². Genellikle çapa kiracısı yoktur (URL-8).

- **Küçük**

Çapa kiracıları süpermarket, Hipermarket'tir. Diğer kiracılar genellikle eczacılar, market, ev eşyası satan mağazalar, temel giysi mağazaları, evcil hayvan ürünleri mağazası (pet shop)'tur. Toplam kiralanabilir alanı 5.000-19.999 m²'dir. Karşılaştırma merkezleri ve kolaylık merkezleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Karşılaştırma merkezleri, genellikle moda giyim ve ayakkabı, ev eşyaları, elektronik, genel mekanik, oyuncaklar, lüks ürünler, hediyeler ve diğer isteğe bağlı ürünler satan mağazalardan oluşan alışveriş merkezleridir. Bu alanlar genellikle şehir merkezlerinde bulunan daha büyük bir perakende alanının bir parçasıdır. Merkezler, temel malları (tüketicinin düzenli olarak satın aldığı ürünler) satan ve çoğunlukla otoyol kenarında veya şehir dışında bulunan merkezlerdir. Toplam kiralanabilir alanı 5.000-19.999 m²'dir (URL-8).

b. Özellikli Alışveriş Merkezleri

- **Perakende Parkı**

“Güç merkezleri” olarak da bilinmektedir. Büyük olanları 20.000 m², orta olanları 10.000-19.999 m², küçük olanları 5.000-9.999 m²'lik toplam kiralanabilir alana sahiptir. Çoğunlukla bağımsız (bağlantısız) olan orta ve büyük ölçekli uzman mağazaları içerecek şekilde tasarlanan planlanan ve yönetilen alışveriş merkezleridir. Açık olarak tasarlanmıştır. Otopark genellikle mağazaların önünde ve aynı seviyede bulunmaktadır. Genellikle indirimli mağazalar çapa kiracılarıdır (URL-3).

- **Outlet**

Markalı ürünlerin indirimli olarak satan üreticilerin ve perakendecilerin outlet mağazalarının olduğu açık ya da kapalı tasarlanan alışveriş merkezleridir. 5.000 m²

toplam kiralanabilir alana sahiptir. Genellikle fazla stok, eski sezon yavaş satılan ürünler ve özel olarak tasarlanmış ürünlerin satıldığı mağazalar vardır. Çağa kiracıları yoktur. Belirli markalar müknaatıs mağaza görevini görmektedir (URL-8).

- **Temalı Merkez**

5.000 m²'den daha fazla toplam kiralanabilir alana sahiptir. Boş zaman temelli ve boş zaman temelsiz olarak ikiye ayrılmaktadır. Boş zaman temelli merkezde genellikle çok katlı bir sinema çapa kiracısı olmaktadır. Belirli bir perakende kategorisindeki dar ama derin ürün yelpazesine odaklanan mağazaları içeren alışveriş merkezleridir. Çok katlı bir sinema, bowling, sağlık ve fitness ve diğer eğlence merkezleri, restoran ve barlar kiracıları olmaktadır. Boş zaman temelli olmayan boş zaman temelli merkezle aynı tasarım, planlama ve yönetim şekline sahip olmakla birlikte, moda giysi, ev mobilyaları gibi niş bir pazara odaklanmakta veya havaalanı gibi belirli müşterileri hedefleyebilmektedir (URL-8).

2.3.2. Alışveriş Merkezi Gelişim Süreci

Tarih boyunca alışveriş eylemi her zaman önemli olmuştur. Alışveriş eyleminin yapıldığı mekânlar teknolojidten yaşam tarzına kadar birçok etkenden etkilenip değişime uğramıştır. 18. Yüzyılda İngiltere'de başlayan Sanayi Devrimiyle seri üretime geçilmiş, üretilen mal sayısında büyük artış yaşanmıştır. Beraberinde demir yolları sayesinde ulaşım kolaylaşmış bu sayede ürünlerin satıldıkları pazarlarda artış yaşanmıştır. Kentleşmeyle gelir düzeyleri artmış ve yaşam standartları değişmiş dolayısıyla tüketim hızlanmış ve alışveriş kültürü ortaya çıkmıştır. Alışveriş merkezi gelişimi tarihsel süreç içerisinde dönemin sosyal ihtiyaçlarından yaşanan teknolojik gelişmelere kadar birçok etkenden etkilenmiştir.

Nüfus artış hızı ve kentleşme, geleneksek çarşı bölgelerinin çekiciliğini yitirmesi, kadının ve çocukların değişen statüsü, araç sahipliği ve teknolojik gelişmeler, alışveriş anlayışının ve anlayışının gelişmesi gibi etkenler başlıca nedenlerden sayılabilmektedir (Kiriş, 2010). Yılmaz (2008) ise tüketim alışkanlıklarının değişmesi, üretimin artması mal çeşitliliği, tüketici profilinde değişimler, gelir seviyesindeki artış, eğitim düzeyinin yükselmesi, çevre unsuru, finans sektöründeki gelişmeler, reklam sektöründeki gelişmeler, teknolojik gelişmeler, tüketicinin kredi kartı kullanım alışkanlığı, toplumsal ve sosyal yapının değişmesi şeklinde ele almıştır.

Amerika, Avrupa kıtasında ve Türkiye’de alışveriş merkezleri farklı zamanlarda gelişim göstermesi nedeniyle ayrı başlıklar altında ele alınmıştır.

2.3.2.1. Amerika ve Avrupa’da alışveriş merkezi gelişim süreci

Endüstri devrimi sonrasında yaşanan modernleşme sürecinde gelişen teknoloji, fabrikalar, kentleşme, artan nüfusla her alanda birçok yenilik meydana gelmiştir. İnsanların vakit harcamadan birçok ürüne ulaşabileceği beraberinde uygun fiyatlı ürünlerle ucuz alışveriş imkânı sunan alışveriş merkezleri oluşmaya başlamıştır (Uluengin, 2008).

Endüstriyelikleşmeyle insanların fabrikalarda belli bir düzende çalışmaya başlaması yaşam şeklini de etkilemiştir. İş hayatı yoğunlaşmasıyla çalışma saatleri dışında kısıtlı zaman ortaya çıkmıştır. İnsanlar kısıtlı zamanlarında bütün ihtiyaçlarını tek bir yerde karşılamayı tercih etmiş böylece sosyo kültürel değişim yaşanmasıyla alışveriş merkezlerine talep artmıştır.

Alışveriş merkezinin ilk örneklerinde park yerinin olması ve merkezi bir yönetime sahip olması gibi özellikler bulunmaktadır. ABD Illinois’deki 1916 yılında tasarımcısı mimar Aldis’in yaptığı Market Square tam olarak alışveriş merkezi olarak geçmese de içerisinde barındırdığı 28 mağazası, ofis binaları ve peyzaj düzenlemesiyle ilk alışveriş binasıdır (Malec, 2010). İlk büyük modern alışveriş merkezi örneği ise 1922 yılında açılan A.B.D.’nin Kansas kentinde bulunan tek bir üniteden yönetilen Country Club Plaza’dır. Kentsel bir mahalleyi andıracak bir tasarıma sahiptir. Kent dışında inşa edilmiş özel otoparklı ilk alışveriş merkezidir (Şekil 2.28).



Şekil 2.28. Country Club Plaza

Kaynak: (URL-9)

1920’li yılların sonlarına doğru otomobil kullanımının yaygınlaşması merkezlerdeki trafik ve ulaşım sorunu, merkezleri kentin dış bölgelerine kaymasına neden olmuştur. Sıra halinde dizili mağaza ve dükkanlara sahip şerit merkezler bu dönemde yaygın olarak kullanılan alışveriş mekânıydı. Ön cephesinde park yerleri bulunan bu merkezle, tipik sıralı ve düz bir biçimde sıralanmaktaydı. 1928 yılında Ohio’da inşa edilen şerit merkezi olan Grandview Avenue Shopping Center 400 araçlık otoparkı ve 30 mağazası bulunmaktadır (Kiriş, 2010).

1931 yılında Texas’da Dallas’ın eteklerinde, Hugh Prather tarafından geliştiren, ilk planlanmış modern alışveriş merkezi Highland Park Shopping Village inşa edildi. En önemli özelliği tek bir mülkiyet altında, merkezi yönetim ve denetime sahip olmasıydı. Orta kısmı içe dönük planlanmış 64 mağaza ile çevrili bir iç otoparka sahiptir (Malec, 2010).

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra kentlerin büyümesi, sanayileşmenin artması, motorlu taşıt kullanımının yaygınlaşması, ticaret potansiyelinin artması gibi nedenlerle kentler merkezde toplanmak yerine, farklı alt merkezlerin çevresinde gelişmeye başlamıştır. Bu dönemde alışveriş merkezi sayısı giderek artmaktaydı. Konut alanlarının ve alışveriş merkezlerinin kent dışına kaymasıyla buralarda banliyöleşme süreci yaşanmıştır.

Kent merkezlerine ulaşmak ve alışveriş merkezlerine gidebilmek için otomobile bağımlı bir hale gelinmiştir. Kent merkezlerinde trafik sorunu, hava kirliliği, gürültü gibi sorunlar yaşanmaya başlamış dolayısıyla otomobille ulaşılabilen kapalı alışveriş merkezi tasarımları yapılmaya başlanmıştır (Yılmaz, 2008). Bu dönemde alışveriş merkezi tasarımındaki temel amaç sadece yerel bir nüfusa hizmetle kalmayıp, 30 dakikaya kadar araba kullanmaya istekli müşterilere hizmet etmektir. Böylece erişim otoyolla tarafından sağlanırken, ücretsiz otoparklarla yayaların araçlarından ayrılarak alışveriş yapması sağlanacaktı (Wall, 2005).

Günümüzdeki alışveriş merkezinin ilk örnekleri 1950’li yıllarda ortaya çıkmaya başlamıştır. İlk bölgesel alışveriş merkezi Seattle Washington’daki Northgate alışveriş merkezidir. New York merkezli Allied Stores firması Northgate/Seattle’da yatırım yaparak bünyesine çok çeşitli ürünleri içeren büyük bir mağazanın şubesini eklemiştir. Müşteriler için dolaşım alanına sahip üzeri açık bir alışveriş merkezidir.

Alt katında mağazalar için tünele sahip olmasıyla beraber merkezi dolaşım alanı ve kapalı servis ilk kez bu projede uygulanmıştır (Kademoğlu, 2011)

1950’li yıllarda yeni konutlar olan banliyölerde yaşayan insanlar kent merkezlerinde ticari, sosyal ve kültürel aktivelere ulaşım problemi yaşamaya başlamıştır. Alışveriş yapabilecekleri, sosyal ve kültürel aktiviteleri gerçekleştirebilecekleri alışveriş merkezlerine otomobille ulaşmak önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir.

Alışveriş merkezinin ilk tasarımcısı mimar ve sosyal kuramcı olan Victor Gruen (1960) kentlerde yaşayan insanların trafikten, yoğun iş ortamından ve soyutlanmış konut alanlarından uzaklaşıp bir araya gelebilecekleri sosyal bir mekân yaratmanın toplumsal yaşamı daha sağlıklı hale getireceğini düşünmüştür. İnsanları sosyal hayatın getirdiği sıkıntılardan uzaklaştırabilecek, çeşitli aktivitelerin yapılabilirdiği, eğlenmeye imkân tanıyan üzeri kapalı mekânlar olarak alışveriş merkezi fikrini ortaya çıkarmıştır. “Mall” kavramı bu şekilde literatüre girmiştir. Mall araç trafiğinden etkilenmeden yayaların mağazalara ulaşmasını sağlayan yürüme alanlarıyla birleşen mağaza topluluğunun olduğu yer ya da cadde anlamına gelmektedir.

Victor Gruen’in alışveriş merkezinde temel ihtiyaç, ücretsiz ve bol park yer imkânı olan, kolay erişilebilir üzeri kapalı bir alışveriş alanıdır. Beraberinde iyi bir planlamayla, insanların sosyal ihtiyaçlarını karşılayarak, rekreasyon alanları, eğitim tesislerini bir arada barındıran yayalar için güvenli ve korunaklı bir merkez yaratmanın büyük bir boşluğu dolduracağını düşünmüştür (Gruen & Smith, 1960). Dolayısıyla alışveriş merkezlerinin sadece alışveriş ihtiyacını karşılaması değil yaşlıların sohbet edebileceği, gençlerin eğlenebileceği çocukların oyun oynayabileceği, içerisinde gezinti yapılabilen sosyal ve kültürel bir merkez olması gerekliliği çıkış noktası olmuştur.

Victor Gruen, özellikle ulaşım sorunundan yola çıkarak tasarladığı Detroit’de bulunan Northland Alışveriş Merkezi, 1954 yılında Amerika’da açılan ilk alışveriş merkezidir (Şekil 2.29). 110.000 m²’lik inşaat alanı ve 110 adet mağazası bulunmaktaydı. Merkezde tek büyük departman mağaza ve çevresinde halka şeklinde sıralanmış mağazalar bulunmaktaydı (Kiriş, 2010). Ana erişim yollarından uzak olmasına rağmen otobüs hizmetleri ve otopark imkanıyla erişim kolaylığı

sunmaktaydı. Önemli özelliklerinden biri binalar arasındaki ortak açık alanlarıyla başarılı bir gezinti atmosferi yaratmaktaydı (Wall, 2005). Northland iki katlı ve merkezi ısıtma ve soğutma sistemine sahip ilk alışveriş merkezidir (Küçükeroğlu, 2011). Alışveriş merkezi inşa edildikten sonra etrafında ofis, otel ve konut gibi birçok yapı yapılmıştır. Kentsel gelişmenin merkezinde gelişmeyi örgütleyen bir unsur olarak Gruen'in düşüncelerini doğrulamıştır (Kısa, 2015).



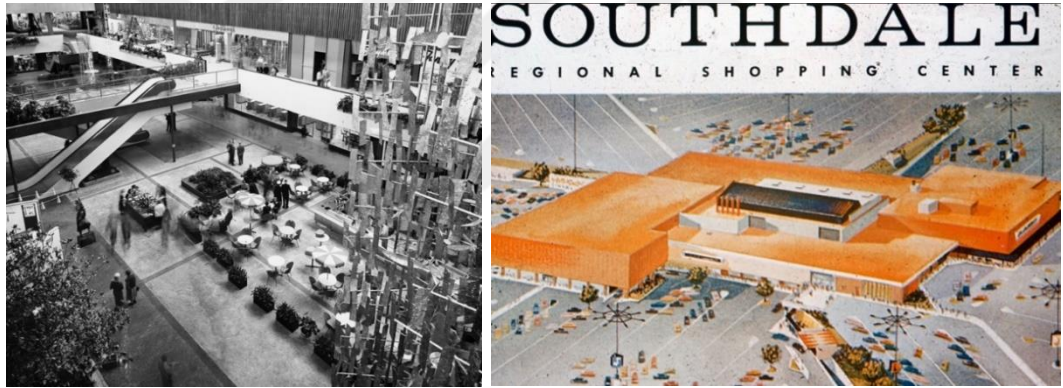
Şekil 2.29. Northland AVM

Kaynak: (URL-10)

Sosyal ihtiyaçlarla beraber teknolojik gelişmelerde alışveriş merkezlerinin gelişimini etkilemiştir. Sanayi devrimiyle birlikte yapım teknolojilerinde gelişmeler yaşanmıştır. Cam, çelik gibi malzemeler mimaride kullanılmaya başlanmıştır. Demir ve kömürle beraber çelik, elektrik petrol ve kimyasal maddelerin de üretimi yapılmıştır. Çelik, dökme demir, cam bu dönemin alışveriş yapılarında kullanılmıştır. Birden fazla mağazayı bünyesinde bulunduran dönemin alışveriş merkezleri çelik çerçeve yapım sistemleri ve çatı aydınlatmaları sayesinde geniş ve aydınlık mekânlar olarak tasarlanabilmiştir (Turhan, 2007). Beraberinde, yürüyen merdiven, asansör, buhar ve sıcak su ile çalışan ısıtma sistemleri, elektrikli ışıklandırma gibi icatların alışveriş yapılarına mimari açıdan katkısı olmuştur (Uluengin, 2008). Asansör ve yürüyen merdiven kullanımı katlı yapılar inşa etmeye olanak sağlamıştır. Aydınlatma ve havalandırma olanakları daha geniş hacimlerin inşa edilmesine olanak sağlamıştır.

Gruen'in ikinci tasarladığı Minnesota'da bulunan Southdale alışveriş merkezi ise yazın sıcak kışın ise soğuk hava şartlarından etkilenmemek için kapalı olarak tasarlanmıştır (Şekil 2.30). 72 mağazalı olup yaklaşık 74.324 m² alana sahip ve ilk

kapalı alışveriş merkezidir (Yıldırım, 2010). İçerisinde birçok etiklinin düzenlenmesine imkân tanıyan konforlu ortak alan kullanım alanları mevcuttur (Şekil). İki katlıdır ve her iki katta yer alan mağazalara ulaşmak için asansör bulunmaktadır. Çok sayıda cam yüzey sayesinde müşteriler üst katlardaki ofis alanlarını gözlemleyebilmektedir (Malec, 2010) 1956 yılında açılmış ve ilk modern bölgesel kapalı alışveriş merkezi olma özelliği taşımaktadır (Küçükeroğlu, 2011). İki adet departman mağazasına sahiptir ve diğer mağazalar bitişik düzendedir. Plan şeması olarak doğrusal düzenlenmiş bir dolaşım alanına ve bu alanın her iki ucunda büyük mağaza, eğlence merkezi, yemek yeme alanları gibi çekim merkezlerine sahiptir (Biroğlu, 2005). Beraberinde içerisinde defileler, yıllık balolar, sergiler gibi sanatsal ve kültürel birçok etkinlik düzenlenmektedir (Gruen ve Smith, 1960). Dolayısıyla Gruen'in arzuladığı alışveriş merkezinin sosyal ihtiyaçları karşılama ve toplanma özelliğinin de taşımaktadır. Fakat Gruen'in yaratmak istediği "yaşam kompleksi" oluşturma fikri sonraki uygulamalarda geçerliliğini yitirmiştir.



Şekil 2.30. Southdale AVM

Kaynak: (URL-11)

1950 ve 1960'lı yıllarda alışveriş merkezlerinin sayısı oldukça artmıştı. 1964 yılında ise A.B.D.'de 7600 adet alışveriş merkezi bulunmaktaydı (Kiriş, 2010). 1960'lı yılların ikinci yarısından itibaren açık tip alışveriş merkezleri kapalı tip olacak şekilde tasarlanmaya başlamıştır. Alışveriş merkezi yatırımları gittikçe cazibelerini arttırmaktaydı (Kademoğlu, 2011). Hem Avrupa'da hem de ABD'de alışveriş merkezi inşa etmenin yüksek maliyetleri sebebiyle zincir şirketler bu tür yatırımların çoğunu devralmaktaydı (Malec, 2010).

1960'lı ve 1970'li yıllarda ABD'de görülmemiş bir ekonomik büyüme yaşandı, bu büyüme alışveriş merkezlerinin ve departman zincirlerinin hızla büyümesini

tetikledi. 1970’lerde tek katlı bölgesel alışveriş merkezlerin yerini yeni gelişmeye başlayan çok katlı ve otoparklı süper bölgesel alışveriş merkezleri almıştır (Kiriş, 2010). Bu dönemde açık planlı alışveriş merkezleri tamamıyla terk edilerek kapalı ve içe dönük alışveriş merkezi tasarımları yapılmaya başlanmıştır.

1970’te 11.580 adet alışveriş merkezi vardı. Müteahhitler tarafından daha büyük ve dikey olarak inşa edilmekteydi. Bazıları deneysel alanlarda modern şehir merkezleri olarak kabul edilmekteydi (Malec, 2010). AVM’ler sadece giysi satan bir yer olmaktan çıkıp, çeşitli ürün grupları satan mağazalarla beraber sinema, yemek ve diğer eğlence faaliyetlerini içeren bir yapıya bürünmüştür.

1975 yılında ABD’nin ilk şehir içi dikey tasarlanmış alışveriş merkezi olan Water Tower Plaza açılmıştır. Toplam alanı 70.500 m² olan 74 kattan oluşan binanın yüksekliği 262 m’dir. Döneminde betonarme yapılmış en yüksek binasıdır. 100’ün üzerinde perakende satış mağazası, son moda mağazaları, daireleri, ofisleri, çeşitli yemek yeme yerleri ve otoparkıyla karma kullanımıyla dönemin yenilikçi projelerindendir (Malec, 2010). Kaliteli giyim ve butikleri barındıran yapısıyla ‘‘Moda Merkezi’’ olarak tanımlanabilmektedir. Bu dönemde alışveriş merkezinin çekim güçlerine büyük mağazaların fonksiyonel katkıları da eklenmiştir (Kademoğlu, 2011).

1970 ve 1980’lerde rekabetin artmasıyla müşterilerin AVM’lerde daha fazla vakit geçirmesi için yeni stratejiler geliştirilmeye başlandı. Bu dönemde alışveriş merkezlerinde kültür ve sanatı da içeren yeni tür yönelimler söz konusu olmuştur (Kiriş, 2010). 1970’li ve 1980’li yıllarda AVM’lerde uzmanlaşmaya gidilmeye başlanmıştır. Sadece belirli ürün gruplarını satan mağazaları bünyesinde barındırmaktan çıkıp sinema, kültürel aktivite, yemek ve diğer eğlence faaliyetlerini de içeren merkezlere dönmüştür. 1980’li yıllarda fabrika satış mağazaları ile indirimli ve eski sezon ürünlerin satıldığı outlet’ler eklenmiştir (Cengiz & Özden, 2002).

1980’lerde tüketiciler daha bilinçli ve eğitilmiş bir profilde olmaya başlamıştır. Alışveriş yaparken fiyat, değer ve kalite konusunda daha hassas davranarak kıyaslamalar yapmaya başlamıştır. Teknolojinin gelişimi ve bilgi çağıyla beraber bilgiye ulaşmanın kolaylaştığı ve çabuk yayılım göstermesiyle bu dönemde tüketicileri etkilemek için farklı stratejiler geliştirilmeye başlanmıştır (Mucan, 2009). 1980’lerde kentsel bölgelerin yeniden inşası ve canlandırılması amacıyla alışveriş merkezlerinde birden fazla çekim noktası yaratmak (eğlence, yeme içme, sosyal kültürel etkinlik

mekânları) ve ana kiracı sayısını arttırma yöntemi tercih edilmiştir. 1985 yılında inşa edilen ve hala faaliyette olan Kanada'nın Edmonton kentinde bulunan, Dünyanın en büyük AVM'si West Edmonton Mall'dur. İlk kez alışveriş ve eğlence merkezi olma özelliği taşımasıyla sektörün önemli alışveriş merkezi örneklerindendir (Yıldırım, 2010).

1980'lerde AVM yapımı büyümeye devam etmiş fakat artan yatırımlar ve durgunluktan dolayı yatırımlar 1990'lara kadar en düşük seviyelerini yaşamıştır (Mucan, 2009). Piyasadaki arz fazlası inşaat sektöründeki durgunluk alışveriş merkezi yatırımlarının düşmesine neden olmuştur.

2000'li yıllar, alışveriş merkezlerinin daha da farklılaştığı ve yaygınlaştığı yıllar olmuştur. Kapalı tip alışveriş merkezi planlaması bu dönemde neredeyse terk edilmiştir. Yeni planlanan merkezler, fiziksel form olarak ağırlıklı “açık” ve “karma formu” olarak tanımlanan tiplerde gerçekleştirilmektedir. Projelerde eski kent merkezlerindeki sokak havası hâkim olmaya başlamıştır (Kademoğlu, 2011). 2000'li yılların bir diğer özelliği ise “Yaşam Merkezi” kavramının ortaya çıkmasıdır. Yaşam merkezi ya da yaşam stili merkezi olarak adlandırılan yeni nesil alışveriş merkezi konsepti, 1980'li yılların sonuna doğru görülmeye başlasa da 2000'li yıllarda oturmaya başlamıştır (Küçükerol, 2011). Yaşam merkezleri bünyelerinde konut, ofis yapıları, eğlence mekânları, yeme içme mekânları, açık ve kamusal alanları barındıran kentsel mekânlardan esinlenerek tasarlanmış karma işlevli ve karma fomlu alışveriş merkezleridir (Kademoğlu, 2011). 2000'li yılların başında yaklaşık 150 adet yaşam merkezi bulunmaktaydı. 2005 yılında ABD'de toplamda 48.695 adet alışveriş merkezi bulunmaktaydı. 2017'de yapılan araştırmaya göre ise 116.000 adet alışveriş merkezi bulunmaktadır (URL-12).

ABD'de ortaya çıkan modern alışveriş merkezi kavramı Avrupa'da 1950'li ve 1960'lı yıllarda başlayıp gelişimini sürdürmüştür. Avrupa'da alışveriş merkezlerinin öncüsü sayılan pasajlar Avrupa'dan ABD'ye göç etmiş mimarlar tarafından alışveriş merkezi olarak ABD'de inşa edilmiştir (Malec, 2010).

Wall (2005) Alışveriş merkezlerinin çıkış fikri Amerikalıların Avrupa'daki büyük mağazalardan etkilenmesiyle başlamış olmasına rağmen, Kuzey Amerika'da 1950'li yıllarda başlayan alışveriş merkezleri 1950'li yıllarda Avrupada, 1960'lı yıllarda Ortadoğu ve Uzakdoğu'da yapılmaya başlamıştır.

Avrupa'nın Amerika tipi ilk açık hava alışveriş merkezi 1951 yılında İngiltere Londra'da inşa edilen Chrisp Street Market'tır. Konutların, mağazaların, kafelerin ve bir de saat kulesinin bir arada olduğu bir yerleşim planına sahiptir (Malec, 2010). 1955 yılında İsveç'te inşa edilen dünyanın ilk modern alışveriş merkezi Lulea'dır. Ralph Erksin tarafından tasarlanmıştır. Modern alışveriş merkezlerinden biri ise Viyana'da 1957 yılında inşa edilen s Ausstellungs- und Einkaufs-Zentrum'dur. Tasarımcı Joseph Wohnart 1010 araçlık park alanı sahip birkaç katlı bir yapıdır. Ana kiracısı bulunmamaktadır (Malec, 2010). Avrupa'da ilk planlı şehir içi AVM olarak tasarlanan The Bull Ring Center 1964 yılında İngiltere Birmingham'da açılmıştır (Parlakdağ, 2019). İngiltere'nin ilk bölgesel alışveriş merkezi 1969 yılında açılan Anrdales Centre'dır. İngiltere'de 1970'lere kadar alışveriş merkezleri şehir içine odaklanmıştır. 1976 itibaren şehir dışında da inşa edilmeye başlamıştır (Akgün, 2008). İlk bölgesel kapalı tip alışveriş merkezi ise 1969 yılında Fransa Paris'de açılan Parly II ve Brüksel'de açılan Woluwe Center'dır (Coleman, 2007). 1980'li yıllarda Avrupa'da gelişmeler görülmeye başlanmıştır. AVM'lerde "anchor" denilen çapa mağazalara gereksinim duyulmaya başlanmıştır. Kuzey Avrupa'da ve Güney ülkelerinde yer alan alışveriş merkezlerinde bölgesel olarak farklılıklar olsa da çapa mağazalar mutlaka bulunmaktadır (Cengiz & Özden, 2002).

1990'lı yıllarda Avrupa'da alışveriş merkezi yatırımları, ABD'nin aksine artmaya devam etmekteydi. 1990'lı yıllarda İngiltere'de ve Fransa'da outlet tarzı fabrika satış mağazaları sektörde yerini almıştır. 1993 yılında İngiltere'de inşa edilen Clarke's Village ve 1995 yılında Fransa'da inşa edilen Troyes Design Outlet Village bunların ilk örneklerindendir (Kademoğlu, 2011).

2.3.2.2. Türkiye'de alışveriş merkezi gelişim süreci

Türkiye'de modern alışveriş merkezi örnekleri 1980'li yıllarda görülmektedir. Türkiye liberal politikaların uygulanmasıyla ekonomide değişimler yaşanmıştır. 1980'li yıllarda ithalatın serbestleşmesi, dışa açılma ve küreselleşme etkisiyle bu dönemde yabancı tüketim mallarının ülkeye girişi ile tüketim artmıştır. İthal ürünlerin ülkeye rahatlıkla girebilmesi tüketicinin ithal mallara olan ilginin arttırılmıştır. Beraberinde iletişim araçlarının yaygınlaşması (televizyon, reklam) tüketim merakını arttırmış ve giderek tüketim yaşam tarzı haline gelmiştir. Artan talep karşısında tüketim malları sanayisinin hız kazanmış, tekstil sanayileşme içinde oldukça önemli

bir yere gelmiştir. Bu dönemde büyük sermayeli şirketler risk dağıtmak ve faaliyet gösterdikleri alanların çeşitlerini arttırmak istemesiyle perakende sektörüne ilgi ve katılım artmıştır.

1980 sonrasında politikaların perakende ticaret sektörüne yansımaları 1990'lı yıllarda olmuştur (Küçükerol, 2011). Yoğun ithal malları furyası ve gelişen yeni tüketim kavramları sonucunda yeni insan karakteri ve dünya görüşüne uygun mimari çözümlerin yaratılması gerekmektedir. Bu amaçla Galleria, Karum, Atakule gibi ofis-alışveriş yapıları yapılmıştır. Bu örneklerin en önemli özellikleri tasarımın kent planından başlayıp, doğal ışık ve saydamlığa önem veren çağdaş alışveriş gerekleriyle insani ihtiyaçları birleştiren yapılar olmalarıydı (Tokyay, 2005).

Türkiye'nin ilk modern alışveriş merkezi Houston'daki The Galleria alışveriş merkezinin bir örneği olan 1988 yılında inşa edilen İstanbul Ataköy'deki Galleria AVM'dir (Şekil 2.31). “Alışveriş, eğlence ve dinlenceyi bir arada sunma” fikriyle kurulmuş olan ve kısa bir sürede Türkiye'de alışveriş kültürünün yönünü değiştirmiştir. Bir galeri etrafında sıralanmış mağazaları ve belirli yerlerde büyük mağazaları bulunan Galleria AVM içe dönük planlamaya sahiptir. Bu sayede insan sirkülasyonunu hızlandıran bir plan şemasıyla Türkiye'nin ilk mall şemasına sahip örneğidir. Galeri boşluğunun üzerindeki sekizgen kubbeler vasıtasıyla iç mekâna doğal aydınlata sağlanmaktadır (Şekil 2.31). Galleria 1988 yılında ICSC (Uluslararası Alışveriş Merkezleri Konseyi) tarafından alışveriş merkezleri fuarındaki yarışmada, o yıla ait “en iyi mimari tasarım”, “en hızlı inşaat ve en farklı özellikler taşıyan merkez”, “detaylı düşünülmüş proje” ve “en iyi shop mix” ödüllerini almıştır (Turhan).

80.000 m²'lik alanda, 136 adet mağazası, 2.000 araçlık otoparkı, büyük eğlence merkezi, yeme-içme mekânları, orta avlusunda küçük bir buz pateni pisti bulunmaktadır (Uluengin, 2008). Döneminde çok ilgi çekmesiyle birlikte kira koşulları, ana cadde mağazacılığına göre ağır olmasına rağmen birçok zincir mağaza bu merkez içinde yer almaktaydı (Cengiz & Özden, 2002). AVM lineer ana akslardan oluşmakta, atriyum ve galeriler sayesinde yatay ve düşey sirkülasyon alanlarının okunabilirliği artırılmış olup mağazalar rahatlıkla algılanarak mekân bütünlüğü oluşturulmuştur (Terece, 2019).



Şekil 2.31. Galleria AVM İç Mekân

Kaynak: Turhan, E., (2007)

Perakende yatırımlarının Türkiye’de ilk yıllarda üç büyük il olan İstanbul, Ankara ve İzmir’de artmaya başlamıştır. Daha sonraları turizm potansiyeli yüksek olan diğer illere kaymaya başlamıştır.

1988 yılında Atrium açılmıştır. İstanbul’da Anadolu yakasının ilk kapalı alışveriş merkezi olan Capitol 1993 yılında inşa edilmiştir. 40.000 m² alanı ve 150 mağazasıyla bulunmaktadır. Aynı yıl Avrupa yakasında olan ofis ve rezidans blokları ile karma fonksiyonlu ilk alışveriş merkezi olan Akmerkez açılmıştır. 4 katlı 208 mağazası olan merkez, 3 köşesinden yükselen, 14 ve 17 katlı ofis kulesi ile 24 katlı rezidans binası bulunmaktadır. Akmerkez ICSC (Uluslararası Alışveriş Konseyi) tarafından, 1995 yılında "Avrupa'nın En İyi Alışveriş Merkezi" seçilmiştir. 1996 yılında yine ICSC tarafından dünyanın en iyi alışveriş merkezi olarak seçilmiş ve bu dalda verilen en büyük ödül olan "ICSC International Design and Development" ödülünü almıştır.

Ankara’da ise 1989 yılında ilk modern alışveriş merkezi Atakule hizmete gitmiştir 24.000 m²’lik kapalı alanda 145 mağaza bulunmaktadır. 1991 yılında Karum AVM açılmıştır (Parlakdağ, 2019).

2001 yılından sonra yaşanan ekonomik krizden sonra Türkiye ekonomisi toparlanma sürecine girmiştir. Bu dönemde kişi başına düşen milli gelir artmaya başlamış, yabancı yatırımcıların büyük ve kaliteli markaları, elektronik marketleri ve yapı marketleri ülkeye girmeye başlamıştır (Kökpınar, 2011). Türkiye’de 2002 ve sonrasında pazara giren yabancı yatırımcılar, yatırımcı profiline gelişmesine neden

olmuştur. Böylelikle uluslararası ölçütler ve eğilimler doğrultusunda projeler geliştirilmeye başlanmıştır. Bu dönemde gelişen rekabet ortamı mimari anlayışı değiştirmiş çevre ile bütünleşmede farklılaşma ihtiyacını güçlendirmiş ve karma formlu merkezlerde artış yaşanmıştır (Kademoğlu, 2011).

İlk açık formlu alışveriş merkezi 2005 yılında Kanyon Alışveriş Merkezi inşa edilmiştir. 30.000 m² arsa alanı 250.000 m²'lik yapı alanı, 37.500 m²'lik alışveriş alanına sahip 4 katlı 143 mağaza ve 6 katlı 2.300 adet araçlık otoparka sahiptir. Aynı zamanda 179 konut ve 26 katlı ofis binası vardır. Yarı açık şekilde çevresel temalı olarak tasarlanan AVM'de iç mekânda geçişler geniş meydan ve köprüler vasıtasıyla sağlanmaktadır. Alışveriş merkezinin içersinde doğada bulunan coğrafi birtakım öğelerden olan kanyon, falez gölcükler bulunmaktadır (Saltan, 2007) (Şekil 2.32).

Kanyon Alışveriş Merkezi, 2006 yılında Architectural Review Mimarlık Büyük Ödülü, 2007 yılında ICSC Avrupa AVM'leri Takdir Ödülü, gene ICSC tarafından Tasarım ve Geliştirme Alanı'nda Merit Ödülü ile ULI Büyük Ödülü'nü almıştır. Sadece İstanbul, Türkiye için değil uluslararası platformda önemli bir yeri olduğunu göstermektedir (Kademoğlu, 2011).



Şekil 2.32. Kanyon AVM İç Mekân

Kaynak: (URL-13)

2008 yılındaki finansal kriz, ülke genelinde 122 alışveriş merkezi yatırımının durdurulmasına neden olmuştur. Bu dönem sonrasında alışveriş merkezlerinin sektörde yer edinebilmesi için farklı konseptlerde cazibe alanları yaratmaya ve farklı işlevleri bir arada sunarak çekim merkezleri oluşturmaya çalışmışlardır (Kademoğlu,2011).

Ekonominin düzelmesiyle ve alışveriş merkezleri yatırımları 2006, 2007 ve 2008 yıllarında artış göstermiştir 2008 yılında yaşanan global krizden dolayı 2009 yılında hayata geçirilen proje sayısı azalmıştır (Kökpınar, 2011).

Günümüzde kentsel mekânlardan ilham alınarak sokak ve cadde konsepti alışveriş merkezlerinde yaratılmaya çalışıldığı, tür olarak açık ve yarı açık formulu projelerin farklı konseptler çerçevesinde yapıldıkları görülmektedir. İnşa edilen alışveriş merkezleri çoğunlukla yaşam merkezi olarak tasarlanmakta olup, cazibe alanları yaratmak amacıyla iş yeri, konut ve bunların yan hizmetlerini (spor merkezi, otopark, v.b. gibi donatı ve hizmetler) içerecek şekilde karma işlevli olmaktadır (Kademoğlu, 2011)

Sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılayacak imkanlara sahip olması, eğlence ve yeme içme mekânlarıyla çeşitlilik sunması gibi beklentiler farklı alışveriş merkezi türlerinin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Tüketici profilinin, beklentilerin değişmesi ve beraberinde yapım teknolojilerinin gelişmesi alışveriş merkezlerinin hem hizmet hem de mimari açıdan gelişmesini sağlamıştır. Çağımızda alışveriş merkezleri sahip olduğu imkanlar sayesinde farklı beklentilere sahip bireylere hizmet etmekte, çok işlevli yapısıyla kamusal mekân görevi görmektedir.

Türkiye’de 1980’li yıllarda 3 adet olan alışveriş merkezi sayısı 1990’lı yıllarda 31, 2000’li yıllarda ise 69 adeti bulmuştur. 2022 yılı 4. Çeyrek dönemi itibariyle 452 adettir. Günümüzde alışveriş merkezi sektörü ne kadar doyuma ulaşmış olsa da kullanıcı ihtiyaç ve beklentilerine göre gelişmeye devam etmektedir. Bu noktada alışveriş merkezlerinin tasarım konusunda farklılaşması ve planlamalarının doğru şekilde yapılması önem arz etmektedir.

2.3.3. Alışveriş Merkezi Tasarım ve Planlama Kriterleri

Alışveriş merkezleri kâr amacı güden ticari yapılar olmaları sebebiyle satış yapma zorunluluğu bulunmaktadır. Bu nedenle en önemli hedefi olabildiğince müşteri çekmektir. Büyük alışveriş merkezleri zamanla öylesinde benimsenmiştir ki, birçok aile alışveriş yapmaya ihtiyacı olmasa bile, yalnızca vakit geçirmeye gelmektedir. Bu nedenle alışveriş merkezinin iç tasarımı, malların sergilenmesi bilinçli bir biçimde tüketimi arttırmaya yönelik olmaktadır (Say Özer, 1996). Satış yapma zorunluluğunun önüne geçerek müşteri çekebilmek için farklı olanakları sunmanın yanı sıra konsept

olarak farklılaşmaya yönelmektedir. Konsept olarak farklılaşabilmek için mimari açıdan iyi planlanmış ve tasarlanmış olmaları gerekmektedir.

Mimari açıdan alışveriş merkezlerini ele aldığımızda yapma çevre olmalarından dolayı birçok açıdan iyi tasarlanmaları gerekmektedir. Kutlu (2018) çalışmasında yapay çevrede planlama, gürültü, iç hava kalitesi, aydınlatma, renk, malzeme olarak insan sağlığına etkilerinin direkt olmasıyla birlikte kişinin iletişim becerilerine ve sosyal davranışlarına da dolaylı olarak etki ettiğini belirtmiştir. Dolayısıyla kullanıcıların istek, beklenti ve zevklerine hitap edecek aynı zamanda mekândaki sirkülasyon ve yönlendirmeyi doğru şekilde sağlayıp kullanıcı mekân etkileşimini etkileyecek şekilde tasarım ve planlamanın yapılması önemlidir.

Ergener (2011) Alışveriş merkezi tasarım kriterlerini; yer seçimi, bölgeleme (zoning), okunabilirlik, mekân organizasyonu, aydınlatma, strüktür, malzeme, form, güvenlik, otopark başlıkları altında ele almıştır.

Terece (2019) bağlam, işlevsellik/kullanışlılık, sirkülasyon, kullanıcı psikolojisi odaklı tasarım, dış cephe ve iç mekân çekim gücü, ek birimlere uyum sağlayabilme potansiyeli ve ek fonksiyonlar olarak ele almıştır.

Yılmaz (2008) alışveriş merkezi planlama kriterlerini; Zoning (bölgeleme) kriterleri, satış alanları, sirkülasyon alanları, otopark alanları, konstrüksiyon özellikleri, estetik değerler olarak ele almıştır.

Çalışma kapsamında tasarım ve planlama kriterleri; yer seçimi, erişebilirlik, mekân organizasyonu ve sirkülasyon, yönlendirme ve okunabilirlik, otopark, form, malzeme ve renk, aydınlatma ele alınacaktır.

2.3.3.1. Yer Seçimi

AVM projesinin başarılı olması için doğru yer seçimi ve konumlanma en önemli kriterlerinden olmaktadır. AVM'nin konumlanacağı yerde analiz, gözlem ve değerlendirmenin en iyi şekilde yapılması projenin işler olabilmesi açısından oldukça önemlidir. AVM'nin bulunacağı konum, popülasyon yoğunluğu, ulaşım gibi etkenler alışveriş merkezinin daha çok tercih edilmesine neden olmaktadır. Beraberinde merkezin bulunduğu topografyaya uygun tasarlanması, yapılacağı bölgeye katkı sağlaması, sorunsuz bir altyapıya sahip olması, toplu taşımaya yakınlığı yer seçimini daha avantajlı duruma getirmektedir (Ergener, 2021). Yer seçiminde yapılacak şeyler

sırasıyla tasarım kriterlerine göre bölgenin etüd edilmesi, arsanın kamu hizmetlerine uygunluğunun araştırılması, bölgenin tüm sosyal ve fiziksel altyapısının tamamlanmış bir bölgede mi yoksa yeni oluşan fakat gelişim hızı yüksek bir bölgede mi olduğu araştırılmalıdır (Yılmaz, 2008).

Yer seçimi yaparken bir diğer önemli etken AVM'nin hitap ettiği hedef kitlesidir. Hedef kitlesinin ulaşabileceği ve AVM'nin gelmek isteyeceği bir yer bölgede bulunması yer seçiminde önemli olmaktadır. Alışveriş merkezleri de diğer tüketim ürünleri gibi kullanıcısının kimliğini belirlemesini sağlamaktadır. Bu durum alışveriş merkezleri bünyesinde lüks mağazaları bulundurarak belirli bir kesime hitap ettiği imajıyla sağlanabilmektedir (Tunalı, 2019). Alışveriş merkezi, bulunduğu bölgeyle, içerisinde bulunan mağazalarla, tasarımıyla, imkanlarıyla farklı kitlelere hitap edebilmektedir.

2.3.3.2. Erişebilirlik

Alışveriş merkezleri tasarım ve planlama kriterleri için yapının bulunduğu bölgeye erişilebilirlik oldukça önemlidir. Öncelikle merkezi çevresindeki diğer birimlerle olan ilişkisi doğru şekilde düzenlenmelidir. Merkezin bulunduğu bölgeye erişmek kolay, giriş çıkışlar rahat, araç ve yaya yolları akıcı olacak şekilde düzenlenmelidir. Yapının fark edilebilirliği ve kolayca bulunabilmesi için yoldan rahatlıkla algılanabilir, yeterli sayıda ve görünür yönlendirme elemanları kullanılmalıdır. (Saltan, 2007). AVM'nin ulaşılabilirliği de önem arz etmektedir. Sadece özel araçlarla değil yaya yolu ve toplu taşıma araçlarıyla ulaşım da uygun olmalıdır. Yerleşim yerlerine yakın ise, yaya yollarının engellilerin, yaşlıların ve çocuklu ailelerin ulaşımına olanak verecek şekilde düzenlenmesi gerekmektedir.

Alışveriş merkezinin içerisinde ise çöp ve atık toplama müşteri giriş çıkışlarından ayrı bir alandan yapılması gerekmektedir. Toplu ulaşım araçları için otobüs durakları düzenlemeleri korumalı ve bekleme alanları olacak şekilde planlanmalıdır (Yılmaz, 2008). Merkez içerisinde müşterin kaybolmaması rahatlıkla yönlerini bulmaları sağlanmalıdır. Yönlendirmeler görülebilir boyutlarda, yeterli sayıda uygun yerlerde olmalıdır.

AVM'lerin satış birimleri eğlence sosyalleşme ve aktivite alanlarının işlev önceliğine göre ilişkilendirilmesi ve bağlantılarının sistematik ve güçlü bir şekilde tasarlanması gerekmektedir. AVM yaya trafiğinin yoğun olduğu alanlarda; yeterli

donanımlara ve boyutlara sahip yürüyen merdiven, asansör, yaya yürüme yolları gibi düşey sirkülasyon elemanları kullanıcı erişimini işlevsel olarak sağlayacak şekilde olmalıdır (Terece, 2019).

2.3.3.3. Mekân organizasyonu ve sirkülasyon

Alışveriş merkezlerinin ticari amaçlar doğrultusunda kurulması içerisinde farklı fonksiyonlara sahip birimlerinin olması ve geniş kitlelere hitap etmesinden dolayı mekân organizasyonunun doğru şekilde yapılması gerekmektedir.

Alışveriş merkezlerinde giriş çıkış kısımları, asansör ve merdivenlerin ilişkisi mağazaların sattıkları ürünlere göre gruplanması, restoran kısımlarının tek bir yerde toplanması, eğlence bölümünün ayrı bir yerde konumlanması, WC ve diğer hizmetlerin bunlarla ilişkisi mekân organizasyonunu oluşturmaktadır (Akant, 2014). Mağazaların ve diğer birimlerin (yeme içme, eğlence) yatay (yaya yürüme, koridor) ve düşey sirkülasyon (yürüyen merdiven, asansör) elemanlarının kullanıcı için en kapsamlı şekilde dolaşımı sağlaması için doğru bir şekilde konumlandırılmaları oldukça önemlidir.

Alışveriş merkezleri geniş açıklıklara sahip olmasıyla birlikte çoğu zaman yoğun insan kullanımı söz konusudur. Bu nedenle mağazalar doğru konumlandırılmalı ve sirkülasyon doğru yönlendirilmelidir. Oturma alanları ve yaya yürüme yolu gibi farklı eylemler için belirlenmiş alanlar birbirinden ayrılmalıdır ve dolaşıma engel olmamalıdır. Mekânda bölümlenmelerin ve belirli bir ritmin hissedilmesi beraberinde mekânın dikkati toplayacak bir görsel odak etrafında basit ve açık bir dolaşım şeması çerçevesinde kurgulanması kullanım kolaylığı sağlamak açısından gerekli olmaktadır (Uzun ve ark., 2017). Mekân organizasyonunun okunabilir ve kolay algılanabilir olması merkezin, kullanıcılar tarafından daha çok tercih edilmesini sağlamaktadır (Akant, 2014).

2.3.3.4. Yönlendirme ve okunabilirlik

Alışveriş merkezlerinde okunabilirlik, dıştan okunabilirlik ve iç mekânda okunabilirlik şeklinde olmaktadır ve oldukça önemlidir. Öncelikle dıştan okunabilirlik, merkezin kendi hakkındaki bütün bilgileri vererek ilk izlenimle kullanıcı üzerinde etki yaratmasıdır. İç mekânda okunabilirlik ise merkez giriş çıkış, istenilen noktaya kaybolmadan ulaşabilme, aradığına erişebilme gibi konular ön planda

olmaktadır. Merkezin yaya yürüme yolları, duvarları, tabelaları, döşeme renkleri, ışığı, kullanılan malzemeleri, formu okunabilirliği sağlayan öğeleridir. Bunlarla beraber yönlendirme elemanları olan tabelalar, farklı bölümlerde kullanılan farklı renkler, zemin döşemesi üzerindeki yönlendirici çizgiler okunabilirliği kolaylaştıran öğelerdir (Saltan, 2007).

Merkezde kullanıcıların istedikleri noktaya kolaylıkla ulaşabilmesi için yönlendirmelerin doğru ve yeterli olması, plan şemalarının kullanıcının kolay görebileceği şekilde her kata yerleştirilmesi gerekmektedir (Akant, 2014).

2.3.3.5. Otopark

Alışveriş merkezlerinin gelişiminde en önemli planlama kriterlerinden birisi de otopark olanağına sahip olmasıdır. Yeterli ve kullanıllı bir biçimde park edebilme, alışveriş merkezinin en önemli gerekliliklerinden olmaktadır (Yılmaz, 2008). İyi kurgulanmış bir otoparka sahip olmayan AVM’lerde müşteri potansiyeli düşüklüğü kaçınılmaz olmaktadır (Akant, 2014)

- a. Otopark giriş ve çıkışlar, mevcut trafik akışına göre ayarlanmalı, plan sade, anlaşılır ve müşterinin gereksiz yere dolaşmadan aracını park etmesini sağlayacak şekilde olmalıdır.
- b. Kullanıcıların araçlarını park ettikten sonra sinyalizasyon yöntemiyle yönlendirilip AVM girişine kolaylıkla ulaşmaları sağlanmalıdır.
- c. Müşterilerin park etmek için otoparkta fazla dolaşmaması ve alışveriş merkezine girmesi için kısa bir yol kullanması gerekmektedir. Bu mesafe 200 metreden fazla olmamalıdır.
- d. 45 ° ve 60 ° diyagonal yerleşimde aracın park etmesi daha kolay olmaktadır. 45 ° otopark en küçük araç genişliği 240 cm, 90 ° otoparklarda ise en küçük araç genişliği 270 cm olarak bırakılmalıdır.
- e. Engelli bireyler için özel park alanı ayrılmalıdır. Park alanı AVM girişine yakın olmalıdır ve uygun yerlerde rampalar için kullanılmalıdır.
- f. Alışveriş merkezi çalışanları kendileri için ayrılmış alanlara park etmelidir.
- g. Otoparkların bodrum katlarda bulunmasından dolayı aydınlatma oldukça önemlidir. Uygun aydınlatmanın yapılması güvenlik için bir gereklilik olmaktadır.
- h. Güvenlik görevlisi otopark alanı giriş ve çıkışlarında bulundurulmalıdır.

- i. Otopark alışveriş merkezine entegre olarak planlanmalı ve tasarlanmalı bağlantı iyi kurgulanmalıdır (Akant, 2014).

2.3.3.6. Aydınlatma

Alışveriş merkezleri çoğunlukla kapalı, açık ya da yarı açık olmaktadır. Kapalı alışveriş merkezlerinde çatı açıklığı ve girişlerdeki doğal aydınlatma haricinde yapay aydınlatma kullanılmaktadır. Bu nedenle plan düzenlemelerinde dikkat edilecek bir diğer konu ise, gelen ışığın doğru şekilde yönlendirilip dağıtma, temizleme kolaylığı sağlama ve uygun malzeme kullanımı olmaktadır. Modern alışveriş merkezlerinde, enerji korunumu sağlama amacıyla doğal ışıktan faydalanılmakta bu şekilde iç ve dış mekân ilişkisi de sağlanabilmektedir (Yılmaz, 2008).

2.3.3.7. Form, malzeme ve renk

Mimarlıkta belli bir tasarım düşüncesinin yapıya aktarımı için tekniğine uygun olanaklarla, kullanılan yapısal malzemelerine biçim ve görsellik verilmesi ile sağlanmaktadır. Dolayısıyla binanın formu binayı ve oluşturduğu tasarımı anlatan parçaların bir araya gelmesiyle oluşan görsellik ve estetik olarak ele alınmaktadır. Her yapının tasarımını anlatan kendine has bir formu vardır (Ergener, 2021). Mimaride saf geometrik şekillerle beraber doğadaki biçimlerden de faydalanılarak daha organik formalar da görülmektedir. Binanın sahip olduğu işlevler bazen formunu da etkilemektedir (Yıldırım, 2010).

Form, malzeme ve renk kullanımı ile yaratılan alışveriş merkezi konsepti de kullanıcının mekânla kuracağı etkileşimi etkilemektedir. Alışveriş merkezlerinde yaratılan konseptin yapay bir görüntüsünün olmaması kullanıcıları cezbetmekte dolayısıyla mekânın benimsenmesini kolaylaştırmaktadır. Yapılan araştırmaya göre alışveriş merkezlerinin tekdüze, kusursuz ve yapay bir mekân görüntüsünün olması hem mekânsal bir eksiklik olarak görülmekte hem de kullanıcının mekânla bağ kurmasını zorlaştırmakta olduğu görülmüştür (Uzun ve ark., 2017). Alışveriş merkezlerinde kişilerin kendilerini rahat ve güvende hissetmeleri o mekânda daha çok kalmalarına ve ilgilerini çeken şeylere daha kolay yönelmelerini sağlamaktadır (Demir, 2021). Açık renkler bulunduğu mekânda kişiler üzerinde rahatlık ve sakinlik yaratmaktadır. Bu nedenle alışveriş merkezlerinde genellikle kullanıcıların rahat alışveriş yapması için açık renkler tercih edilmektedir (Akant, 2014). Ttasarım

aşamasında form, malzeme ve renk seçimiyle kullanıcıların kendilerini ait hissedecekleri atmosfer yaratılarak mekânda daha fazla kalmaları sağlanabilir.

Malzemeler ve renkler kullanıldıkları yere göre mekânı büyük veya küçük, sıcak veya soğuk, yüksek ya da alçak hissettirebilmektedir. Dolayısıyla malzeme ve renklerin mekânın ve kullanılan yüzeylerin boyutuna ve formuna göre seçilmesi gerekmektedir.

Alışveriş merkezinde sirkülasyon alanlarındaki zemin ve duvar döşemelerinde kullanılan malzeme ve renklerin zıtlık sağlaması mekanların birbirinden ayırt edici olmasını sağlamaktadır.

Alışveriş merkezlerinde yoğun kullanım olmasında dolayı döşemelerde dayanıklı malzeme kullanılmalıdır.

Alışveriş merkezi form, malzeme ve renk kullanımı hem hedef kullanıcısının istek, beklentileri ve ihtiyaçları göz önünde bulundurulmalı hem de yapısal ve estetik olarak rakiplerinden farklılaşması sağlanmalıdır.

2.3.4. Alışveriş Merkezi Kurgusu ve Mekânsal İncelemesi

Alışveriş merkezlerinin sunduğu olanaklarla beraber güvenli, erişilebilir ve korunaklı bir yerde alışveriş yapmaya olanak sağlaması en önemli özelliklerinden biri olmaktadır. Beraberinde kullanıcıları alışveriş merkezine çekecek ve merkezde vakit geçirmelerini sağlayacak şekilde mekanların ve öğelerin kurgulanması oldukça önemlidir. Kullanıcıların beklenti ve ihtiyaçları mekânların kurgusunun belirlenmesini sağlamaktadır.

Debek'in (2013) Polonya'da yaptığı araştırmaya göre kullanıcıların alışveriş merkezi seçimini etkileyen en etkili itici güç unsurlarının, atmosfer ve kalabalıklık (sosyalleşme imkanlarının) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Alışveriş merkezi atmosferi renk, müzik ve kalabalık gibi özellikleri içerisinde barındırmaktadır. Alışveriş merkezinin kalabalık olması ise eğlence ve sosyalleşme imkanlarının olmasıyla ilişkilendirilmiştir. Dolayısıyla alışveriş merkezleri atmosfer olarak iyi bir tasarıma sahip olmasının yanında birçok insanı çeken sosyal aktivite imkân sunan mekânlara da sahip olması önem taşımaktadır. Cengiz ve Özden'in (1999) yaptığı bir diğer araştırmaya göre büyük alışveriş merkezlerinin tercih edilme nedenleri alışveriş merkezinin sağladığı pazarlama faydaları, alışveriş merkezinin fiziki özellikleri ve

alışveriş merkezlerindeki tutundurma aktiviteleri olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Diğer araştırma sonucuyla benzer olarak alışveriş merkezinin sahip olduğu imkanlar ve mekânsal özellikleri kullanıcıların tercihlerini etkilemektedir. Bu nedenle alışveriş merkezlerinin kurgusunun doğru şekilde yapılması önem taşımaktadır.

Alışveriş merkezinin kurgusu ana mekânlarından olan ana kiracı ve diğer mağazaların konumları, yatay ve düşey sirkülasyon elamanlarının konumu, sosyal kültürel ve eğlence merkezi imkanları ve konumları dikkate alınarak yapılmaktadır.

Alışveriş merkezi fikrinin yaratıcısı mimar Victor Gruen için dönemin ihtiyaçlarından dolayı alışveriş merkezinin mağazalar haricinde otoparka ve sosyalleşme mekânlarına sahip olması tasarımının çıkış noktasını olmuştur. Gruen, kullanıcıların alışveriş merkezine kolaylıkla ulaşabilmelerine, alışveriş yapmalarının yanında merkezde daha fazla vakit geçirebilmelerine imkân tanıyan bir kurguyu amaçlamıştır. Bu nedenle Gruen ve Smith (1960) çalışmasında farklı alışveriş merkezi türlerini, kurguları üzerinden alan çalışması yaparak incelemiştir. Alışveriş merkezlerindeki (magnet) konumları, çekim merkezi ve konumu ve sirkülasyon elemanları (yürüyen merdiven, asansör, yaya koridorları v.b. gibi) konumlarını üzerinden yaya trafiğini ve alışveriş trafiğini incelemiştir. Öncelikle alışveriş merkezi kurgulanırken dikkate alınan bu kavramlar tanımlanacak devamında mekânsal öğeler üzerinden mekân kurguları açıklanacaktır.

- **Yaya Trafiği**

İlk tasarlanan açık alışveriş merkezlerinde yaya trafiğindeki öncelikli amaç araç ve yaya yollarının birbirinden ayrı yerlerde konumlandırılmasıydı. Zamanla mağazaların önlerinde park alanları yaratılarak yaya ve araç yolları ayrıldı. Böylelikle yaya ve araç trafiği ayrılmış oldu. Araç ve yaya trafiğinin yoğun olduğu alışveriş merkezlerinde öncelikli amaç yayaların bir araya geldiği ve alışveriş yaptığı mekânlarda, serbest, rahat ve güvenli bir şekilde hareket etmesinin sağlanmasıdır (Geç, 2008). Bir diğer önemli amaç ise alışveriş merkezinde müşterin fazla vakit geçirmesini ve alışveriş yapmasını sağlamaktır. Gruen ve Smith (1960) hem müşterilerin daha fazla vakit geçirmesini sağlamak hem de rahat ve güvenli şekilde alışveriş yapmalarını sağlamak amacıyla yaya trafiğinin doğru yönlendirilmesini amaçlamıştır. Yaya trafiği öncelikli olarak mıknatıs mağazaların bulunduğu konuma göre şekillenmektedir. Beraberinde diğer mağazaların ve yeme içme, eğlence

mekânlarının, yürüyen merdiven ve asansörün konumlarıyla yaya trafiği yönlendirilmektedir. Gruen ve Smith (1960) yaya trafiğini ikiye ayırmaktadır. Biri araçlarından inip merkezdeki mağazalara ulaşmak için kullanılan yaya trafiği diğeri ise bir mağazadan diğeri mağaza yürümeyi tarif eden alışveriş trafiğidir.

- **Alışveriş trafiği**

Alışveriş yapılan mekânlarda müşterilerin olabildiğince alan gezmeleri ve olabildiğince ürün görmeleri amaçlanmaktadır. Müşteriler belirli hedefleri gerçekleştirmek, ürünlere ve kasaya ulaşabilmek için belirli sirkülasyon izleri oluşturmaktadır. Alışveriş merkezlerinde mağazalar arasındaki sirkülasyon alışveriş trafiğini oluşturmaktadır.

Alışveriş merkezlerinin en önemli amacı müşterilerin merkez içerisinde daha fazla kalmasını sağlamaktır. Mıknatıs mağazalar ve çekim merkezleriyle alışveriş trafiği buralara çekilmektedir. Mıknatıs mağazalar ve diğeri mağazalara eşit miktarda müşteri çekmek öncelikli olarak amaçlanmaktadır. Dolayısıyla alışveriş trafiği her mağazaya müşterileri ulaştıracak şekilde yönlendirilmektedir. Alışveriş trafiği doğru planlandığında müşteriler alışveriş merkezi içerisinde daha fazla kalarak bütün mağazalara ulaşmaktadır.

- **Mıknatıs (Çekim Merkezi)**

Gruen'in alışveriş merkezi tasarımında merkez içerisinde bulunan ana çapa kiracılar mıknatıs olmaktadır. Mıknatıslar müşterileri çekmek amacıyla çekim merkezi olarak kullanılmaktadır. Alışveriş merkezlerinin ilk tasarımlarında çoğunlukla müşterilerin alışveriş merkezini tercih etmesine neden olan büyük mağazalar mıknatıs görevi görmekteydi. Zamanla alışveriş merkezlerinde sosyalleşme imkanının da önemli çekim gücü olabileceği fikriyle sosyalleşme mekanları mıknatıs görevi görmeye başlamıştır. Mıknatıslar süpermarket, hipermarket, departman mağazaları, restoranlar, eğlence ve kültürel merkezler olabilmektedir. Berberinde günümüzde alışveriş merkezinin sahip olduğu konsept de çekim merkezi olabilmektedir.

2.3.4.1. Yatay sirkülasyon elemanları

- **Mıknatıs ve Diğer Birimler**

Gruen ve Smith (1960) çalışmasında çekim gücü olan mıknatısların alışveriş merkezi konumlarına göre kurguyu şekillendirmektedir. Mıknatısın konumuna müşteriler yönlendirilerek yaya trafiği buraya çekilmektedir. Mıknatısın sayısı da kurgunun belirleyicisi olmaktadır (Gruen & Smith, 1960) Dolayısıyla mıknatıs sayısı ve konumu alışveriş merkezi kurgusunda belirleyici olabilmektedir. Beraberinde diğer mağazaların da maksimum alışveriş yapan yaya trafiğine erişim sağlayan konumlara sahip olması da alışveriş merkezi kurgusuna etki etmektedir.

Gruen ve Smith (1960) shopping Towns USA isimli kitabında alışveriş merkezi kurgularını, mıknatıs mağazaların sayıları, konumları ve merkezdeki alışveriş trafiği üzerinden incelenmiştir. Mevcut alışveriş merkezlerinde alan çalışmaları yapmıştır. Görsellerde kullanılan sembollerin açıklamaları şekil 2.33'de ki gibidir.



Şekil 2.33. Mağaza Kurgusu Elemanları

Kaynak: Gruen, V. & Smith. L., (1960)

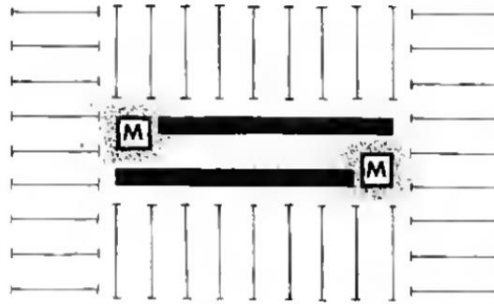
Gruen ve Smith (1960) alan çalışması yaptığı ilk alışveriş merkezi yan yana dizili şerit mağazaların olduğu bir kurguya sahiptir (Şekil 2.34). Şerit mağaza kurgusunda önlerinde park yeri bulunan mağazalar sıralı bir şekilde dizilmiştir. Kullanıcı çoğunlukla istediği mağazanın önüne park edip ihtiyacı malı satın alıp ve tekrardan aracına binip gitmektedir. Dolayısıyla yaya trafiği ve alışveriş trafiği sınırlı olmaktadır (Gruen & Smith, 1960). Şerit mağazaların bulunduğu alışveriş merkezlerinin ana mekân kurgusu açık planlı olmaktadır. Mağazaların girişleri otopark alanlarıyla ilişkili olduğu için dış mekândan kolaylıkla etkilenebilmektedir.



Şekil 2.34. Şerit Mağaza Kurgu

Kaynak: Gruen, V. & Smith (1960)

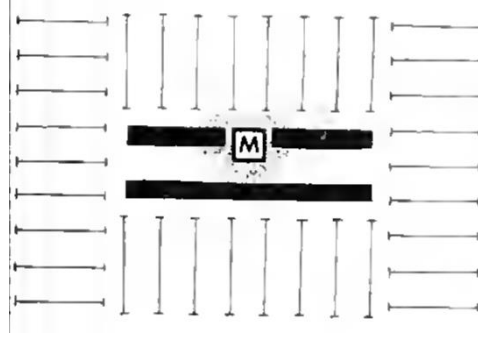
Gruen ve Smith (1960) örnek şerit mağazalı alışveriş merkezi üzerinden yaptığı alan çalışmasına göre, alışveriş merkezinin iki ana ucunda çekim merkezi ana 2 mağaza bulunmaktadır (Şekil 2.35). Bu iki mağaza arasında karşılıklı alışveriş trafiği olacaktır. İki mıknatıs mağaza arasında kalan diğer mağazalar ise bu trafikten kazançlı çıkacaktır. Dolayısıyla müşteriler hem bütün alışveriş merkezini gezmiş olacak hem de mağazalar eşit sayıda yaya trafiğinden faydalanacaktır.



Şekil 2.35. İki Mıknatıs Mağazalı Kurgu

Kaynak: Gruen, V. & Smith (1960)

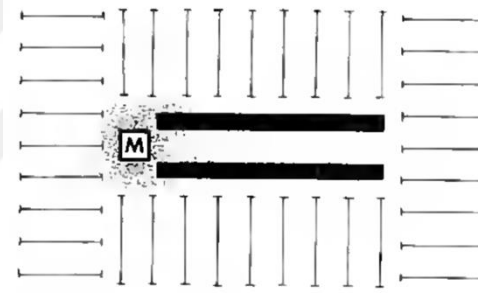
Tek bir mıknatısın uçta olduğu alışveriş merkezi kurgusunda ise alışveriş trafiği tek bir sırada olmaktadır (Şekil 2.36). Bu kurguda mıknatısın en uçta ve tek bir noktada konumlanmasından dolayı mağazalar arasında yer değiştirme eksikliği olacaktır (Gruen & Smith, 1960). Müşteriler sadece mıknatısın etrafında yaya trafiği oluşturacaktır. Dolayısıyla alışveriş trafiği tek bir noktada toplanacak ve diğer mağazalarda trafik az olacaktır.



Şekil 2.36. Uçta Tek Mıknatıs Mağaza Kurgusu

Kaynak: Gruen, V. (1960)

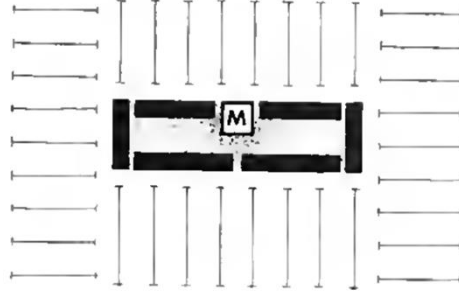
Yine tek bir mıknatısın olduğu fakat mağaza sırasının ortasında bulunduğu kurguda ise alışveriş trafiği daha fazla olmaktadır (Şekil 2.37). Yaya trafiği otoparklardan alışveriş merkezinin iç kısımlarına doğru çekilmektedir. Diğer mağazalar bir önceki kurguya göre daha fazla alışveriş trafiği çekmektedir.



Şekil 2.37. Uçta Tek Mıknatıs Mağaza Kurgusu

Kaynak: Gruen, V. (1960)

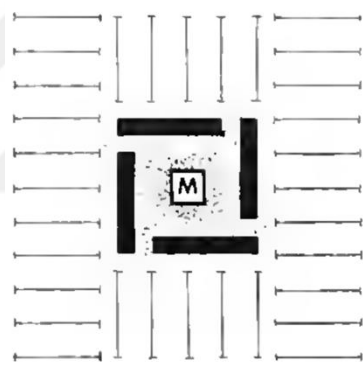
Gruen ve Smith (1960) bir diğer alan çalışması ise mıknatısın mağazalar kümesinin ortasına yerleştirildiği kurgu üzerinden yapılmıştır (Şekil 2.38). Bu alışveriş merkezi kurgusunda bütün mağazalar en güçlü alışveriş trafiğinin komşusu haline gelmektedir. Mıknatısın çekim gücüyle otopark alanlarından alışveriş merkezi içerisine doğru alışveriş trafiği yönlendirilmektedir (Gruen & Smith, 1960).



Şekil 2.38. Ortada Tek Mıknatıs Mağaza Kurgusu

Kaynak: Gruen, V. & Smith, L., (1960)

Bir diğer alan çalışması ise içedönük merkez kurgusuna sahip alışveriş merkezinde yapılmıştır. Tüm mağaza cepheleri bina kümesinin içine doğru çevrilmiştir (Şekil 2.39). Alışveriş trafiği sınırlı sayıda girişlerden yaya alanlarına aktarılmaktadır. Böylece alışveriş trafiği yoğunluğu önemli ölçüde artmakta ve trafiğin yönü ve akışı yönlendirilebilmektedir (Gruen & Smith,1960).



Şekil 2.39. Tek Mıknatıs Mağaza Kurgusu

Kaynak: Gruen, V. (1960)

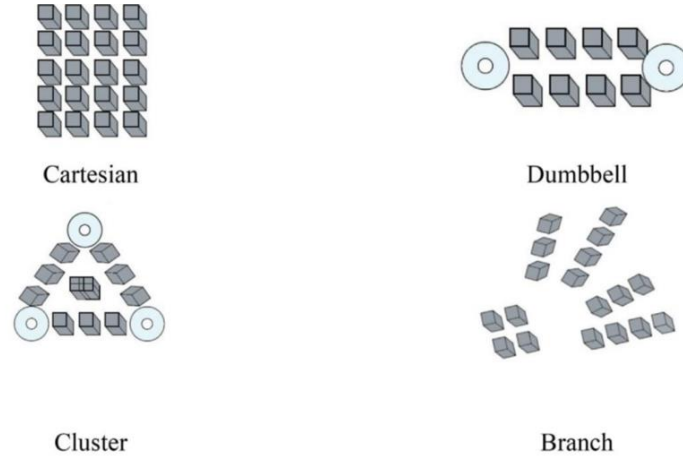
Alışveriş merkezlerinde, büyük mağazalar, yeme içme, eğlence alanları, çocuk oyun alanları, sergi alanları gibi mekânların mıknatıs olmaktadır. Müşterin daha fazla vakit geçirmesi, yaya trafiğinin mıknatısa çekilmesiyle sağlanmaktadır.

Alışveriş merkezlerinin kurguları Gruen'in çalışmasına ek olarak farklı şekillerde de ele alınmaktadır. Plan şemasıyla ilişkilendirilen kurgular ana kiracı mağazaların, yeme içme ve eğlence mekânlarının konumlarına göre şekillenmektedir.

Kiriş (2010) çalışmasından alışveriş merkezlerinin ana mekân kurgularını, yarı açık ve açık olacak şekilde 3 gruba ayırmıştır. Kapalı alışveriş merkezi kurgusu üstü kapalı, avlu örüntüsünün kenarlarında mağazaların dizilmesiyle oluşmaktadır. Kapalı

veya açık otoparkı vardır. Kurguları doğrusal, dairesel, çokgen gibi birçok farklı biçimde olabilir. Yarı açık alışveriş merkezleri ise kullanıcıyı dış mekânla ilişkilendiren bir kurguya sahiptir. Yarı Açık alışveriş merkezlerinde ana dolaşım mekânları ve iç avlu açık olabilmekte ve kısmen dış etkilere karşı korunaklı açık bir koridor bulunabilmektedir. Beraberinde açık ve kapalı mekânların birbiriyle ilişkili olduğu karma türde kurguya sahip olan yarı açık alışveriş merkezi de olabilmektedir. Açık alışveriş merkezleri geniş alanlarda az katlı olacak şekilde bağımsız bir yapı ve açık otoparklı olarak tasarlanmaktadır. Mağaza girişleri dış mekanla ilişki olmaktadır ve yapının tüm yatay sirkülasyon alanları dış etkenlerden etkilenmektedir. Sokak örüntülü ve avlu örüntülü olarak ikiye ayrılmaktadır (Kiriş, 2010).

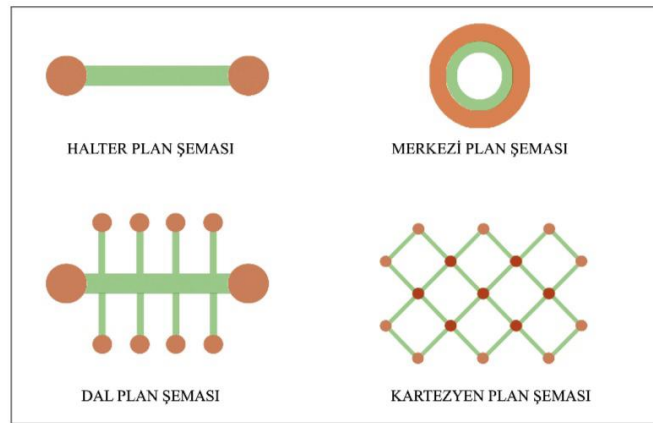
Arslan ve Ergener (2022) çalışmasında kartezyen (cartesian), dambıl (dumbell), şube (branch), kümelenme (cluster) olarak ele almıştır (Şekil 2.40). Kartezyen planlı alışveriş merkezi kurgusu geleneksel alışveriş merkezlerinde görülmektedir Sirkülasyon alanları birbirini kesen akslar ve ızgara yapısındaki alışveriş birimlerimden oluşan bir kurgusu vardır. Şube plan tipli alışveriş merkezi kurgusu ise bir ana sirkülasyon aksına bağlı yan kollar halinde gruplanmış mağaza sıralarından oluşmaktadır. Genel kurgu alışveriş eyleminin kaybolma anındaki sürekliliğine dayanmaktadır. Sirkülasyon alanlarında yaya trafiği oluşturmak iyi bir tasarımla mümkündür. Dambıl plan şemalı alışveriş merkezi kurgusu ise çekim potansiyeli yüksek ana kiracı mağazalar ve temel ihtiyaç mağazalar arasında oluşan hareketten yararlanan alışveriş davranışı oluşturmayı amaçlamaktadır. Önceden düzenlenmiş sirkülasyon alanı sonunda çekim gücü yüksek ana kiracı mağaza, eğlence ve yeme içme gibi birimler konumlandırılır. Kümelenme plan tipine sahip kurgu ise ana kiracı mağazaların ve diğer birimlerin yaya aksında aralıklarla ya da geçiş noktalarından ayrılarak gruplandırılmasıyla oluşmaktadır (Arslan & Ergener, 2022).



Şekil 2.40. Alışveriş Merkezi Kurguları

Kaynak: Arslan, H., D. & Ergener, H., (2022)

Yıldırım (2010) çalışmasında mekân kurgusunu plan şeması olarak 4 ayrı grupta halter, merkezi, dal ve kartezyen olarak ele almıştır. Arslan ve Ergener (2022) çalışmasından farklı olarak merkezi kurgu incelenmiştir. Merkezi kurgu, merkezi olarak konumlanmış bir galeri boşluğu veya avlu etrafında sıralanmış olan dükkân/mağazalardan oluşmaktadır (Şekil 2.41). Merkezi bir galeri merkezi olarak konumlanmış bir galeri boşluğu veya avlu etrafında sıralanmış etrafında mağazaların sıralanmasından dolayı her noktadan alışveriş merkezinin geneline ulaşmak mümkün olmaktadır (Yıldırım, 2010).



Şekil 2.41. Alışveriş Merkezi Plan Şeması

Kaynak: Yıldırım, T., (2010)

Mağazalar haricinde de diğer sirkülasyon elemanları da yaya trafiğini etkilemektedir. Dolayısıyla yerleşimleri ve diğer elemanlarla ilişkisi dikkatli bir şekilde planlanmalıdır. Kullanıcı açısından daha tanımlı ve kolay algılanabilen mekân

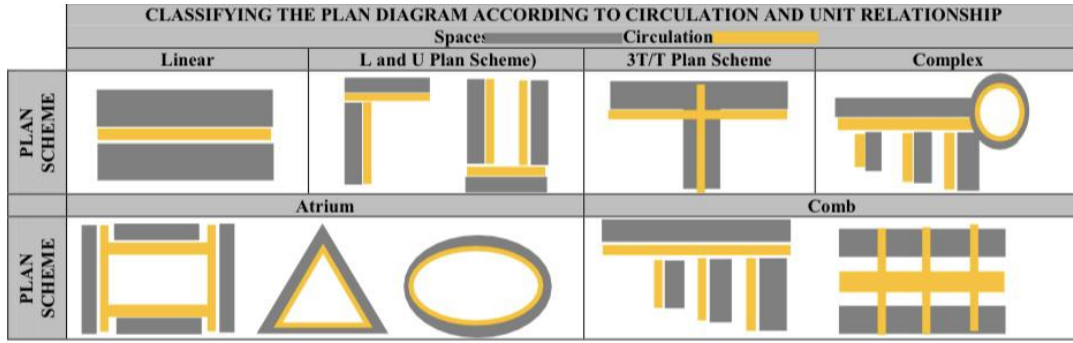
kurgusu önemlidir. Böyle bir kurguya sahip bir alışveriş merkezinde kullanıcı hedefine daha kolay ulaşır, daha az yorulmuş ve akli karışmış olur (Yıldırım, 2010).

- **Yaya Yürüme Yolları ve Koridorlar**

Alışveriş merkezi tasarımında doğru yönlendirmeye, müşteri yapısını daha kolay anlayabilmekte, hangi yolu izleyerek istediği noktaya ulaşabileceğine dair karar vermesi kolaylaşmaktadır. Yönlendirme kullanıcıların kendi amaçları doğrultusunda lojistik, estetik ve görsel verilerden faydalanarak hareket etmesini sağlamaktadır. Mağazaların tasarımı ve bu mağazalar arası dolaşım alanları da önemli olmaktadır (Arslan & Ergener). Alışveriş merkezinin estetik ve sosyal yönden hedef kitesine uygun ve katkıda bulunan özellikler taşıması sağlanmalı ve kullanıcıların mekân içerisinde rahat hareket edebilmesi için olanak yaratılmalıdır (Verdil, 2018). Yaya yürüme yolu zemininde kullanılan farklı renk ve malzemeler hem mekânı farklılaştırıp algılanmasını sağlar hem de alışveriş merkezinde bir konsept yaratılmasını sağlamaktadır.

Yatay sirkülasyon elemanları olan yürüme yollarının ve koridorların kullanıcıları mekân içerisinde rahat, güvenli ve keyifle hareket edebilmesini sağlamak amacıyla doğru şekilde planlanmalıdır. Berberinde kullanıcıyı merkez içerisindeki tüm birimlere yönlendirecek şekilde olmalıdır.

Dikmen ve Bozdemir (2021) çalışmasında alışveriş merkezindeki dolaşımın diğer birimler ile ilişkisini mekân kurgusu (plan şeması) üzerinden incelemiştir. Alışveriş merkezi mekân kurgularını dolaşım, mağaza ilişkisi ve avlu tasarımına göre 3T, yarış pisti, paralel kenar, üçgen, lens ve karışık (hibrit) ve avlulu olarak ele almıştır. Mağazaların konumları ve yaya dolaşımı alışveriş merkezi kurgusuna göre değişmektedir. Alışveriş merkezi kurgusuna göre yaya yürüme yolları, düz (linear), L ve U şeklinde, 3T/T, karmaşık (complex), avlu (atrium) ve tarak (comb) şeklinde olabilmektedir (Şekil 2.42).



Şekil 2.42. Alışveriş Merkezi Kurgusu Yaya Yürüme Yolları

Kaynak: Dikmen, Ç., D. & Bozdemir, G., (2022)

- **Alışveriş Merkezi Girişi**

Verdil (2018) Alışveriş merkezi girişlerini, yaya gelen müşteri girişleri, arabana ile gelen müşteri girişleri, servis girişleri ve mağazalar arası gidip gelen müşteri girişleri olarak ele almıştır. Yaya gelen müşteri girişleri merkezin içerisine girmeden önce yoldan biraz içeride konumlanan kapılardan yapılmaktadır. Giriş alanında müşteriye içeri davet edecek şekilde ferah ortam yaratılmaktadır. Beraberinde araba ile gelecek müşteriler çoğunlukla bodrum katta yer alan otoparklardan asansör veya yürüyen merdiven ile merkez içerisine giriş yapmaktadır. Otoparktan mağazalara yürünecek mesafenin minimum boyutlarda tutulması satışa teşvik için önemli olmaktadır (Verdi, 2018).

2.3.4.2. Düşey sirkülasyon elemanları

- **Yürüyen Merdiven ve Asansör**

Birden fazla kata sahip alışveriş merkezlerinde yaya trafiğini yukarı katlara yönlendirmek için yürüyen merdiven önemli bir sirkülasyon elemanıdır. Yürüyen merdivenlerin öncelikli amacı kullanıcıyı yormadan katlar arasında kolay geçiş sağlayarak bir kattan diğerine ulaştırmaktadır. Müşteriyi en üst kattan en alt kata indirip çıkartmak doğru bir çözüm sunmamaktadır. Kullanıcıların katlarda neler olduğunu görmeleri için yukarı ve aşağıya doğru katlar arasında dolaştırılmaları gerekmektedir (Aksoy, 2009). Kullanıcılar genellikle üst katlara çıkmaya istekli olmamaktadır. Kullanıcılara alışveriş merkezini dolaşarak keşfetmelerini sağlamak için balkon, yürüyen merdiven, asansör, doğa ve sanat yapıtları gibi öğeler kullanılarak mekânı izleme imkânı tanınmaktadır (Acar, 2006). Gruen ve Smith (1960) alışveriş merkezi tasarımında yürüyen merdivenleri kullanarak kullanıcılara üst katlara çıkıp

merkezin üst katlarını görme ve çevreyi daha geniş açıdan izleme deneyimi sunmak istemiştir. Yaya trafiğini üst katlar da arttırmak amacıyla restoranların, üst katlarda konumlandırıldığını belirtmiştir (Gruen & Smith, 1960).

Alışveriş merkezlerinde yürüyen merdivenlerin konumu oldukça önemlidir. Yürüyen merdivenlerin konumu merkezdeki yaya trafiğini yönlendirmektedir. Kullanıcılar yürüyen merdivenlere ulaşmak için katta dolaşmaktadır. Kademoğlu'nun (2011) yaptığı araştırmaya göre yürüyen merdivenlerin alışveriş merkezinde gezdirme amacıyla az sayıda ve farklı noktalarda konumlandırılmaları kullanıcıları memnun etmemektedir. Dolayısıyla yürüyen merdivenler doğru konumlandırıldığında kullanıcılar hem zahmetsiz bir şekilde varmak istedikleri noktaya ulaşmaktadır hem de merkez içerisinde diğer mağazaları ve birimleri görerek dolaşmaktadır. Berberinde yürüyen merdivenlerin hareket ettiği yön de yaya trafiğinde önemli bir rol oynamaktadır (Gruen & Smith, 1960).

Asansörler de yürüyen merdivenlerle aynı işleve sahiptir. Yaya trafiğini üst katlara çekmek amacıyla kullanılmaktadır. Bunun haricinde engelli, yaşlı, bebek arabalı kullanıcıların mekandaki erişilebilirliği için çok katlı alışveriş merkezlerinde kullanılmaktadır. Üst katlara ulaşım sağlayan asansörler haricinde panoramik asansörler alışveriş merkezini belirli bir açıdan izleme imkânı sunmaktadır.

3. GEREÇ VE YÖNTEM

“Ticari Yapıların Evrensel Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi: Alışveriş Merkezi Örneği” konu başlıklı tezde ilk olarak literatür tarama yöntemi ile kavramlar açıklanmıştır. Evrensel Tasarım kavramı farklı yazarlar tarafından yapılan açıklamalar temel alınarak yapılmıştır. Evrensel tasarımın tarihçesi ve önemine değinilmiştir. Devamında ilişkili olduğu erişilebilirlik, kullanılabilirlik, ulaşılabilirlik ve okunabilirlik kavramları açıklanmıştır. Evrensel tasarım ilkelerinin tarihçesi ve kriterleri örneklerle açıklanmıştır. Evrensel tasarım ilkeleri ve farklı yetkinlik seviyesindeki kullanıcılar arasındaki ilişki tablo üzerinden açıklanmıştır.

Ticaret ve mimarinin ticaret üzerindeki etkileri sonucunda ortaya çıkan ticari yapılar açıklanmış daha sonrasında ticari yapılar mimari özelliklerine göre türlere ayrılmıştır. Ticari yapılar türlerinden olan alışveriş merkezinin uluslararası sınıflandırılması yapılmıştır. Geçmişten günümüze hem mimari hem de hizmet açısından alışveriş merkezlerinin değişimi örneklerle gösterilmiştir. Mimarlığın her alanında olduğu gibi tasarım ve planlama kriterleri, alışveriş merkezleri tasarımında da oldukça önemlidir. Alışveriş merkezleri tasarım ve planlama kriterleri yer seçimi, erişilebilirlik, mekân organizasyonu ve sirkülasyon, okunabilirlik, aydınlatma, otopark, form, malzeme ve renk başlıkları altında ele alınmıştır. Alışveriş merkezi kurguları yatay ve düşey sirkülasyon elemanlarıyla birlikte ele alınarak açıklanmıştır.

Çalışmanın amacı Kozzy AVM’nin herkes tarafından kolaylıkla ve rahatlıkla erişilebilirliğinin evrensel tasarım ilkeleri vasıtasıyla değerlendirilmesidir. Bu doğrultuda Kozzy AVM mekanlarından olan giriş-çıkış, yatay sirkülasyon olarak yaya yürüme yolu ve koridorlar, sosyalleşme mekanları, WC, otopark, düşey sirkülasyon olarak asansör ve yürüyen merdiven seçilmiştir. Tiyatro salonu, sinema salonu ve sergi salonu planlama ve tasarım kriterleri farklı olduğu için araştırmanın kapsamına dahil edilmemiştir. Yöntem olarak saha çalışması yapılacaktır. Fotoğraflama ve ölçümleme ile gözlem yapılacaktır. Gözlem vasıtasıyla elde edilen veriler evrensel tasarım ilkelerine göre incelenecektir. Sonucunda alışveriş merkezi mekanları yorumlanacak ve öneriler getirilecektir.

4. BULGULAR

Çalışma için seçilen alışveriş merkezi İstanbul ilinde Kadıköy ilçesinin Kozyatağı mahallesinde bulunmaktadır. Kadıköy Belediyesinin 2019 verilerine göre Kadıköy ilçesinin nüfusu 450 bin civarında olup nüfusun büyük çoğunluğu 65 yaş üzerindedir ve engelli nüfusu 1173 kişidir. Kozyatağı mahallesinde 37.657 kişi yaşamakta nüfusun yüzde 25'ini yaşlı nüfusu oluşturmaktadır (Kadıköy Belediyesi, 2019). Kadıköy ilinde bulunan alışveriş mekanları içinde Kozyatağı mahallesi, 1980 senesi sonrası gelişen önemli bir noktadır. 1993 yılında öncelikle Metro-Gross market bu bölgede açılmıştır. Ardından 1993 yılında Carrefour açılmıştır. Ulaşım bakımından pek çok farklı semtten ulaşılabilir bir konumda bulunmaktadır. Kozyatağı'na birçok alternatif yol güzergahı üzerinden ve metro, tren ve otobüs gibi farklı toplu taşıma araçlarıyla ulaşım sağlanabilmektedir. Yapılan araştırmaya göre Ertekin (2008) alışveriş merkezlerinin toplu taşıma, araba, yürüme gibi alternatif ulaşım imkanlarına sahip olması daha fazla müşteri çekme potansiyelini arttırmaktadır.

Çalışmada araştırma için Kadıköy ilçesinin Kozyatağı mahallesinde bulunan Kozzy AVM seçilmiştir. Kadıköy ilçesinin nüfusunun büyük bir çoğunluğunun yaşlı olması ve ilçedeki engelli birey nüfus verileri ilçenin tercih edilme nedenleridir. Bu durum göz önüne alındığında Kozzy AVM yaşlı nüfus tarafından tercih edilme potansiyeli yüksek olan bir alışveriş merkezidir. Yapılan araştırmaya göre Yalçın Usal ve Evcil (2022) yaşlılar alışveriş yaparken dinlenme alanlarına ve tuvalete ihtiyaç duymaktadır. Bu imkanlar sağlanmadığında alışveriş mekânında geçirdikleri süre kısalmaktadır. Kozzy AVM'nin evrensel tasarım ilkelerine dikkat eden bir tasarım anlayışına sahip olması bu noktada oldukça önemlidir. Kozzy AVM konut bölgesinde konumlanmaktadır. Ulaşım toplu taşıma, araba ve yürüyerek sağlanmaktadır. Farklı lokasyonlardan müşteri çekme potansiyeli vardır. Beraberinde alışverişe ek kültürel imkanlara sahip olması dolayısıyla farklı kültürel hedefleri olan kişileri bir araya toplamaktadır. Kozzy AVM'nin mekanlarının her yetkinlik seviyesinden bireyi kapsayacak şekilde evrensel tasarım ilkelerini dikkate alarak tasarlanması oldukça önemlidir.

4.1. Kozzy AVM Hakkında Bilgiler

Kozzy alışveriş merkezi inşaatı Rönesans Holding tarafından yapılmıştır. Toplamda 10.000 m²'lik arsa üzerinde inşa edilmiştir. Toplam 14.000 m² alanıyla bodrum katlarıyla beraber toplamda 6 katlı olan merkez 2010 yılında açılmıştır.

Alışveriş merkezi D-100 karayolundan ve Şemsettin Günaltay Caddesi'nden toplu taşıma olarak metro, minibüs ve otobüs ile ulaşılabilen bir konumda yer almaktadır. Önünde taksi durağı bulunmaktadır (Şekil 4.1.). Beraberinde konutların olduğu bir yerleşim bölgesinde bulunmasından dolayı mahalle sakinleri yürüyerek merkeze ulaşabilmektedir.



Şekil 4.1. Kozzy AVM Uydudaki Konumu

Kaynak: URL-14

Merkez içerisinde elektrikli araç şarj noktası, engelli otoparkı, engelli wc, lostra, mescit oto yıkama, terzi, revir, seyahat acentesi bulunmaktadır. Alışveriş mekânlarıyla birlikte 400 kişilik Gönül Ülkü ve Gazanfer Özcan Tiyatro Sahnesi, sinema salonu, sergi salonu, açık hava teraslarıyla farklı isteklere cevap vermektedir. Alışveriş merkezinin kapalı sosyalleşme mekânında belirli tarihlerde farklı yaştaki bireylere ve farklı ilgi alanlarına yönelik etkinlikler düzenlenmektedir. Beraberinde sezon boyunca aktif olarak tiyatro salonunda oyunlar gösterilmekte ve sergi salonun sergiler düzenlenmektedir. Kozzy AVM'nin en önemli özelliği farklı kültürel hedefleri olan kişileri bir araya toplaması ve özellikli bir kitleye hitap etmesidir.

Telekomünikasyon şirketiyle yapılan iş birliğiyle görme engelliler için ‘‘Sesli Adımlar’’ uygulaması yapılmaktadır. Görme engelli bireyler akıllı telefonlarını kullanarak konum belirterek, mağaza, tuvalet, çıkış ve danışma gibi alanlarda sesli yönlendirmeden faydalanabilmektedir (URL-15).

4.1.1. Kozzy AVM Sınıflandırılması ve Mekân Kurgusu

Kozzy Alışveriş Merkezi toplam m² alanına göre ICSC’nin Avrupa sınıflandırmasına göre geleneksel alışveriş merkezi grubunun küçük alışveriş merkezi türündedir. Asya ve Pasifik Sınıflandırmasına göre ise Genel Amaçlı Alışveriş Merkezi grubunda Mahalle Merkezi türündedir.

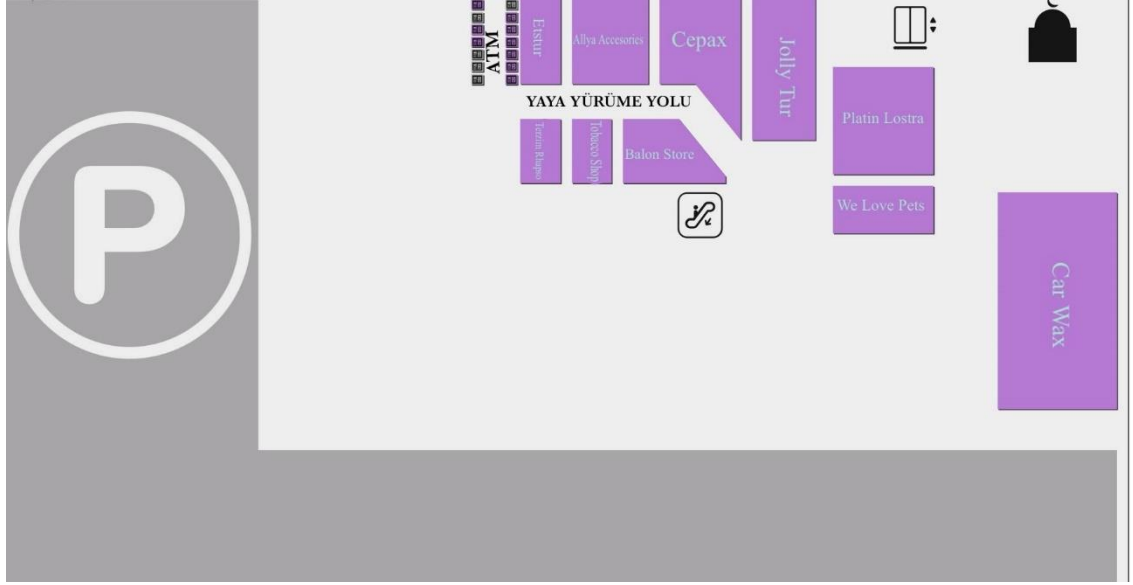
Alışveriş merkezi mağazaların merkezi olarak konumlanmış bir galeri boşluğu veya avlu etrafında sıralanmış olmasından dolayı merkezi kurguya sahiptir. Yatay sirkülasyonuna göre ise avlu kurgusundadır. Mıknatıs çapa kiracılar her bir katın uç noktasında yer almaktadır.

4.2. Kozzy AVM Saha Çalışması

Çalışma kapsamında Alışveriş merkezinin mekanlarında saha çalışması yapılacak ve fotoğraflama ve ölçümleme ile gözlem yapılacaktır.

- Giriş – Çıkış
- Yaya Yürüme Yolu- Koridorlar
- Açık-Kapalı Sosyalleşme Alanları
- WC’ler
- Otopark
- Asansör ve Yürüyen Merdiven

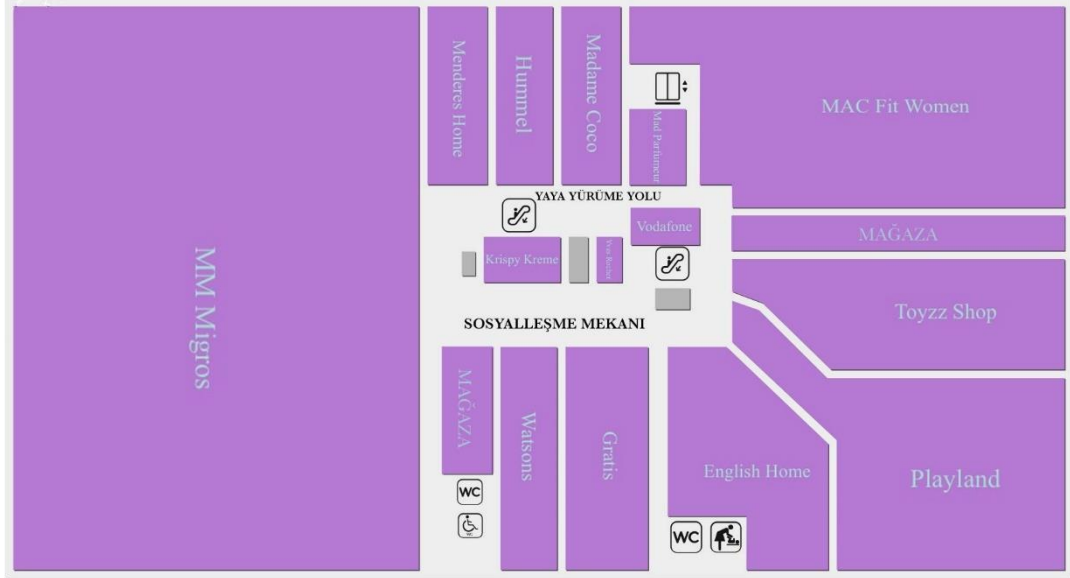
Merkezin otopark katından güvenlik noktasından merkez içerisine geçilmektedir. ATM, tur acenteleri, terzi, petshop, aksesuar mağazası, lostra, diğer mağazalar, mescit ve asansör bulunmaktadır (Şekil 4.2.).



Şekil 4.2. Kozzy AVM Otopark Katı

Kaynak: URL- 16

Alışveriş merkezinin -1. katında ise çapa kiracı mağaza ve diğer mağazalar bulunmaktadır. Ev tekstili, süpermarket, kozmetik, yeme-içme mekânı, kapalı sosyalleşme mekânı, çocuk eğlence alanı, oyuncak mağazası, tuvaletler, engelli tuvaleti, çocuk bakım odası ve asansör bulunmaktadır (Şekil 4.3.).



Şekil 4.3. Kozzy AVM -1. Kat

Kaynak: URL- 16

The floor plan illustrates a retail store layout with the following sections and features:

- Departments:** LCW, Mavi, Yargıcı, İpekyol, Ral Mücevherat, Koton, Pelti, MAĞAZA, Opmar Optik, So CHIC, Greyder.
- Central Corridor:** Labeled "YAYA YÜRÜME YOLU" (Pedestrian Path).
- Entrance:** Marked "GİRİŞ" (Entrance).
- Icons:** A wheelchair icon, a person with a cane icon, and a person with a shopping bag icon.

Kaynak: URL-16

YAYA YÜRÜME YOLU

Kahve Dünyası

Tehbo

Neya Optik

Suven

MAĞAZA

Peni

MAĞAZA

D&R

Doremusic

Mudo City

Luflan

U.S. Polo ASSN.

Atasun Optik

Gusto

Ceyo

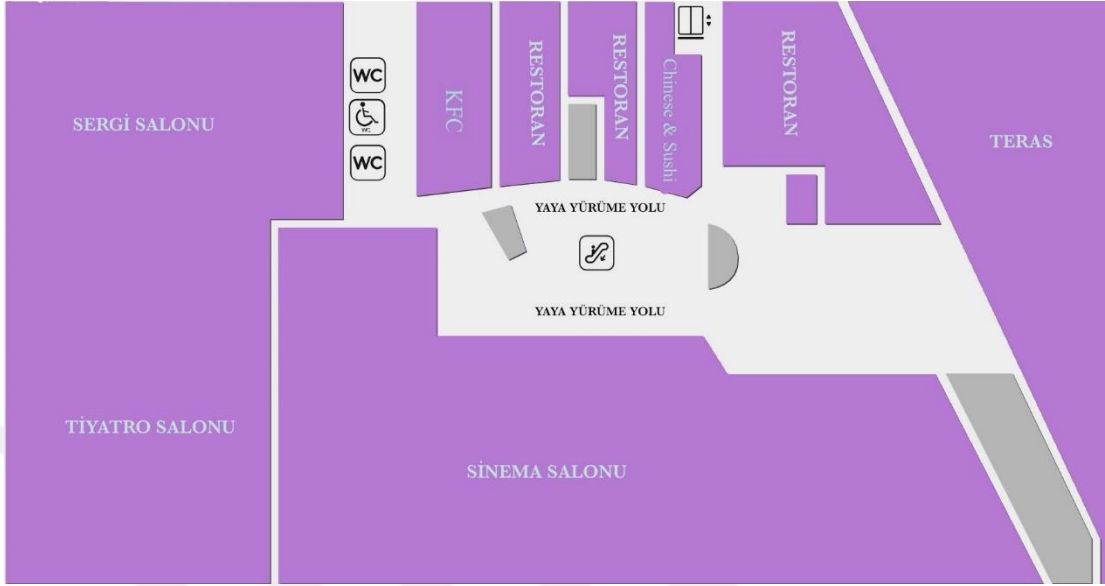
Rossmann

WC

YAYA YÜRÜME YOLU

Kaynak: URL-16

Alışveriş merkezinin 2. Katında sinema salonu, tiyatro salonu, sergi salonu, yeme-içme mekanları, açık sosyalleşme mekânı, WC, engelli WC ve asansör bulunmaktadır (Şekil 4.6).



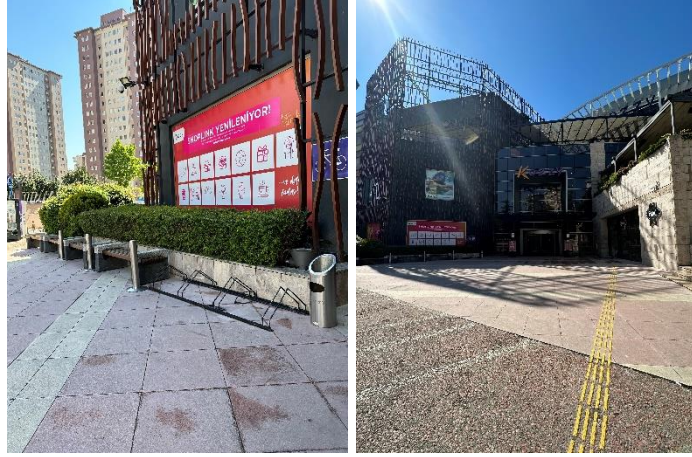
Şekil 4.6. Kozzy AVM 2. Kat Plan

Kaynak: URL-16

4.2.1. Yatay Sirkülasyon

- **Giriş -Çıkış**

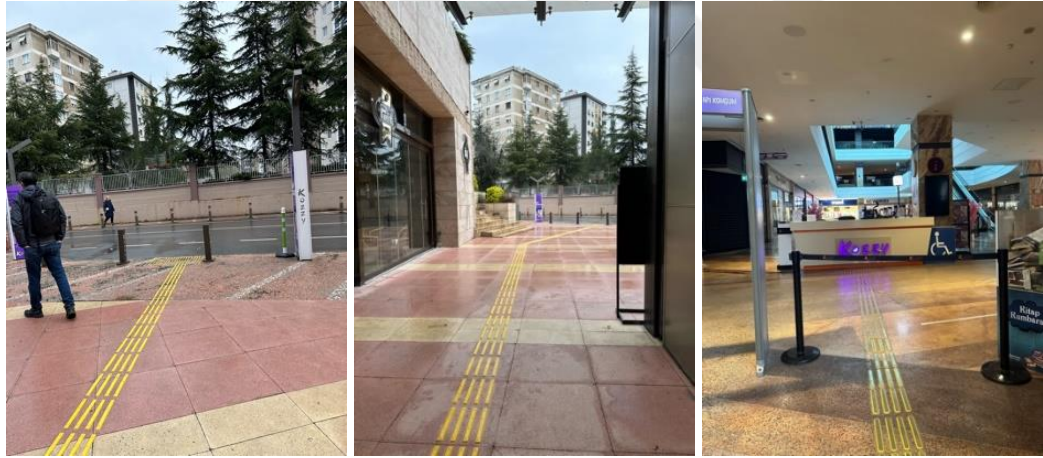
AVM cadde üzeri, yoldan kolaylıkla görülebilir ve algılanabilir bir girişe sahiptir. Giriş kısmında kentsel mobilyalar (oturma elemanları, çöp kutusu) ve yan tarafında bisiklet park alanı mevcuttur. Oturma elemanları ahşap ve beton malzemedendir. Her bir oturma elemanı yanında çöp kovası bulunmaktadır (Şekil 4.7). Bekleme alanı ve bisiklet park yerinin üzeri açıktır.



Şekil 4.7. Kozzy AVM Giriş ve Kentsel Mobilya

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

AVM'nin girişlerinde herhangi bir kot farkı bulunmaması nedeniyle AVM'ye rampasız bir şekilde doğrudan giriş sağlanmaktadır. Araç yolundan itibaren alışveriş merkezinin engelli girişine ve girişten danışmaya kadar zeminde hissedilebilir yüzey uygulaması (klavuz ve kubbeli) bulunmaktadır (Şekil 4.8).

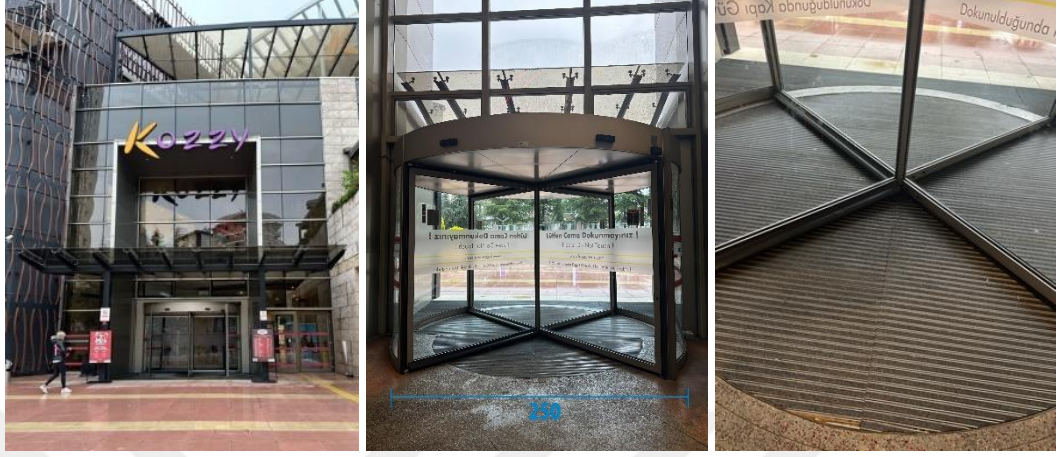


Şekil 4.8. Klavuz Hissedilebilir Yüzey Uygulaması

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Alışveriş merkezinin ön tarafında 2 (iki) farklı giriş-çıkış kapısı bulunmaktadır (Şekil 4.8.). Engelli bireyler için giriş, ana giriş kapısının yanında bulunan acil çıkış kapısından yapılmaktadır. Kapı 100 cm'dir. İçeriden panik barlıdır ve çekerek fiziksel güç gerektirecek şekilde açılabilir. Kapının üzerindeki buton sayesinde görevli çağırılabilir. Ana girişte sensörlü döner kapı kullanılmaktadır. Kapının iç ölçüsü 250 cm'dir. (Şekil 4.9). Girişte kaymaz zemin malzemesi kullanılmaktadır

(Şekil 4.8). Alışveriş merkezi girişinde kot farkı bulunmamaktadır dolayısıyla giriş kapısına rampasız bir şekilde ulaşılabilir. Giriş - çıkış kapısının üzerinde surdurma bulunmaktadır.



Şekil 4.9. Alışveriş Merkezi Giriş Kapı

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Alışveriş merkezine girdikten sonra güvenlik ve devamında danışma bankosu yer almaktadır (Şekil 4.10). Danışma bankosuyla giriş kapısı arasındaki mesafe 10 metredir. Danışma bankosu köşeli bir forma sahip ve 115 cm yüksekliğindedir. Tekerlekli sandalye kullanan bireyler için olan kısmının yüksekliği 85 cm'dir (Şekil 4.10). Giriş kapısından gelen doğal aydınlatmayla ve asma tavan yapay aydınlatmayla mekan aydınlatılmaktadır (Şekil 4.10). Uyarılar ve yönlendirme tabelaları mevcuttur.

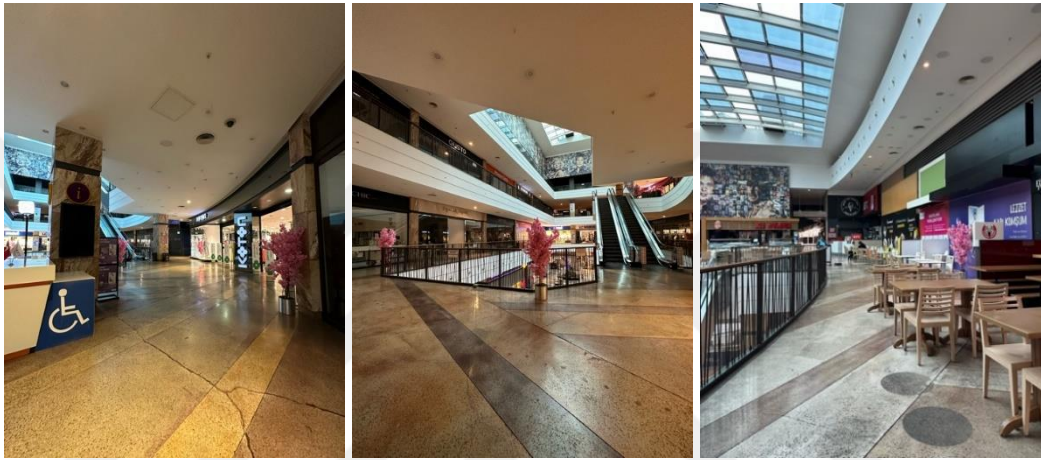


Şekil 4.10. Alışveriş Merkezi Yönlendirme, Danışma ve Aydınlatma

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

- **Yaya Yürüme Yolları ve Koridorlar**

Alışveriş merkezinin merkezi kurguya sahip olmasından dolayı neyin nerede olduğu her noktadan görülebilmektedir. Benzer ürün satan mağazalar bir arada bulunmaktadır. Restorantlar en üst kattadır. Mekansal okunabilirlik yüksektir. Eğrisel forma ve doğrusal forma sahip iki adet yaya yürüme yolu bulunmaktadır. yürüme yolları sürekli yatay dolaşıma sahiptir (Şekil 4.11). Zemininde yoğun kullanıma uygun ve kaymayan bir malzeme olan dökme beton kullanılmıştır. Zemin malzemesinde deformasyonlar olduğu gözlenmiştir.



Şekil 4.11. Kozzy AVM Yatay Sirkülasyon

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Çatı açıklığından ve girişten gelen gün ışığıyla doğal aydınlatma sağlanmaktadır. Yaya yürüme yolları ve koridorlarda asma tavanla yapay aydınlatma kullanılmaktadır (Şekil 4.12). Çatı penceresinden iç mekana giren gün ışığıyla 2. Kattan -1.kata kadar doğal aydınlatma sağlanmaktadır. İç mekanda ferah ve aydınlık bir atmosfer hakimdir. Galeri boşluğuna bakan korkuluklar 110 cm yüksekliktedir. Boşluklar 10 cm genişliğindedir. Küpeşteler kavranabilmektedir.



Şekil 4.12. Aydınlatma ve Korkuluk

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

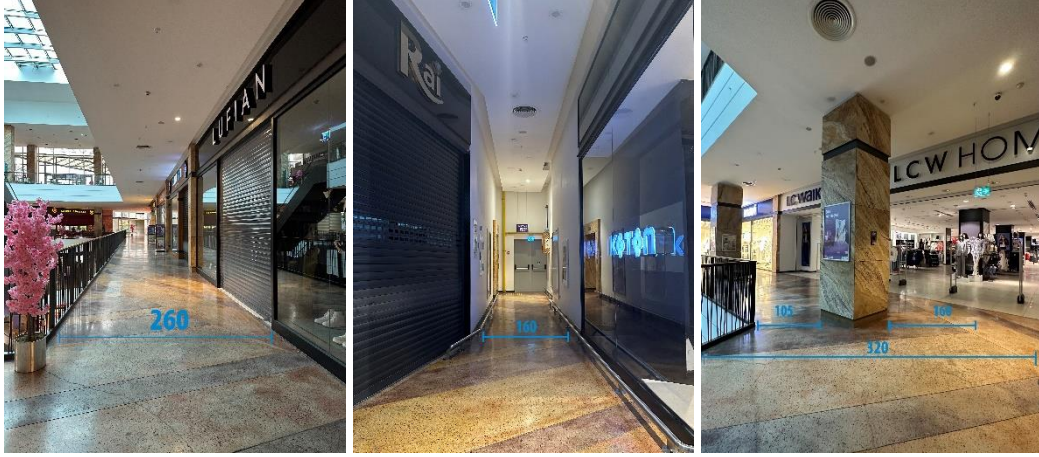
Beraberinde katlarda kat planı içeren kiokslar bulunmamaktadır. Yönlendirme tabelaları lacivert zemin üzerine beyaz karakterle yazılmıştır (Şekil 4.13). Tabelaların yerden yüksekliği 320 cm'dir. Giriş katındaki tabelalarda ATM, WC, Sinema, Tiyatro, Teras, Asansör, revir yazı ile belirtilmiştir. Bebek bakım, mescit, yeme-içme ve süpermarket için ise görsel bilgilendirme yapılmaktadır.



Şekil 4.13. Kozzy AVM Tabela

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Geçiş mesafeleri ana sirkülasyon noktalarında 260-320 cm arasında değişmektedir (Şekil 4.14). Asansör, tuvalet, mescit, acil çıkış, revir noktalarına ulaşan koridorlar ise 145-160 cm arasında değişmektedir (Şekil 4.14). Kolonun olduğu yerlerde korkulukla kolonun arasındaki geçiş mesafesi 105 cm, kolonla mağaza arasında ise 160 cm bulunmaktadır (Şekil 4.14).



Şekil 4.14. Kozzy AVM Yaya Yolları ve Koridorlar

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Giriş ve 1. katta yatay sirkülasyon alanlarında galeri boşluğuna doğru bakan dinlenme ve bekleme amacıyla kent mobilyaları bulunmaktadır. Kent mobilyaları, sirkülasyonu aksatmayacak ve doğal aydınlatmayla gün ışığının hakim olduğu bir konumdadır. Kent mobilyaları zemin malzemesiyle zıt renklerde ve yumuşatılmış hatlara sahiptir. Yan tarafları boş bırakılmıştır (Şekil 4.15). Kent mobilyalarının ölçüleri oturma yüksekliği 40 cm, derinlik 75, oturma derinliği 59 cm, sırtlık yüksekliği 70 cm'dir.



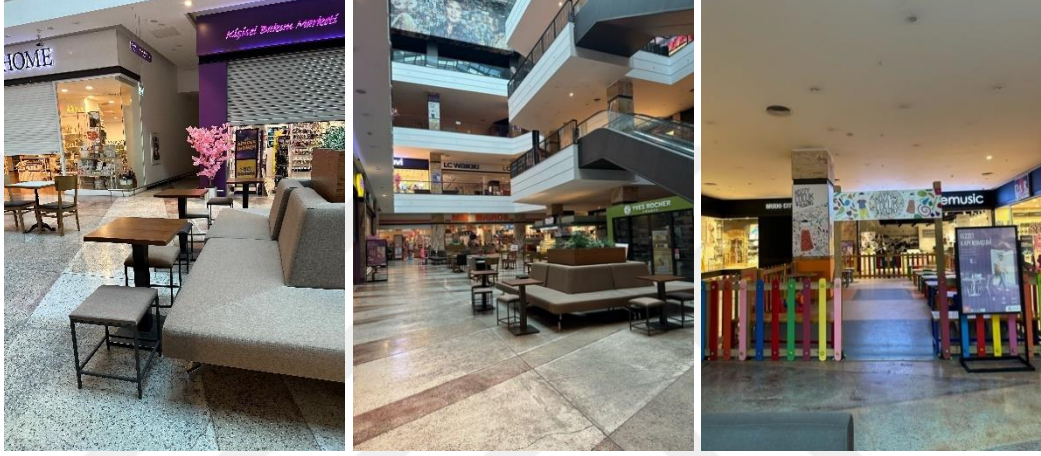
Şekil 4.15. Kozzy AVM Oturma Elemanları

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

- **Açık-Kapalı Sosyalleşme Alanları**

Alışveriş merkezinin -1. Katında kapalı ve 2. katındaki teras alanında açık sosyalleşme mekanları bulunmaktadır. -1. katında bulunan kapalı sosyalleşme

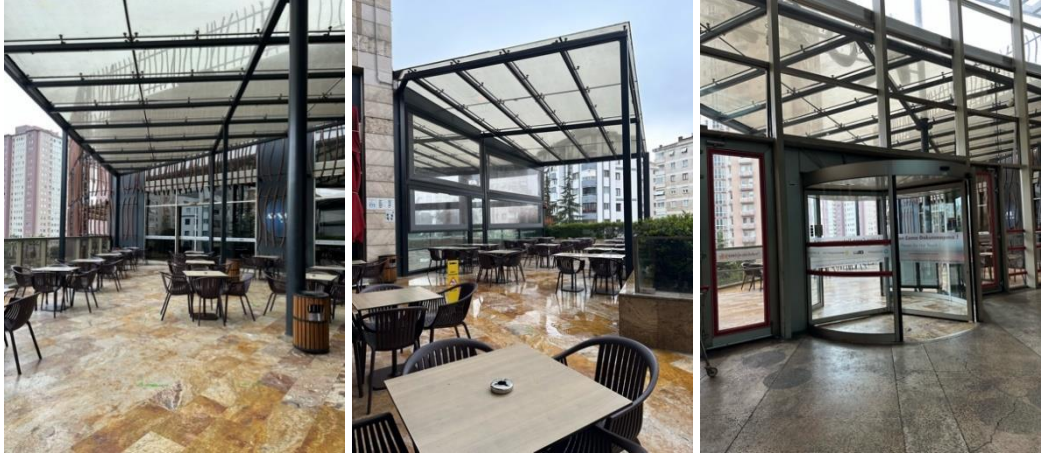
mekânında oturma elemanları ve masa bulunmaktadır (Şekil 4.16). İhtiyacı olanlar için dinlenme eyleminin yanı sıra bekleme ve yeme içme amacıyla mekân kullanılmaktadır. Kapalı sosyalleşme mekânında düzenli olarak etkinlikler ve fuarlar düzenlenmektedir. Etkinliğin düzenlendiği zamanlarda oturma elemanları ve masalar kaldırılmaktadır. Geçiş mesafeleri 250 cm ve masanın olduğu yerlerde 145 cm'dir (Şekil 4.16). Oturma elemanlarının oturma yüksekliği 40 cm, oturma derinliği 58 cm, sırt yüksekliği ise oturma yüzeyinden 50 cm'dir. 1. Katta Çocuklar için kapalı sosyalleşme mekânı bulunmaktadır (Şekil 4.16).



Şekil 4.16. Kozzy AVM Kapalı Sosyalleşme Mekanları

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

2.Kattaki terasta açık sosyalleşme mekânı bulunmaktadır (Şekil 4.17). Açık sosyalleşme alanına yürüyen merdiven veya asansör ile ulaşılabilir. Oturma elemanları ve masalar bulunmaktadır. Geçiş mesafesi ortaama 125 cm'dir. Oturma alanlarının üzeri sundurmalıdır. Zeminde malzeme olarak mermer kullanılmaktadır (Şekil 4.17). Ana giriş-çıkış dönerli kapıyla sağlanmakta, engelli bireyler için giriş çıkış ise ana giriş kapısının sağ ve solunda bulunan çekerek açılan panik barlı kapıyla sağlanmaktadır. Kapı sadece dışarıdan açılmaktadır (şekil 4.17).



Şekil 4.17. Kozzy AVM Açık Sosyalleşme Mekanları

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Açık sosyalleşme alanında bulunan korkuluklar 125 cm yüksekliğindedir (Şekil 4.18). Korkuluk malzemesi cam ve aliminyumdur. Korkulukların üzerinde “can güvenliğinizi gereği tırabzanlara ve camlara yaslanmayınız aşağıya sarkmayınız. Çocuklarınızı camlardan ve tırabzanlardan uzak tutunuz.” Uyarısı yer almaktadır (Şekil 4.18).



Şekil 4.18. Kozzy AVM Açık Sosyalleşme Mekânı Korkuluk

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

- **WC’ler**

WC’ler satış birimlerinden ayrı bir alanda bulunmakta ve koridorla ulaşılmaktadır. Koridor girişlerinde yönlendirme tabelaları bulunmaktadır. Tabelalarda engelli WC sembolü bulunmamaktadır. Her katta tuvaletler aynı konumdadır. -1.katta kadın erkek WC, engelli WC, giriş katında çocuk WC, 1.katta

çocuk WC ve 2.katta kadın erkek WC ve engelli WC bulunmaktadır (Şekil 4.19). WC'lere ulaşan koridor genişliği 160 cm'dir.



Şekil 4.19. Kozzy AVM Wc Konumları

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Wc'lerde kabinler ve lavabolar ayrı alanlarda konumlanmaktadır. Girişte öncelikle lavabolar bulunmaktadır (Şekil 4.20). Kabinle tezgâh arası geçiş mesafesi 125 – 150 cm ve lavabo ve kapı arası geçiş mesafesi 250 -300 cm'dir. Kabinlerin karşısında eşyaları bırakabilmek için ayrı bir tezgâh alanı mevcuttur (Şekil 4.20). Kıyafet asmak için askılar mevcuttur. Asma tavan led aydınlatma kullanılmaktadır. Lavaboların ve döşemelerin zıt renklerde kullanıldığı görülmektedir. Lavaboların yerden yüksekliği 82 cm'dir. Kabin kapıları 60 cm, kabin içi ölçü ise 95 x130 cm'dir.



Şekil 4.20. Kozzy AVM Wc Kabinler ve Lavabolar

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Fotoselli batarya, sabunluk ve el kurutma makinesi gibi kullanımda kolaylık sağlayan ekipmanlar yer almaktadır (Şekil 4.21). Beraberinde el gösterilerek açılan sensörlü kapılar mevcuttur.



Şekil 4.21. Kozzy AVM Wc Sensörlü Kapı ve Fotoselli Ekipmanlar

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

2 ayrı katta engelli WC mevcuttur. Kapısı dışarı doğru açılmakta ve gerekli bilgilendirme tabelası hem kapının üzerinde hem de ışıklı uyararla duvarda yer almaktadır (Şekil 4.22). Kapını açılış yönü ve kapladığı alan zeminde belirtilmiştir (Şekil 4.22). Kapı el göstererek sensörle açılmaktadır. Kapı açma sensörünün yerden yüksekliği 95 cm'dir.



Şekil 4.22. Kozzy AVM Engelli Wc Kapı

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Wc 155 x 235 cm ölçülerindedir (Şekil 4.23). Lavabonun yerden yüksekliği 84 cm'dir. Tekerlekli sandalye kullanımına imkan tanıyan oyuntulu lavabo

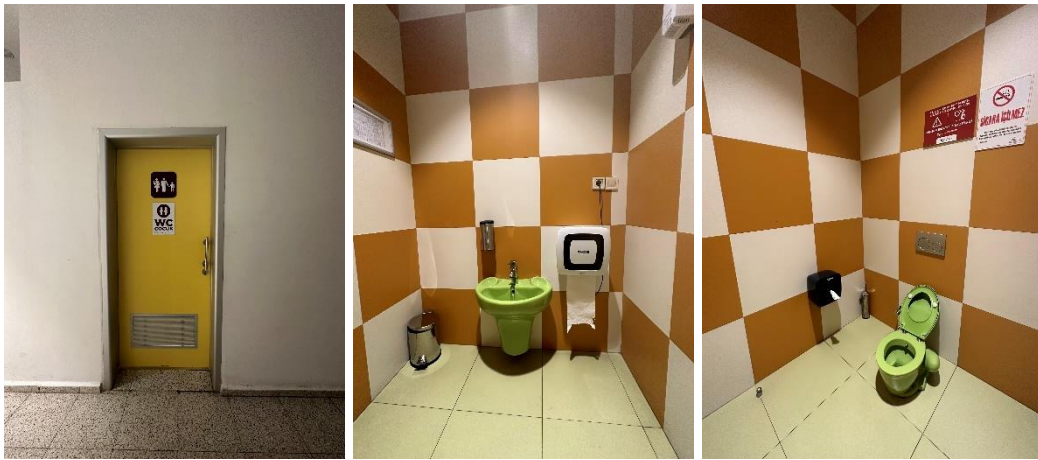
bulunmaktadır (Şekil 4.23). Tutamaç bulunmaktadır ve yerden yüksekliği 80 cm'dir. Havluluğun yerden yüksekliği 100 cm'dir. Peçetelik yerden yüksekliği 56 cm'dir. Aynanın yerden yüksekliği 120 cm'dir.



Şekil 4.23. Kozzy AVM Engelli Wc

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

AVM'de iki ayrı katta çocuk WC bulunmaktadır (Şekil 4.24). WC'lerin yanında çocuk bakım odası bulunmaktadır. WC kapısında, çocuk WC yazan ve aile sembolü olan uyarı bulunmaktadır. Çocuk WC iç ölçüleri 160 x 193 cm'dir. Peçetelik yerden yüksekliği 45 cm'dir. Havluluk yerden yüksekliği 70 cm'dir. Lavabonun yerden yüksekliği 57 cm'dir (Şekil 4.24). Kapı arkasında askı bulunmaktadır. Zeminde kaymayan granit malzeme kullanılmıştır. Döşemeler ve lavabo zıt renklerde (Şekil 4.24).



Şekil 4.24. Kozzy AVM Çocuk WC

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

- **Otopark**

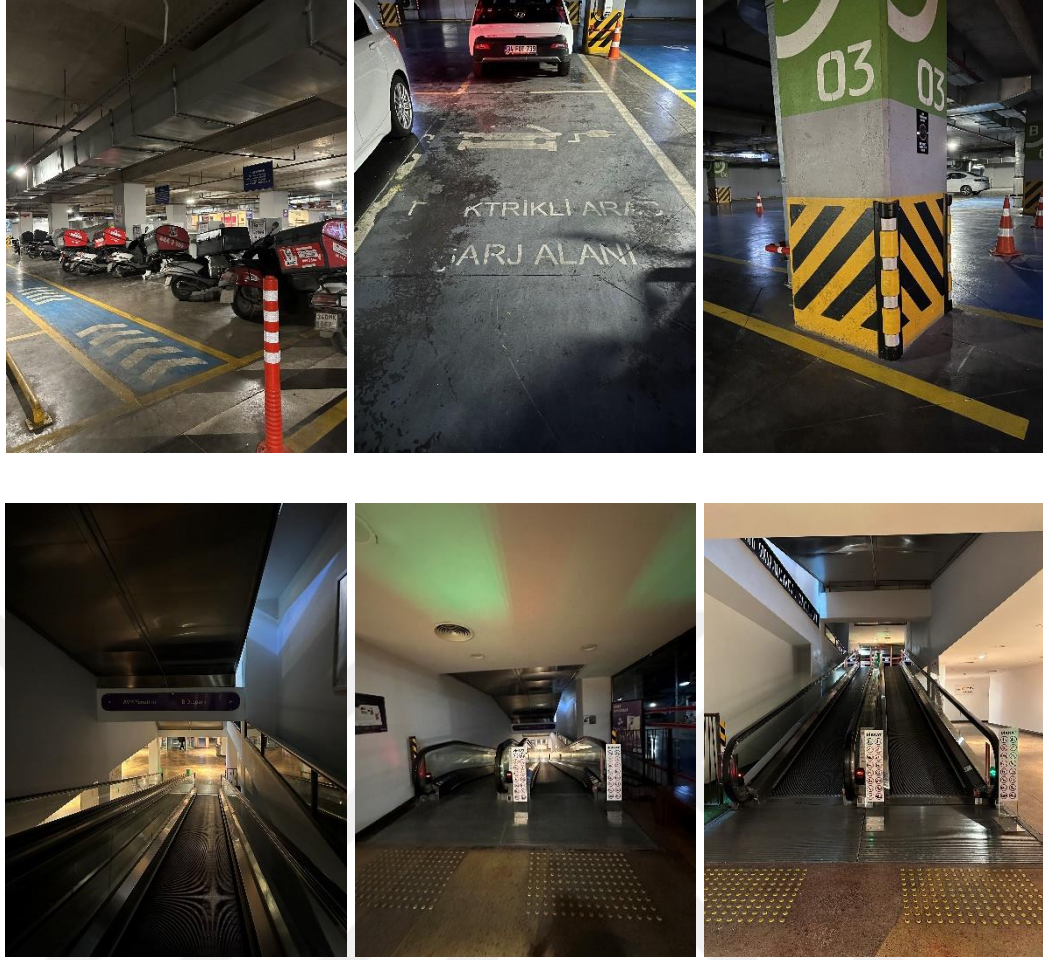
Otoparka giriş alışveriş merkezinin arka tarafından yapılmaktadır. Girişi belirten tabelalar ile otoparka yönlendirme sağlanmaktadır (Şekil 4.25).



Şekil 4.25. Kozzy AVM Otopark Giriş

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

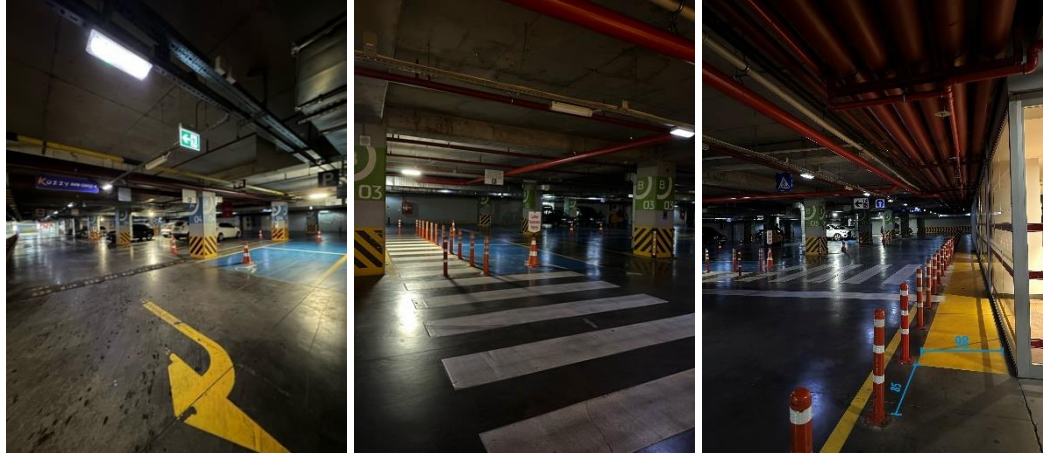
AVM'nin -2. ve -3. katları otopark olarak kullanılmaktadır. 200 araçlık araç kapasitesi bulunmaktadır. 14 adet engelli araç yeri, elektrikli araçlar için şarj alanı ve motosiklet park alanı vardır. Otoparktaki kolonlar hem yuvarlatılmıştır hem de darbe önleyiciler bulunmaktadır (Şekil 4.26). AVM'nin otopark katlarından -2.kata ulaşan asansör ve bant merdiven -3.kata inen yalnızca bant merdiven bulunmaktadır. Bant merdivenlerde gerekli bilgilendirici uyarı tabelaları ve yönlendirme tabelaları kullanılmıştır (Şekil 4.26).



Şekil 4.26. Kozzy AVM Otopark ve Ulaşım

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

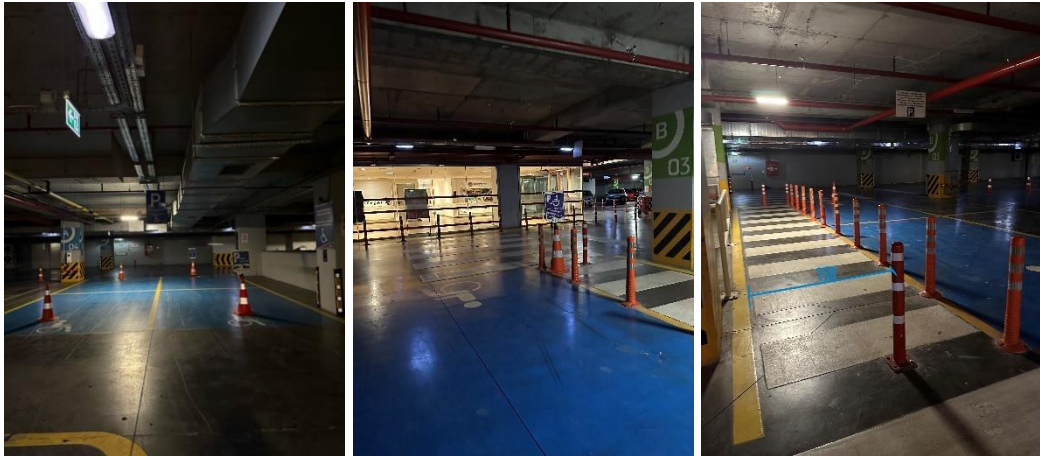
Otopark alanında yön bulma amacıyla yönlendirici ve bilgilendirici tabelalar mevcuttur. Bunlar engelli araç park, yeri AVM girişi, yaya yolu, çıkış, acil çıkış tabelalarıdır. Aydınlatma uyaran ve tabelaların olduğu yerlerde mevcuttur. Zemin sarı ve beyaz renklerde yönlendirmeler bulunmaktadır. İki otopark için mavi ve yeşil olmak üzere her katta farklı renkler ve harfler kullanılmıştır (Şekil 4.27). Otopark yüksekliği 250 cm'dir. Araç yolu 550 cm'dir. Yaya yürüme yolu genişliği 98 cm'dir. Yaya geçidi ve bilgilendirici uyarı levhası bulunmaktadır (Şekil 4.27). Yayaların araçlarına kadar yürüdüğü kısımda aralıklı bir biçimde yaya yürüme yolu bulunmaktadır.



Şekil 4.27. Kozzy AVM Otopark Aydınlatma, Yaya Yürüme Yolları ve Yönlendirme

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

14 adet Engelli park yeri mevcuttur. Engelli park yeri 330 x 470 cm ve 275 x 470 cm'dir. Yanındaki yaya yürüme yolu 150 cm'dir (Şekil 4.28). Park yeri ve yaya yolu arasında 85 cm aralıklarla konulmuş babalar bulunmaktadır. Engelli park yeri AVM'nin girişine yakın bir konumda yer almaktadır (Şekil 4.28).



Şekil 4.28. Kozzy AVM Engelli Park

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Giriş çıkış kapısı -2.kattadaki otoparkta otomatik sürgü kapı vardır giriş ve çıkışlar ayrı kapılardan yapılmaktadır (Şekil 4.29). Kot farkı bulunmaması nedeniyle rampasız giriş sağlamaktadır. Giriş kapısı ve araç yolu arasında 85 cm aralıkla yerleştirilmiş babalar vardır. Kapı önü zemininde kubbeli hissedilebilir yüzey bulunmamaktadır. -3. kattaki otoparkta ise otomatik döner kapı bulunmaktadır. Engelli bireyler için ana giriş kapısının yan taraflarında giriş ve çıkış kapıları ayrıdır. Engelli girişi için panik barlı kapı bulunmaktadır. Önlerinde zeminde kubbeli hissedilebilir yüzey bulunmamaktadır. Kapılarda malzeme olarak cam kullanılmaktadır.



Şekil 4.29. Kozzy AVM Otopark Girişleri

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

4.2.2. Düşey Sirkülasyon

- Asansör ve Yürüyen Merdiven**

Asansöre yaya yürüme yolunu kesen koridorla ulaşılmaktadır. Asansöre giden koridora gelmeden önce tabela ile yönlendirme yapılmaktadır. Asansörler herkes tarafından kullanılabilir. Beraberinde engelli, bebek arabalı ve yaşlı bireyler kullanımda önceliklidir. Asansöre giden koridor ölçüsü 145- 165 cm arasında değişmektedir. Kapı ölçüsü 120 cm, iç ölçüleri 155 x 190 cm'dir. Sahanlık genişliği 165 cm'dir. Asansör kabini önünde zemininde kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması vardır. Otomatik açılıp kapanan asansör kapısı mevcuttur (Şekil 4.30). Asansör içerisinde görsel ve dokunsal uyarı sistemleri (Braille alfabesi, renkli tuşlar, ulaşılabilir tuş takımı) mevcuttur ve sesli uyarı sistemi mevcuttur (Şekil 4.30). Kabin içi kontrol paneli yerden yüksekliği 80 cm ve kabin dışı kontrol paneli yerden yüksekliği 96 cm'dir. Kabin içerisinde 2 farklı yüzeyde, yerden yüksekliği 90 cm olan tutamaçlar

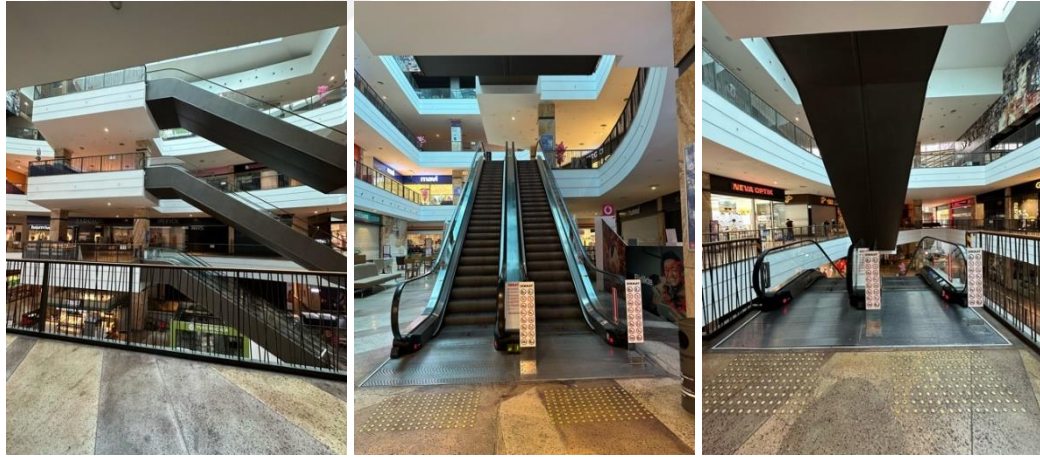
mevcuttur. Zeminde kaymayan malzeme vardır. Asansör içerisinde aydınlatma yeterli düzeydeki led armatür ile sağlanmaktadır.



Şekil 4.30. Kozzy AVM Asansör

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Yürüyen merdivenler girişe yakın ve alışveriş merkezinin her yerinden görülebilir bir konumdadır (Şekil 4.31). İniş ve çıkış yürüyen merdiveni yan yanadır. Yürüyen merdiven başlarında kubbeli yüzey bulunmaktadır (Şekil 4.31).



Şekil 4.31. Kozzy AVM Yürüyen Merdiven

Kaynak: Kişisel Arşiv Örneği

Fotoğraflama ve ölçümleme ile elde edilen bulgular bir sonraki tartışma bölümünde evrensel tasarım ilkelerine göre tablo haline getirilecek ve yorumlanacaktır.

5. TARTIŞMA

Bulgular bölümünde Kozzy AVM'nin belirlenen mekanları, fotoğraflama ve ölçüm yöntemiyle gözlemlenmiş ve incelenmiştir. Çalışmanın tartışma bölümünde elde edilen bulgular yorumlanacaktır. Öncelikle evrensel tasarım ilkelerine göre incelenen mekanlar tablo haline getirilecek ve yorumlanacaktır. Yorumlanırken literatür kısmında açıklanan evrensel tasarım ilkeleri ve Planlı Alanlar İmar Yönetmeliği (T.C. Resmî Gazete, 10 Temmuz 2018, sayı: 30474), TS 9111 Özürlüler ve Hareket Kısıtlılığı Bulunan Kişiler İçin Binalarda Ulaşılabilirlik Gerekleri, TS EN 81-70 Asansörler - Yapım Ve Montaj İçin Güvenlik Kuralları - Yolcu ve Yük Asansörleri İçin Özel Uygulamalar - Bölüm 70: Engelliler Dâhil Yolcu Asansörleri İçin Erişilebilirlik (21 Haziran 2007), TS 12576 Şehir İçi Yollar - Özürlü ve Yaşlılar İçin Sokak, Cadde, Meydan Ve Yollarda Yapısal Önlemler ve İşaretlemelerin Tasarım Kuralları (8 Nisan 1999), Otopark Yönetmeliği 30340 (T.C. Resmî Gazete, 3 Mayıs 1985, sayı: 3194), ADA Standarts for Accesible Design (15 Eylül 2010), Yerel Yönetimler İçin Ulaşılabilirlik Temel Bilgiler Teknik El Kitabı (Aralık 2011) standart ve yönetmeliklerinden faydalanılacaktır. Devamında yorumlanan mekanlar için yapılan öneriler tablolaştırılacaktır.

5.1. Yatay Sirkülasyon

- **AVM Giriş-Çıkış**

2 farklı giriş-çıkış kapısının bulunmaktadır. Farklı yetkinlik seviyesindeki bireylerin farklı bir güzergah kullanarak alışveriş merkezi içersine ulaşması 1. ilkenin “tüm kullanıcılara aynı kullanım araçlarının sağlanması” yönergesini sağlamamaktadır. Eşitlikçi kullanım ilkesine uygun değildir. Girişteki bisiklet park alanının bulunması 1. ilkenin “herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalı” yönergesini sağlamaktadır. Oturma elemanları mekanla uyumlu bir tasarıma sahip doğal malzemedendir. Mekan evrensel tasarımın 1. ilkesi olan eşitlikçi kullanım ilkesine kısmen uymaktadır.

Giriş-çıkışlar kullanıcılara alternatif sağlamaktadır. Danışmanın engelliler için ayrılmış yüksekliği daha az bir banko alanı daha bulunmaktadır. 2. ilkenin “Kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalı” yönergesini sağlamaktadır. Girişteki oturma elemanları 2. ilkenin “kullanıcı için doğru ve hassas kullanıma imkan verecek şekilde olmalıdır.” yönergesini sağlamaktadır. Mekan evrensel tasarımın 2. ilkesi olan kullanımda esneklik ilkesine uymaktadır.

Dönerli kapının kullanımı yaşlılar, çocuklar ve düşük yetkinlik ve algı düzeyi olan bireyler için kapının nasıl çalışacağını anlaşılmaması zor olabilmektedir. 3. İlkenin “Gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalıdır.” yönergesine uymamaktadır. Bu nedenle basit ve sezgisel kullanım ilkesine uymamaktadır.

Giriş-çıkış mekanında bulunan danışmanın kolaylıkla görülebilir bir konumda olması ve uyarıların yeterli ve görünür olması 4. ilkenin “Tasarımda kullanılan öğeler tanımlanabilecek şekilde ayırt edici olmalı” yönergesini sağlamaktadır. Giriş-çıkış kapısından danışmaya kadar zeminde klavuz ve kubbeli hissedilebilir zemin uygulaması bulunmaktadır. 4. İlkenin “tasarım, duyu sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılacak şekilde çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalı” yönergesini sağlamaktadır.

Girişteki zemin malzemesinin kaymaz olması, giriş-çıkış kapısının üzerinin sundurmayla kapalı olması zeminin kötü hava koşullarında etkilenmemesini sağlamaktadır. 5. ilkenin “hata yapmayı engelleyen güvenlik önlemleri alınmalı” yönergesini sağlamaktadır. Beraberinde giriş-çıkışta kullanılan dönerli kapı, farklı yetkinlik seviyesindeki bireylerin kapıya dokunmasına ve kapının durmasına neden olabilir. 5. ilkenin “Dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemden vazgeçilmeli” yönergesini sağlamamaktadır. Kapı üzerinde gerekli uyarılar yer almaktadır. Bu uyarılar sadece yazı ile yapılmaktadır. 5. ilkenin “Tehlikeler ve hatalar hakkında bilgilendirme yapılmalıdır.” yönergesini sağlamaktadır. Mekansal öğelerin, uyarıların ve tabelaların seçilebileceği şekilde yapay ve doğal aydınlatma mevcuttur. 5. İlkenin “En çok kullanılan öğeler, en erişilebilir, tehlikeli elemanlar ortadan kaldırılmalı, ayrılmalı veya korunmalıdır.” yönergesini sağlamaktadır.

AVM’nin girişinde oturma elemanlarının bulunması yanlarında çöp kovalarının bulunması mobilyanın işlevselliğini arttırmaktadır. Kullanıcıların otururken çöp

kovasına rahatlıkla ulaşması fazladan güç harcamamaktadır. Ana giriş çıkış kapısının sensörlü olması kullanıcıların fiziksel bir güç göstermeden kapıyı açabilmelerine imkan vermektedir. Girişte kot farkı bulunmamaktadır. 6.ilkenin “kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır. Farklı yetkinlik yetkinlik seviyesindeki bireylerin kullanımı için tahsis edilmiş acil çıkış kapısının güç gerektirerek açılması gerekmektedir. 6.ilkenin “kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalı” yönergesini sağlamamaktadır.

Ana giriş-çıkış kapısı 250 cm’dir. Bir kişi için 70-100 cm, değnekle yürüyen bir kişi için 85- 120 cm yeterli olmaktadır (“TS 9111” bknz. Sayfa 15). Birden fazla kişinin kullanabilmesine imkan vermektedir. Engelli ve bebek arabalı kişilerin kullanacağı kapı 100 cm’dir. Engelli aracı (90 x 120 cm) ve bebek arabasının geçmesi için yeterli mesafe bulunmaktadır (“TS 9111” bknz. Sayfa 15). 5.ilkenin “Yardımcı araçların (tekerlekli sandalye, yürüme gereçleri vb. gibi) kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalıdır.” yönergesini sağlamaktadır. Danışma bankosunun yerden yüksekliği 115 cm, farklı yetkinlik seviyesindeki bireyler için 85 cm’dir. Ortalamadan daha kısa boylu bireyler ve engelli sandalyesi kullanan bireyler için yeterli görüş hattında ve erişilebilirdir. 7.ilkenin “Oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli unsurları ve elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır.” ve “Oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır.” Yönergesini sağlamaktadır.

AVM giriş-çıkışına ait çizelge; alan çalışmasında yapılan fotoğraflama, ölçümleme, gözlem ve incelemeler sonucunda doldurulmuştur. Kozzy AVM giriş-çıkışının evrensel tasarım ilkeleri ve yönergelerine göre evrensel tasarımı sağlama durumu belirlenmeye çalışılmıştır (Tablo 5.1).

Tablo 5.1. Kozzy AVM Giriş-Çıkış

İLKELER	YÖNERGELER	BULGULAR
Eşitlikçi Kullanım	1. Tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalıdır. 2. Herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalıdır. 3. Gizlilik, güvenlik ve mahremiyet ile ilgili kurallarda tüm kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalıdır. 4. Tasarım tüm kullanıcıların hoşuna gidecek özellikler barındırmalıdır.	• Engelliler için panik barlı ayrı giriş içeriden açılan giriş kapısı bulunmaktadır. 1. yönergeyi sağlamamaktadır. • Bisiklet parkı bulunmaktadır. 2. ilkeyi sağlamaktadır. • Oturma elemanları mekanla uyumlu sade bir tasarıma sahiptir. 4. yönergeyi sağlamaktadır.
Kullanımda Esneklik	1. Kullanım yöntemlerinde kullanıcıya seçme imkânı sağlayacak şekilde olmalıdır. 2. Sağ veya sol el kullanımına ve erişimine imkân verecek şekilde olmalıdır. 3. Kullanıcı için doğru ve hassas kullanımı imkân verecek şekilde olmalıdır. 4. Kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalıdır.	• Danışma bankosunun farklı yüksekliklere sahiptir. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Bekleme ve dinlenme amacıyla birden fazla oturma elemanları mevcuttur. 1.yönergeyi sağlamaktadır.
Basit ve Sezgisel Kullanım	1. Gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalıdır. 2. Tasarım kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle kullanımına aykırı olamamalıdır. 3. Tasarım kullanıcıların okuryazarlık düzeyi ve dil becerisi ne olursa olsun tüm kullanıcılara hitap etmelidir. 4. Bilgi, önem derecesine göre sıralanmalıdır. 5. Kullanım sırasında ve sonrasında etkili uyarıcılar, kullanım bilgisi ve geri bildirim sağlanmalıdır.	• Ana giriş sensörlü dönerli kapı ile sağlanmaktadır. • Kapının kullanımının basit olması 1.yönergeyi sağlarken, farklı algı seviyesindeki kullanıcıların kapının nasıl hareket edeceğini anlamamasından dolayı 2.yönergeyi sağlamamaktadır.
Algılanabilir Bilgilendirme	1. Temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resim, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır. 2. Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edilebilir seviyede farklılaştırılmalıdır. 3. Temel bilginin okunabilirliği en üst seviyeye çıkarılmalıdır. 4. Tasarımda kullanılan öğeler tanımlanabilecek şekilde ayırt edici olmalıdır. (Talimat ve yönergeler verilerek kolaylaştırılmalıdır.) 5. Tasarım, duysal sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılabilirlik şekilde, çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalıdır.	• Alışveriş merkezi kolaylıkla fark edilebilmektedir. Danışma kolaylıkla fark edilebilmektedir. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Zeminde klavuz ve kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması mevcuttur. 5.yönergeyi sağlamaktadır.

Tablo 5.1. Kozzy AVM Giriş-Çıkış (Devam)

Hata için Tolerans	1. Tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğelerin düzenlenmelidir. 2. En çok kullanılan öğeler, en erişilebilir, tehlikeli elemanlar ortadan kaldırılmalı, ayrılmalı veya korunmalıdır. 3. Tehlikeler ve hatalar hakkında bilgilendirme yapılmalıdır. 4. Hata yapmayı engelleyen güvenlik önemleri alınmalıdır. 5. Dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemeden vazgeçirilmelidir.	• Girişte kaymaz malzeme mevcuttur. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Girişin üzeri sundurma ile kapalıdır. Mekansal öğelerin, uyarıların ve tabelaların seçilebileceği şekilde yapay ve doğal aydınlatma mevcuttur. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Girişte sensörlü gönerli kapı kullanılmaktadır. Kapıya dokunulduğunda durmasından dolayı 5.yönergeyi sağlamamaktadır.
Düşük Fiziksel Güç Kullanımı	1. Kullanıcının nötr vücut pozisyonunu korumasına imkân vermelidir. 2. Kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalıdır. 3. Tekrar eden eylemler minimum seviyede olmalıdır. 4. Kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilmelidir.	• Oturma elemanlarının yanında çöp kovası mevcut. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Ana giriş kapısının sensörlü olması 2.ilkeyi sağlamaktadır. • Girişte kot farkı bulunmamaktadır. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Panik barlı kapı güç kullanarak açılabilmesi 2.yönergeyi sağlamamaktadır.
Yaklaşım ve Kullanım için Boyut ve Alan Sağlanması	1. Oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli unsurları ve elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır. 2. Oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır. 3. Tasarım farklı el ve kavrama boyutuna uyum sağlayabilmelidir. 4. Yardımcı araçların (tekerlekli sandalye, yürüme gereçleri vb. gibi) kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli kadar alan sağlanmalıdır.	• Giriş çıkış kapısı ölçüleri (350 cm) yeterli geçiş mesafesi sağlamaktadır. • Danışma yükseklikleri (115-85 cm) kısa boylu veya engelli sandalyesi kullanan kişiler için yeterli görüş hattında ve erişilebilirdir. 1.yönergeyi ve 2. yönergeyi sağlamaktadır. • Engelliler için ayrılan kapı (90 cm) engelli sandalyesi için yeterli ölçülerdedir. 4.yönergeyi sağlamaktadır.

• AVM Yaya Yürüme Yolları ve Koridorlar

Alışveriş merkezinin yaya yürüme yolu kullanıcıları ayrıştırmadan bir arada yürümelerine imkan tanımaktadır. Oturma elemanlarının yanında bebek arabası ve engelli sandalyesi için uygun alanın bulunmaktadır. 1.ilkenin “tüm kullanıcılara aynı kullanım araçlarının sağlanması” yönergesini sağlamaktadır.

Her katta dinlenme alanlarının olması, yürüyen merdiven ve asansör alternatifleri bulunmaktadır. Farklı konumlarda oturma elemanları bulunmaktadır. 2. ilkenin “kullanım yöntemleri kullanıcıya seçme imkanı sağlayacak şekilde olmalı” yönergesini sağlamaktadır. Alternatif oturma elemanları bulunmamaktadır ve oturma elemanları işlevselliği tam olarak sağlamamaktadır.

Kat planları her katta aynıdır. Benzer ürünleri satan mağazaların bir arada bulunmaktadır. Her katta aynı noktada WC'ler bulunmaktadır. Mekansal okunabilirlik yüksektir. Mekanın basit ve sezgisel kullanım ilkesine uymasını sağlamaktadır. 3. İlkenin “gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalı” ve “tasarım kullanıcının beklentileri ve sezgileriyle kullanımına aykırı olmamalı” yönergesini sağlamaktadır.

Kat planı içeren kioksların bulunmamaktadır. Klavuz ve kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması girişten danışmaya kadar olan kısım haricinde bulunmamaktadır. “Tasarım, duysal sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılabilir şekilde, çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalıdır.” yönergesini sağlamamaktadır. Tabela zemin rengi ve font zıt renklerde. Font ve renkler bilindik. (“TS 12576” bknz. Sayfa 16) Bu açıdan tabelalar okunabilir. Tabelalarda farklı anlatım yöntemlerinden olan semboller ve yazılar kullanılmıştır. Her katta yatay ve dikey sirkülasyon mekanlarını gösteren tabelalar mevcuttur. Kent mobilyalarının zeminle zıt renklerde. 4. İlkenin “temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar kullanılmalı” ve “temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edilebilir seviyede farklılaşmalı” yönergelerini sağlamaktadır.

Korkuluk yüksekliği 110 cm'dir. Korkulukların 110 cm'den az olmaması gerekmektedir (“TS 9111” bknz. Sayfa 19). Zemin malzemesi kaymazdır fakat bazı çatlaklar mevcuttur. 5. ilkenin “hata engelleyen güvenlik önlemleri alınmalı” yönergesini sağlamaktadır. Aydınlatma hem doğal hem de yapay olarak sağlanmaktadır. Yollar, tabelalar, uyarılar ve diğer mekansal öğeler rahatlıkla seçilebilmektedir. 5. ilkenin “En çok kullanılan öğeler, en erişilebilir, tehlikeli elemanlar ortadan kaldırılmalı, ayrılmalı veya korunmalıdır.” Yönergesini sağlamaktadır.

Asansör ve yürüyen merdivenler katlarda kullanıcıyı fazla dolaştırmayacak şekilde konumlandırılmıştır. 6. ilkenin “kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır. Dinlenmek için oturma elemanları mevcuttur. 6. İlkenin “Kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilmelidir.” Yönergesini sağlamaktadır.

Tabelaların yerden yüksekliği 320 cm'dir. Farklı yetkinlik seviyesindeki bireylerin ve ortalama bireylerin görüş hattından yüksektir (“TS 12576; El Kitabı” bknz. Sayfa 17). 7. ilkenin “oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli

unsurları ve elemanları görebilmesi için net görüş hattı sağlanmalı’’ yönergesini sağlamamaktadır. Yaya yürüme yolu geçiş mesafeleri 260 cm ve 320 cm ve koridor ölçülerinin 145 cm ve 160 cm’dir. Bir kişi için 70-100 cm, değnekle yürüyen bir kişi için 85- 120 cm yeterli olmaktadır (“TS 9111” bknz. Sayfa 15)). Birden fazla kişinin kullanabilmesine imkan vermektedir. Kent mobilyalarının ölçüleri 40 x 59 x 70 cm’dir. Oturma elemanları için uygun oturma yüksekliği 45 cm ve toplam yükseklik ise 70 cm olmalıdır (“TS 12576” bknz. Sayfa 21). Uygun ölçüler aralığındadır. Yanında tekerlekli sandalye, bebek arabası için alan bulunmaktadır. 7. ilkenin “yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalı’’ yönergesini sağlamaktadır.

AVM yaya yürüme yolları ve koridorlara ait çizelge; alan çalışmasında yapılan fotoğraflama, ölçümleme, gözlem ve incelemeler sonucunda doldurulmuştur. Kozzy AVM yaya yürüme yolları ve koridorların evrensel tasarım ilkeleri ve yönergelerine göre evrensel tasarımı sağlama durumu belirlenmeye çalışılmıştır (Tablo 5.2).

Tablo 5.2. Kozzy AVM Yaya Yürüme Yolları ve Koridorlar

İLKELER	YÖNERGELER	BULGULAR
Eşitlikçi Kullanım	1. Tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olduğunca aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalıdır. 2. Herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalıdır. 3. Gizlilik, güvenlik ve mahremiyet ile ilgili kurallarda tüm kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalıdır. 4. Tasarım tüm kullanıcıların hoşuna gidecek özellikler barındırmalıdır.	• Yollar kimseyi ayırtırmadan herkesin bir arada yürümesi imkân tanımaktadır. 1.yönergeyi sağlamaktadır. • Oturma elemanlarının yanında tekerlekli sandalye, bebek arabası gibi araçlar için alan bulunmaktadır. 2.yönergeyi sağlamaktadır.
Kullanımda Esneklik	1. Kullanım yöntemlerinde kullanıcıya seçme imkânı sağlayacak şekilde olmalıdır. 2. Sağ veya sol el kullanımına ve erişimine imkân verecek şekilde olmalıdır. 3. Kullanıcı için doğru ve hassas kullanımı imkân verecek şekilde olmalıdır. 4. Kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalıdır.	• Alternatif düşey dolaşım araçları mevcuttur. Farklı konumlarda oturma elemanları mevcuttur. 4. yönergeyi sağlamaktadır. • Alternatif oturma elemanları bulunmamaktadır. Oturma elemanları yeteri kadar işlevsel değildir. 1.yönergeyi sağlamamaktadır.
Basit ve Sezgisel Kullanım	1. Gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalıdır. 2. Tasarım kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle kullanımına aykırı olamamalıdır. 3. Tasarım kullanıcıların okuryazarlık düzeyi ve dil becerisi ne olursa olsun tüm kullanıcılara hitap etmelidir. 4. Bilgi, önem derecesine göre sıralanmalıdır. 5. Kullanım sırasında ve sonrasında etkili uyarıcılar, kullanım bilgisi ve geri bildirim sağlanmalıdır.	• Kat planları her katta aynıdır. Her katta aynı konumda WC'ler bulunmaktadır. Mekansal okunabilirlik yüksektir. Benzer ürünleri satan mağazalar bir aradadır. 1. ve 2.yönergeleri sağlamaktadır. • Tabelalarda yazıyla beraber evrensel semboller de kullanılmaktadır. 3.yönergeyi sağlamaktadır.
Algılanabilir Bilgilendirme	1. Temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resim, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır. 2. Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edilebilir seviyede farklılaştırılmalıdır. 3. Temel bilginin okunabilirliği en üst seviyeye çıkarılmalıdır. 4. Tasarımda kullanılan öğeler tanımlanabilecek şekilde ayırt edici olmalıdır. (Talimat ve yönergeler verilerek kolaylaştırılmalıdır.) 5. Tasarım, duysal sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılacak şekilde, çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalıdır.	• Kat planları içeren kiokslar bulunmamaktadır.3.yönergeyi karşılamamaktadır. • Klavuz ve kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması sadece danışma ve giriş mekânında mevcuttur. AVM'nin diğer yatay sirkülasyon alanlarında mevcut değildir. 5.yönergeyi sağlamamaktadır. • Kent mobilyaları döşemelerle zıt renklerde dir. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Tabelalarda yazılı ve görsel uyarılar mevcuttur. 1.yönergeyi sağlamaktadır. • Tabelalarda zemin ve fontlar zıt ve bilindik renklerde dir. 5.yönergeyi sağlamaktadır.

Tablo 5.2. Kozzy AVM Yaya Yürüme Yolları ve Koridorlar (Devam)

Hata için Tolerans	1. Tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğelerin düzenlenmelidir. 2. En çok kullanılan öğeler, en erişilebilir, tehlikeli elemanlar ortadan kaldırılmalı, ayrılmalı veya korunmalıdır. 3. Tehlikeler ve hatalar hakkında bilgilendirme yapılmalıdır. 4. Hata yapmayı engelleyen güvenlik önemleri alınmalıdır. 5. Dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemeden vazgeçirilmelidir.	• Aydınlatma hem doğal hem de yapay olarak sağlanmaktadır. Yollar, tabelalar, uyarılar ve diğer mekansal öğeler rahatlıkla seçilebilmektedir. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Zeminde yoğun kullanıma uygun kaymaz malzeme mevcuttur. 3.yönergeyi sağlamaktadır. • Korkulukların yüksekliği (110 cm) ve desen boşlukları (10 cm) hataya sebep olmayacak boyutlardadır.1.yönergeyi sağlamaktadır.
Düşük Fiziksel Güç Kullanımı	1. Kullanıcının nötr vücut pozisyonunu korumasına imkân vermelidir. 2. Kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalıdır. 3. Tekrar eden eylemler minimum seviyede olmalıdır. 4. Kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilmelidir.	• İniş çıkış merdivenleri yanyanadır. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Dinlenmek için oturma elemanları mevcuttur. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Kent mobilyaları işlevsel değildir.
Yaklaşım ve Kullanım için Boyut ve Alan Sağlanması	1. Oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli unsurları ve elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır. 2. Oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır. 3. Tasarım farklı el ve kavrama boyutuna uyum sağlayabilmelidir. 4. Yardımcı araçların (tekerlekli sandalye, yürüme gereçleri vb. gibi) kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli kadar alan sağlanmalıdır.	• Yaya yürüme yollarındaki geçiş mesafeleri (260- 320 cm) birden fazla kişinin rahatlıkla yürümesi ve manevra için yeterli boyutlardadır. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Tabelalar yerden 320 cm yüksekliktedir. Olabilecek en yüksek görüş hattından yukarıdadır. 1.yönergeyi sağlamamaktadır. • Oturma elemanları (40x70x59 cm) uygun boyutlardadır yanlarında tekerlekli sandalye, bebek arabası vb. araçlar için alan mevcuttur. 4.yönergeyi sağlamaktadır.

• Sosyalleşme Mekanları

Sosyalleşme mekânında kullanılan oturma elemanlarının yanında bebek arabası, engelli sandalyesi için alan bulunmaktadır. 1.ilkenin “Kullanıcıların dışlanmadan aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlamalı” yönergesini sağlamaktadır. Oturma elemanlarının boyutları her boyuttaki birey için uygundur. Sosyalleşme mekanlarında bulunan mekânsal öğeler AVM’nin diğer mekanlarıyla uyumlu nötr renklerde bir tasarıma sahiptir. Açık sosyalleşme mekânında manzarayı kesmeyen herkesin manzarayı seyretmesine olanak tanıyan cam malzemedен korkuluk kullanılmaktadır. 1. ilkenin “tasarım tüm kullanıcıların hoşuna gidecek özellikler barındırmalı” yönergesine

uymaktadır. Açık sosyalleşme mekanının engelli giriş çıkışı ayrı ana giriş çıkışı ayrı kapılardan yapılmaktadır. 1.ilkenin “Kullanıcıların dışlanmadan aynı elemanları kullanması” yönergesini sağlamamaktadır.

Sedirli, kolçaklı ve kolçaksız farklı oturma elemanları ve farklı oturma alanlarıyla kullanıcıya kullanım alternatifi sunulmaktadır. Çocuklar için sosyalleşme mekânı mevcuttur. 2.ilkenin “kullanım yöntemlerinde seçme imkânı sağlanmalıdır” yönergesini sağlamaktadır. Açık ve kapalı sosyalleşme mekânında kullanılan oturma elemanları hafif malzemedendir. Bu sayede oturma elemanlarının konumları istenildiği şekilde mekân içerisinde değiştirilebilmektedir. Bu sayede mekânda esneklik sağlanmaktadır. 2. ilkenin “kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalı” yönergesini sağlamaktadır.

Sosyalleşme mekanlarının AVM içerisinde kolaylıkla görülebilmekte ve ulaşılabilir. AVM’nin mekân kurgusundan dolayı fazladan bir yardım almadan kapalı sosyalleşme mekânı galeri boşluğundan görülebilmektedir. Aynı şekilde 2.kata çıkıldığında açık sosyalleşme mekânı kolaylıkla görülebilmektedir. Mekanlar ve mekânsal öğeler kolaylıkla anlaşılabilir basit tasarımlara sahiptir. 3.ilkenin “gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalı” ve “tasarım kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle kullanıma aykırı olamamalı” yönergesini sağlamaktadır. Sosyalleşme mekanlarına yönlendiren tabelalar kullanılmaktadır. Tabelalarda açık sosyalleşme mekânı “teras” olarak yazıyla belirtilmektedir. 3.ilkenin “tasarım kullanıcıların okuryazarlık düzeyi ve dil becerisi ne olursa olsun tüm kullanıcıları hitap etmeli” yönergesini sağlamamaktadır.

Braille alfabeli kat planlarının bulunmaması farklı yetkinlik seviyesindeki bireylerin mekanlara ulaşabilirliğini kısıtlamaktadır. 4.ilkenin “temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar kullanılmalı” yönergesini sağlamamaktadır. Oturma elemanları döşemelerden zıt renklerde. 4.ilkenin “tasarımda kullanılan öğeler tanımlanabilecek şekilde ayırt edici olmalı” yönergesine uymaktadır.

Açık sosyalleşme mekânında zeminde kaymaz malzeme kullanılmıştır. Mekânın üzeri sundurmalıdır. Açık sosyalleşme mekanındaki korkuluklar yerden 125 cm yüksekliktedir. Planlı alanlar imar yönetmeliğine göre (2010) açık kapalı mekanlarda 110 cm yükseklik yeterli olmalıdır. Korkuluklar uygun yüksekliktedir. Farklı yetkinlik seviyesinde (çocuk, zihinsel engelli gibi) veya çok uzun boylu

bireylerin hata yapmasını ve tehlikenin oluşmasını engellemektedir. Korkulukların üzerinde gerekli uyarı bilgilendirmesi yapılmaktadır. 5.ilkenin hata yapmayı engelleyen güvenlik önlemleri alınmalı” ve “tehlikeler ve hatalar hakkında bilgilendirme yapılmalı” yönergelerini sağlamaktadır. Açık sosyalleşme mekânın giriş-çıkış kapısı sensörlü dönerli kapıdır. 5.ilkenin “dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemden vaz geçirilmeli” yönergesini sağlamamaktadır.

Giriş-çıkış kapısının sensörlü dönerli kapı kullanılmaktadır. 6.ilkenin “kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır. Beraberinde açık sosyalleşme mekânında engelliler için panik barlı kapı kullanılmaktadır. Fiziksel güç gerektirecek şekilde açılmaktadır. 6.ilkenin “kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalı” yönergesini sağlamamaktadır. Açık ve kapalı sosyalleşme mekanlarına asansör ve yürüyen merdivenlerle kolaylıkla ulaşılmaktadır. Açık sosyalleşme mekânında hafif masa ve oturma elemanları kullanılmaktadır. 6.ilkenin “Kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalıdır.” Yönergesini sağlamaktadır.

Sosyalleşme mekanlarında yeteli geçiş mesafesi ve manevra alanı sağlanmıştır. Oturma elemanlarının ölçüleri oturma yüksekliği 40 cm, oturma derinliği 58 cm, sırt yüksekliği ise oturma yüzeyinden 50 cm’dir. Uygun ölçülerdedir (“TS 12576” bknz. Sayfa 21). 7.ilkenin “Oturana veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır.” Yönergesini sağlamaktadır. Oturma elemanlarının yanında tekerlekli sandalye, bebek arabası gibi araçlar için mesafe bulunmaktadır. Giriş-çıkış kapısı ölçüsü 250 cm’dir. Engelli ve acil çıkış kapısı ölçüsü 100 cm’dir. 7.ilkenin “yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır.

AVM sosyalleşme mekanlarına ait çizelge; alan çalışmasında yapılan fotoğraflama, ölçümleme, gözlem ve incelemeler sonucunda doldurulmuştur. Kozzy AVM sosyalleşme mekanlarının evrensel tasarım ilkeleri ve yönergelerine göre evrensel tasarımı sağlama durumu belirlenmeye çalışılmıştır (Şekil 5.3).

Tablo 5.3. Kozzy AVM Sosyalleşme Mekanları

İLKELER	YÖNERGELER	BULGULAR
Eşitlikçi Kullanım	1. Tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalıdır. 2. Herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalıdır. 3. Gizlilik, güvenlik ve mahremiyet ile ilgili kurallarda tüm kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalıdır. 4. Tasarım tüm kullanıcıların hoşuna gidecek özellikler barındırmalıdır.	• Oturma elamanlarının yanında engelli sandalyesi, bebek arabası, vb. araçlar için mesafe mevcuttur. Oturma elamanlarının boyutları uygun ölçülerdedir. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Engellilerin kullanımı için ayrı bir giriş çıkış kapısı mevcuttur. 2.yönergeyi sağlamamaktadır. • Mekansal öğeler AVM'nin diğer mekanlarıyla uyumlu nötr renklerde. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Açık sosyalleşme mekânında korkuluklar manzarayı kesmeyen cam malzemedendir. 1.yönergeyi sağlamaktadır.
Kullanımda Esneklik	1. Kullanım yöntemlerinde kullanıcıya seçme imkânı sağlayacak şekilde olmalıdır. 2. Sağ veya sol el kullanımına ve erişimine imkân verecek şekilde olmalıdır. 3. Kullanıcı için doğru ve hassas kullanımı imkân verecek şekilde olmalıdır. 4. Kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalıdır.	• Sedirli, kolçaklı ve kolçaksız farklı oturma elemanları ve farklı oturma mekanları (açık kapalı, çocuk sosyalleşme alanları) mevcuttur. 1. yönergeyi sağlamaktadır. • Oturma elemanları mekânda esneklik sağlayacak şekilde hafif malzemedendir. 4.yönergeyi sağlamaktadır.
Basit ve Sezgisel Kullanım	1. Gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalıdır. 2. Tasarım kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle kullanımına aykırı olamamalıdır. 3. Tasarım kullanıcıların okuryazarlık düzeyi ve dil becerisi ne olursa olsun tüm kullanıcılara hitap etmelidir. 4. Bilgi, önem derecesine göre sıralanmalıdır. 5. Kullanım sırasında ve sonrasında etkili uyarıcılar, kullanım bilgisi ve geri bildirim sağlanmalıdır.	• Sosyalleşme mekanları AVM içerisinde kolaylıkla görülebilir konumdadır. Mekansal öğeler kolaylıkla algılanabilmektedir. • 1.ve 2. yönergeyi sağlamaktadır. • Açık sosyalleşme mekanına yönlendiren tabelalar mevcuttur. Tabelalarda sadece yazı ile "teras" yazmaktadır. 3.yönergeyi sağlamamaktadır.
Algılanabilir Bilgilendirme	1. Temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resim, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır. 2. Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edilebilir seviyede farklılaştırılmalıdır. 3. Temel bilginin okunabilirliği en üst seviyeye çıkarılmalıdır. 4. Tasarımda kullanılan öğeler tanımlanabilecek şekilde ayırt edici olmalıdır. (Talimat ve yönergeler verilerek kolaylaştırılmalıdır.) 5. Tasarım, duyuusal sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılacak şekilde, çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalıdır.	• Braille alfabesi içeren kat planları bulunmamaktadır. 1.yönergeyi sağlamamaktadır. • Oturma elemanları ve döşemeler zıt renklerde. 4.yönergeyi sağlamaktadır.

Tablo 5.3. Kozzy AVM Sosyalleşme Mekanları (Devam)

Hata için Tolerans	1. Tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğelerin düzenlenmelidir. 2. En çok kullanılan öğeler, en erişilebilir, tehlikeli elemanlar ortadan kaldırılmalı, ayrılmalı veya korunmalıdır. 3. Tehlikeler ve hatalar hakkında bilgilendirme yapılmalıdır. 4. Hata yapmayı engelleyen güvenlik önemleri alınmalıdır. 5. Dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemeden vazgeçirilmelidir.	• Zeminde kaymaz malzeme kullanılmıştır. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Korkuluklar yerden 125 cm yüksekliktedir. 1.yönergeyi sağlamaktadır. • Korkuluk üzerinde gerekli uyarılar mevcuttur. 4.ve 3.yönergeleri sağlamaktadır. • Giriş çıkış kapısı sensörlü dönerli kapıdır. 5.yönergeyi sağlamamaktadır.
Düşük Fiziksel Güç Kullanımı	1. Kullanıcının nötr vücut pozisyonunu korumasına imkân vermelidir. 2. Kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalıdır. 3. Tekrar eden eylemler minimum seviyede olmalıdır. 4. Kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilmelidir.	• Sensörlü kapı kullanılmasıyla kullanıcı fiziksel güç gerektirmeden giriş çıkış kapısını kullanabilmektedir. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Engelliler için ise panik barlı kapı mevcuttur ve fiziksel güç kullanılarak açılabilir. 2. ve 4. yönergeyi sağlamamaktadır.
Yaklaşım ve Kullanım için Boyut ve Alan Sağlanması	1. Oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli unsurları ve elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır. 2. Oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır. 3. Tasarım farklı el ve kavrama boyutuna uyum sağlayabilmelidir. 4. Yardımcı araçların (tekerlekli sandalye, yürüme gereçleri vb. gibi) kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalıdır.	• Sosyalleşme mekanlarında geçiş mesafeleri ve manevra alanları sağlanmıştır. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Oturma elemanlarının ölçüleri (40x70x59 cm) uygun ebatlardadır. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Oturma elemanlarının yanında tekerlekli sandalye, bebek arabası, vb araçlar için mesafe bulunmaktadır. Giriş çıkış kapısı ölçüleri (250 cm) geçiş için uygundur. Engelli giriş çıkış için kapı (100 cm) ölçülerindedir. 4.yönergeyi sağlamaktadır.

• **WC'ler**

Farklı yetkinlik seviyesindeki bireyler için WC bulunmaktadır. Beraberinde kadın erkek WC'lerde kullanılan lavabolar farklı boylardaki örneğin fazla kısa bireylerin kullanımına uygun değildir. 1.ilkenin “tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalı” ve “Herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalıdır.” yönergelerini sağlamamaktadır. WC'de tuvalet kabinleri kapıdan uzaktır. 1.ilkenin “gizlilik, güvenlik ve mahremiyet ile ilgili kurallarda tüm kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır.

AVM’de WC, çocuk WC ve engelli WC bulunmaktadır. Kullanıcılara kendilerine uygun olanı seçme hakkı tanınmaktadır. 2.ilkenin “kullanıcın kendisi için uygun olanı seçmesine izin verecek şekilde olmalı” yönergesini sağlamaktadır. Kadın WC’de eşyalarını koymak için ayrı bir tezgah alanı mevcuttur. Engelli Wc’de tekerlekli sandalye kullanımına imkan tanıyan oyuntulu lavabo bulunmaktadır. 2. İlkenin “kullanıcı için doğru ve hassas kullanıma imkan verecek şekilde olmalı” yönergesini sağlamaktadır.

WC’ler basit ve kolaylıkla algılanabilir bir tasarıma sahiptir. 3.ilkenin “gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalı” yönergesini sağlamaktadır. WC kapılarında evrensel sembolleri içeren uyarılar mevcuttur. 3. İlkenin tasarım kullanıcıların okuryazarlık ve dil becerisi ne olusa olsun tüm kullanıcılara hitap etmeli” yönergesini sağlamaktadır.

WC’lerdeki lavaboların, tuvalet kabinlerinin ve döşemelerin zıt renklerde olması öğelerin algılanabilirliğini arttırmaktadır. Aydınlatma, donatı elemanlarının ayırt edilebileceği şekilde yeterli düzeydedir. WC’lere yönlendiren, WC kapılarında ve iç mekanlarında okunabilir ve yeterli yönlendirme kullanılmaktadır. 4.ilkenin temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edici olmalı” yönergesini sağlamaktadır. Beraberinde WC’lerde kullanılan butonlar ve elle açılan sensörlü kapı dokunsal yüzeyleri braille alfabesi veya sesli uyarı içermemektedir. 4.ilkenin “temel bilgilerin sunumun farklı anlatımlar kullanılmalı” yönergesini sağlamamaktadır.

Kaymayan zemin malzemesi kullanılmıştır. Aydınlatma kadın erkek WC’lerde ve engelli WC’de sensörlüdür. 5. ilkenin “hata yapmayı engelleyen güvenlik önlemleri alınmalı” yönergesini sağlamaktadır. Çocuk WC’de ise manuel aydınlatma kullanılmaktadır. 5. ilkenin “hata yapmayı engelleyen güvenlik önlemleri alınmalı” yönergesini sağlamamaktadır. Keskin hatalara sahip olamayan lavabolar kullanılmıştır. 5. İlkenin “Tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğelerin düzenlenmelidir.” yönergesini sağlamaktadır.

Sensörlü kapı kullanımı, fotoselli batarya ve aydınlatma elemanı kullanımıyla kullanıcılar fazla güç kullanmadan mekansal öğeleri kullanabilmektedir. 6.ilkenin “kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalı” ve “kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilmedi” yönergesine

uymaktadır. Wc’de eşyaları koyabilmek için ayrı bir tezgah alanı mevcuttur. “Kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalıdır” yönergesin euymaktadır. WC 3. katta ve -1.katta bulunmaktadır yani her katta bulunmamaktadır. Engelli aracı kullanan bireyin WC’yi kullanabilmesi için katlar arasında dolaşması gerekmektedir. 6.ilkenin “kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalı” yönergesine uymamaktadır.

Engelli wc ölçüleri 155 x 235 cm (“TS 9111” bknz. Sayfa 19). Manevra için 150 x 150 cm’lik alan yeterlidir. Lavabonun yerden yüksekliği 84 cm’dir. Tutamaç bulunmaktadır ve yerden yüksekliği 80 cm’dir. Havluluğun yerden yüksekliği 100 cm’dir. Peçetelik yerden yüksekliği 56 cm’dir. Ayna yerden yüksekliği 120 cm’dir. Engelli WC’sindeki kullanılan elemanlar ve bunların yükseklikleri TS 9111 ve TS 12576 standartlarına uygundur. Çocuk WC’leri 160 x 193 cm’dir. Yeterli kullanım alanı sağlamaktadır. Peçetelik yerden yüksekliği 45 cm’dir. Havluluk yerden yüksekliği 70 cm’dir. Lavabonun yerden yüksekliği 57 cm’dir. Çocukların ulaşabileceği yüksekliktedir. 7.ilkenin “yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalı” ve “oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalı” ve “oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli unsurları ve elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır. Kadın erkek WC’lerin lavabo yerden yüksekliği 82 cm’dir. Farklı boyutlara sahip bireylerin (cücelik vb. gibi) kullanımı için fazla yüksektir. 7.ilkenin “oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalı” yönergesini sağlamamaktadır.

AVM WC’lerine ait çizelge; alan çalışmasında yapılan fotoğraflama, ölçümleme, gözlem ve incelemeler sonucunda doldurulmuştur. Kozzy AVM WC’lerinin evrensel tasarım ilkeleri ve yönergelerine göre evrensel tasarımı sağlama durumu belirlenmeye çalışılmıştır (Tablo 5.4).

Tablo 5.4. Kozzy AVM WC

İLKELER	YÖNERGELER	BULGULAR
Eşitlikçi Kullanım	1. Tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalıdır. 2. Herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalıdır. 3. Gizlilik, güvenlik ve mahremiyet ile ilgili kurallarda tüm kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalıdır. 4. Tasarım tüm kullanıcıların hoşuna gidecek özellikler barındırmalıdır.	• Farklı yetkinlik seviyesindeki bireyler için WC'ler bulunmaktadır. 1. Yönergeyi sağlamaktadır. • Lavabo yüksekliği (82 cm) ortalamadan daha kısa bireylerin kullanımı için uygun değildir. 1. Ve 2. yönergeyi sağlamamaktadır. • Lavabolar ve kabinler ayrı mekanlarda çözülmüştür. 3.yönergeyi sağlamaktadır.
Kullanımda Esneklik	1. Kullanım yöntemlerinde kullanıcıya seçme imkânı sağlayacak şekilde olmalıdır. 2. Sağ veya sol el kullanımına ve erişimine imkân verecek şekilde olmalıdır. 3. Kullanıcı için doğru ve hassas kullanımı imkân verecek şekilde olmalıdır. 4. Kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalıdır.	• Çocuk, engelli, kadın, erkek WC bulunmaktadır. Kullanıcı kendine uygun olanı seçebilmektedir. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Engelli Wcde oyuntulu lavabo kullanılmaktadır. Çocuk WC de kenarları yuvarlatılmış donatı elemanları kullanılmaktadır.3.yönergeyi sağlamaktadır.
Basit ve Sezgisel Kullanım	1. Gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalıdır. 2. Tasarım kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle kullanımına aykırı olamamalıdır. 3. Tasarım kullanıcıların okuryazarlık düzeyi ve dil becerisi ne olursa olsun tüm kullanıcılara hitap etmelidir. 4. Bilgi, önem derecesine göre sıralanmalıdır. 5. Kullanım sırasında ve sonrasında etkili uyarıcılar, kullanım bilgisi ve geri bildirim sağlanmalıdır.	• WC'lerdeki lavabolar, kabinler ve diğer donatı elemanları karmaşıklıktan uzak basit ve kolaylıkla algılanabilir bir tasarıma sahiptir. 1.yönergeyi sağlamaktadır. • WC kapılarında evrensel semboller kullanılmaktadır. 3.yönergeyi sağlamaktadır.
Algılanabilir Bilgilendirme	1. Temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resim, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır. 2. Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edilebilir seviyede farklılaştırılmalıdır. 3. Temel bilginin okunabilirliği en üst seviyeye çıkarılmalıdır. 4. Tasarımda kullanılan öğeler tanımlanabilecek şekilde ayırt edici olmalıdır. (Talimat ve yönergeler verilerek kolaylaştırılmalıdır.) 5. Tasarım, duysal sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılacak şekilde, çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalıdır.	• Döşemeler, kabinler ve lavabolarla zıt renktedir. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Aydınlatma, donatı elemanlarının ayırt edilebileceği şekilde yeterli düzeydedir. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • WC'lere yönlendiren tabelalarda, WC kapılarında ve WC'lerde resimli yönlendirmeler ve uyarılar mevcut. Sesli ve dokunsal uyarılar mevcut değildir. 1.yönergeyi sağlamamaktadır.

Tablo 5.4. Kozzy AVM WC (Devam)

Hata için Tolerans	1. Tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğelerin düzenlenmelidir. 2. En çok kullanılan öğeler, en erişilebilir, tehlikeli elemanlar ortadan kaldırılmalı, ayrılmalı veya korunmalıdır. 3. Tehlikeler ve hatalar hakkında bilgilendirme yapılmalıdır. 4. Hata yapmayı engelleyen güvenlik önemleri alınmalıdır. 5. Dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemeden vazgeçirilmelidir.	• Kaymaz zemin malzemesi kullanılmaktadır. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Kadın erkek WC ve engelli WC’de WC’de sensörlü değildir. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Çocuk WC’lerde kenarları yuvarlatılmış donatı elemanları kullanılmaktadır. 1. Yönergeyi sağlamaktadır.
Düşük Fiziksel Güç Kullanımı	1. Kullanıcının nötr vücut pozisyonunu korumasına imkân vermelidir. 2. Kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalıdır. 3. Tekrar eden eylemler minimum seviyede olmalıdır. 4. Kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilmelidir.	• Sensörlü kapı, fotoselli batarya ve aydınlatma kullanılmaktadır. 2. yönergeyi ve 4. yönergeyi sağlamaktadır. • Eşyaların konulabileceği ayrı bir tezgâh alanı mevcuttur. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Her katta bir arada engelli, kadın erkek, çocuk WC bulunmamaktadır. 2.yönergeyi sağlamamaktadır.
Yaklaşım ve Kullanım için Boyut ve Alan Sağlanması	1. Oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli unsurları ve elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır 2. Oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır. 3. Tasarım farklı el ve kavrama boyutuna uyum sağlayabilmelidir. 4. Yardımcı araçların (tekerlekli sandalye, yürüme gereçleri vb. gibi) kullanımı veya yardımcı kişiler için yeterli kadar alan sağlanmalıdır.	• Engelli Wc ölçüleri (155 x 235 cm) manevra ve geçiş için yeterli alan bulunmaktadır. 4.yönergeyi sağlamaktadır.4.yönergeyi sağlamaktadır. • Donatı elemanları yerden uygun yüksekliklerdedir. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Çocuk WC ölçüleri (160 x 193 cm) manevra ve geçiş için yeterli ölçülerdedir. 4. Yönergeyi sağlamaktadır. • Kadın erkek WC lavabo yüksekliği (82 cm) fazla kısa bireyler için uygun değildir.2. yönergeyi sağlamamaktadır.

• Otopark

200 araçlık otoparkta 14 Adet engelli park yeri mevcuttur. 30340 Otopark Yönetmeliğine göre, her 20 araç park yerinden 1 tanesi engelli araç park yeri olmalıdır. Sayı olarak gerekliliği sağlamaktadır. 1.ilkenin “tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır. Engelli park yeri, elektrikli araç park yeri, motosiklet park yeri, bisiklet park yeri bulunmaktadır. 1.ilkenin herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalı” yönergesini sağlamaktadır. - 3.katta bulunan otopark ana giriş-çıkışı sensörlü dönerli kapıyla

yapılmakta ve engelli bireyler için yan tarafında iki ayrı giriş ve çıkış kapısı bulunmaktadır. Ana giriş-çıkış kapsının her kullanıcıya eşit erişim sunmamaktadır. 1.ilkenin “Tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalı.” ve “Herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalıdır.” yönergesini sağlamamaktadır.

Engelli park yeri, elektrikli araç park yeri, motosiklet park yeri, bisiklet park yeri bulunmaktadır. 2.ilkenin “kullanım yöntemlerinde kullanıcıya seçme imkanı sağlayacak şekilde olmalı” ve “kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalı” yönergesini sağlamaktadır.

Otopark giriş-çıkış kapısı -2.katta sensörlü sürgülü kapıdır. -3.kattaki otopark giriş-çıkış kapısı sensörlü dönerli kapıdır. Farklı yetkinlik seviyesindeki bireyler için anlaşılması zor olabilmektedir. 3.ilkenin tasarım kullanıcıların beklentileri ve sezgileriyle kullanımına aykırı olmamalı” yönergesini sağlamaktadır.

Otopark mekanına kullanıcının ulaşmasını sağlayan yeterli yönlendirmeler mevcuttur. Otopark alanında yön bulmayı kolaylaştıran yönlendirici ve bilgilendirici tabelalar kullanılmaktadır aydınlatmalar tabelaların olduğu yerlerde bulunmaktadır. 4.ilkenin temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edilebilir seviyede farklılaştırılmalı” yönergesini sağlamaktadır. İki katta otoparkları farklılaştırmak ve hatırlanabilirliğini arttırmak amacıyla ayrı renkler ve harfler kullanılmıştır. 4.ilkenin “temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar kullanılmalı” yönergesini sağlamaktadır. Yönlendirmeler ve uyarılarda font, resim ve zemin bilindik ve zıt renklerdedir. Giriş-çıkış kapı önlerinde kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması bulunmamaktadır. 4.ilkenin “tasarım duyuşal sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılacak şekilde çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalı” yönergesini sağlamamaktadır.

Kaymayan zemin malzemesi mevcuttur. Giriş çıkış kapılarının önlerinde kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması bulunmamaktadır. 5.ilkenin “tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğeler düzenlenmeli” yönergesini sağlamamaktadır. - 3.katta bulunan otopark giriş-çıkışı sensörlü dönerli kapıyla sağlanmaktadır. Farklı yetkinlik seviyesindeki örneğin yaşlı veya çocuklar kapının nasıl çalıştığını anlamayıp kapıya dokunabilir bu da kapının durmasına neden olabilir. Yaya yürüme yolunun 98 cm olması iki kişinin aynı anda geçemeyip araç yoluna çıkılmasına neden olabilir.5.

ilkenin “Dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemden vazgeçirilmeli.” yönergesini sağlamaktadır. Otopark alanında bulunan kolonlarda darbe önleyiciler bulunmaktadır.

Engelli otoparklarının giriş-çıkış kapısına yakındır. Standartlara uygundur (“TS 9111; TS 12576” bknz. Sayfa 20). Rampasız giriş sağlanmaktadır. 6. İlkenin “kullanıcının optimum düzeyde güç harcanması sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır. AVM’nin otopark katlarından -2.kata asansör ve yürüyen bant sistemiyle ulaşılmakta ama -3.kata yalnızca yürüyen bant sistemi ile ulaşılmaktadır. Kullanıcılar asansörden inip yürüyen bant sistemini kullanarak -3.kattaki otoparka ulaşabilmektedir. Bu durum farklı yetkinlik seviyesi olan, bebek arabası ve engelli aracı kullanıcıları için zor olmaktadır. 6. İlkenin “kullanıcının optimum düzeyde güç harcanması sağlanmalı” yönergesini sağlamamaktadır.

Engelli otopark ölçüleri 330 x 470 cm ve 275 x 470 cm’dir. Engelli park yeri yanındaki yaya yürüme yolu 150 cm’dir. Toplam ölçülerle engelli park yeri otopark yönetmeliğine, TS 9111 ve TS 12576 standartlarına uymaktadır. Planlı alanlar imar yönetmeliğine (2010) göre Otopark yüksekliği en az 210 cm olmalıdır (“Otopark Yönetmeliği” bknz. Sayfa 20). Otopark yüksekliği 250 cm olması otopark yönetmeliğine uymaktadır. 7.ilkenin “Yardımcı araçların (tekerlekli sandalye, yürüme gereçleri vb. gibi) kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalıdır.” yönergesini sağlamaktadır. Giriş çıkış kapısına ulaşan yaya yürüme yoluna 85 cm aralıkla babalar yerleştirilmiştir. Engelli aracının yaya yürüme yoluna ve giriş çıkış kapısına ulaşması için babaların arasından geçmesi zordur. 7.ilkenin “Oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır.” Yönergesini sağlamamaktadır. Otopark girişi önündeki yaya yürüme yolu 98 cm’dir. Yaya yürüme yolundan iki kişinin aynı anda geçmesi için yeterli ölçülerde değildir (“TS 9111” bknz. Sayfa 15).

AVM otoparkına ait çizelge; alan çalışmasında yapılan fotoğraflama, ölçümleme, gözlem ve incelemeler sonucunda doldurulmuştur. Kozzy AVM otoparkının evrensel tasarım ilkeleri ve yönergelerine göre evrensel tasarımı sağlama durumu belirlenmeye çalışılmıştır (Şekil 5.5).

Tablo 5.5. Kozzy AVM Otopark

İLKELER	YÖNERGELER	BULGULAR
Eşitlikçi Kullanım	1. Tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalıdır. 2. Herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalıdır. 3. Gizlilik, güvenlik ve mahremiyet ile ilgili kurallarda tüm kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalıdır. 4. Tasarım tüm kullanıcıların hoşuna gidecek özellikler barındırmalıdır.	• 200 araçlık otoparkta 14 adet engelli park yeri bulunmaktadır. Yeterli sayıda engelli araç park yeri vardır. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Engelli park yeri, elektrikli araç park yeri, motosiklet park yeri mevcuttur. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • -3.kattaki otopark giriş çıkış kapısı sensörlü dönerli kapıdır. Engelliler için panik barlı ayrı bir giriş kapısı bulunmaktadır. 1. ve 2. Yönergeyi sağlamamaktadır.
Kullanımda Esneklik	1. Kullanım yöntemlerinde kullanıcıya seçme imkânı sağlayacak şekilde olmalıdır. 2. Sağ veya sol el kullanımına ve erişimine imkân verecek şekilde olmalıdır. 3. Kullanıcı için doğru ve hassas kullanımı imkân verecek şekilde olmalıdır. 4. Kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalıdır.	• Engelli park yeri, elektrikli araç park yeri, motosiklet park yeri mevcuttur. 1.ve 4.yönergeyi sağlamaktadır.
Basit ve Sezgisel Kullanım	1. Gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalıdır. 2. Tasarım kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle kullanımına aykırı olamamalıdır. 3. Tasarım kullanıcıların okuryazarlık düzeyi ve dil becerisi ne olursa olsun tüm kullanıcılara hitap etmelidir. 4. Bilgi, önem derecesine göre sıralanmalıdır. 5. Kullanım sırasında ve sonrasında etkili uyarıcılar, kullanım bilgisi ve geri bildirim sağlanmalıdır.	• -2. ve -3. Otopark katlarında giriş çıkış kapıları sensörlüdür. 1. Yönergeyi sağlamaktadır. – • 3.otopark katında giriş çıkış sensörlü dönerli kapıyla sağlanmalıdır. 2.yönergeyi sağlamamaktadır.
Algılanabilir Bilgilendirme	1. Temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resim, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır. 2. Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edilebilir seviyede farklılaştırılmalıdır. 3. Temel bilginin okunabilirliği en üst seviyeye çıkarılmalıdır. 4. Tasarımda kullanılan öğeler tanımlanabilecek şekilde ayırt edici olmalıdır. (Talimat ve yönergeler verilerek kolaylaştırılmalıdır.) 5. Tasarım, duyuusal sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılacak şekilde, çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalıdır.	• Otopark mekanına kullanıcının ulaşmasını sağlayan yönlendirmeler mevcuttur. Yönlendirme ve uyarılardaki yazılar görseller ve zemin bilindik zıt renklerde. 3. ve 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Otopark katlarında uyarı ve tabelaların üzerinde aydınlatmalar mevcuttur. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • Giriş çıkış kapı önünde zeminde kubbeli ve klavuz hissedilebilir uygulaması yoktur.5.yönergesi sağlamamaktadır.

Tablo 5.5. Kozzy AVM Otopark (Devam)

Hata için Tolerans	1. Tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğelerin düzenlenmelidir. 2. En çok kullanılan öğeler, en erişilebilir, tehlikeli elemanlar ortadan kaldırılmalı, ayrılmalı veya korunmalıdır. 3. Tehlikeler ve hatalar hakkında bilgilendirme yapılmalıdır. 4. Hata yapmayı engelleyen güvenlik önemleri alınmalıdır. 5. Dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemeden vazgeçirilmelidir.	• Otopark katlarında kaymaz zemin malzemesi mevcuttur. 2. Yönergeyi sağlamaktadır. • Giriş ve çıkış kapı önlerinde zeminde klavuz ve kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması mevcut değildir. 2.yönergeyi sağlamamaktadır. • -3. Otopark katında giriş çıkış sensörlü dönerli kapıyla sağlanmaktadır. 2.yönergeyi sağlamamaktadır. • Kapılarda uyarılar mevcuttur. 3. Yönergeyi sağlamaktadır. • Yaya yürüme yolu (98 cm) iki kişinin yan yana yürümesi için yeterli değildir tehlikelere sebebiyet verebilmektedir. 5.yönergeyi sağlamamaktadır.
Düşük Fiziksel Güç Kullanımı	1. Kullanıcının nötr vücut pozisyonunu korumasına imkân verilmelidir. 2. Kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalıdır. 3. Tekrar eden eylemler minimum seviyede olmalıdır. 4. Kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilmelidir.	• Engelli araç park yeri giriş çıkış kapısına yakındır. Rampasız giriş sağlanmaktadır. 2.yönergeyi sağlamaktadır. • -3. Otopark katına iniş sadece yürüyen bant sistemi ile sağlanmaktadır. 2. Yönergeyi sağlamamaktadır.
Yaklaşım ve Kullanım için Boyut ve Alan Sağlanması	1. Oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli unsurları ve elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır 2. Oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır. 3. Tasarım farklı el ve kavrama boyutuna uyum sağlayabilmelidir. 4. Yardımcı araçların (tekerlekli sandalye, yürüme gereçleri vb. gibi) kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalıdır.	• Engelli park yeri ölçüleri)330 x 470 ve 275 x 470 cm) park yerinin yanındaki yürüme yolu ise 150 cm 'dir. Otopark yüksekliği 250 cm'dir. Standartlara uymaktadır. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Giriş çıkış kapısına ulaşan yaya yürüme yolunda 85 cm aralıkla baba yerleştirilmiştir. 2. Yönergeyi sağlamamaktadır. • Yaya yürüme yolu 98 cm genişliğindedir. 4.yönergeyi sağlamamaktadır.

5.2. Düşey Sirkülasyon

• Asansör ve Yürüyen Merdiven

Asansör hem farklı yetkinlik seviyesindeki bireylerin kullanımına hem de ortalama bireylerin kullanımına uygundur. Giriş, 1. ve 2. katlarda yürüyen merdiven kullanılmıştır. -1. ve -2. katlarda bantlı yürüyen merdiven kullanılmıştır. Bantlı yürüyen merdiven engelli aracı, bebek arabası, bavul gibi tekerlekli alet taşıyan ve sürenler için kullanımı daha uygundur. 1.ilkenin “Kullanıcıların dışlanmadan aynı

kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlamalı” yönergesini sağlamaktadır.

Düşey sirkülasyon için alternatif elemanların kullanılması kullanımda esneklik sağlamaktadır. 2. İlkenin kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalı” yönergesini sağlamaktadır. Asansör kapısının sensörlü sürgü kapı olmasıyla 2.ilkenin “kullanıcı için doğru ve hassas kullanım imkânı verecek şekilde olmalı” yönergesini sağlamaktadır.

Asansör kabin içi ve kabin dışı kullanılan kontrol panellerinde kolaylıkla algılanabilen evrensel semboller kullanılmıştır. 3.ilkenin “tasarım kullanıcıların okuryazarlık düzeyi ve dil becerisi ne olursa olsun tüm kullanıcıları hitap etmeli” yönergesini sağlamaktadır.

Asansör içerisindeki kontrol panellerinde işitsel, görsel, dokunsal uyarılar mevcuttur. Asansör kapsının önünde, yürüyen merdivenlerde zeminde kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması mevcuttur. 4.ilkenin “temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar kullanılmalı” yönergesini sağlamamaktadır.

Asansör kapısının sensörlü sürgülü kapı olması farklı yetkinlik seviyesindeki bireylerin (yavaş hareket eden yaşlılar, engelliler, hamileler) kolaylıkla asansörden çıkıp girebilmesi için kolaylık sağlamaktadır. 5.ilkenin “Hata yapmayı engelleyen güvenlik önemleri alınmalıdır.” yönergesini sağlamaktadır. Zeminde kaymaz malzeme kullanılmaktadır. Aydınlatma kontrol panellerinin görülebileceği ve okunabileceği seviyededir. 5.ilkenin “tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğeler düzenlenmeli” yönergesini sağlamaktadır.

Asansör ve merdivenlerin alışveriş merkezi içerisinde konumları ziyaretçileri çok dolaştırmadan istedikleri noktaya ulaştırmaktadır. Asansör kapısının sensörlü sürgülü kapı olması, farklı fiziksel yetkinlikteki bireyler ve engelli aracı yardımcıları ve bebek arabası kullanıcılarının kapıyı açmak için çaba harcamayacak olması fiziksel güç gerektiren durumları en aza indirmektedir. 6.ilkenin “kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilme” ve “kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır.

Asansör kabin içi ölçüleri 155 x 190 cm’dir. Asansör kısa kenarı en az 120 cm olmalıdır (“Planlı Alanlar İmar yönetmeliği” bknz. Sayfa 17). Engelli sandalyesi (90

cm), bebek arabası ve yardımcıları (125 cm) için yeterlidir (“ADA” bknz. Sayfa 18). Yeterli alan ve manevra alanı sağlamaktadır. Kapı ölçüsü 120 cm’dir 90 cm’den büyük olduğu için engelli sandalyesinin geçmesi için uygundur. Kontrol panelinin yerden yüksekliği 80 cm’dir. Kontrol paneli yüksekliği 890 mm olmalıdır (“ADA” bknz. Sayfa 18). Sahanlık ölçüsü 160 cm’dir. Sürgü kapılı asansör için en az 120 cm olmalıdır (“ADA” bknz. Sayfa 18). Kabin içi korkuluk yüksekliği 90 cm’dir. ADA standartlarına göre 865-965 mm olması yeterlidir (“ADA” bknz. Sayfa 18). Yükseklik uygundur. Korkuluk kolaylıkla kavranabilen malzeme ve ebatlardadır. 7. ilkenin “oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalı” ve “yardımcı araçların kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalı” yönergesini sağlamaktadır.

AVM asansör ve yürüyen merdivenlerine ait çizelge; alan çalışmasında yapılan fotoğraflama, ölçümleme, gözlem ve incelemeler sonucunda doldurulmuştur. Kozzy AVM asansör ve yürüyen merdivenlerinin evrensel tasarım ilkeleri ve yönergelerine göre evrensel tasarımı sağlama durumu belirlenmeye çalışılmıştır (Şekil 5.6).

Tablo 5.6. Kozzy AVM Asansör ve Yürüyen Merdivenler

İLKELER	YÖNERGELER	BULGULAR
Eşitlikçi Kullanım	1. Tüm kullanıcılar için aynı kullanım araçlarının sağlanması, mümkün olabildiğince aynı ya da eşdeğer kullanım sağlanmalıdır. 2. Herhangi bir kullanıcıyı dışlamaktan ve damgalamaktan kaçınılmalıdır. 3. Gizlilik, güvenlik ve mahremiyet ile ilgili kurallarda tüm kullanıcılara eşit şartlar sağlanmalıdır. 4. Tasarım tüm kullanıcıların hoşuna gidecek özellikler barındırmalıdır.	• Farklı yetkinlik ve beceri düzeyleri için uygun dolaşım elemanları vardır. 2. Yönergeyi sağlamaktadır. • Otopark katına inen bantlı yürüyen merdiven bebek arabası, engelli sandalyesi vb.gibi araçlar için uygundur. 1.yönergeyi sağlamaktadır.
Kullanımda Esneklik	1. Kullanım yöntemlerinde kullanıcıya seçme imkânı sağlayacak şekilde olmalıdır. 2. Sağ veya sol el kullanımına ve erişimine imkân verecek şekilde olmalıdır. 3. Kullanıcı için doğru ve hassas kullanımı imkân verecek şekilde olmalıdır. 4. Kullanıcının kendisi için uygun olanı seçebilmesine izin verecek şekilde olmalıdır.	• Alternatif dolaşım elemanlarının olması kullanıcıya uygun olanı seçim imkânı tanımaktadır. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Asansör kapısı sensörlüdür. 3.yönergeyi sağlamaktadır.
Basit ve Sezgisel Kullanım	1. Gereksiz karmaşıklık ortadan kaldırılmalıdır. 2. Tasarım kullanıcı beklentileri ve sezgileriyle kullanımına aykırı olamamalıdır. 3. Tasarım kullanıcıların okuryazarlık düzeyi ve dil becerisi ne olursa olsun tüm kullanıcılara hitap etmelidir. 4. Bilgi, önem derecesine göre sıralanmalıdır. 5. Kullanım sırasında ve sonrasında etkili uyarıcılar, kullanım bilgisi ve geri bildirim sağlanmalıdır.	• Asansör içerisindeki kontrol panelleri evrensel semboller içermektedir. 3. Yönergeyi sağlamaktadır.
Algılanabilir Bilgilendirme	1. Temel bilgilerin sunumunda farklı anlatımlar (resim, sözlü, dokunsal) kullanılmalıdır. 2. Temel bilgiler ve çevresi arasında yeterli kontrast sağlanarak gerekli bilgi ayırt edilebilir seviyede farklılaştırılmalıdır. 3. Temel bilginin okunabilirliği en üst seviyeye çıkarılmalıdır. 4. Tasarımda kullanılan öğeler tanımlanabilecek şekilde ayırt edici olmalıdır. (Talimat ve yönergeler verilerek kolaylaştırılmalıdır.) 5. Tasarım, duyuusal sınırlamaları olan kişiler tarafından kullanılacak şekilde, çeşitli cihaz ve tekniklere uyum sağlamalıdır.	• Asansör içerisinde yeterli düzeyde görsel ve dokunsal uyarı sistemleri (Braille alfabesi, renkli tuşlar, ulaşılabilir tuş takımı) mevcuttur ve sesli uyarı sistemi mevcuttur. 1.yönergeyi sağlamaktadır. • Asansör kabin önünde ve yürüyen merdiven önlerinde hissedilebilir zemin uygulaması mevcuttur. 5.yönergeyi sağlamaktadır.

Tablo 5.6. Kozzy AVM Asansör ve Yürüyen Merdivenler (Devam)

Hata için Tolerans	1. Tehlikeleri ve hataları en aza indirmek için öğelerin düzenlenmelidir. 2. En çok kullanılan öğeler, en erişilebilir, tehlikeli elemanlar ortadan kaldırılmalı, ayrılmalı veya korunmalıdır. 3. Tehlikeler ve hatalar hakkında bilgilendirme yapılmalıdır. 4. Hata yapmayı engelleyen güvenlik önemleri alınmalıdır. 5. Dikkat gerektiren durumlarda bilinçsiz eylemeden vazgeçirilmelidir.	• Asansör kapısı sensörlü olması yavaş hareket edenler, yaşlılar, hamileler, engelliler için uygundur. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • Zeminde kaymaz malzeme kullanılmaktadır. Aydınlatma kontrol panellerinin görülebileceği ve okunabileceği seviyededir. 1. Yönergeyi sağlamaktadır.
Düşük Fiziksel Güç Kullanımı	1. Kullanıcının nötr vücut pozisyonunu korumasına imkân verilmelidir. 2. Kullanıcının optimum düzeyde güç harcaması sağlanmalıdır. 3. Tekrar eden eylemler minimum seviyede olmalıdır. 4. Kullanıcıyı uzun süreli ve zor pozisyonda bırakacak eylemler en aza indirilmelidir.	• Yürüyen merdiven ve asansörler ziyaretçileri çok dolaştırmadan ulaşılabilir ve rahatlıkla görülebilir bir konumdadır. Giriş ve çıkış merdivenleri yan yanadır. 2. Yönergeyi sağlamaktadır. • Sensörlü kapı kullanımı düşük güç kullanımı sağlamaktadır. 2.ve 4. yönergeleri sağlamaktadır.
Yaklaşım ve Kullanım için Boyut ve Alan Sağlanması	1. Oturan veya ayakta duran her kullanıcı için önemli unsurları ve elemanları görebilmesi için net bir görüş hattı sağlanmalıdır 2. Oturan veya ayakta duran her kullanıcının tüm tasarım bileşenlerine rahat erişebilmesi sağlanmalıdır. 3. Tasarım farklı el ve kavrama boyutuna uyum sağlayabilmelidir. 4. Yardımcı araçların (tekerlekli sandalye, yürüme gereçleri vb. gibi) kullanımı veya yardımcı kişiler için yeteri kadar alan sağlanmalıdır.	• Asansör içi kontrol panel yüksekliği 80 cm ve asansör dışı 96 cm'dir. Görüş hattı yüksekliğine ve standartlara uygundur. 1.yönergeyi sağlamaktadır. • Asansöre ulaşan koridorun geçiş mesafeleri 145-165 cm'dir, kapı ölçüsü 120 cm, iç ölçüler ise 155x190 cm'dir, Sahanlık 160 cm'dir. Standartlara göre ölçüler uygundur. 4.yönergeyi sağlamaktadır. • 90 cm yükseklikte 2 farklı yüzeyde kolaylıkla kavranabilen malzeme ve ebatlarda korkuluk mevcuttur. 2. ve 3.yönergeyi sağlamaktadır.

Yapılan alan çalışması sonucunda elde edilen bulgular evrensel tasarım ilkelerine göre incelenmiş ve yorumlanmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda yapılan incelemeler ve yorumlar sonucunda AVM'nin çalışma kapsamında incelenen mekanları için öneriler getirilecektir.

Tablo 5.7. Alışveriş Merkezlerinin Evrensel Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi

	EVRENSEL TASARIM İLKELERİ						
	Eşitlikçi Kullanım	Kullanımda Esneklik	Basit ve Sezgisel Kullanım	Algılanabilir Bilgilendirme	Hata için Tolerans	Düşük Fiziksel Güç Harcanması	Yaklaşım ve Kullanım için Boyut ve Alan Sağlanması
Giriş- Çıkış	- Giriş-çıkış kapıları her türlü kullanıcıya eşit erişim sunmalıdır. - Her yetkinlik seviyesinden bireyin kullanabileceği ana giriş-çıkış kapısı olmalıdır.	- Bekleme ve dinlenmek için oturma elemanları herkes tarafından kullanılabilir olmalıdır. - Danışma her yetkinlik seviyesinden bireyin erişebileceği bir konumda ve boyutlarda olmalıdır.	- Ana giriş çıkış kapısı karmaşıklıktan uzak basit bir kullanıma sahip olmalıdır. - Sensörlü sürgülü kapı kullanılabilir. - Danışma bankosu form ve renk olarak mekanla uyumlu, basit ve anlaşılabilir olmalıdır.	- AVM girişi fark edilebilir olmalıdır. - Danışma kolaylıkla algılanabilir ve ulaşılabilir bir konumda bulunmalıdır.	- Zeminde farklı hava koşullarına uygun kaymaz malzemeler seçilmelidir. - Giriş-çıkış kapısının üzeri kapalı olmalıdır. - Hata yapmaya ve tehlikeli durum oluşturmaya neden olmayacak giriş – çıkış kapısı kullanılmalıdır. - Danışma bankosu yumuşatılmış hatlara sahip olmalıdır.	- Her yetkinlik seviyesindeki bireyin kullanabileceği giriş-çıkış kapısı tercih edilmelidir. - Oturma elemanları kullanıcıların fazladan fiziksel güç harcamaması için farklı işlevlerle desteklenebilir.	- Girişi birden fazla kişinin aynı anda geçişine ve kullanımına izin verecek boyutlarda (220 cm) olmalıdır. - Kapı genişlikleri uygun ölçülerde olmalıdır. - Danışma uygun yükseklikte olmalıdır.
Yaya Yürüme Yolları ve Koridorlar	- Yaya yürüme yolları ve koridorlar her kullanıcının bir arada yürümesine izin vermelidir. - Oturma elemanları herkesin kullanımına imkân tanımalıdır. - Klavuz ve kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması AVM içerisinde kullanılmalıdır.	Dinlenme ve bekleme için oturma elemanları kullanılmalı ve alternatifler sunulmalıdır.	- Mekân kurgusu, yaya yürüme yolları ve koridorlar karmaşıklıktan uzak olmalıdır. - Benzer ürün satan mağazalar yakın konumlandırılmalıdır. - WC’ler her katta aynı veya yakın konumda bulunmalıdır. - Kent mobilyalarının kullanımı basit ve anlaşılabilir olmalıdır.	- Katlarda, sirkülasyona engel olmayacak şekilde kat planlarını içeren dokunsal ve sesli uyarınlı kiokslar bulunmalıdır. - Gerekli yerlerde (zemin, duvar, tavan, kapı) uygun yükseklikte, evrensel semboller içeren dokunsal, görsel ve işitsel uyarınlı kullanılmalıdır. - Kent mobilyaları zıt renklerde olmalıdır.	- Avlu mekân kurgulu galeri boşluklu AVM’lerde korkuluklar uygun yükseklikte ve boşluksuz olmalıdır. - Zemin malzemesi kaymaz olmalı, deforme olan noktalar düzeltilmelidir. - İniş ve çıkış merdivenleri yan yana ya da yakın konumlandırılmalıdır.	Mekân kurgusunda asansör ve yürüyen merdivenler kullanıcıyı gereksiz dolaştırmayacak şekilde konumlandırılmalıdır.	- Yürüme yolları ve koridorların geçiş mesafeleri birden fazla insanın geçişine uygun ölçülerde olmalıdır. - Araç kullanan bireyler ve yardımcıları için uygun ölçülerde manevra ve geçiş alanına sahip olmalıdır. - Kent mobilyaları uygun ölçülerde olmalıdır.

Tablo 5.7. Alışveriş Merkezlerinin Evrensel Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi (Devam)

Sosyalleşme Mekanları	• Oturma elemanları, masalar her yetkinlik seviyesinden bireyin kullanımına uygun olmalıdır. • Kapılar herkesin kullanımına uygun olmalıdır.	• Alternatif oturma elemanları olmalıdır. • Manzaranın olduğu açık sosyalleşme mekanlarında oturur pozisyonda da manzara görülebilir olması için korkuluklarda cam malzeme kullanılabilir. • Oturma elemanları hafif malzemedен olmalıdır.	• Sosyalleşme mekanları kolaylıkla görülebilir ve ulaşılabilir bir konumda yer almalıdır. • Oturma elemanları basit kullanıma sahip olmalıdır.	• Sosyalleşme mekanlarına yönlendiren yeterli sayıda uyarın bulunmalıdır. • Oturma elemanları döşemelerden zıt renklerde seçilmedir.	• Açık sosyalleşme mekanlarında tehlikeye neden olmayacak yükseklikte ve malzemedē korkuluk kullanılmalıdır. • Tehlike teşkil edecek yerlerde gerekli uyarınlar kullanılmalıdır. • Sağlam malzemedен, yumuşak hatlı oturma elemanları kullanılmalıdır. • Sensörlü sürgülü kapı kullanılmalıdır.	• Asansör ve yürüyen merdivenlerden kolaylıkla ulaşılacak yerde konumlandırılmalıdır. • Herkesin kullanımına uygun hafif malzemedен oturma elemanı ve masa kullanılmalıdır. • Birden fazla fonksiyonlu oturma elemanı kullanılabilir. Örn: prizli ve çöp kovalı	• Yeterli manevra ve geçiş mesafesi sağlanmalıdır. • Oturma elemanları uygun boyut ve yükseklikte olmalıdır. • Açık sosyalleşme mekanları giriş çıkış kapıları uygun ölçülerde olmalıdır.
WC	• Farklı yetkinlik seviyesindekiler için WC'ler olmalıdır. • Görme engelliler için hissedilebilir yüzey ve dokunsal yüzey olmalıdır. Lavabo yükseklikleri herkes için düşünülmelidir.	• Kullanıcılara alternatifler sunarak kendilerine uygun olanı seçmesi sağlanmalı. Lavabolar engelli kullanımına uygun formda olmalıdır.	• Basit ve algılanabilir tasarıma sahip olmalıdır. Mekânsal öğelerin kullanımı kafa karıştırıcı olmamalıdır.	• Mekânsal öğeler döşemelerle zıt renklerde seçilmelidir. Kapılarda bilgilendirici uyarın kullanılmalıdır. Butonlarda dokunsal yüzey (Braille) kullanılmalıdır.	• Kaymaz zemin malzemesi kullanılmalıdır. Fotoselli aydınlatma kullanılmalıdır. Yeterli süre ayarlanmalıdır. Keskin hatlara sahip lavabolar tercih edilmemelidir. • WC kapı genişlikleri uygun ölçülerde olmalıdır.	• Fotoselli kapı aydınlatma ve batarya kullanılmalıdır. Tuvalet kabinleri kapıları hafif malzeme olmalıdır ve kilitleri düşük güç harcanarak açılacak şekilde olmalıdır.	• Standartlara ve yönetmeliklere uygun yeterli boyut ve alan sağlanmalıdır.

Tablo 5.7. Alışveriş Merkezlerinin Evrensel Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi (Devam)

Otopark	• Yeterli sayıda engelli park yeri olmalıdır. • Giriş-çıkış kapıları her türlü kullanıcıya eşit erişim sunmalıdır. Sensörlü sürgülü kapı kullanılabilir.	• Farklı kullanıcılar için alternatif park yerlerinin olması. • Uygun minimum rampa kullanılmalı ya da düz giriş olmalıdır.	• Bilgilendirme tabelaları net ve basit bir şekilde açıklayıcı olmalıdır. • Giriş-çıkış kapıları farklı yetkinlik seviyesindeki bireylerin algılayabileceği türde kullanılmalıdır. • Sensörlü sürgü kapı kullanılabilir.	• Yönlendirmeler (Zemin, tabela vb. gibi) yeterli sayıda uygun yükseklikte olmalıdır. • Aydınlatma doğru yerlerde yeterli seviyede olmalıdır. • Giriş-çıkış kapılarının zemininde kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması kullanılmalıdır.	• Kaymayan zemin malzemesi kullanılmalıdır. • Klavuz ve kubbeli hissedilebilir zemin uygulaması kullanılmalıdır. Sensörlü sürgülü kapı kullanılabilir.	• Engelli park yerleri giriş çıkış kapısına yakın olmalıdır. • Otoparklar asansörle ulaşılabilir olmalıdır.	• Yaya yürüme yolları minimum 120 cm olmalıdır. • Babaların arasında uygun mesafe bırakılmalıdır. • Engelli park yerleri, otopark yüksekliği, genişlikleri ve manevra alanları uygun boyutlarda olmalıdır.
Asansör ve Yürüyen Merdivenler	• Kimsenin dışlanmadığı ve herkesin kullanımına uygun asansör ve yürüyen merdivenler kullanılmalıdır.	• Kullanıcıya seçme imkânı sağlanması amacıyla alternatif düşey sirkülasyon elemanları kullanılmalıdır.	• Kontrol panelinde kullanılan semboller basit ve karmaşıklıktan uzak evrensel olmalıdır.	• Kontrol panelinde sesli, görsel, işitsel uyarılar kullanılmalıdır. • Asansör ve yürüyen merdiven girişlerinde hissedilebilir zemin uygulaması olmalıdır.	• Zeminde kaymaz malzeme kullanılmalıdır. • Sensörlü kapı kullanılmalıdır. • Aydınlatma yeterli şekilde olmalıdır.	• Asansör ve yürüyen merdivenlerin mekân kurgusu içerisindeki konumları kullanıcıları gereksiz yere yormayacak şekilde olmalıdır. • Asansör kapısı sensörlü sürgülü olmalıdır.	• Asansör kabin içi ölçüleri, kontrol paneli, ölçüleri ve yükseklikleri, korkuluk yükseklikleri, kapı ölçüsü yönetmelik ve standartlara uygun olmalıdır. • Korkuluk bulunmalıdır.

6. SONUÇLAR

Mekanların kimseyi dışlamadan her yetkinlik seviyesindeki bireyi kapsayacak şekilde tasarlanması oldukça önemlidir. Evrensel tasarım ilkeleri fikriyle tasarlanan mekanların herkes tarafından erişilebilir, kullanılabilir, okunabilir olması amaçlanmaktadır. Kamusal mekân görevi gören ticari yapılardan olan alışveriş merkezleri birden fazla işleve sahip olmasıyla farklı kullanıcılara hitap etmektedir. Alışveriş merkezlerinin herkesi kapsayacak bir tasarıma sahip olması, evrensel tasarım ilkelerine dikkat etmesiyle sağlanabilmektedir. Çalışmanın amacı doğrultusunda seçilen alışveriş merkezi evrensel tasarım ilkeleri çerçevesinde değerlendirilmiş ve sonucunda öneriler getirilmiştir.

Literatür taraması kapsamında öncelikle evrensel tasarım kavramı ve ilişkili olduğu kavramlar açıklanmıştır. Evrensel tasarım ilkeleri ve kullanıcı türleri açıklanmıştır. Evrensel tasarım çerçevesinde kamusal mekân tasarımı, yönetmelikler ve standartlardan faydalanılarak açıklanmıştır. Literatür taramasının devamında ticari yapılar açıklanmıştır. Ticari yapılardan olan ve günümüzde kamusal mekân işlevi gören alışveriş merkezleri açıklanmıştır. Alışveriş merkezi olgusu ve ilişkili olduğu konular, sınıflandırılması, gelişim süreci, planlama ve tasarım kriterleri, kurguları ve mekânsal incelemesi başlıkları altında ele alınmış ve açıklanmıştır.

Çalışmada evrensel tasarımın 7 ilkesindeki yönergelere dayanarak, standartlar ve yönetmeliklerden faydalanılarak Kozzy AVM'nin mekanları evrensel tasarım ilkelerine göre incelenmiştir. Alışveriş merkezi mekanlarında fotoğraflama, ölçümleme ve incelemeler neticesinde mekanlarda gözlem yapılmıştır. Ulaşılan sonuçlarla alışveriş merkezi mekanları tasarımlarının erişilebilirlik, ulaşılabilirlik, okunabilirlik ve kullanılabilirlik dikkat edilerek yapıldığı ama bazı donatı elemanlarının evrensel tasarım ilkelerini tam olarak karşılayamadığı görülmüştür.

Alışveriş merkezinin giriş-çıkış mekânı dışarıdan algılanabilir olması, ulaşılabilir bir konumda olması, zeminde klavuz ve kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması ve danışmanın konumu ve boyutlarıyla evrensel tasarıma uygundur.

Mekân algılanabilir bilgilendirme, hata için tolerans ve yaklaşım ve kullanım için boyut ve alan sağlanması ilkelerine uymaktadır. Eşitlikçi kullanım, kullanımda esneklik, basit ve sezgisel kullanım ve düşük fiziksel güç kullanımı ilkelerine kısmen uymaktadır. Yaya yürüme yolu ve koridorları alışveriş merkezinin algılanabilir bir kurguya sahip olmasıyla, geçiş mesafeleriyle, dinlenme elemanlarıyla ve aydınlatmasıyla genel olarak evrensel tasarıma uymaktadır. Tabelaların fazla yüksekte olduğu, tespit edilmiştir. Mekân eşitlikçi kullanım ilkesine, kullanımda esneklik, basit ve sezgisel kullanım, hata için tolerans, düşük fiziksel güç kullanımı ilkelerine uymaktadır. Algılanabilir bilgilendirme ve yaklaşım ve kullanım için boyut ve alan sağlanması ilkelerine kısmen uymaktadır. Sosyalleşme mekanları konumlarıyla, geçiş mesafeleriyle, donatıların boyutları ve formlarıyla, yönlendirme ve uyarılarıyla genel olarak evrensel tasarıma uymaktadır. Mekân esneklik ve yaklaşım ve kullanım için boyut ve alan sağlanması ilkelerine uymaktadır. Eşitlikçi kullanım, basit ve sezgisel kullanım, algılanabilir bilgilendirme, hata için tolerans, düşük fiziksel güç kullanımı ilkelerine kısmen uymaktadır. Düşey sirkülasyon elemanları Asansör ve yürüyen merdiven tüm ilkelere uymaktadır. WC'ler sayıları ve farklı kullanıcılara yönelik seçeneklerin olmasıyla, geçiş mesafeleriyle ve uygun donatı elemanları kullanımıyla, donatı elemanlarının ve döşemelerin boyut, renk, malzemeleriyle ve aydınlatma elemanlarıyla evrensel tasarıma genel olarak uymaktadır. Mekân kullanımda esneklik, basit ve sezgisel kullanım, hata için tolerans ilkelerine uymaktadır. Eşitlikçi kullanım, algılanabilir bilgilendirme, düşük fiziksel güç kullanımı ve yaklaşım ve kullanım için boyut ve alan sağlanması ilkelerine kısmen uymaktadır. Otopark kullanımda esneklik ilkesine uymaktadır. Eşitlikçi kullanım, basit ve sezgisel kullanım, algılanabilir bilgilendirme, hata için tolerans, düşük fiziksel güç kullanımı ve yaklaşım ve kullanım için boyut ve alan sağlanması ilkelerine kısmen uymaktadır.

Evrensel tasarım ilkelerine göre incelenen mekanlar doğrultusunda alışveriş merkezleri için tasarım aşamasında yararlanmak üzere faydalı olabilecek öneriler tablo haline getirilmiştir.

7. ÖNERİLER

Çalışmada evrensel tasarım ilkeleri çerçevesinde alışveriş merkezinin değerlendirilmesi yapılmıştır. Evrensel tasarım ilkeleri tasarımcı için bir yönerge niteliği taşımaktadır. Her kullanıcının tasarlanan mekândan olabildiğince eşit seviyede faydalanması amaçlanmaktadır. Çalışmada AVM’lerde evrensel tasarım ilkelerine dikkat edilerek herkesi kapsayacak tasarımların yapılabilmesi için öneriler getirilmiştir.

Giriş çıkış mekânı için öneriler; giriş-çıkış kapıları her türlü kullanıcıya eşit erişim sunmalıdır. Her yetkinlik seviyesinde bireyin kullanabileceği ana giriş-çıkış kapısı olmalıdır. Bekleme ve dinlenmek için oturma elemanları herkes tarafından kullanılabilir olmalıdır. Danışma her yetkinlik seviyesinden bireyin erişebileceği bir konumda ve boyutlarda olmalıdır. Ana giriş çıkış kapısı karmaşıklıktan uzak basit bir kullanıma sahip olmalıdır. Sensörlü sürgülü kapı kullanılabilir. Danışma bankosu form ve renk olarak mekanla uyumlu, basit ve anlaşılabilir olmalıdır. AVM girişi fark edilebilir olmalıdır. Danışma kolaylıkla algılanabilir ve ulaşılabilir bir konumda bulunmalıdır. Zeminde farklı hava koşullarına uygun kaymaz malzemeler seçilmelidir. Giriş-çıkış kapısının üzeri kapalı olmalıdır. Hata yapmaya ve tehlikeli durum oluşturmaya neden olmayacak giriş – çıkış kapısı kullanılmalıdır. Her yetkinlik seviyesindeki bireyin kullanabileceği giriş-çıkış kapısı tercih edilmelidir. Oturma elemanları kullanıcıların fazladan fiziksel güç harcamaması için farklı işlevlerle desteklenebilir. Girişi birden fazla kişinin aynı anda geçişine ve kullanımına izin verecek boyutlarda (220 cm) olmalıdır. Kapı genişlikleri uygun ölçülerde olmalıdır. Danışma herkesin kullanımına imkân verecek yükseklikte olmalıdır.

Yaya yürüme yolları ve koridorlar için öneriler; her kullanıcının bir arada yürütmesine izin vermelidir. Oturma elemanları herkesin kullanımına imkân tanınmalıdır. Klavuz ve kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması AVM içerisinde kullanılmalıdır. Dinlenme ve bekleme için oturma elemanları kullanılmalı ve alternatifler sunulmalıdır. Mekân kurgusu, yaya yürüme yolları ve koridorlar karmaşıklıktan uzak olmalıdır.

Benzer ürün satan mağazalar yakın konumlandırılmalıdır. WC'ler her katta aynı veya yakın konumda bulunmalıdır. Kent mobilyalarının kullanımı basit ve anlaşılabilir olmalıdır. Katlarda, sirkülasyona engel olmayacak şekilde kat planlarını içeren dokunsal ve sesli uyarınlı kiokslar bulunmalıdır. Gerekli yerlerde (zemin, duvar, tavan, kapı) uygun yükseklikte, evrensel semboller içeren dokunsal, görsel ve işitsel uyarınlı kullanılmalıdır. Kent mobilyaları zıt renklerde olmalıdır. Avlu mekân kurgulu galeri boşluklu AVM'lerde korkuluklar uygun yükseklikte ve boşluksuz olmalıdır. Zemin malzemesi kaymaz olmalı, deforme olan noktalar düzeltilmelidir. İniş ve çıkış merdivenleri yan yana ya da yakın konumlandırılmalıdır. Mekân kurgusunda asansör ve yürüyen merdivenler kullanıcıyı gereksiz dolaştırmayacak şekilde konumlandırılmalıdır. Yürüme yolları ve koridorların geçiş mesafeleri birden fazla insanın geçişine uygun ölçülerde olmalıdır. Araç kullanan bireyler ve yardımcıları için uygun ölçülerde manevra ve geçiş alanına sahip olmalıdır. Kent mobilyaları uygun ölçülerde olmalıdır.

Sosyalleşme alanı için öneriler; oturma elemanları, masalar her yetkinlik seviyesinden bireyin kullanımına uygun olmalıdır. Kapılar herkesin kullanımına uygun olmalıdır. Alternatif oturma elemanları olmalıdır. Manzaranın olduğu açık sosyalleşme mekanlarında oturur pozisyonda da manzara görülebilir olması için korkuluklarda cam malzeme kullanılabilir. Oturma elemanları hafif malzemeden olmalıdır. Sosyalleşme mekanları kolaylıkla görülebilir ve ulaşılabilir bir konumda yer almalıdır. Oturma elemanları basit kullanıma sahip olmalıdır. Sosyalleşme mekanlarına yönlendiren yeterli sayıda uyarınlı bulunmalıdır. Oturma elemanları döşemelerden zıt renklerde seçilmez. Açık sosyalleşme mekanlarında tehlikeye neden olmayacak yükseklikte ve malzemede korkuluk kullanılmalıdır. Tehlike teşkil edecek yerlerde gerekli uyarınlı kullanılmalıdır. Sağlam malzemeden, yumuşak hatlı oturma elemanları kullanılmalıdır. Sensörlü sürgülü kapı kullanılmalıdır. Asansör ve yürüyen merdivenlerden kolaylıkla ulaşılacak yerde konumlandırılmalıdır. Herkesin kullanımına uygun hafif malzemeden oturma elemanı ve masa kullanılmalıdır. Birden fazla fonksiyonlu oturma elemanı kullanılabilir. Örn: prizli ve çöp kovalı. Yeterli manevra ve geçiş mesafesi sağlanmalıdır. Oturma elemanları uygun boyut ve yükseklikte olmalıdır. Açık sosyalleşme mekanları giriş çıkış kapıları uygun ölçülerde olmalıdır.

WC'ler için öneriler; farklı yetkinlik seviyesindekiler için WC'ler olmalıdır. Görme engelliler için hissedilebilir yüzey ve dokunsal yüzey olmalıdır. Lavabo yükseklikleri herkes için düşünülmedir. Kullanıcılara alternatifler sunarak kendilerine uygun olanı seçmesi sağlanmalı. Lavabolar engelli kullanımına uygun formda olmalıdır. Basit ve algılanabilir tasarıma sahip olmalıdır. Mekânsal öğelerin kullanımı kafa karıştırıcı olmamalıdır. Mekânsal öğeler döşemelerle zıt renklerde seçilmelidir. Kapılarda bilgilendirici uyaran kullanılmalıdır. Butonlarda dokunsal yüzey (Braille) kullanılmalıdır. Kaymaz zemin malzemesi kullanılmalıdır. Fotoselli aydınlatma kullanılmalıdır. Yeterli süre ayarlanmalıdır. Keskin hatlara sahip lavabolar tercih edilmemelidir. WC kapı genişlikleri uygun ölçülerde olmalıdır. Fotoselli kapı aydınlatma ve batarya kullanılmalıdır. Tuvalet kabinleri kapıları hafif malzeme olmalıdır ve kilitleri düşük güç harcanarak açılacak şekilde olmalıdır. Standartlara ve yönetmeliklere uygun yeterli boyut ve alan sağlanmalıdır.

Otopark için öneriler; yeterli sayıda engelli park yeri olmalıdır. Giriş-çıkış kapıları her türlü kullanıcıya eşit erişim sunmalıdır. Sensörlü sürgülü kapı kullanılabilir. Farklı kullanıcılar için alternatif araç park yerlerinin olması. Uygun minimum rampa kullanılmalı ya da düz giriş olmalıdır. Bilgilendirme tabelaları net ve basit bir şekilde açıklayıcı olmalıdır. Giriş-çıkış kapıları farklı yetkinlik seviyesindeki bireylerin algılayabileceği türde kullanılmalıdır. Sensörlü sürgü kapı kullanılabilir. Yönlendirmeler (Zemin, tabela vb. gibi) yeterli sayıda uygun yükseklikte olmalıdır. Aydınlatma doğru yerlerde yeterli seviyede olmalıdır. Giriş-çıkış kapılarının zemininde kubbeli hissedilebilir yüzey uygulaması kullanılmalıdır. Kaymayan zemin malzemesi kullanılmalıdır. Hissedilebilir zemin uygulaması kullanılmalıdır. Sensörlü sürgülü kapı kullanılabilir. Engelli park yerleri giriş çıkış kapısına yakın olmalıdır. Otoparklar asansörle ulaşılabilmelidir. Yaya yürüme yolları minimum 120 cm olmalıdır. Babaların arasında uygun mesafe bırakılmalıdır. Engelli park yerleri, otopark yüksekliği, genişlikleri ve manevra alanları uygun boyutlarda olmalıdır.

Asansör ve Yürüyen merdivenler için öneriler; kimsenin dışlanmadığı ve herkesin kullanımına uygun asansör ve yürüyen merdivenler kullanılmalıdır. Kullanıcıya seçme imkânı sağlanması amacıyla alternatif düşey sirkülasyon elemanları kullanılmalıdır. Kontrol panelinde kullanılan semboller basit ve karmaşıklıktan uzak evrensel olmalıdır. Kontrol panelinde sesli, görsel, işitsel uyaranlar kullanılmalıdır. Asansör ve yürüyen merdiven girişlerinde hissedilebilir

zemin uygulaması olamlıdır. Zeminde kaymaz malzeme kullanılmalıdır. Sensörlü kapı kullanılmalıdır. Aydınlatma yeterli şekilde olmalıdır. Asansör ve yürüyen merdivenlerin mekân kurgusu içerisindeki konumları kullanıcıları gereksiz yere yormayacak şekilde olmalıdır. Asansör kapısı sensörlü sürgülü olmalıdır. Asansör kabin içi ölçüleri, kontrol paneli, ölçüleri ve yükseklikleri, korkuluk yükseklikleri, kapı ölçüsü yönetmelik ve standartlara uygun olmalıdır. Korkuluk bulunmalıdır.

Çalışma kapsamına sergi salonu, tiyatro salonu ve sinema salonu planlama ve tasarım kriterlerinin alışveriş merkezi planlama ve tasarım kriterlerinden farklı olduğu için dahil edilmemiştir. İleride daha kapsamlı bir araştırma yapılarak bu mekanlar evrensel tasarım kapsamında incelenip öneriler getirilebilir. Beraberinde evrensel tasarım ilkelerine göre yapılan tasarım uygulamalarından kullanıcıların ne seviyede faydalandığı gelecekte yapılacak araştırmalarla gözlemlenebilir. Farklı kullanıcılar için faydalı tasarım önerileri geliştirilebilir

KAYNAKLAR

ADA (2010). Standards for Accessible Design.

Akgün, V., Ö. (2008). *Modern Alışveriş Merkezlerinin Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi ve Konya İlinde Bir Uygulama*. Yayınlanmış Tez: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İstanbul.

Akman, E. (2018). 19. Yüzyıl Siverek’inde Şehir, Ticaret, Mekân. *Mukaddime* 9(1) 23-44.

Aksoy, İ., M. (2009). *Günümüz Alışveriş Kavramında Değişme Olgusu ve Bu Olgunun Alışveriş Merkezi Tasarım İlkeleri Üzerindeki Belirleyici Etkilerinin İrdelenmesi: İstanbul Kenti Modeli*. Yayınlanmış Tez: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.

Arslan, H., D. & Ergener, H. (2022). Comparative Analysis of shopping Malls With Different Plans by Using Space Syntax Method. *Ain Shams Engineering Journal*.

Asar, H. (2011). *Tarihi Türk Ticaret Yapıları Kapsamında Kastamonu Hanları*. Yayınlanmış Tez: Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, İstanbul.

Acar, G. (2006). *Alışveriş Merkezlerinde Peyzaj Tasarımı*. Yayınlanmış Tez: Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Ankara.

Beyard, M., D. & O’Mara, W., P. (1999). *Shopping Center Development Handbook* Urban Land Institute, Washington DC.

Birol, G. (2005). Çağdaş Alışveriş Merkezlerinde Kent Dokusunun Yeniden Yorumlanması. *Gazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*. 20(4) 421-427.

Bridget, N. (2017). *Mimarlık 101*. 3.Baskı. Say Yayınları.İstanbul.

Büyük Larousse (1986). 3. Baskı. Gelişim Yayınları A.Ş.

Cengiz, E. & Özden, B. (2002). Perakendecilikte Büyük Alışveriş Merkezleri ve Tüketicilerin Büyük Alışveriş Merkezleri ile İlgili Tutumlarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma.

Cezar, M. (1985). Tipik Yapılarıyla Osmanlı Şehirciliğinde Çarşı ve Klasik Dönem İmar Sistemi. *Mimar Sinan Üniversitesi Yayınları*. İstanbul.

Coleman, P. (2006). Shopping Environments: Evolution, Planning and Design. Architectural Press. USA.

Çetinel, T. (1999). *Alışveriş Merkezleri Mekân Düzenleme İlkeleri*. Yayınlanmış Tez: Yıldız Teknik Üniversitesi. Fen bilimleri Enstitüsü. İstanbul

Debek, M. (2015). What Drives Shopping Mall Attractiveness? *Polish Journal of Applies Psychology*. 13(1) 1-53.

DeLisle, James, R. (2005). U.S. Shopping Center Classifications: Challenges and Opportunities. *View Point*. 12(2) s.96-101.

Demir, E. (2021) Alışveriş merkezlerinde yaratılan konfor algısı ve tüketim kültürüne etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* 8 (2) s. 479-493.

Dikmen, Ç., B. & Bozdemir, G. (2021) Universal Design Approach in Shopping Centers: Sample of Kayseri. *Gazi University Journal of Science*. 9(3) 217-234.

Dilaveroğlu, İ. & Kara Pilehvarian, N. (2022). İstanbul Kapalıçarşı'nın Sokakları ve Kapıları Üzerine Bir İnceleme. *Art-Sanat*. Sayı: 17 103-129.

Doğan, İ., B. (2006). *Tarihsel Dönemde Ticaretin Göstergeleri ve Değiş Tokuş Modelleri*. Yayınlanmış Tez: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Dostoğlu, N., Şahin, E., Taneli, & Yavuz. (2009). Evrensel Tasarım: Tanımlar, Hedefler, İlkeler. *Mimarlık Dergisi*.

Enginöz, E. B. (2015). Herkes İçin Tasarım: Erişilebilir Mimarlık. *Mimarlık*, 381.

Ergener, H. (2021). *Tasarım Kriterleri-AVM Tipoloji İlişkisinin Modern AVM'ler Üzerinden Dizilimsel Analizi: Konya Örneği*. Yayınlanmış Tez: Necmettin Erbakan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.

- Erkovan, E.** (2013). *Evrensel Tasarım İlkeleri Kapsamında Bir Kamusal Alan Olarak Akdeniz Üniversitesi Kampüsünün İncelenmesi*. Yayınlanmış Tez: Bahçeşehir Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Ertekin, Ö.** (2008) Spatial Distribution of Shopping Malls and Analysis of their Trade Areas in Istanbul. *European Planning Studies*. 16 (1): 143-156.
- Evcil, A. N.** (2014). *Herkes İçin Tasarım*. Boğaziçi Yayınları. İstanbul.
- Geç, Ş.** (2008). *Türkiye’de Alışveriş Merkezlerinin Gelişimini Etkileyen Kentleşme Kriterleri Üzerine Bir Değerlendirme*. Yayınlanmış Tez: İstanbul Teknik Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü, Gayrimenkul Geliştirme Anabilim Dalı. İstanbul
- Gruen, V. & Smith, L.** (1967). *Shopping Towns USA*. 4. Baskı. Reinhold Corporation A subsidiary of Chapman- Reinhold, Inc. United States of America.
- Güzer, C. A.** (2012). Ticaretin Mimarlığından, Mimarlığın Ticaretine Geçiş Süreci İçinde Ticaret ve İş Yapıları. (ss. 17-19) *Vitra Çağdaş Mimarlık Dizisi*, Ticari Yapılar, İstanbul.
- Hasol, D.** (2019). *Mimarlık Cep Sözlüğü*. Remzi Kitabevi
- Hilmioğlu, S.** (2017). *Çok Aile Konut Tasarımına Yönelik Bir Evrensel Tasarım Modeli*. Yayınlanmış Tez: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.
- Kademoğlu, H.** (2011). *Modern Yaşamın Kamusal Mekânları Olarak Alışveriş Merkezleri*, Yayınlanmış Tez: İstanbul Teknik Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü, Disiplinler arası Anabilim Dalı. İstanbul.
- Kadıköy Belediyesi.** (2019). *Kadıköy Şehir Sağlık Profili*. İstanbul: Kadıköy Belediyesi Strateji Geliştirme Müdürlüğü.
- Kavak, M.** (2010). *Evrensel Tasarım Yaklaşımı Bağlamında Kamusal Mekânlar: Harbiye Kongre Vadisi Örneği*. Yayınlanmış Tez: Bahçeşehir Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.

- Kayhan, M.** (2021). *Kamusal Alanların Kent Kimliği Üzerindeki Etkileri ve Belediyelerin Yaklaşımları: Yalova Örneği* Yayınlanmış Tez: Bahçeşehir Üniversitesi, İstanbul.
- Kazaz, D.** (2017). *Alışveriş Merkezlerinde Tavan/Asma Tavan, Zemin Duvar Oluşumlarında Kullanılan Malzemelerin Tasarım Açısından İredelenmesi: Gaziantep Örneği*. Yayınlanmış Tez: Türkiye Cumhuriyeti Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Adana.
- Kiriş, K.** (2010). *Alışveriş Merkezlerinin Mekânsal Kurgularının Örnekler Bağlamında Sınıflandırılması*. Yayınlanmış Tez: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Kökpınar, A.** (2011). *Türkiye’deki İllerde Alışveriş Merkezi Geliştirmek Amacıyla Potansiyelin Belirlenmesi*. Yayınlanmış Tez: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Şehir ve Bölge Planlama Anabilim Dalı. İstanbul.
- Kösemen, D.** (2005) *İstanbul Ticaret Bölgesinin Oluşumunu Etkileyen Çevresel Faktörler ve Hanların Mimari Kurgusu*. Yayınlanmış Tez: Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Köseoğlu, E. & Erinsel Önder, D.** (2010). Mekansal Okunabilirlik Kavramının Çözümlemesi. *Yapı Dergisi* 343 52-56.
- Kutlu, R.** (2018). Çevresel Faktörlerin Mekân Kalitesi ve İnsan Sağlığına Etkileri. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication* 8(1) s. 67-78
- Küçükeroğlu, D.** (2011). *Türkiye’de Yeni Gelişen Mall Tipi Alışveriş Merkezlerinin Halkla İlişkiler Faaliyetleri*. Yayınlanmış Tez: Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı. Ankara.
- Küçükkömürcü, B.** (2005) *Geleneksel Türk Osmanlı Çarşı Yapıları ve Günümüzdeki Alışveriş Merkezler Üzerine Bir İnceleme*. Yayınlanmış Tez: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.

- Maisel, J., L. & Ranahan, M.** (2022). Beyond Accessibility To Universal Design, Center for Inclusive Design & Environmental Access (IDEA), <https://www.wbdg.org/design-objectives/accessible/beyond-accessibility-universal-design>
- Malec, Tomasz, E.** (2010). Modern Shopping Malls in the USA and Europe – Outline. *Architecture Civil Engineering Environment*. 3 s. 15-24.
- Mansel, A., M.** (1999). *Ege ve Yunan Tarihi*. 7. Baskı. Türk Tarih Kurumu Yayınları. Ankara.
- Mucan, B.** (2009). *Alışveriş Merkezlerinde Mağaza ve Marka Karışımı, Türkiye Uygulaması*. Yayınlanmış Tez: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. İzmir.
- Nar, M., Ş.** (2019). Arkaik Toplumlardan Günümüze Değiş-tokuş Ekonomisi ve Örnek Ülke Uygulamaları. *Journal of Economy Culture and Society* 60: 207-225.
- Neufert** (2017). *Yapı Tasarımı*. 41. Baskı. Beta Basım A.Ş. İstanbul.
- Otopark Yönetmeliği** (2018). 22 Şubat 2018 tarihli 30340 sayılı
- Özkul, B.** (2011). *Kentsel İç Mekân Olarak Alışveriş Merkezi Ortak Alanlarının Kullanımı*. Yayınlanmış Tez: İstanbul Kültür Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Anabilim Dalı. İstanbul.
- Parlakdağ, E., B.** (2019). *Alışveriş Merkezi Çeşitlerinin Mekânsal Tasarım Açısından Değerlendirilmesi: Antalya Örneği*. Yayınlanmış Tez: Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mekânsal Planlama ve Tasarım Anabilim Dalı. Burdur.
- Planlı Alanlar İmar Yönetmeliği** (2018). 30474 sayılı.
- Saltan, Ö.** (2007). *Alışveriş Merkezlerinin Tasarım Kriterleri Açısından Değerlendirilmesi*. Yayınlanmış Tez: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Sarıman, B.** (2019). *Esnek ve Erişilebilir İç Mekân Çözümlerinin Kütüphane Örnekleri Üzerinden İrdelenmesi*. Yayınlanmış Tez: Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, Fen bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

- Say Özer, Y.** (1996). *Ticaret Mekânlarının Oluşum ve Gelişim İlkelerinin İncelenerek Tipolojik Açıdan Sınıflandırılması*. Yayınlanmış Tez: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.
- Sedillot, R.** (1983). *Değiş Tokuştan Süpermarkete Tarih Boyunca Ticaretin Öyküsü*. 1. Baskı. Cep kitapları. İstanbul.
- Sözen, U. & Tanyeli, M.** (1999). *Sanat Kavramı ve Terimleri Sözlüğü*. Remzi Kitabevi. İstanbul.
- Steinfeld, E. & Maisel, J.** (2012) *Universal Design: Designing Inclusive Environments*, John Wilys & Sons Inc. New Jersey.
- Tandoğan, O.** (2017). Evrensel Tasarım Kavramı ve Kentsel Peyzaj ile İlgili Örnekler Üzerinden Değerlendirilmesi. *Artium* 5(2) 51-66.
- Tarcan-Çabukgil, Y.** (2001). *Alışveriş Olgusunun Tarihsel Süreç İçinde incelenmesi: Bursa Örneği*. Yayınlanmış Tez: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.
- Terece, T.** (2019). *Alışveriş Merkezlerinde Fiziki Konfor Kriterlerinin Evrensel Tasarım İlkelerine Doğrultusunda İncelenmesi: Geniş Programlı Bir AVM Deneyimi*. Yayınlanmış Tez: Fatih Sultan Mehmet Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.
- TS EN 81-70** (2007). Asansörler - Yapım ve Montaj İçin Güvenlik Kuralları - Yolcu ve Yük Asansörleri İçin Özel Uygulamalar - Bölüm 70: Engelliler Dâhil Yolcu Asansörleri İçin Erişilebilirlik
- TS 12576** (2011). Şehir İçi Yollar - Özürlü ve Yaşlılar İçin Sokak, Cadde, Meydan ve Yollarda Yapısal Önlemler ve İşaretlemelerin Tasarım Kuralları
- TS 9111** (2010). Özürlüler ve Hareket Kısıtlılığı Bulunan Kişiler İçin Binalarda Ulaşılabilirlik Gerekleri
- Tunah, S.** (2019). Tüketim kültüründe tahakkümün araçsallaşması. *mimar.ist Dergisi*, Sayı: 64. 77-80.

- Turhan, E.** (2007). Mimari Tasarımda Cam Kullanımı ve Alışveriş Merkezlerinde Değerlendirilmesi. Yayınlanmış Tez: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.
- Tokyay, V.** (2005). Yeni Tasarım Kültürü Işığında Alışveriş Mimarlığı ve Gösteri Kültürü (1) , Yapı Dergisi, Eylül 2005, s58-64.
- Uluengin K., M.** (2008). *Tarihsel Süreç İçersinde Ticaret – Alışveriş Fonksiyonlarının İrdelenmesi ve Açık Alan Kurgulu Alışveriş ve Yaşam Merkezleri*. Yayınlanmış Tez: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul
- Uzun, F. & Gül, E. & Gül, A. & Uzun, İ. & Uzun, Ö., F.** (2017). Alışveriş Merkezlerinin (AVM) Mekânsal Kullanımlarının ve Kullanıcı Eğilim ve Beklentilerin İrdelenmesi; Isparta Kenti Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi* 2 (1): 1-16
- Uzun, İ.** (2007). Farklı İşlevli Mimari Yapılardaki Atrium Mekânı Üzerine Bir İnceleme. *Deü Mühendislik Fakültesi Fen ve Mühendislik Dergisi* 9 (2) 51-62.
- Ülgen, A., S.** (1905). <https://archives.saltresearch.org/handle/123456789/88574>, Erişim Tarihi: 28.02.2023
- Yalçın Usal, S., S. & Evcil, A., N.** (2022) Design Failure in Indoor Shopping Structures: Unconscious Ageism and Inclusive Interior Design in Istanbul. *ACE Architecture, City and Environment* 17 (49): 1-19.
- Yerel Yönetimler İçin Ulaşılabilirlik Temel Bilgiler Teknik El Kitabı.** (2011)
- Yıldırım, T.** (2010). İstanbul'da Bulunan Alışveriş Merkezlerinin Gelişim – Değişim Süreçleri ve Tasarım Kriterlerinin Karşılaştırılmalı Analizi. Yayınlanmış Tez: İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Üniversitesi. İstanbul.
- Yılmaz, F.** (2008). *Alışveriş Merkezi Tasarımında Pazarlama Danışmanlığı (Kocaeli İl Merkezi Örneğinde İncelenmesi)*. Yayınlanmış Tez: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı. İstanbul.
- Verdil, F., T.** (2006). *Alışveriş Mekânlarının Oluşumu / Kurgusu Üzerine Bir Değerlendirme*. İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.

Wall, A. (2005). Victor Gruen: From Urban Shop to New City. Actar. Barcelona.

Wycherley, R.E. (1986). *Antik Çağda Kentler Nasıl Kuruldu?* 2.Basım. Arkeoloji ve Sanat Yayınları. İstanbul.

Zeyrek Çepahan, İ. & Güller, E. (2020). Evrensel Tasarım Kapsamında Herkes İçin Erişilebilir Tasarım. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi* Erişilebilirlik Özel Sayısı Cilt-2 383-410

URL-1 <https://universaldesign.ie/what-is-universal-design/the-7-principles/#p1>, Erişim Tarihi:13.04.2023.

URL-2 <https://www.khanacademy.org/humanities/ap-art-history/ancient-mediterranean-ap/ap-ancient-rome/a/forum-and-market-of-trajan>, Erişim Tarihi: 28.02.23.

URL-3 <https://www.italia.it/en/lombardy/milan/vittorio-emanuele-ii-gallery>, Erişim Tarihi: 28.02.2023.

URL- 4 <http://mimdap.org/2017/02/kadykoy-hal-binasy-arif-atylgan/>, Erişim Tarihi: 28.02.2023.

URL-5 <http://www.paris-unplugged.fr/1852-le-bon-marche/>, Erişim Tarihi: 28.02.2023.

URL-6 <https://icsc.un.org/>, Erişim Tarihi: 17.04.2023.

URL-7 https://www.icsc.com/uploads/research/general/Asia-Pacific_Shopping_Centre_Classification_Standard.pdf, Erişim Tarihi: 17.04.2023.

URL-8 <https://www.icsc.com/uploads/t07-subpage/Europe-Shopping-Center-Definition-Standard.pdf>, Erişim Tarihi: 12.04.2023.

URL-9 <https://martincitytelegraph.com/2019/12/26/the-country-club-plaza-the-nations-first-outdoor-shopping-mall/>, Erişim Tarihi: 13.03.2023.

URL-10 <https://www.gruenassociates.com/project/northland-shopping-center/>, Erişim Tarihi: 13.03.2023.

URL-11 <https://www.gruenassociates.com/project/southdale-center/>, Erişim Tarihi: 13.03.2023.

URL-12 <https://www.statista.com/statistics/208059/total-shopping-centers-in-the-us/>, Erişim Tarihi: 20.03.2023.

URL-13 <https://avmdergi.com/kanyon-altin-odul/>, Erişim Tarihi: 20.03.2023.

URL-14 <https://earth.google.com/web/>, Erişim Tarihi: 02.05.2023.

URL-15 <https://www.technologic.com.tr/turk-telekom-sesli-adimlar-uygulamasi-kozzy-avmde/27960/.html>, Erişim Tarihi: 17.05.2023.

URL-16 https://kozzyavm.com/tr/floorplan/mavi-gdc_hwszdl, Eriři Tarihi: 20.04.



EKLER



EK A: Etik Kurul İzni



**T.C.
HALIÇ ÜNİVERSİTESİ
GİRİŞİMSEL OLMAYAN KLİNİK ARAŞTIRMALAR ETİK KURULU**

Tarih: 28.12.2022

Sayı: 277

Konu: Etik Kurulu İzni

Sayın Defne İşanç,

Yapmış olduğunuz başvuru Haliç Üniversitesi Girişimsel Olmayan Klinik Araştırmalar Etik Kurulu tarafından incelenmiş olup Dr. Öğr. Üyesi Sennur Yılmaz'ın danışmanlığında planladığınız **"Ticari Yapıların Evrensel Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi: Alışveriş Merkezi Örneği"** başlıklı çalışmanız kurulumuzun 28.12.2022 tarihli toplantısında etik yönden uygun bulunmuştur.

Bilgilerinize sunarım.


Prof. Dr. Melek Güneş Yavuzer
Haliç Üniversitesi Girişimsel Olmayan
Klinik Araştırmalar Etik Kurulu Başkanı

Ek: Etik Kurulu Kararı

Güzeltepe Mahallesi, 15 Temmuz Şehitler Caddesi, No:14/12 34060 Eyüpsultan – İSTANBUL
Tel: (0 212)-924-24-44 | Faks: (0 212)-999-78-52
e-mail: etikkurul@halic.edu.tr www.halic.edu.tr

EK B: Kurum İzin Belgesi

16.03.2023

Haliç Üniversitesi Rektörlüğüne;

İlgi: 10.03.2023 tarih, E-79431668-044-64579 sayı ve Anket İzni konulu yazınız.

İlgi'de kayıtlı yazınız ile; Haliç Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İç Mimarlık Bölümü öğrencisi Defne İŞANÇ'ın "Ticari Yapıların Evrensel Tasarım İlkelerine Göre İncelenmesi" kapsamındaki yüksek lisans tez çalışması için Kozzy Alışveriş ve Kültür Merkezi'ni alan araştırması kapsamında incelemesi konusundaki yazılı talebiniz tarafımıza ulaşmıştır.

Defne İŞANÇ'ın yapacağı fotoğraflama çalışmalarının ve değerlendirmelerin sadece ders içeriği olarak kullanılması, hiçbir şekilde sosyal medya veya ticari mecralarda yayınlanmayacağını taahhüt edilmesi, çalışma esnasında Alışveriş Merkezi yönetimin belirleyeceği şartlara uyulması ve Tiyatro ve Sergi alanlarının fotoğraflanması ve incelenmesi hariç olmak şartıyla, söz konusu çalışmanın Alışveriş Merkezi'nin kapalı olduğu saatlerde yapılabileceğini bildiririz.

Bahsedilen şartlara uyulmaması durumunda tüm hukuki haklarımızı saklı kalmak kaydıyla Defne İŞANÇ'ın Alışveriş Merkezi çalışma saatleri dışında çalışma yapmasına izin verilmiştir.

Yukarıdaki açıklamalarımıza ek olarak; Kozzy Alışveriş ve Kültür Merkezi'nde yer alan Tiyatro ve Sergi salonunun fotoğraflanma ve inceleme çalışmaları için Kadıköy Belediyesi'nden izin alınması gerekmektedir.

Saygılarımızla,

KOZZY ALIŞVERİŞ VE KÜLTÜR MERKEZİ

AVM Müdür Yardımcısı

Can YÜZÜGÜLER

ÖZGEÇMİŞ

Ad-Soyad: Defne İşanç

ÖĞRENİM DURUMU:

- **Ön Lisans:** 2019, Anadolu Üniversitesi, Açık Öğretim, Web Tasarımı ve Kodlama
- **Lisans:** 2015, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Ticari Bilimler, İşletme

MESLEKİ DENEYİM VE ÖDÜLLER:

- Güney Afrika AVM Mağaza Projesi, 3D Görselleştirme, Eylül 2020.
- Balıkesir Pelitköy Konut Mutfak Projesi, Teknik Çizim ve 3D Görselleştirme, Temmuz-Ağustos 2020.
- Mekânsal Bedenler Atölyesi, Temmuz 2022.

DİĞER YAYINLAR, SUNUMLAR VE PATENTLER:

- Hilmioğlu, S. & İşanç, D. (2022). Konut Yapılarına Ait Ortak Alanların Evrensel Tasarım İlkeleri Kapsamında İncelenmesi . *Sürdürülebilir Mühendislik Uygulamaları ve Teknolojik Gelişmeler Dergisi* , 5 (1) , 66-80 . DOI: 10.51764/smutgd.1090345
- İşanç, D. & Güney Yüksel, F. C. (2022). MİKRO HAZİMLİ MUTFAK MEKANLARI VE ERGONOMİSİ. *Ergonomi*, 5 (3), 186-200. DOI: 10.33439/ergonomi.1126370
- İşanç, D. & Çakır Kıasf, G. (2022). İstanbul'daki Sertifikalı Zorunlu Eğitim Yapılarının Sürdürülebilirlik Kapsamında Karşılaştırmalı Durum Analizi. Mimarlık, Planlama ve Tasarım Alanında Uluslararası Araştırmalar II, First Edition.