

Alışveriş'in Değişen Yüzü Üzerine Mimari Çeşitlemeler "Bursa Örneği"

Yrd. Doç. Dr. Ebru Özeke Tökmeci
MSGSÜ, Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü

Amaç

Bu çalışmada, tarihsel süreç içerisinde boyut değiştiren "alışveriş"in dönüşümü incelenmekte ve söz-konusu dönüşümün mimari açıdan Bursa şehri üzerindeki etkileri vurgulanarak, bu bağlamda, şehirde son yıllarda yapılmış uygulamalardan örnekler sunulmaktadır. Özellikle şehir dışında, ana ulaşım arterleri olan otoyollar üzerinde biçimlenmiş ticaret merkezleri üzerinde durulmuş ve bu binaların estetik kimliği ile tasarımlarında benimsenen mimari üslup konularına da açıklık getirilmesi amaçlanmıştır.

Alışveriş Mekanlarının Gelişimi

Alışveriş, medenî bir topluma mensup her bireyin, hemen hemen her gün tecrübe ettiği sosyal bir aktivitedir (Beddington 1991, 1). Söz konusu eylem, insanoğlunun ihtiyaç duyduğu çeşitli mal ve hizmetleri elde edebilmesi amacıyla önceleri mal değiş tokuşu ile başlamış, paranın keşfedilmesiyle birlikte ise yeni bir boyut kazanmıştır. Zamanla, değişen ve artan gereksinim ve arzular alışveriş eylemini körüklemiş, bu sayede söz konusu eylemi

destekleyecek düzenli ve organize mekân ve yapılar geliştirilmiştir (Sayılı 1992, 2).

Tüketim ve alışveriş kavramları, tarih boyunca yerleşimlerin biçimlenmesini etkileyen en önemli faktörlerden biri olmuştur. Bu noktada, kent düzenini yaratan olgulardan birinin ticaret olduğunu, diğer bir deyişle kentlerin ticaret merkezi etrafında biçimlendiğini söylemek de mümkündür. Kentlerde ilk kez alışveriş sokakları oluşturulması uygulamasının Mısır Uygarlığı dönemlerine tarihlendiği düşünülmektedir (Sayılı 1992, 4). Eski Yunan'da ticaret, kent merkezinde yer alan ve toplum yaşamının kalbi olan Agora içinde yürütülür.

Başlangıçta özel ev ve dükkanlarla tanımlı olan Agora, MÖ 3. yüzyıldan itibaren mallarını satan zanaatkarlara barınaklık yapan bir kenarı sütun dizileriyle açılmış uzun yapılar, yani Stoa'larla tanımlanır (Roth 2000, 268). Eski Roma'da ise kentin kültürel merkezi olan, stoalar ve kamusal yapılarla çevrili Forum içinde halka açık alışveriş mekanları oluşturulmuştur

Özet:

Bu çalışmada tarihsel süreç içerisinde boyut değiştiren "alışveriş"in dönüşümü incelenmekte ve söz-konusu dönüşümün mimari açıdan Bursa şehri üzerindeki etkileri vurgulanarak, bu bağlamda, şehirde son yıllarda yapılmış uygulamalardan örnekler sunulmaktadır. Özellikle şehir dışında, ana ulaşım arterleri olan otoyollar üzerinde biçimlenmiş ticaret merkezleri üzerinde durulmuş ve bu binaların estetik kimliği ile tasarımlarında benimsenen mimari üslup konularına da açıklık getirilmesi amaçlanmıştır. Tüketim ve alışveriş kavramları tarih boyunca yerleşimlerin biçimlenmesini etkileyen en önemli faktörlerden biri olmuş, diğer bir deyişle kentler, ticaret merkezi etrafında biçimlenmiştir. Bursa şehri ise, Osmanlı tarihi boyunca çarşuları ile kazanmış olduğu ün nedeniyle, alışveriş mekânlarındaki dönüşümün ülkemizdeki boyutlarını yansıtmak açısından ilgi çekici bir örnektir. İncelenen bölgedeki yapıların cephe düzenlemelerinde yoğun bir çeşitlilik söz-konusu olduğundan, burada mimari anlamdaki bir dil birliğinden söz etmek de mümkün değildir.

Summary:

This paper aims to examine the evolution of the concept of shopping in the historical process and underline the architectural effects of this evolution in Bursa by examples of late practices in the town. Particularly of our interest are the shopping centers built outside the city center, on the motorways connecting Bursa to Istanbul, Izmir and Ankara, with an effort to determine their architectural identity and the architectural styles employed in their design.

The concepts of consuming and shopping are among the most important factors to determine the shaping of settlements throughout history, in other words, cities would form around the shopping areas. Bursa stands as a very interesting example to reflect the evolution of the concept of shopping in Turkey with the fame it has earned by its historical shopping district. After our examination of the shopping centers built outside Bursa city center, it would be possible to conclude that there is a wide stylistical variety in their design attitudes, therefore it is not possible to speak about a lingual or visual unity.

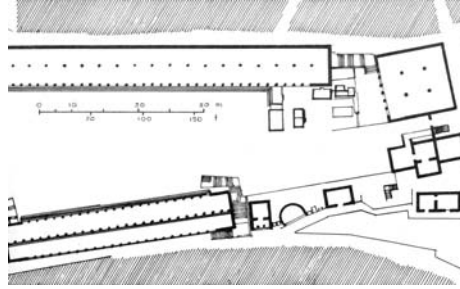
Anahtar Kelimeler:

Alışveriş, Alışveriş Merkezi, Mağaza, Modern Mimarlık, Modern-Sonrası Dönem Mimarlığı.

Keywords:

Shopping, Shopping Center, Department Store, Modern Architecture, Post-Modern Architecture.

Resim: 1a-b
Agora planı ve
perspektifi.

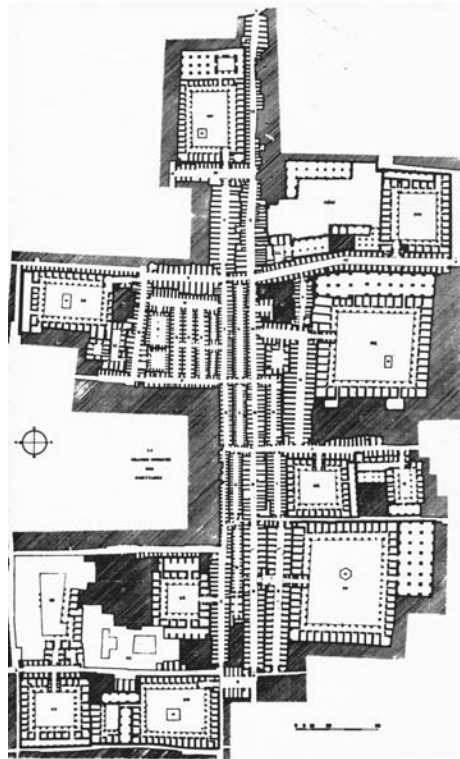


Resim: 1a

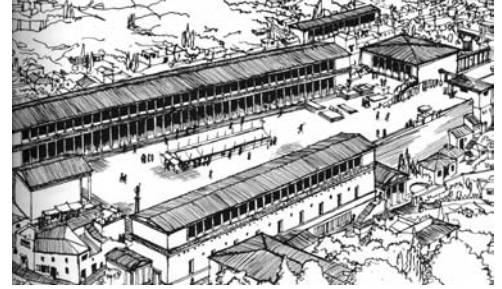
(Resim 1a-1b). Roma Forumu halkın günlük yaşantısının geçtiği, konuşmaların yapıldığı, aynı zamanda festival ve törenler için de kullanılabilen son derece hareketli bir alandır.

Satış eyleminin sabit ve kapalı bir alanda yapılmasını sağlayan birim olan dükkan, genellikle tek katlı ve tek hacimli bir yapı türüdür. Halkın yoğun olarak

Resim: 2
Halep Şehri'nde
Çarşı Bölgesi.



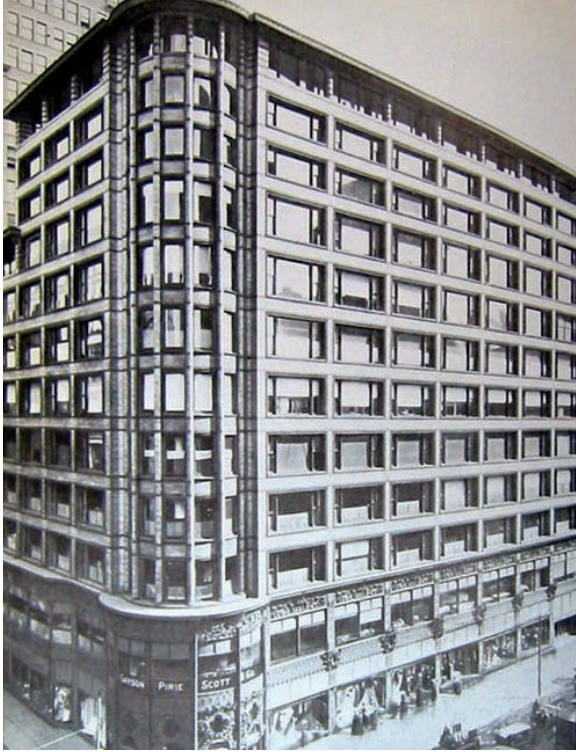
bulduğu yörelerde satış birimlerinin yani dükkanların giderek çoğalması çarşı mahallelerinin oluşmasına neden olmuştur (Sayılı 1992, 25). Bugün alışveriş bölgelerini



Resim: 1b

tanımlamak için kullandığımız çarşı kelimesi, Farsça Cıhar-Suk (dört sokak) terkiplerinden bozulmuş, alışveriş etmeye elverişli, iki tarafı dükkan, üstü örtülü veya açık sokak ya da meydanlara verilen isimdir (Özdeş 1998, 7). Kentlerde en yoğun insan akışı ticaret merkezinde yani çarşıda toplandığından, çarşı hem kent merkezinde oluşmalı hem de topografya açısından insan hareketine uygun bir yerde olmalıdır (Cezar 1985, 58). Alışveriş eyleminin yoğun olarak gerçekleştirildiği çarşılarda, sokakların üstlerinin genellikle iklimsel faktörlere bağlı olarak örtülmesiyle ise kapalı çarşılar meydana gelmiştir (Sayılı 1992, 22) (Resim 2).

Alışveriş eylemi Orta Çağ boyunca, geleneksel olarak, kent merkezlerinde yer alan çarşı bölgeleri içinde devam eder. Endüstri Devrimi ve onu izleyen ekonomik gelişmeler ise, diğer alanlarda olduğu gibi alışveriş kavramında da, daha çok tüketim yapabilecek düzeye gelen kitlelerin gereksinimleri doğrultusunda bir dönüşümü beraberinde getirmiştir. Modern tüketim kültürü alanında yapılan çalışmalar, söz-konusu kültürün ana hatlarının 19. yüzyılın ikinci yarısında biçimlendiğini göstermektedir. Bu döneme kadar günlük gereksinmeye yanıt veren yerel pazarlar ve mahalle dükkanlarıyla lüks malların satıldığı butiklerden ibaret olan geleneksel perakende ticaret kültürü, 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hızla değişmiş



Resim: 3



Resim: 4



Resim: 6



Resim: 5

ve yerini ulusal mağaza zincirleriyle büyük çaplı perakende ticaret firmalarına bırakmıştır (Dökmeci 1995, 67-68). Sanayi devrimi ile başlayan kentleşme olgusu, kent merkezinde ticaret, iş ve alışveriş alanlarının yığılmasına neden olmuş, teknolojideki gelişmelerin de etkisiyle giderek daha büyük, çok katlı ticaret ve alışveriş mekanları oluşturulmaya başlanmıştır (Sayılı 1992, 31). Değişik türde mal ve ürünlerin pazarlandığı büyük mağaza kavramı ise 19. yüzyılda doğmuş ve Avrupa'yı takiben Amerika'da da, bugün de hala

işlemekte olan büyük mağaza zincirleri kurulmuştur. Bu yeni bina tipinin kendine özgü bir mimari tarz oluşturması da kaçınılmazdır (Resim 3).

Kent merkezlerinde tarih boyunca oluşmuş ticaret bölgeleri bu yeni gelişmelerden etkilenmekle birlikte, işlevlerini sürdürür.

Açık veya kapalı çarşı ve pazarlar ile, genellikle zemin katları dükkana dönüştürülmüş çok katlı binalarla biçimlenen alışveriş caddeleri, aslında

Resim: 3

Carson, Pirie ve Scott mağaza binası Chicago Okulu'nun öncü mimarlarından Louis Sullivan'ın ortağı Adler ile birlikte 20. yüzyıl başında tasarladığı bir yapıdır.

Resim: 4

Zemin katları dükkana dönüştürülmüş süslü 19'uncu yüzyıl yapılarından oluşan Kertnerstrasse, günümüzde Viyana tarihî kent merkezindeki önemli bir ticaret aksidir. Hans Hollein'in 1970'li yıllarda bu caddede gerçekleştirdiği dükkan tasarımları da başarılı ve çarpıcı birer modern-sonrası cephe estetiğine sahiptir.

Resim: 5

Dünyanın en yoğun şehir merkezlerinden biri olan Manhattan'da 57'nci Sokak üzerinde yer alan, Rothzeid, Kaiserman, Thomson ve Bee'nin 1984'te tasarladıkları mağaza cephesinde kullanılan rasyonel geometrik çizgiler, mimarların modern-sonrası dönemde biçimler aracılığıyla Modern Mimari ile kurmaya çalıştıkları ilişkiyi yansıtmaktadır.

Resim 6

Yine Manhattan'da, Times meydanı ve şehrin orta bölgesindeki iş ve alışveriş merkezleri, renkli ve çarpıcı cepheleri ile, şehir dokusu içinde oluşmuş ticaret bölgelerinin son derece canlı birer örneğidir.

Resim: 7
Viyana'da Hans Hollein'in tasarladığı Haas-haus, kent merkezinde Stephansdome karşısında yer almaktadır. Tarihi bir çevrede çağdaş malzeme kullanımıyla gerçekleştirilen bina, modern-sonrası dönem estetiğini yansıtan ilgi çekici bir alışveriş merkezi örneğidir.

Resim: 8
Ala Moana Alışveriş Merkezi, Hawaii, ABD.

"alışveriş merkezi"nin en eski ve hala yaşayan örnekleridir. Böyle bir cadde üzerinde yer alan perakende satış birimi ya da mağaza da, cephesi ile ön plana çıkmak ve kendini göstermek durumundadır (Resim 4, 5, 6).

Alışveriş, zaman içinde kentleşme, nüfus artışı ve modernleşmeye paralel bir gelişme gösterir. İkinci Dünya Savaşı'nı izleyen yıllar ise, alışveriş merkezi olarak bildiğimiz yeni bir bina tipinin ortaya çıktığı dönemdir. Bu yeni fikir, ilk kaynağı olan Amerika Birleşik Devletleri'nden diğer kıta ve ülkelere

yoğunlaştığı alanlara dağılma eğilimi göstermeye başlar (Ergun 1995, 56). Şehir insanının hızlı temposu içinde zaman çok az ve değerli bir kaynak olduğundan, alışveriş merkezi şehir merkezinden çok uzakta olsa bile oraya gitmeye değerdir (Dülgeroğlu Yüksel 1995, 58 -59).

Yeni yerleşme alanlarını kent merkezine bağlayan ana akslar üzerinde doğrusal olarak dağılan ticaret birimlerinde, otomobil ile ulaşım ve park yeri bulma olasılığının yanısıra alışveriş ve dinlenme ile öteki sosyal etkinlikler ve olanakların da birleştirilerek kullanıcıya sunulması



Resim: 7



Resim: 8

yayılrken, bölgelerin farklı koşullarına da uyum sağlamıştır (Beddington 1991, vii). Alışveriş merkezleri sayesinde müşteri her aradığını bir arada bulabilecek ve zamandan tasarruf edecektir. Büyük mağazalar ve giderek alışveriş merkezleri ayrıca, modern şehir hayatının yalnızlığını ve bireyselliğini giderecek sosyal birer ortam yaratmaktadır

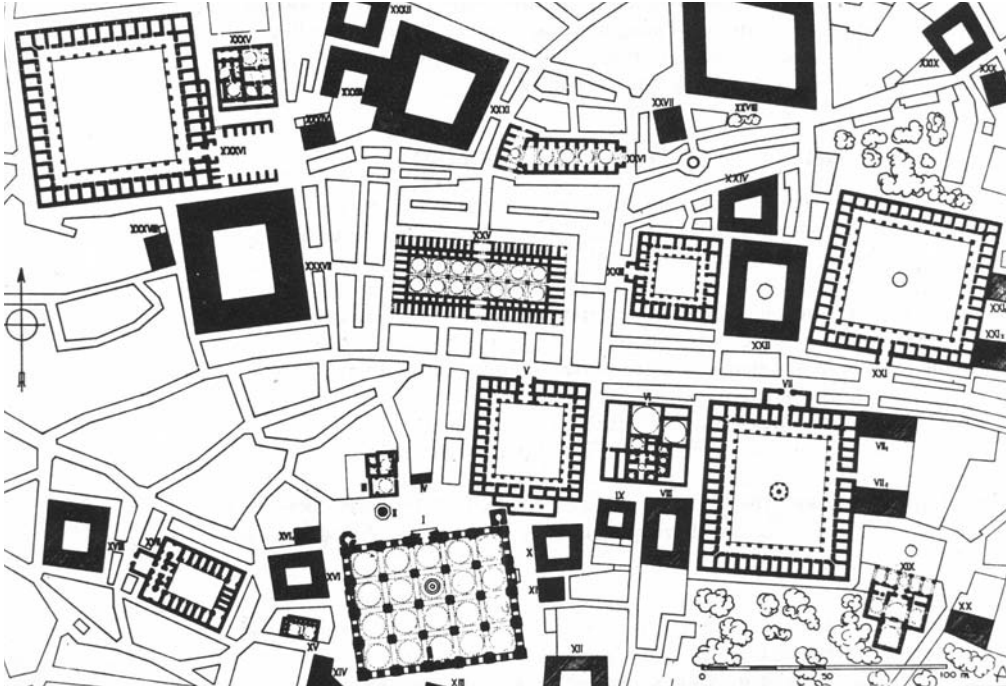
(Dökmeci 1995, 68), (Resim 7).

Başlangıçta kent merkezinde toplanmış bulunan perakende ticaret faaliyet birimleri, zaman içinde şehirlerin büyümeleriyle orantılı olarak şehrin değişik yörelerine, tüketimin toplandığı,

yoluyla kârlılık amaçlanmaktadır (Ergun 1995; 56). Böylece kent merkezlerindeki sıkışık doku içerisinde büyüme olanağı bulamayan alışveriş merkezleri giderek şehir dışına taşınarak, özellikle şehirlerarası yollar üzerinde inşa edilmiş mağazalar ve büyük alışveriş merkezleri de yine Amerika Birleşik Devletleri örneğini takiben dünyanın birçok yerinde yaygın hale gelmiştir (Resim 8).

Ülkemizdeki Durum ve Bursa

Alışveriş olgusunda, yukarıda bahsedilen türden bir dönüşümü yurdumuzda da gözlemlemek mümkündür. Bursa şehri



Resim: 9

Resim: 9

Bursa Çarşısı planı.

Resim 10

Bursa Kapalıçarşısı girişi.

Resim 11

Bursa açık çarşısı.

Resim 12

Sivil çarşıları bakımından en karakteristik Türk şehirlerinden biri olma özelliğini bugün de hala sürdüren Bursa'nın tarihsel ticaret bölgesi, günümüzde Hanlar Bölgesi olarak bilinmektedir

ise, Osmanlı tarihi boyunca çarşılarıyla kazanmış olduğu ün nedeniyle, sözkonusu dönüşümün ülkemizdeki boyutlarını yansıtmak açısından önemli bir örnektir.

Tarihsel gelişim süreci içerisinde, Türk şehirlerinde çarşının en rasyonel konumlanması Osmanlı devri Türk çarşılarında görülür (Cezar 1985, 38). Geleneksel Osmanlı kentinde çarşı merkezde yer alır ve kentin en önemli yapıları da çarşının etrafında biçimlenir. Osmanlı kentinde çarşı alanı kent cemaati ve günlük yaşamdaki her şey ile ilgili, kent yaşamının kaynaklığı, kentteki toplumsal kitlenin tümünün kamusal yaşamının geçtiği yerdir (Cerasi 1999, 115). Osmanlı şehirciliğinde çarşının

biçimlendirilmesinde izlenen yöntemleri en iyi şekilde yansıtan tipik bir örnek olan Bursa çarşısı, şehir ele geçirildiği zaman boş olan bir alan üzerine kurulmuş, bu nedenle Türk şehrinde çarşının yeri kadar çeşitli özelliklerini de engelsiz şekilde yansıtmak bir gelişmeye sahip olmuştur (Cezar 1985, 57) (Resim 9).

Bursa'nın 1326 yılında Osmanlılar tarafından fethedilmesinin ardından Orhan Gazi'nin 1340'lı yıllarda yaptırdığı külliye, 1. Beyazıt döneminde yaptırılan Ulu Cami ve Bedesten ile birlikte kent merkezinin fiziksel ve işlevsel oluşumuna zemin hazırlamıştır. Bedesten çevresindeki dükkanlar, hanlar, hamamlar ve açık pazarlarla doğrusal bir aks üzerinde uzanan ve bu özelliğiyle de Uzun Çarşı



Resim: 10



Resim: 11



Resim: 12



Resim: 13



Resim: 14



Resim: 15



Resim: 16

Resim: 13-14-15
Zafer Plaza'dan çeşitli
görünüşler.
Resim: 16
Zafer Plaza iç mekanı.

denilen çarşılarıyla Bursa, 15. yüzyıl ortalarında Osmanlıların en büyük ticaret merkezi haline gelmiştir (Yenal 1996, 27), (Resim 10-12).

Osmanlı İmparatorluğu'nun 15. yüzyıldan sonraki gelişmesi şehrin başkent niteliğini ortadan kaldırırsa da, Bursa 19. yüzyıl ortalarına kadar önemli bir merkez olmayı sürdürür. Bu dönemden sonra ise, ülkenin batılılaşma ve endüstriyellemeye yönelmesi sonucu kentsel gelişim yarı dinamik bir hal alır. Bursa şehrinin bilinen en eski planı 1837 yılında Niebuhr tarafından çizilmiş bir plandır. Ardından 1862 yılında, Subhi Bey başkanlığındaki bir heyet tarafından kentin geniş bir

kadastral haritası hazırlanmıştır.

İlk planlama çalışması cumhuriyetin kuruluşundan bir yıl sonra Alman Karl Lörcher tarafından yapılmakla birlikte uygulanamamıştır. Bunu 1940 tarihli Proust Planı ve 1960 tarihli Piccinato Planı takip eder. 1970 yılında ise Bursa Nâzım Plan Bürosu kurulur. Bursa merkezi 1979 yılında Kentsel, Arkeolojik ve Doğal Sit Alanı olarak ilan edilmiş ve 1989 yılında Orta Doğu Teknik Üniversitesi tarafından hazırlanan Bursa Merkez Koruma Amaçlı İmar Planı ile şehir içindeki tarihi dokunun sınırları ve bölgenin geleceği için stratejiler belirlenmiştir. Büyüklü küçüklü anıtsal yapıları ve geleneksel sivil mimarî örnekleri ile günümüzde de yoğun bir ticaret merkezi olarak kullanılmakta olan bölgede, sözkonusu plana ve koruma kararlarına uygun olarak yenileme çalışmaları yapılmış ve yapılmaktadır. Ancak bu çalışmalar henüz arzu edilen düzeye ulaşmadığından bölgedeki bazı sivil mimarlık örneği yapılar çeşitli olumsuz etkilerle karşı karşıya bulunmaktadır.

Bursa kent merkezindeki önemli bir şehiriçi alışveriş merkezi örneği, yapımı son yıllarda tamamlanan Zafer Plaza'dır. Bursa Merkez Koruma Amaçlı İmar Planı'nın dışında ancak onunla neredeyse iç içe bulunan bir bölgede tarihî dokuyla yakın ilişki halindeki yıllar boyunca çözümlenememiş bir kent dokusunu değerlendiren bina, bölgenin geleneksel ticaret fonksiyonunu çağdaş bir tasarımla devam ettirmektedir.

Alışveriş merkezinin büyük bölümü civarda mevcut bulunan tarihi dokuya karşı saygılı bir tutumla yeraltında inşa edilmiş, binanın ana girişi de düzenlenen meydanın ortasında yer alan cam piramitten sağlanmıştır. Bina ayrıca, bölgenin yoğun yaya ve araç trafiği sorununa fazladan bir

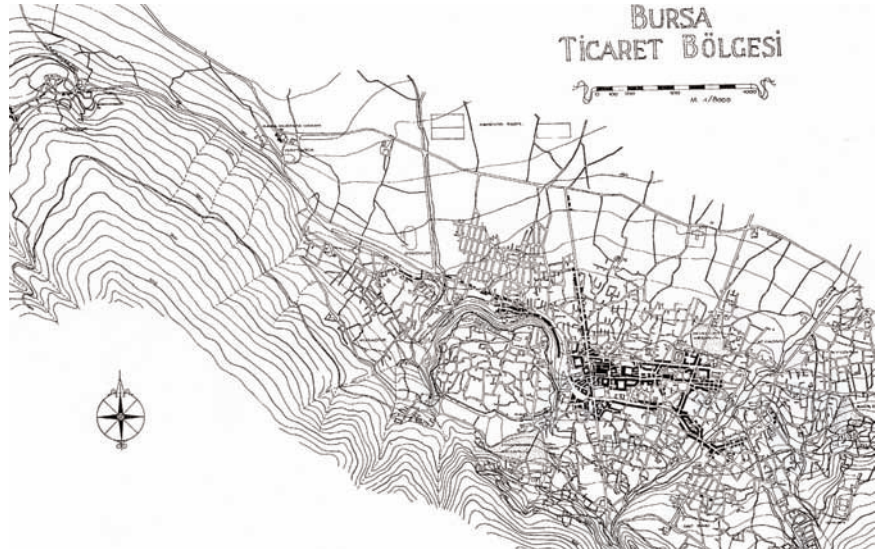
yük getirmeden çözüm bulmayı hedeflemektedir (Resim 13 -16).

Bursa kent merkezi eski görüntüsünü 20. yüzyıl ortalarına kadar koruyabilmiştir. Ancak 1960'lı yıllarla beraber Bursa'da açıkça izlenebilen şehirleşme ve sanayileşme şehrin toplumsal, sosyal ve fizikî yapısını da etkilemiş ve bu yıllarda sanayi ve ticaret kent merkezinden dışarıya açılan yollar boyunca yayılmaya başlamıştır (Batkan 1996, 255). Ana ulaşım arterleri olan İzmir, İstanbul, Ankara ve Mudanya yolları üzerinde biçimlenen sanayi yapıları ve hızlı nüfus artışına paralel olarak buralarda kurulan yeni yerleşim birimleri şehrin ovaya doğru ilerlemesine ve görünümünü büyük ölçüde değiştirmesine neden olmuş, bu gelişmeler doğrultusunda alışveriş merkezleri de giderek şehir dışına kaymıştır (Resim 17).

Bursa'daki Şehir-dışı Ticaret Yapıları

Alışveriş alanları, içlerinde yer alan satış birimlerinin kapasite ve büyüklüğüne göre dükkan yani küçük alışveriş birimleri, büyük mağazalar ve alışveriş merkezleri olarak sınıflandırılabilir (Sayılı 1992, 52). Bursa'daki şehir-dışı ticaret yapıları tek bina veya kompleks biçimindeki alışveriş merkezleri, yerli ve yabancı sermaye gruplarına ait büyük marketler ile tek bir marka veya tek tip ürünün pazarlandığı büyük mağazalardan oluşmaktadır. Bu çalışmada ele alınan örnekler ise Bursa-Yalova karayolu üzerinde yer alan çok sayıdaki ticaret yapısı arasından, cephe tasarımlarındaki farklı yaklaşımları yansıttak şekilde seçilerek bir araya getirilmiştir.

Alışveriş merkezlerinin tasarımında ana prensip müşteriyi içeri çekmek ve memnuniyetini sağlamak olmalıdır. Bu



Resim:17

nedenle iç mekan, bir araya toplanan çeşitli büyüklüklerdeki dükkanların yanı sıra tasarlanan oyun salonları, sinema, kafeterya ve restoranlar gibi sosyal alanlarla da zenginleştirilmektedir. Daha ziyade kendi içine dönük olan binalarda dış yüzeyler neredeyse sağır tutulmakla birlikte cepheler, merkezin çekiciliğini artırmak amacıyla, kimi zaman malzeme farklılıklarından doğan vurgulamalar, kimi zaman çarpıcı renk ve formların kullanımı gibi faktörlerle desteklenmiştir.

Resim: 17

Bursa Ticaret Bölgesi

Resim: 18

Özdilek Mağaza Binası.

Resim: 19

Alışveriş Merkezi.

kafeteryası.

Resim: 20

Mağaza yan cephесinden detay.



Resim:18



Resim:19



Resim: 20

Resim: 21, 22, 23
Asmerkez cepheleri.
Resim: 24
Asmerkez'de iç mekandaki
buz pateni pisti.



Resim: 21



Resim: 22



Resim: 23

Özdilek Alışveriş Merkezi (Resim 18-20), aynı isimli havlu fabrikasının satış ünitesi fikrinden yola çıkılarak başlangıçta içinde çeşitli ürünlerin satıldığı tek bir mağaza binası olarak tasarlanmış, ancak daha sonra gördüğü yoğun ilgi ve talep nedeniyle etrafına eklenen çeşitli birimlerle içinde marketten restorana ve çocuk oyun alanlarına dek türlü faaliyeti barındıran bir alışveriş kompleksi görünümünü kazanmıştır.

Mağaza binası sade ve düz hatlardan oluşan rasyonel bir yapı olmakla birlikte, yan cephede iki boyutlu plastik sanat eserlerinin yüzeye yapışmasıyla farklı bir görünüm kazanır. Bursa-Yalova karayolu üzerindeki ilk alışveriş merkezlerinden biri olma özelliğini taşıyan ve daha sonra civarına eklenen yeni ticaret merkezlerine rağmen, öneminden ve gösterilen ilgiden bir şey kaybetmeyen kompleks, bir yandan Bursa halkının alışveriş ve rekreasyon ihtiyacına cevap verirken, bir yandan da



Resim: 24

İstanbul-Bursa veya İstanbul-İzmir karayolunu kullananlara hizmet etmektedir.

Yapımı son yıllarda tamamlanan Asmerkez (Resim 21-24), yine Bursa-Yalova yolu üzerindeki önemli alışveriş merkezlerinden biridir. Sağır ve düz bir cepheye sahip olan binanın rasyonel etkisi, köşeye yerleştirilen giriş bölümündeki geometrik form, renk ve malzeme farklılığıyla kırılmakta, böylece binaya da estetik bir özellik kazandırılmaktadır. Alışveriş merkezinin içinde ise mağaza ve



Resim: 25



Resim: 26

Resim: 25

Kumluk Alışveriş Merkezi.

Resim: 26

Bursa Carrefour'dan detay.

Resim: 27

Bursa Real.



Resim: 27



Resim: 28



Resim: 29

dükkanların yanı-sıra, kafeterya ve buz pateni pisti gibi rekreasyon alanları yer almaktadır.

Kumluk Alışveriş Merkezi (Resim 25), yine aynı karayolu üzerinde yer alan ve Asmerkez'e kıyasla daha küçük ölçekli bir ticaret merkezidir. Binada estetik etki, cephede kullanılan çarpıcı renkler, malzeme farklılıkları ve geometrik biçim oyunları ile sağlanmaya çalışılmıştır. Yabancı sermaye gruplarına ait alışveriş birimleri (Resim 26-27), hem iç hem de dış mekanları açısından belirli standartları devam ettirme zorunluluğuna sahiptir. Bu nedenle sözkonusu yapıların, kullanılan malzemeden cephe estetiğine

kadar tasarımlarının her aşamasında standart bir çizgiyi yakaladıkları söylenebilir.

Sözkonusu bölgedeki bazı mağazalar, belirli markalara ait bir zincirin birimleri olduğundan, bu markalara ait önceden belirlenmiş cephe düzenlerini sürdürmektedir. Resim 28 ve 29'da, bir tanesi yerli diğeri yabancı iki markaya ait cephe düzenlemelerinden örnekler görülmektedir.

Resim 28'deki mobilya mağazasında, sağır bir cephede geometrik formların dışa vurumu ve canlı renklerin kullanımı ile dikkat çekmeye çalışılırken, Resim 29'daki otomobil galerisinde çağdaş



Resim: 30

Resim: 30

Bursa Migros da, Migros marketler zincirinde görmeye alışkın olduğumuz önceden belirlenmiş rasyonel cephe düzenini sürdürmektedir

Resim: 31

Modern mimariye ait rasyonel bir formun yine aynı döneme ait, nötr bir cephe anlayışıyla yorumlandığı bir örnektir. Böyle bir cephenin kullanıcıya sunacağı özel bir mesaj olmamakla birlikte bina, adeta cephesizliği savunan bu objektif tutumun disipliniyle kimlik kazanmaktadır.

Resim: 32

Yine rasyonel geometrik bir biçimin bu kez malzeme farklılıklarıyla yorumlanması sonucunda, simetrik ve katı cephe düzeni bir ölçüde yumuşatılmış ve bu sayede Modern mimarinin tekdüzeliğine yine Modern mimarlık sınırları içinde çözüm arayan, ifadeci diyebileceğimiz bir yaklaşım benimsenmiştir.



Resim: 31



Resim: 32



Resim: 33



Resim: 34



Resim: 35



Resim: 36

malzeme kullanımı, kütle oyunları ve ritmik doluluk boşluk oranları ile sağlanan sade bir hareketlilik mevcuttur. "Showroom" olarak da tabir edilen tek tek veya büyük sermaye gruplarına ait mağazalarda ise, belki de cephe estetiğinin sağlayacağı çekicilik sayesinde ilgiyi artırmak amacıyla, birbirinden farklı, çoğulcu tasarım yaklaşımları benimsenmiştir. Modern ve Modern sonrası dönem mimarlıklarının

başlıca eğilimlerini bünyelerinde barındıran bu farklı yaklaşımları örnekleyebilmek için sözkonusu bölgedeki çeşitli örneklere bakmak yerinde olacaktır. Modern sonrası dönemde karşımıza çıkan başlıca tutumlardan bir tanesi, Modern mimariye ait rasyonel geometrik elemanları manierize ederek, yani keyfî bir başkalaştırma ile kullanma eğilimidir. Sözkonusu bölgede bu eğilimi benimseyen tasarım yaklaşımlarına

sıklıkla rastlanmaktadır.

Resim 33 ve 34, iki farklı mobilya mağazasına ait rasyonel geometrik plan ve cephe biçimlerinde, renk ve malzeme ile yapılan düzenlemelerin farklı etkilerini vurgulamaktadır.

Deri tekstil ürünlerinin satıldığı bir



Resim 38

markaya ait mağazada (Resim 35-36), kullanılan bildik rasyonel formlar, cephedeki kütle oyunları ve renk farklılıklarıyla hareket kazanmaktadır. Resim 38'deki binada ise geometrik formlar farklı malzeme ve renklerde kullanılarak biraraya getirilmiş, sonuçta simetrik ancak son derece hareketli bir cephe düzeni elde edilmiştir.

Modern Sonrası dönem mimarlığının önemli eğilimlerinden bir tanesi de, bilindiği üzere, geçmiş dönemlere ait çeşitli mimarî elemanların stilize edilerek veya malzeme-renk farklılığından doğan oranlamalarla yeni yapılar cephe ölçeğinde adapte edilmesi olarak karşımıza çıkar. Sözkonusu elemanlar herhangi bir toplumun kendi geçmişine ait olabileceği gibi, uluslararası tarihçi bir yaklaşımın izlerini de taşıyabilir.

Bursa-İstanbul karayolu üzerinde, aydınlatma elemanlarının satıldığı bir mağazanın cephesinde (Resim 39), Selçuklu mimarisine ait çeşitli öğelerin stilize edilerek kullanıldığı görülmektedir. Yine aynı bölgedeki bir mobilya mağazasında



Resim 37

Resim: 37
Bir giyim markasının, canlı renklerin ve geometrik biçimlerin birlikte yorumlanması ile biçimlenen mağazası.



Resim 39

(Resim 40), geleneksel sivil mimarimize ait çıkma elemanı yeniden yorumlanarak cepheye adapte edilmiş, saçak seviyesine ise, yine geleneksel mimarimizdeki saçaklıkları çağrıştıracak biçimde bir söve yerleştirilmiştir. Bu nedenle her iki binada da yerel boyuttaki tarihçi eğilimden söz etmek mümkündür.

Bir başka mobilya mağazasında ise (Resim



Resim 40

41-42), bu kez evrensel anlamda tarihçi bir yaklaşımla, Yunan mimarisine ait kolon ve alınlık, Gotik mimariye ait gülbezek gibi detaylar adeta bir kolaj şeklinde cepheye adapte edilmiş, beyaz renkteki bu elemanlar, cephenin genelinde kullanılan çarpıcı renkle teşkil ettikleri tezat sayesinde daha da vurgulanmıştır.



Resim 41



Resim 42

43'de bir porselen markasına ait satış biriminin, malzeme farklılıkları ve düşey hatlarla vurgulanan simetrik cephesi görülmektedir.



Resim 43

Bölgedeki bir başka birimde ise, estetik etki tamamen taşıyıcı sistemin akslarına terk edilmiş, böylece herhangi bir mesaj içermeyen, sıradan bir cephe düzeni kurulmuştur (Resim 44).








Resim 44

Bölgede ayrıca, modern elemanların başkalaştırılması ya da tarihe gönderme yapma gibi Modern Sonrası eğilimleri yansıtmayan binaların varlığından söz etmek de mümkündür. Örneğin Resim

Sonuç

Alışveriş olgusu, artan nüfus ve ihtiyaçlar ile değişen toplum yapısı karşısında boyut ve çehre değiştirirken bu değişim alışveriş mekanlarına da yansıdığından, dünyanın her yerinde, gerek şehir içinde gerekse dışında bu fonksiyona hizmet eden çözümlerin üretilmesi kaçınılmazdır. Kent merkezleri genellikle yoğun ve sıkışık bölgeler olduklarından yeni alışveriş mekanları da doğal olarak şehir dışına kaymaktadır. Bu yönde yapılan uygulamaları dünyanın birçok yerinde olduğu gibi, ülkemizde de görmek mümkündür. Ancak, özellikle taşıt ulaşım aksları veya düğüm noktalarını yerleşme yeri olarak seçen perakende ticaret birimlerinin bu yörelerde var olan ulaşım

		ŞEHİR İÇİ	ŞEHİR DIŞI				
ALIŞVERİŞ MERKEZİ	TEK BİNA						
	KOMPLEKS						
MAĞAZA							
		ÖNCEDEN BELİRLENMİŞ FORMLAR (MARKA ZİNCİRLERİ)	MODERN RASYONALİST GELENEĞİ SÜRDÜRME	MODERN RASYONALİST GELENEĞİ YENİDEN YORUMLAMA	YEREL SEÇMECİLİK	EVRENSEL SEÇMECİLİK	

Resim: 45

ve altyapı sistemlerini zorlayan ve dolayısıyla çevre kirlenmesine yol açan bir sorunun yaratıcısı olduklarını da kabul etmek gerekmektedir (Ergun 1995, 57).

15. yüzyıldan başlayarak son derece önemli bir ticaret kenti olarak karşımıza çıkan Bursa'da da durum aynıdır. Kent merkezinde yer alan Hanlar Bölgesi, hala kentin tek merkezi olduğundan yoğun olarak kullanılmakta ve bu nedenle bölgede yapılacak uygulamalar da büyük önem taşımaktadır. Yapımı son yıllarda tamamlanan Zafer Plaza başarılı bir şehir içi alışveriş merkezi olmakla birlikte Bursa kent merkezi daha fazla bir yoğunluğu kaldıracak altyapıya sahip değildir. Bu nedenle bölgede daha fazla yeni alışveriş merkezinin inşa edilmesi, kanımızca kent için doğru bir yaklaşım değildir. Bursa merkez ticaret bölgesinin mevcut durumu için en sağlıklı çözüm, bölgede mevcut bulunan tarihî doku içinde

bakımsız durumda bulunan binaların hızlı yenileme-restorasyon çalışmalarıyla değerlendirilerek kullanıma kazandırılması olacaktır.

Şehir dışında ya da yeni yerleşim merkezlerinde yapılacak yeni ticarî yapılar söz konusu olduğunda ise durum biraz daha farklıdır. Bursa'nın geleneksel ticaret bölgesi ile kazandığı ve tarih boyunca koruduğu ün, kanımızca şehirde yeni inşa edilecek tüm ticarî binalara da şehrin kimliği açısından sembolik sayılabilecek birer fonksiyon yüklemektedir.

Bu nedenle şehir kimliğine ait önemli ipuçlarını barındıran giriş arterleri üzerinde karşımıza çıkan binalar da, gerek estetik gerek de fonksiyonel bakımdan böyle bir sorumluluğu taşıyacak nitelikte olmalıdır.

Bursa'yı diğer illere bağlayan karayolları üzerinde biçimlenen ve yukarıda ele alınan ticarî yapı örneklerinin incelen-

mesinden anlaşılacağı üzere, bölgedeki ticarî yapıların cephe düzenlemelerinde Modern Mimari yorumlarından, Modern Sonrası döneme özgü yerel ve evrensel tarihçi eğilimlere ve kavramsal mecazlara kadar uzanan bir çeşitlilik, giderek karışıklık söz konusudur. Bu nedenle, bölgedeki yapılarda mimarî bir dil birliği veya görsel bütünlükten söz etmek de mümkün değildir. Böyle bir üslûp çoğulluğu tasarım özgürlüğü açısından doğal karşılanmalı, ancak bu özgürlüğün sınırlarının iyi belirlenmesi gerektiği ve özgürlükle görsel kaos arasında ince bir çizgi bulunduğu da unutulmamalıdır.

1970'li yıllarda ülkemizin ilk organize sanayi bölgesinin Bursa'da kurulması, şehrin tarihî ya da turistik özellikleriyle değil, daha ziyade bir sanayi şehri olarak ön plana çıkmasına neden olmuş, şehir girişinde son yıllarda yapılan uygulamalar ise sanayinin organize olma niteliğini de giderek ortadan kaldırmıştır. Bu durum ise, şehrin imajını daha girişte tehdit eden bir diğer önemli noktadır. Şehir ana giriş arterleri üzerindeki sanayi ve ticaret yapılarında daha düzenli ve keyfiyetten uzak bir tutumun eksikliği kendini açıkça göstermektedir.

Yer yer görülen olumsuzluklara rağmen tarihî bir kent olma niteliğini muhafaza eden Bursa'nın sahip olduğu nitelikleri ve bu imajını koruyabilmesi için kanımızca, daha bilinçli bir sistem içinde, daha çağdaş ve özenli bir tasarım anlayışıyla biçimlendirilmiş binalara ihtiyaç duyulmaktadır ●

KAYNAKÇA

- Abalı, Ayşe Zekiye. 1990. Küçük Ölçekli Perakende Alışverişin Kent Merkezine Katkısı, *Yapı Dergisi*. Sayı 109. Yapı Endüstri Merkezi Yayınları. İstanbul.
- Aydın, Oya. 1997. Bursa Kent Merkezinde Alışveriş Olgusunun Değişimi ve Kentsel Tasarım Bakış Açısından Değerlendirilmesi. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Batkan, Önder. 1996. Bursa Kentsel Gelişim ve Planlama Süreci, *Bir Masaldı Bursa* (Yay. Haz. Engin Yenal), 247-259. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul.
- Beddington, Nadine. 1991. *Shopping Centres*. Butterworth Architecture. Oxford.
- Cerasi, Maurice M. 1999. *Osmanlı Kenti*. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul.
- Ceylan, Oğuz. 1989. Geleneksel Türk Osmanlı Çarşı Yapılarının Oluşumu Gelişimi ve Yakın Doğu Kültürleri ile Etkileşimi. Basılmamış Doktora Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Cezar, Mustafa. 1985. *Tipik Yapılarıyla Osmanlı Şehirciliğinde Çarşı ve Klâsik Dönem Osmanlı İmar Sistemi*. Mimar Sinan Üniversitesi Yayını. Milli Eğitim Basımevi. İstanbul.
- Dökmeci, Vedia. 1995. Tüketicinin Değişmesi ve Mega Çarşılar, *Yapı Dergisi*. Sayı 158. Yapı Endüstri Merkezi Yayınları. İstanbul.
- Dülgeroğlu Yüksel, Yurdanur. 1995. Dükkandan Merkeze Alışveriş Mekanları, *Yapı Dergisi*. Sayı 158. Yapı Endüstri Merkezi Yayınları. İstanbul.
- Ergun, Nilgün. 1995. İstanbul Metropoliten Alanında İşlevsel İlişkiler ve Yeni Alışveriş Merkezleri, *Yapı Dergisi*. Sayı 158. Yapı Endüstri Merkezi Yayınları. İstanbul.
- Gruen, V. Smith, L. 1960. *Shopping Towns USA*. Reinhold Progressive Architecture Library. New York.
- Hamlyn, P. ed. 1963. *World Architecture An Illustrated History*. Londra.
- Özdeş, Gündüz. 1998. *Türk Çarşıları*. Tepe Yayınları. Ankara.
- Özeke, Ebru. 1997. Bursa Reyhan Kentsel Sit Alanı'nda Koruma Kararları Doğrultusunda Yapılan Uygulamaların Değerlendirilmesi. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Özer, Bülent. 1985. Post-modernizm'e Sınıflandırıcı bir Bakış, *Yapı Dergisi*. Sayı 63, Yapı Endüstri Merkezi Yayınları. İstanbul.
- Sayılı, Tuğba. 1992. Alışveriş Merkezlerinin Gelişimi, Sınıflandırması ve Tasarımını Etkileyen Faktörler. Basılmamış Yüksek Lisans Tezi. Mimar Sinan Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü. İstanbul.
- Yenal, Engin. 1996. Osmanlı Başkenti Osmanlı Kenti Bursa, *Bir Masaldı Bursa* (Yay. Haz. Engin Yenal), 19-47. Yapı Kredi Yayınları. İstanbul.

RESİM KAYNAKLARI

- Resim 1a, 1b: P. HAMLYN. 1963.
Resim 2, 9: M. CEZAR. 1985.
Resim 3: www.greatbuildings.com
Resim 17: G. ÖZDEŞ. 1998.
Fotoğraflar: E. Ö. TÖKMECİ