



MİMARLIK BİLİMLERİ VE UYGULAMALARI DERGİSİ

MBUD

e-ISSN: 2548-0170

2017, 2(1)



JOURNAL OF ARCHITECTURAL SCIENCES AND APPLICATIONS

JASA

e-ISSN: 2548-0170

2017, Volume 2 - Issue 1





MİMARLIK BİLİMLERİ VE UYGULAMALARI DERGİSİ

SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ MİMARLIK FAKÜLTESİ E-DERGİSİ



DERGİ SAHİBİ

Atıla GÜL, Prof. Dr.
Süleyman Demirel Üniversitesi Adına

DERGİ EDITÖRÜ

Atıla GÜL, Prof. Dr.

BÖLÜM EDITÖRLERİ

Erkan POLAT, Doç. Dr.

Seda ŞİMŞEK TOLACI, Yrd. Doç. Dr.

Ömer Kamil ÖRÜCÜ, Yrd. Doç. Dr.

TEKNİK EDITÖRLER

Pervin ŞENOL, Yrd. Doç. Dr.
Engin KEPENEK, Yrd. Doç. Dr.

İlker ERKAN, Yrd. Doç. Dr.
Ali Berkay AVCI, Arş. Gör.

Şehriban ERASLAN, Yrd. Doç. Dr.
Mert ÇAKIR, Arş. Gör.

DİZGİ EDITÖRÜ

Mert ÇAKIR, Arş. Gör.

KAPAK TASARIMI

Ali Berkay AVCI, Arş. Gör.

İLETİŞİM BİLGİLERİ

Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Fakültesi
Batı Yerleşkesi 32260 ISPARTA
Tel: 0246 211 8222 Fax: 0246 211 8231
e-posta: mbud@sdu.edu.tr

Mimarlık Bilimleri ve Uygulamaları Dergisi bir Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Fakültesi yayınıdır.

Çalışmaların tüm sorumluluğu yazara/yazarlarına aittir.



JOURNAL OF ARCHITECTURAL SCIENCES AND APPLICATION
E-JOURNAL OF SÜLEYMAN DEMİREL UNIVERSITY FACULTY OF ARCHITECTURE



OWNER

Atıla GÜL, Prof. Dr.
On behalf of Süleyman Demirel University

EDITOR

Atıla GÜL, Prof. Dr.

SECTION EDITORS

Erkan POLAT, Assoc. Prof. Dr.

Seda ŞİMŞEK TOLACI, Assist. Prof. Dr.

Ömer Kamil ÖRÜCÜ, Assist. Prof. Dr.

TECHNICAL EDITORS

Pervin ŞENOL, Assist. Prof. Dr.

Engin KEPENEK, Assist. Prof. Dr.

İlker ERKAN, Assist. Prof. Dr.

Ali Berkay AVCI, Res. Assist.

Şehriban ERASLAN, Assist. Prof. Dr.

Mert ÇAKIR, Res. Assist.

COMPOSITION EDITOR

Mert ÇAKIR, Res. Assist.

COVER DESIGN

Ali Berkay AVCI, Res. Assist.

CONTACT INFORMATION

Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Fakültesi

Batı Yerleşkesi 32260 ISPARTA

Phone: +90 246 211 8222 Fax: +90 246 211 8231

e-mail: mbud@sdu.edu.tr

Journal of Architectural Sciences and Applications is a publication of Süleyman Demirel University
Faculty of Architecture.

All the responsibilities belong to the authors of the articles.



HAKEM LİSTESİ / REVIEWER LIST

(Bu sayı için) / (For this issue)

Kıvanç ERTUGAY

Yrd. Doç. Dr. – Selçuk Üniversitesi
Assist. Prof. Dr. – Selçuk University

Ebru Vesile ÖCALIR AKÜNAL

Doç. Dr. – Gazi Üniversitesi
Assoc. Prof. Dr. – Gazi University

Hasan YILMAZ

Prof. Dr. – Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. – Atatürk University

Abdullah KELKİT

Prof. Dr. – Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. – Çanakkale Onsekiz Mart University

Çiğdem VAROL

Yrd. Doç. Dr. – Gazi Üniversitesi
Assist. Prof. Dr. – Gazi University

Alım Selin MUTDOĞAN

Doç. Dr. – Hacettepe Üniversitesi
Assoc. Prof. Dr. – Hacettepe University

Şebnem ERTAŞ

Yrd. Doç. Dr. – Karadeniz Teknik Üniversitesi
Assist. Prof. Dr. – Karadeniz Teknik University

Berna GÜÇ

Yrd. Doç. Dr. – Süleyman Demirel Üniversitesi
Assist. Prof. Dr. – Süleyman Demirel University

M. Elif ÇELEBİ KARAKÖK

Yrd. Doç. Dr. – Akdeniz Üniversitesi
Assist. Prof. Dr. – Akdeniz University

Ali TÜRK

Prof. Dr. – Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. – Süleyman Demirel University



İÇİNDEKİLER / CONTENTS

Sayfa / Pages

• Araştırma Makalesi

- Alışveriş Merkezlerinin (AVM) Mekânsal Kullanımlarının ve Kullanıcı Eğilim ve Beklentilerin İrdelenmesi; Isparta Kenti Örneği
(*Seasonal Use of Shopping Centers (AVM) in Urban Spaces and User Trends and Expectations; Isparta City Example*).....1-16
Fatih UZUN, İ. Emre GÜL, Atila GÜL, İsmail UZUN, Ömer Faruk UZUN
- Isparta Demirci Efe Konağının Mimari Açıdan Analizi ve Yeniden İşlevlendirilmesi
(*Isparta Demirci Efe Mansion Architectural Perspective of Analysis and Re-Functionalisation*).....17-32
Birsen HAŞTEMOĞLU, Ş. Gülin BEYHAN
- Coğrafi Tabanlı Sosyal Medya Kullanımı: Ankara’da En Çok Yer Bildirimi Yapılan Kahve Mekânları
(*Use of Geo-Social Media Networks: Top Coffee Shops in Ankara Example*).....33-54
Hüsna İpek BÜYÜKDEMİRCİ, Özge ERCOŞKUN
- Meydanlardaki İsim Değişikliklerinin Kent Belleğine Etkisi: Ankara Örneği
(*The Impact of Name Changes on the Urban Memory: A Case Study on Ankara*).....55-68
Selin TURAN, Özge YALÇINER ERCOŞKUN
- 1960’larda Sürdürülebilirlik ve Kentleşme; Isparta İstasyon Caddesi Örneği
(*Sustainability and Urbanization in the years of 1960s*).....69-76
Hasan HAŞTEMOĞLU, Levin ÖZGEN



Alışveriş Merkezlerinin (AVM) Mekânsal Kullanımlarının ve Kullanıcı Eğilim ve Beklentilerin İrdelenmesi; Isparta Kenti Örneği

Fatih UZUN^{1*}, İ. Emre GÜL², Atila GÜL³, İsmail UZUN¹, Ömer Faruk UZUN⁴

¹Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Mimarlık Bölümü, Isparta, Türkiye.

²Süleyman Demirel Üniversitesi Mühendislik Fakültesi İnşaat Mühendisliği Bölümü, Isparta, Türkiye.

³Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Fakültesi Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Isparta, Türkiye.

⁴Süleyman Demirel Üniversitesi FBE Peyzaj Mimarlığı ABD Doktora Programı, Isparta, Türkiye.

* e-mail: fatihuzun575@gmail.com

Öz

Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren sayıları hızla artan alışveriş merkezleri (AVM) kentsel yaşamın önemli bir parçası ve bağımlısı haline gelmişlerdir. Ancak AVM’lerin yakın bir gelecekte bir kısmı için cazibenin azalması ve beraberinde atıl hale gelmesi de söz konusudur. Türkiye’deki ekonomik ve sosyal ortam tam olarak değerlendirilmeden, dünyadaki popüler alışveriş merkezleri örneklerine benzer tasarımlar yapılması nedeniyle, Türkiye’deki kullanıcı beklentilerine cevap verememesi sonucunu ortaya çıkarabilecektir. Bu çalışmanın amacı Isparta kentinde mevcut olan ve faaliyet gösteren İYAS PARK ve CENTRUM Garden AVM’lerin kullanıcı eğilim ve beklentilerinin belirlenmesi ve irdelenmesidir. Çalışmada yüz yüze anket çalışması yapılarak anket sonuçları SPSS programı kullanılarak yüzde değerleri ve ki kare önemlilik düzeyleri belirlenmiş ve yorumlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, Isparta’daki mevcut AVM’lerin mekânsal işlevselliği açısından yeterli olmadığı ve eksikliklerin bulunduğu ortaya çıkmıştır. Bu eksiklik ve yetersizliklerin başında; AVM’lerin kapalı, suni ve tekdüze mekân konseptinde olması ve dış mekân ile kombine edilmemesi, mevcut otopark kapasitesi, kültürel etkinlik alanları, yetişkinlere yönelik etkinlik mekânları, mağaza ve dükkân sayısı ve çeşitliliği gibi sıralanmıştır. Sonuçta, AVM’lerin sadece alışveriş yapma ve gezmeye mekânları olarak değil, aynı zamanda kent kültürü ve kentsel mekânlar uyumlu olacak şekilde her kesimin rekreasyonel ihtiyaçlarının karşılanacağı bir mekân olarak kurgulanması gerektiği önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Alışveriş Merkezleri, Isparta, mekân tasarımı, İYAS PARK AVM, CENTRUM Garden AVM

Investigation of Spatial Uses of Shopping Centers and User Trends and Demands; Isparta City Example

Abstract

Shopping Centers (SC), which have been increasing rapidly since 1990 in Turkey, have become an important part and addict of urban life. However, it may be possible for the shopping malls to become less attractive and idle for some of these centers in the near future. Without fully evaluating the economic and social environment in Turkey, similar designs to popular shopping malls in the world will not be able to respond to user expectations in Turkey. The purpose of this study is to determine and examine trends and expectations in spatial usage of İYAS and CENTRUM Garden Shopping Centers that are present and active in Isparta. In the study, a questionnaire survey was conducted and the results of the questionnaires were determined and interpreted using the SPSS program.

As a result of the study, it became clear that existing shopping malls in Isparta were not sufficient in terms of spatial functionalities and there were deficiencies. At the beginning of these deficiencies; Shopping malls are in

Geliş Tarihi: 12/09/2017 – Kabul Tarihi: 12/09/2017

*Bu çalışma; 10-12 Şubat 2016 tarihinde Erzurum’da gerçekleştirilen “Uluslararası Kış Şehirleri Sempozyumunda (International Winter Cities Symposium)” sözlü Poster olarak sunulmuş olup özet veya tam metin bildiri olarak basılmamıştır. Bu çalışma ilk kez tam metin olarak yayınlanmıştır.

the concept of closed, artificial and uniform spaces and are not combined with outdoor spaces, inadequate parking lots, insufficient cultural activity areas, inadequate space for adults, lack of shops and shops and diversity. As a result, it is suggested that shopping malls should be constructed not only as shopping and traveling places but also as a place to meet the recreational needs of every segment in order to be compatible with urban culture and urban space.

Key words: Shopping Centers, spatial design, Isparta, IYAS PARK, CENTRUM Garden

1. Giriş

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda mekânsal ve demografik büyüme gösteren kentsel alanlarda yaşanan çok yönlü ve hızlı değişimler/gelişimler yaşam koşullarını sınırlandırmış ve zorlaştırmıştır. Bu bağlamda; kentsel alanlardaki sosyal, kültürel ve ekonomik boyutta yaşanan çok yönlü etkileşim ve gelişmeler ile mekânlar arası ulaşılabilirlik ve hareketliliğin artması, yeni talepleri ve ihtiyaçları da beraberinde getirmiş, farklı ve yeni sosyal mekânların ortaya çıkmasına neden olmuştur.

AVM olgusunun ilk habercileri, 1900'lerde ABD ve Avrupa'da görülmeye başlanan ve geleneksel alışveriş olgusunu değiştiren süpermarketlerdir (department store) (Zukin, 1998). Ancak günümüzde bildiğimiz AVM'lerin ortaya çıkışı 1950'leri bulmuştur (Zukin,1998). AVM'lerin gelişimini, önce banliyölerdeki konut alanlarının ihtiyaçlarına yönelik olarak, sonrasında ise kentlerdeki tüketim toplumunun ve tüketim mekânlarının gelişimine ve dönüşümüne paralel olarak değişim gösterdiğini aktarmaktadır. 20. yüzyılın ortalarında banliyölerdeki konut alanlarının çekiciliğini arttıran bir unsur olarak kullanılan AVM'ler, giderek başlı başına kazanç getiren yatırımlar haline gelmiştir. Böylece kent içinde de alışveriş merkezleri kurulmaya başlanmıştır (Zukin, 1998). Çağdaş alışveriş merkezinin öncüleri, 19. yüzyıl sonlarında ortaya çıkan pasajlar ve büyük mağazalardır (White ve Sutton, 2001). Pasajlar, alışveriş yapılarının kentten yalıtılmasının ilk sinyallerini vermiş ve bu yapılarda vitrin bakma ve alışveriş yapma bir boş zaman etkinliğine dönüşmüştür (Backes, 1997). Pasajlar ve büyük mağazalar ile başlayan "kentsel mekân-alışveriş mekânı bütünlüğündeki kopma (Biol, 2003), günümüzün kapalı kutu içerisindeki alışveriş merkezlerinde doruk noktasına ulaştırmıştır.

İlk alışveriş merkezinin tasarımcısı olan Victor Gruen (1960)'de bu sorundan yola çıkarak, kentlerde insanların, trafik, sıkıcı çalışma ortamları, soyutlanmış konut alanları gibi ortamlardan uzaklaşarak kentlerde sağlıklı bir toplumsal yaşam kurulabilmesi için yeni bir sosyal mekân anlayışının oluşturulması gerektiğini savunmuştur. Bu sosyal mekânlar, trafik sorunundan ve gündelik hayatın sıkıcılığından bunalan insanlar için bir kaçış noktası ve ticari bir toplanma merkezi olabileceğini ve dolayısıyla, 20. yüzyılın başlarında, kentlerde yaşamın ve mekânsal kurgunun farklı aktivite alanlarına bölünmesiyle, anlamı boşalan kent merkezi fikrini alışveriş merkezlerinde yaratılacak olan kent mekânı doldurabileceği ve hatta bu mekânların, geçmişte antik Yunan Agorası, Ortaçağ pazar alanı ya da kent meydanlarının tarihte yaptıkları görevi günümüzde de üstlenebileceği düşünülmüştür (Gruen, 1960).

Bu düşüncelerine ek olarak, alışveriş merkezlerinin yalnızca ticari aktiviteye ev sahipliği yapmanın ötesinde kullanıcılara kapalı ve korunaklı bir yaya ortamı sunarak, ticari aktivitenin yanı sıra sosyal ve kültürel faaliyetleri de barındırmaları gerektiğini savunmuştur (Vural Aslan, 2009). Amerikan kentleri gibi geniş bir alana yayılan, trafik ve ulaşımın büyük bir sorun haline geldiği kentlerde bu gereklilik daha büyük oranda hissedilmiştir (Kowinski, 1985). Gruen'in bu düşüncelerle ilk tasarlamış olan alışveriş merkezi Northland Alışveriş Merkezidir. Bu merkez, tek katlı olarak inşa edilmiş çeşitli bina kitlelerinin birbirlerine açık alanlar ile bağlanmasından oluşmuş bir komplekstir (Gruen, 1973). Gruen'in tasarladığı ikinci alışveriş merkezi ise Southdale'dir (Şekil 1.1 ve 1.2). Bu merkezi tasarlarken hedefi ise hem satıcılar, hem de tüketiciler için karlı olan ve toplumsal paylaşım hissi geliştiren birçok mağazanın bir arada olduğu tamamen kapalı bir merkez inşa edilmesidir (Kowinski, 1985). Gruen'in tasarladığı ilk alışveriş merkezleri olan Amerika'daki Northland ve Southdale'den sonra, Avrupa ve dünyanın birçok yerinde çok sayıda alışveriş merkezi tasarlanmıştır. Bu merkezlerin taşıdıkları ekonomik misyon yanında, yeni bir kentsel yaşam önerisi getirmeleri ile ilgili olan sosyal misyon, hem ekonomistlerin, hem sosyal bilimcilerin, hem de tasarımcıların oldukça ilgisini çekmiştir. (Vural Aslan, 2009).



Şekil 1.1 ve 1.2. Southdale AVM

1970 ve 1980’lerde AVM’ler, tüketim eğilimin yükselmesine koşut olarak, müşterilerin alışverişte daha fazla zaman geçirmesi için yeni stratejiler oluşturulmuştur. 1980’den sonra belli bir dereceye kadar, banliyö AVM’lerinden kentsel, ofis, alışveriş ve eğlenceyi de içeren karma kullanımlı komplekslere doğru coğrafi ve kültürel bir değişim yaşanmıştır (Zukin 1998). Böylece küresel kentin tüketimci doğasının, kültür ve sanatı da içeren yeni bir tür alışveriş temeli kazanmıştır. 1980’lerin ortalarından itibaren (özellikle 1990 yıllarının başı) Türkiye uygulanan liberal ekonomi politikalarının yansımaları olarak dışa bağımlı gelişme stratejisi ile yeni bir ekonomik yapılanma süreci söz konusu olmuştur. Bu yapılanma ile çok ortaklı ve çok uluslu yeni yapılanmalar ve yabancı sermayeli yatırımlar ortaya çıkmıştır.

Bu yeni ekonomik yapılanma ve yatırımlar, Türkiye’de kişi başına düşen milli gelirin artması, kredi kartı kullanımının artması, kişi başına düşen araç sahibi olma oranının artması, kadınların ekonomik hayatın içinde aktif rol almaları, kentsel yaşam kültürünün ve taleplerinin değişmesi gibi makro ve mikro ölçekte ekonomik değişimleri de beraberinde getirmiş ve Türkiye’yi tüketen bir toplum konumuna taşımıştır.

Tüketim ve markalaşma eğilimi, tüketim mekânlarının da değişmesine ve yeni yaklaşımları da beraberinde getirmiştir (Odabaşı, 1999; Tokatlı ve Boyacı, 1999; Vural, 2003; Erkip, 2005).

1988 yılında Türkiye’deki ilk alışveriş merkezi olan Galleria, devlet tarafından yap-işlet devret modeli ile kurulmuştur. 1990 yıllarından itibaren tüketim odaklı bir yaşantının ilk uygulaması olarak ifade edilmektedir. Galleria’nın açılışını daha sonraki yıllarda İstanbul’da açılan Nova Baran (1990), Atrium (1992), Capitol (1993), Carrefour (1993) ve Ankara’da açılan Atakule (1988) ile Karum (1993) izlemiştir. Galleria’nın açılışından sonra bir anda çoğalan alışveriş merkezlerine bir yenisini olan Akmerkez (1993) eklenmiştir (Vural Aslan, 2009). 2009 yılında sayısı 208’e ulaşmış olan AVM’lerin çoğunluğu İstanbul’da olmak üzere günümüzde yaklaşık 400’den sayıda bulunduğu görülmektedir.

Alışveriş merkezleri, kent kültürü ile tüketicinin buluştuğu bir mekândır. Tüketim toplumunun yeni kentsel mekânı olan alışveriş merkezleri sermayeyi paraya dönüştüren, tüketicilerin ihtiyaçlarına cevap veren mekân olarak kentte yaşanılanları yeni ve farklı bir yorumla sunmaktadır. Kentte kurulan bireyler arası ilişkilerin farklı bir şekilde önceden düzenlenmiş olarak kurulduğu, kenttekinden farklı olarak olumsuz koşullardan uzaklaştırılmış, güvenli bir ortam sunan alışveriş merkezleri kent merkezini çeşitli yönleriyle taklit ederek, yeni bir kentsel mekân oluşturmuştur. Alışveriş merkezleri adeta küçük bir kenti andıran sosyal yaşam mekânı olarak kent mekânını kendi içerisinde yeniden kurgulamış bir görünüm sunmaktadır (Ceylan, 2010).

Alışveriş merkezlerinin yatırım, uygulama ve yönetim maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle çok yönlü ve uzun süreli ciddi bir organizasyonla gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca AVM’ler arasında ciddi bir rekabeti de beraberinde getirmektedir. Özellikle AVM’lerin mekânsal büyüklüğü, mimarisi ve çeşitliliğin ortaya koyduğu cazibe merkezi özelliği ile çok yönlü kullanımını artırmaktadır. Bununla birlikte diğer küçük ölçekli esnafın da olumsuz yönde etkilenmesine de yol açtığı

düşünülmektedir. Alışveriş merkezleri artık günümüzde alışverişin ötesinde bir olgu haline gelmiştir. Teknolojinin internet üzerinden alışverişe sınırsız olanak sağlaması, insanların ekran başından ya da telefonları ile alışveriş yapmalarının kolaylaşması, AVM'leri giderek daha çok sosyal ve eğlence ihtiyaçlarının karşılanıp bu şekilde vakit geçirilebilen rekreasyonel açık ve kapalı mekânların bir arada bulunduğu konsept haline dönüşmesi noktasına getirmektedir. Örneğin İzmir'de 2015 yılında açılan Mavi Bahçe AVM örnek olarak verilebilir (Şekil 1.3).



Şekil 1.3. İzmir Mavi Bahçe AVM konsepti

Isparta kentinin, ülkesel ölçekteki yaşanan ekonomik gelişmelerden de etkilenmesi söz konusu olmasına rağmen bu gelişme çok yavaş gerçekleşmiştir. Isparta kenti, özellikle Süleyman Demirel Üniversitesi'nin (SDÜ) 1992 yılında kurulması ile birlikte söz konusu değişim ve gelişimini daha net olarak kendinde göstermiştir. Üniversitenin yalnızca eğitim öğretim alanında değil, aynı zamanda bünyesinde görev yapan idari ve akademik personelin istihdamı, mevcut öğrenci potansiyeli ve bu kitleye hizmet sunan çok çeşitli işletmeler ile sosyo-ekonomik-kültürel alanda çok yönlü fayda sağlaması söz konusudur (Gültekin vd., 2008). Bunun en önemli göstergesi ise 1998 yılından bu güne özellikle büyük marketlerin faaliyete geçmesi ve sayısının artmasıdır.

Isparta kentinde, AVM konseptinde mekânlar, 2010 yılında İYASPARK AVM ve 2015 yılında ise CENTRUM Garden AVM'nin açılışı ile ortaya çıkmıştır.

Bu çalışmanın amacı; kentsel mekânlarda hızla yayılan AVM'lerin kullanıcılarının, mevsimsel olarak tercihleri, kullanıcı eğilim ve beklentilerinin ortaya çıkartılması ve AVM'lerin mekânsal işlevsellikleri açısından Isparta kenti örneğinde irdelenip, öneriler sunulmasıdır.

Bu bağlamda; alışveriş merkezleri ile ilgili yapılacak çalışmalarda, farklı disiplinlerdeki araştırmacılara yeni bir ufuk açması ve Türkiye'deki kentsel ve toplumsal yapıda alışveriş merkezlerinin önemine ve mekânsal özelliklerinin değerlendirilmesine yönelik eleştirel bir yaklaşımın ortaya konulması söz konusu olabilecektir. Ayrıca, bu çalışmalar, tüketim toplumu ve özelliklerinin mekânsal yansımaları ile ilgilenen sosyal bilimciler ve ekonomistlere ise yeni tartışma zeminleri de oluşturabilecektir.

2. Materyal ve Yöntem

Bu çalışmada materyal olarak Isparta kentinde AVM konseptinde faaliyet gösteren IYASPARK AVM ve CENTRUM Garden AVM'dir. IYASPARK AVM iki katlı olup çok sayıda mağazalar ve dükkânlar, yiyecek ve içecek yerleri, restoran, kafe, WC, kapalı ve açık alanda otoparklar, çocuk oyun alanları, sinema salonu, terzi, kuaför, vb. gibi işlevsel mekânlar bulunmaktadır. Yakın çevresinde Isparta Otogar, IYAŞ market, Süleyman Demirel Kongre ve Sergi Merkezi, restoran, kafeterya, dükkânlar gibi birimler bulunmaktadır. IYAŞPARK AVM 2010 yılında tesis edilmiş, iki katlı ve dikdörtgen forma sahiptir. Kent merkezine çok yakın olup (yaklaşık 2 km) Isparta Valilik Binasından yaklaşık olarak 2 km mesafe uzaklıktadır (Şekil 2.1 ve 2.3.).

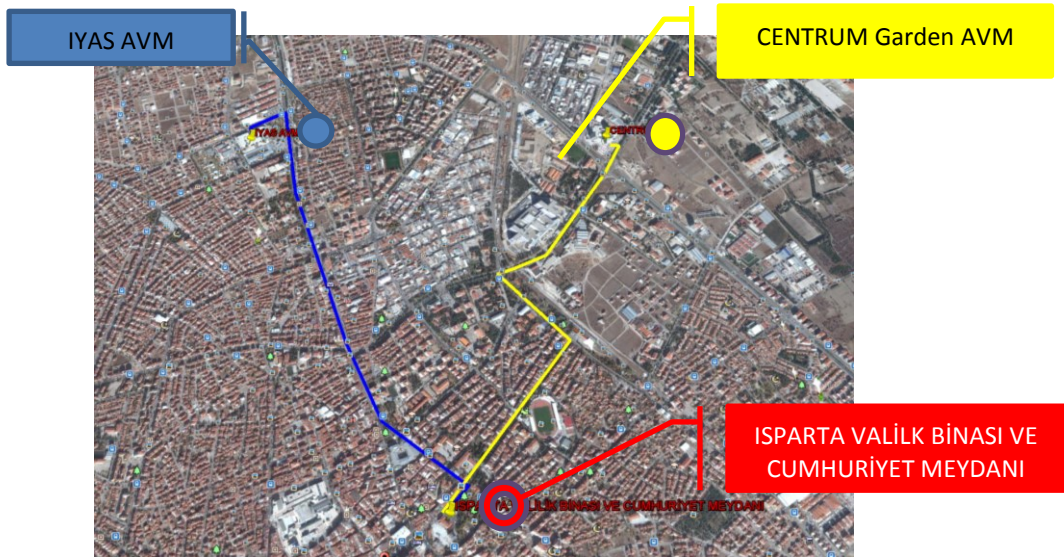


Şekil 2.1. IYAŞPARK AVM

CENTRUM Garden AVM içinde çeşitli mağaza ve dükkânlar, Migros market, sinema salonu, kafeterya ve restaurant, açık ve kapalı otopark, WC, gibi işlevsel mekânlar bulunmaktadır. 2015 yılında ise kurulan AVM iki katlı ve dikdörtgen forma sahiptir. Kent merkezine çok yakın olup Valilik binasına yaklaşık 2,5 km mesafesindedir (Şekil 2.2 ve 2.3).



Şekil 2.2. CENTRUM Garden AVM



Şekil 2.3. Isparta AVM'lerin kent merkezindeki konumu

Çalışmanın yönteminde, Isparta'da faaliyet gösteren mevcut İYAŞPARK AVM ve CENTRUM Garden AVM'lerde kullanıcıların mekânsal kullanım eğilimleri ve beklentilerini belirlemek üzere, kullanıcılara yüz yüze toplam 130 adet anket çalışması yapılmıştır. Kullanıcıların mekânsal kullanım eğilimleri ve beklentilerine yönelik yüzde değerleri belirlenmiş ve arasında Pearson Chi-Square testleri uygulanarak $p < 0.01$ açısından anlamlı ilişkisi olanlar yorumlanmıştır.

Anket sorularında tek cevaplı ve açık uçlu sorular olup cevaplama süresi yaklaşık 15 ila 20 dakika arasında sürmüştür ve anketteki cevaplanma oranı ise %95'tir.

Örnekleme hesaplanmasında; $n = N \times p \times q \times Z^2 / (N - 1) \times d^2$ formülü kullanılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Formülde Isparta kent merkezi nüfusu 241.723 olarak alınmıştır. Formüldeki ($N=241723$, $p:0,5$, $q:0,5$, $d:0,1$ ve $\alpha:0,05 \rightarrow Z\alpha: 1.96$) değerler kullanılarak $n:96$ minimum sınır değer çıkmasına rağmen 130 kullanıcıya anket çalışması uygulanmıştır. Veriler SPSS Statistics 20 programında değerlendirilmiştir. Anket sonuçlarına göre Isparta kentindeki mevcut AVM'lerin mekânsal kullanımına yönelik öneriler de ortaya konulmuştur.

3. Bulgular ve Tartışma

3.1. Ankete Katılanların Genel Profili

Ankete katılanların %61,2'si kadın %38,8'i ise erkektir, %48,1'i 17-25 ve %47,3'ü ise 26-50 yaş grubundadır, %62,8'i bekâr, %58,9'u üniversite öğrencisi ve mezunu, %49,6'sı öğrenci ve %41,9'u ise kamu çalışanıdır. Gelir durumu açısından %39,5'u 1000 TL ve altında, %36,4'ü ise 2000-4000 TL arasında bir gelir düzeyine sahiptir (Çizelge 3.1).

Çizelge 3.1. Ankete katılanların genel profili

Profil özellikleri		% Değeri
Cinsiyet	Kadın	61,2
	Erkek	38,8
Yaş Grupları	<17 yaş grubu	3,0
	17-25	47,8
	26-50	47,8
	50<	1,5
Eğitim Durumu	İlköğretim	3,0
	Lise	20,1
	Lisans	58,2
	Lisansüstü	18,7
Meslek Durumu	Öğrenci	49,3
	Memur	43,3
	Özel sektör çalışanı	6,7
	İşsiz	,7
Medeni Durumu	Evli	37,3
	Bekâr	62,7
Gelir Durumu	<1000 TL	40,3
	1000-2000 TL	11,9
	2001-4000 TL	35,8
	4001-6000 TL	8,2
	6001 TL <	3,7

3.2. Ankete Katılanların Isparta AVM'lerinde Mekânsal Kullanımına Yönelik Eğilimler ve Beklentileri

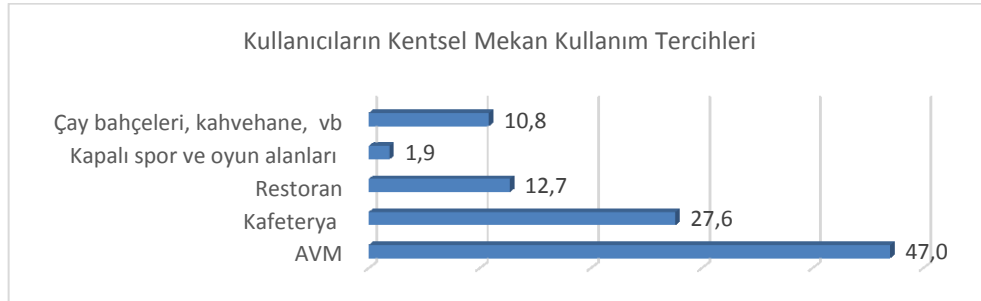
Ankete katılanların kentsel mekân olarak büyük çoğunluğu AVM (%47,0) ve kafeterya (%27,6) gibi mekânlarda zaman geçirmektedir (Şekil 3.1). AVM'yi kullananların içinde en çok %43,3'ü kış mevsimini, % 35,8'i ise tüm mevsimleri tercih etmektedirler (Şekil 3.2). AVM'leri ziyaret etme sıklıkları açısından en fazla hafta sonları (%44,8) ve 2 günde bir (%30,6) olmak üzere tercih ettikleri

görülmektedir (Şekil 3.3). AVM'leri tercih etme nedenleri özellikle çeşitli marka mağaza ve dükkanların bulunması (%25,4) olumsuz hava koşulları (özellikle sıcak, soğuk ve yağışlı zamanlar) (%23,5), aktivite çeşitliliğinin (%17,2) fazla olması gibi nedenleri ile tercih edilmektedir (Şekil 3.4). AVM'lerde kalış süresi genelde % 50'si 2-4 saat arasında vakit geçirdiklerini, %40,3 ü ise 2 saatten az sürede vakit geçirdiklerini belirtmektedir (Şekil 3.5). Ankete katılanların %55,2 sinin Isparta'daki AVM'lerde mekânsal ve işlevsel olarak yeterli olmadığını, %41'i ise yeterli olduğunu düşünmektedir (Şekil 3.6). Isparta'da mevcut AVM'lerin doğal ortamdan uzak suni mekânlar olduğunu ifade edenlerin oranı ise %73,1'dir (Şekil 3.7). Genel olarak ankete katılanların büyük bir çoğunluk (%73,1) AVM'lerde mimari konsept tipi olarak çok katlı kapalı ve açık mekânların bir arada olmasını, % 18 i ise tek katlı kapalı ve açık mekânların olması gerektiği belirtilmektedir (Şekil 3.8.).

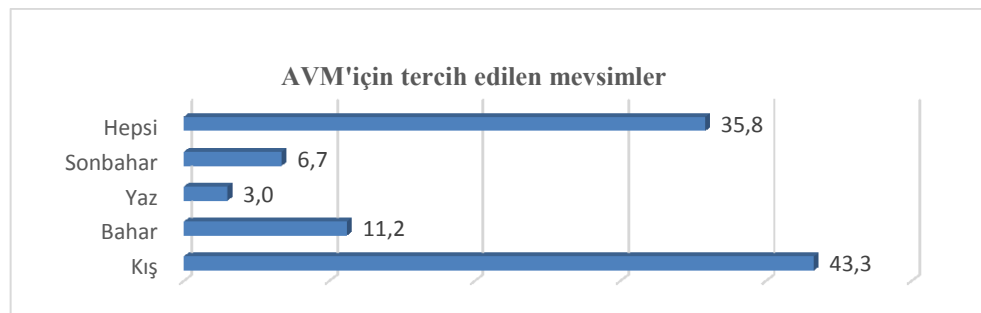
Ankete katılanların AVM'lerde öncelikli olarak çok çeşitli mağaza ve dükkanların bulunmasını (%62,7), güvenli olmasını (%47,8), kültür etkinlik alanlarının (sinema tiyatro, sergi salonları vb.) (%44,8), peyzaj mekân düzenlemelerinin olmasını (%43,3), kapalı alanda gezilebilir ve oturulabilir yerlerin olmasını, açık ve kapalı otoparkların olmasını (%42,5), kolay erişilebilir ulaşımın olmasını (%38,8), kaliteli ürünlerin mevcut olmasını (%35,1) gibi kriterlerin önemlilik arz ettiğini ifade etmektedir (Şekil 3.9).

Ankete katılanların AVM'lerde gözlemledikleri eksiklikler şu şekilde belirlenmiştir. İYAS AVM de en önemli eksikliklerin başında dış mekân düzenleme alanlarının yetersiz olması (%50,7), kültürel etkinlik alanlarının yetersiz olması (%41,8), kapalı ve açık otopark alanlarının yetersiz olması (%35,1) yetişkin oyun alanlarının yetersiz olması (%34,3), dinlenme ve oturma alanlarının yetersiz olması (%32,1), manyetik etkinin fazla olması (%23,1), estetik mekân algısının zayıf olması (%19,4) gibi ifade edilmiştir (Şekil 3.10).

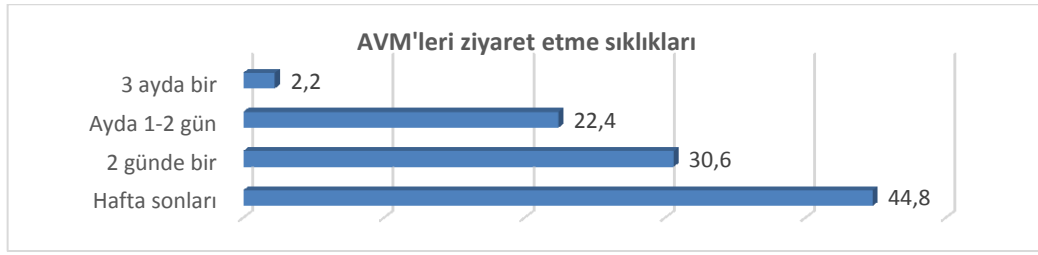
CENTRUM Garden AVM'de ise kapalı ve açık otoparkların yetersiz olması (%47,8), dış mekân düzenlemelerin yetersiz olması (%47,8), kültürel etkinlik alanlarının yetersiz olması (%43,3), yetişkin oyun alanlarının yetersiz olması (%21,6), mağaza ve dükkan sayısının az olması (%20,1), dinlenme ve oturma alanlarının yetersiz olması (%20,1), mekânsal ulaşım ve sirkülasyon erişilebilirliğinin yetersiz olması (% 20,1) gibi ifade edilmiştir (Şekil 3.11.).



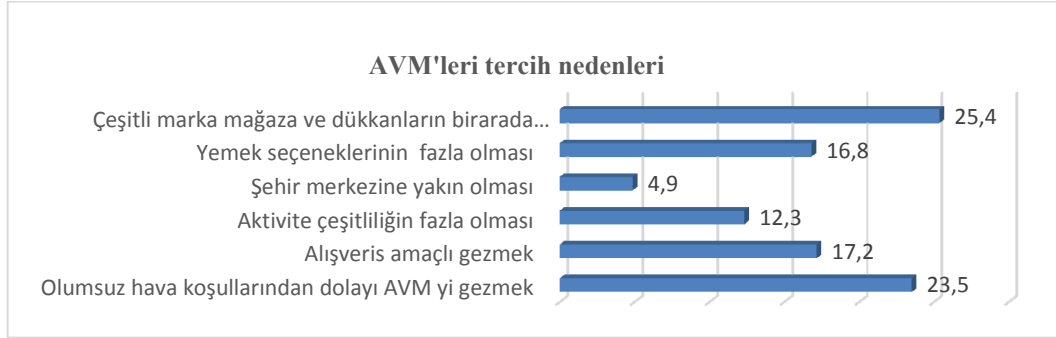
Şekil 3.1. Mekân kullanım tercihleri



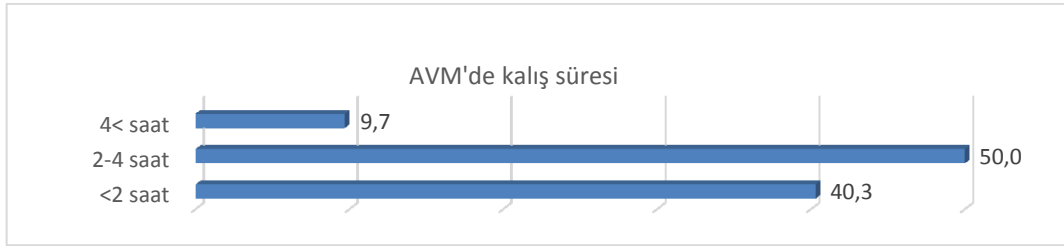
Şekil 3.2. AVM kullanımı için tercih edilen mevsimler



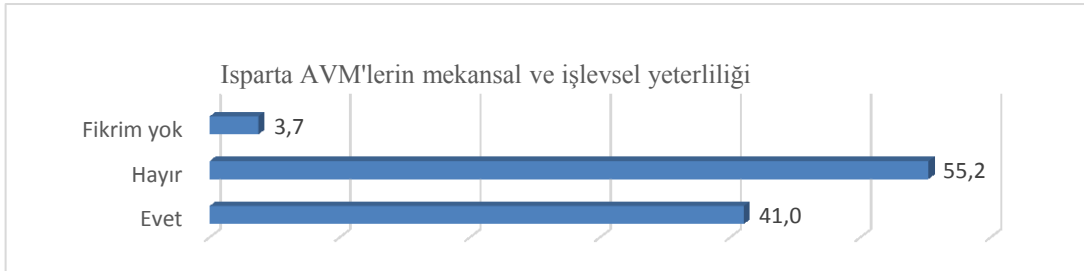
Şekil 3.3. AVM'leri ziyaret etme sıklıkları



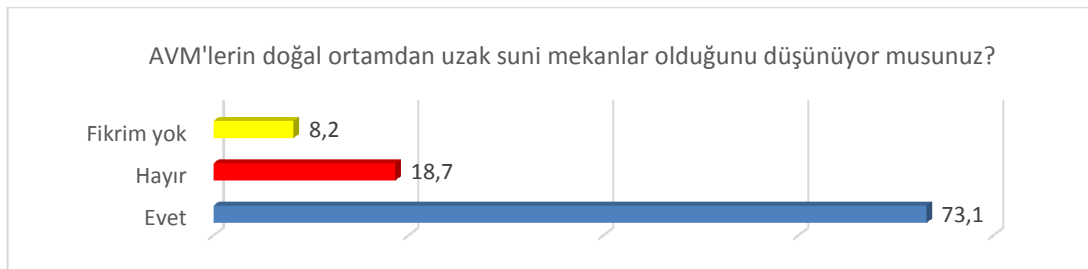
Şekil 3.4. AVM'leri tercih etme nedenleri



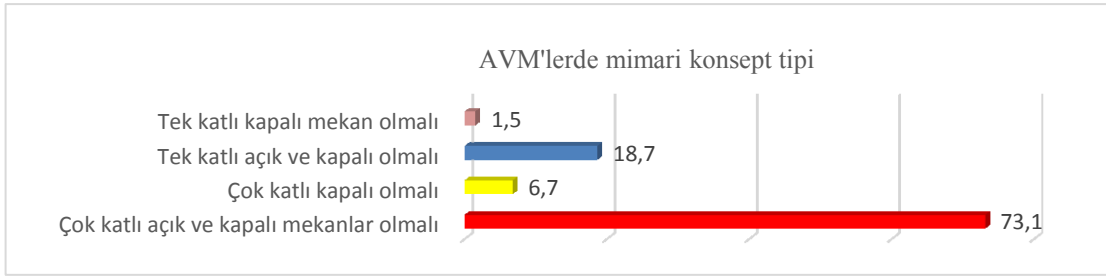
Şekil 3.5. AVM'lerde kalış süresi ortalamaları



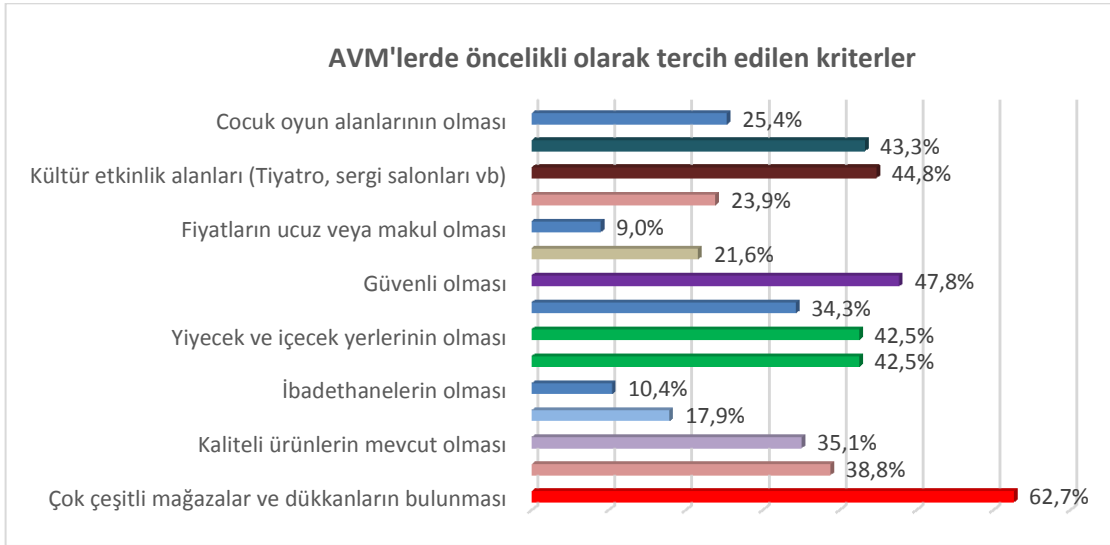
Şekil 3.6. AVM'lerin mekânsal ve işlevsel yeterliliği



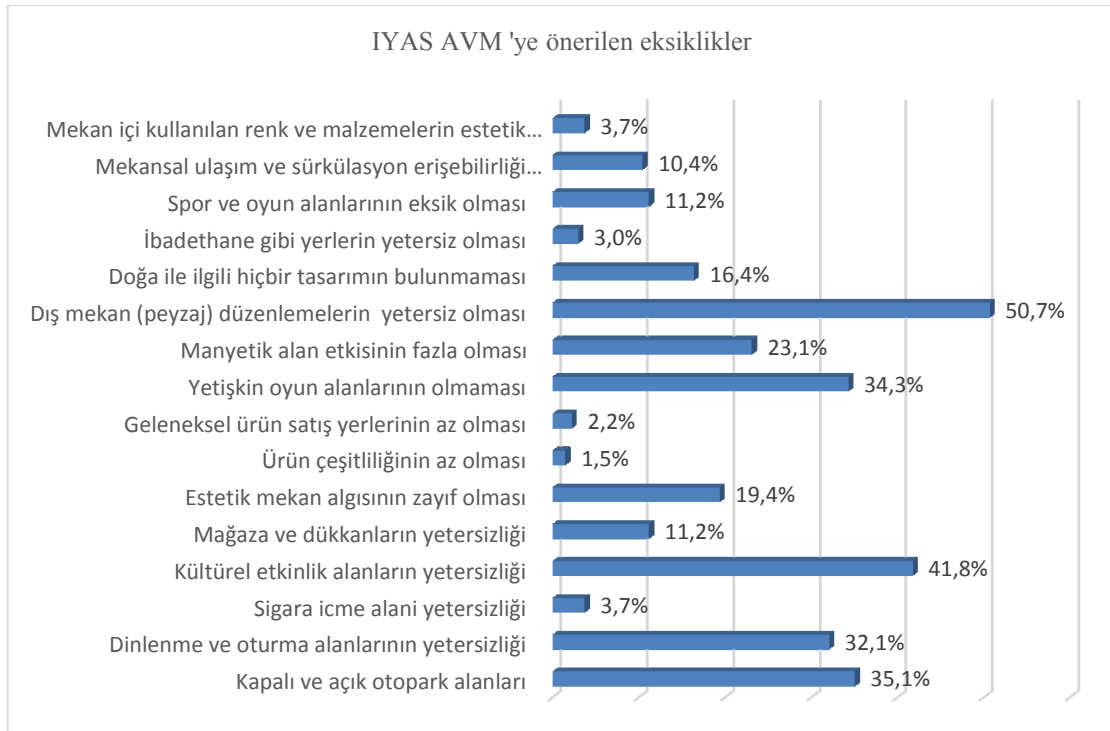
Şekil 3.7. AVM'lerin in suni mekân olduğunu düşünenlerin yüzde değerleri



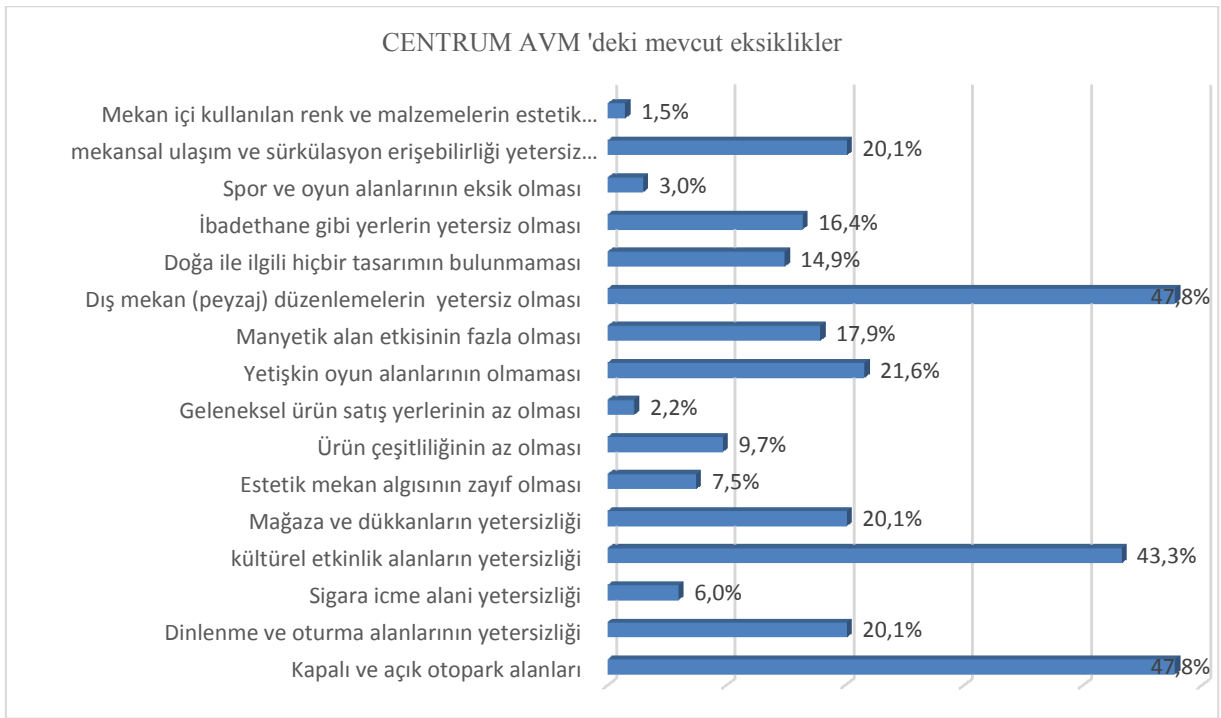
Şekil 3.8. AVM'lerde mimari konsept tipi talebi yüzde değerleri



Şekil 3.9. AVM'lerde öncelikli olarak tercih edilen kriterler



Şekil 3.10. IYAS AVM'de mevcut eksikliklerin yüzde oranları



Şekil 3.11. CENTRUM Garden AVM’de mevcut eksikliklerin yüzde oranları

3.3. Kullanıcıların Isparta AVM’ler için Talep ve Eğilimlerinin İrdelenmesi

Ankete katılanların mevcut Isparta AVM’ler ile ilgili eğilim ve beklentileri açısından irdelendiğinde;

Kentsel mekân kullanımına açısından cinsiyet faktörüne göre önemli farklılıkların olduğu gözlenmektedir. Örneğin kadınların %54’ü ve erkeklerin %34,6’sı AVM’yi tercih ederken, erkeklerin %26,9’u özellikle çay bahçesi, kahvehane gibi alanları tercih ederken, kadınların ise sadece %0,6’sı tercih etmektedir (Çizelge 3.3.1). Aslında kadınların daha fazla alışveriş yapma eğiliminde olduğu öngörüsü ile kadınların öncelikli olarak AVM’leri tercih etmeleri bunu kanıtlamaktadır. Anket çalışmasında Isparta kentsel mekânların içinde en fazla Isparta AVM’lerin tercih edildiği (toplamda %47) de görülmektedir.

Çizelge 3.3.1. Kentsel mekân tercihlerinin cinsiyete göre yüzde dağılımları

	Kadın	Erkek
AVM	54,9%	34,6%
Kafeterya	29,3%	25,0%
Restoran	14,0%	10,6%
Kapalı spor ve oyun alanları	1,2%	2,9%
Çay bahçeleri, kahvehane, vb	0,6%	26,9%

Pearson Chi-Square, Value:48,242, df 4 , 0,000

*AVM’lerin mevsimsel kullanımı açısından cinsiyet faktörüne göre önemli bir farklılık ortaya çıkmamıştır. Örneğin kadınların büyük bir çoğunluğu (%42,7) ve erkeklerin %44,2 si özellikle kış mevsimini ilk sırada tercih etmiştir (Çizelge 3.3.2).

*AVM’lerin özellikle soğuk ve yağışlı hava koşullarında gezilebilecek ve dinlenebilecek en önemli mekânların başında gelmektedir. Aslında AVM’lerin her yerde uygulanabilen küresel mekân dili,

doğru aydınlatma ve iklimlendirmenin de yardımıyla (gece-gündüz, yaz-kış gibi ayrımların ortadan kaldırılması) zamandan ve mekândan bağımsız bir biçimlenme ve her mevsim kullanımı esas alan bir yaklaşımdır. Bu tür bir mekân organizasyonu, yapının kendi soyut ve mekanik zamanını yaşatmasına ve kullanıcıya da bunu dayatmasına neden olmaktadır (Biol, 2003). Bu durumda, bu mekânda alışveriş mekanik bir etkinliğe dönüşürken, alışveriş merkezinde yaratılmak istenen kent merkezi görüntüsü, yerini mekanik ve tümüyle ticarileşmiş bir mekân organizasyonu oluşturulmasına yol açmaktadır. Özer ve Önal (2016) tarafından Erzurum kentinde yapılan anket çalışmasında, mevsimsel olarak kullanıcıların %18'i yaz mevsiminde AVM'leri tercih ederken, kışın ise %48'e ulaştığı belirtilmektedir.

Çizelge 3.3.2. AVM'lerin mevsimsel tercihlerin cinsiyete göre yüzde dağılımları

	Kadın	Erkek
Kış	42,7%	44,2%
Bahar	9,8%	13,5%
Yaz	1,2%	5,8%
Sonbahar	7,3%	5,8%
Hepsi	39,0%	30,8%

*AVM'lere ziyaret etme sıklığı açısından genel ortalama olarak %44,8 i hafta sonları tercih etmektedir. Bununla birlikte cinsiyet faktörüne göre önemli farklılıklar da mevcuttur. Kadınların büyük bir çoğunluğu (%48,8) hafta sonları AVM'ye giderken erkeklerin %40,4'ü ayda 1 veya 2 gün ziyaret ettikleri görülmüştür (Çizelge 3.3.3).

Urban Land Institute (ULI) (2016) tarafından Avrupa ülkelerinde gerçekleştirilen ankete göre; tüketicilerin yüzde 80'i ayda en az bir kez, yüzde 42'si ise haftada en az bir kez bir alışveriş merkezini ziyaret etmektedir.

Çizelge 3.3.3. AVM'leri ziyaret etme sıklığının cinsiyete göre yüzde dağılımları

	Kadın	Erkek
Hafta sonları	48,8%	38,5%
2 günde bir	39,0%	17,3%
Ayda 1-2 gün	11,0%	40,4%
3 ayda bir	1,2%	3,8%

Pearson Chi-Square, Value: 18,935, df 3, 0,000

*AVM'leri tercih etme nedenleri açısından cinsiyet faktörüne göre önemli farklılıklar mevcuttur. Kadınların büyük bir çoğunluğu %29,9'u çeşitli marka mağazalarının bulunması, AVM'yi gezmek (%25,6) ve alışveriş yapmak (%20,7) gibi nedenlerle tercih ederken, erkekler ise başta yemek seçeneklerin fazla olması (%26,9), olumsuz hava koşullarından dolayı AVM'yi gezmek (%20,2) gibi nedenleri ile tercih etmektedir (Çizelge 3.3.4).

Çizelge 3.3.4. AVM'lerin kullanım tercihlerinin cinsiyete göre yüzde dağılımları

	Kadın	Erkek
Olumsuz hava koşullarından dolayı AVM'yi gezmek	25,6%	20,2%
Alışveriş amaçlı	20,7%	11,5%
Aktivite çeşitliliğın fazla olması	9,1%	17,3%
Şehir merkezine yakın olması	4,3%	5,8%
Yemek seçeneklerinin fazla olması	10,4%	26,9%
Çeşitli marka mağazalarının bir arada olması	29,9%	18,3%

Pearson Chi-Square, Value: 21,437, df 5, 0,001

*AVM'leri ziyaret ettiklerinde kalış süresi açısından cinsiyet faktörüne göre önemli farklılıklar mevcuttur. Kadınların büyük bir çoğunluğu %56,1'i 2-4 saat arasında vakit geçirirken erkeklerin ise %57,7 si 2 saatten az sürede vakit geçirmektedir (Çizelge 3.3.5). Bu sonuç Kadınların erkeklere göre gezmek ve alışveriş için AVM mekânlarını tercih ettiklerini ortaya koymaktadır. Özer ve Önal (2016) Erzurum kentindeki AVM'lerde kullanıcıların zaman geçirme açısından değerlendirildiğinde yaz aylarında 1-2 saat geçirenlerin oranı %39, 2-3 saat geçirenlerin oranı %27 iken kış aylarında 1-2 saat geçirenler %36, 2-3 saat geçirenler ise %24' olduğu belirlenmiştir.

Çizelge 3.3.5. AVM 'lerde kalış süresinin cinsiyete göre yüzde dağılımları

	Kadın	Erkek
<2 saat	29,3%	57,7%
2-4 saat	56,1%	40,4%
4< saat	14,6%	1,9%

Pearson Chi-Square, Value: 13250, df 2, 0,001

*AVM'lerde öncelikli olarak tercih edilen kriterlerin başında konsept gereği çok sayıda ve markalı mağaza ve dükkanların bulunması, güvenli olması, kültür etkinlik alanların (tiyatro, sinema, sergi salonları vb.) olması, dış mekân düzenlemeleri, kapalı alanda kolaylıkla gezilebilmesi ve yiyecek ve içecek yerlerinin olması gibi kriterler gelmektedir. Erkip (2005), Ankara'daki AVM'lerle ilgili yapılan bir çalışmada, bunların güvenli alanlar olmasının çekici bir özellik kattığı sonucuna ulaşmıştır. Türkiye kentleri güvenli yerleşim alanları olmasına rağmen, alışveriş merkezlerinde bulunan özel güvenliğin pazarlamada olumlu bir etken olarak başarıyla kullanıldığını ifade etmektedir. Bununla birlikte, aynı çalışmada, AVM'lerde bulunan yeme-içme alanları ile gezinme yerlerinin buralarda toplumsal etkileşim olanağı yarattığı bu nedenle tercih etmede önemli rol üstlendiğini belirtmektedir.

Urban Land Institute (ULI) (2016) tarafından gerçekleştirilen ankete göre; katılımcıların çoğunluğu ve özellikle gençlerin, ziyaret edecekleri veya alışveriş yapacakları mekâna karar vermeleri aşamasında; yiyecek ve içecek mekânları büyük ölçüde etkili olduğunu ve özellikle geleneksel gıda zincirleri yerine etnik restoranlar ve gurme dükkanların yaygınlaştığı ifade etmektedir. Nitekim bu çalışmada ankete katılanların % 49,3'ünü öğrenci kitlesi oluşturmaktadır. Öğrencilerin en çok tercih ettikleri mekânların başında yiyecek ve içecek yerleri oluşturmaktadır. Özer ve Önal (2016) Erzurum kentindeki kullanıcıların AVM'leri tercih etmelerinin ilk sırasında özellikle ulaşım kolaylığı, iklim koşullarının karşı korunaklı olması, güvenli olması, kalitenin olması, temiz olması, otopark hizmetinin olması gibi kriterlerden dolayı tercih etmektedir.

*Isparta AVM'lerde eksiklik olarak görülen ve yetişkinler için oyun alanları ve zaman geçireceği alanların öngrülmesi de ilginç bir sonuçtur. AVM'lerde kadınların alışveriş için uzun süreli gezmeleri erkekler tarafından rağbet görmemekte ve vakit geçirecekleri mekânlara ihtiyaç duyulması sonucunu doğurmaktadır. Urban Land Institute (ULI) (2016), Hollanda'da Hoog Catharijne Man Cave adlı bir projede, eşleri veya arkadaşları alışveriş yaparken erkeklerin de vakit geçirmek için bir elektronik mağazasının hemen yanında vakit geçirmeleri, sohbet etmeleri ve dilerlerse bir şeyler içmeleri için Cuma-Pazar arası açık olan 'boy's night out' konseptli orijinal bir mekân oluşturulması öngörülmüştür.

*Isparta'daki mevcut AVM'lerin mekânsal ve işlevsel olarak yeterli olmadığı ifade edilmiştir. Isparta mevcut İYAS ve CENTRUM Garden AVM'lerin genelde ortak eksikliklerin olduğu görülmektedir. Bunların başında AVM mekânlarının kapalı, tekdüze ve suni bir mekân konseptine sahip olması gelmektedir. Dış mekân düzenlemesinin olmaması veya açık yeşil alanlarla kombine edilmemesi önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Birol (2005)'e göre incelenen alışveriş merkezlerinin çoğunun mekân organizasyonunda seçeneksiz, doğrusal, dolayısıyla tekdüze ve yönlendirici bir düzenlemenin baskın olduğu ifade etmiştir. Yaptığı analizde alışveriş merkezinde kent benzeri bir mekân organizasyonu olduğunu ancak, yapıdaki meydan ve büyük mağazalar gibi düğüm noktaları ile bu bileşenleri birbirine bağlayan doğrusal dolaşım alanları arasında yaratılan gerilim ve tek doğrultulu (seçeneksiz) mekân organizasyonu, kentteki mekânsal çeşitliliğe yer vermeyerek kullanıcı hareketini yönlendirmekte ve bu tür bir mekân düzeni, hedeflenen "daha fazla tükettirme" için uygun mekânsal koşulların oluşturulduğunu ifade etmektedir. Ceylan, (2010) ise kentsel mekân olan alışveriş merkezlerinde her şeyin kusursuz olması için gösterilen çaba, alınan güvenlik tedbirleri, iklimlendirilmiş ortam steril, yapay, kurgulanmış bir kentsel mekân ortaya çıkartmak, bu durum, bireylerin mekânla arasında gerek tarihsel gerek toplumsal bağ kurmasını engellemektedir. Özer ve Önal (2016) Erzurum kentindeki AVM kullanıcıların beklentilerinin başında, mağazaların sayısı ve çeşitliliğinin artırılması, engellilere yönelik tasarımların arttırılması, kültürel-sosyal etkinliklerin ve mekânların arttırılması, mekânsal tasarımın bitki ve yapısal donatılarla yenilenmesi, temiz olması ve güvenliğin artırılması olarak sıralandığını belirtmiştir.

*Isparta AVM'lerde alışveriş amaçlı tasarlanması kullanıcıların tatmin olma düzeylerini önemli ölçüde azaltmıştır. Bu nedenle tüketicilerin sadece alışveriş yapması ve keyif duyması yeterli olmayıp alışveriş yaparken bunu aynı zamanda başka diğer eğlencelerle tamamlaması konusunda taleplerin artığı günümüzde eğlence ve alışverişin iç içe geçtiği görülmektedir (Ceylan, 2010).

4. Sonuç ve Öneriler

Türkiye'de sayıları son yıllarda hızla artan alışveriş merkezleri kentsel yaşamın önemli bir parçası haline gelmişlerdir. ABD, İngiltere gibi gelişmiş ülkelerin alışveriş merkezleri ile tanışıklıkları elli yıldan uzun bir süreyi kapsıyor olsa da, Türkiye için alışveriş merkezlerinin geçmişi ancak yirmi yıllık bir sürece dayanmaktadır. Türkiye'nin ilk alışveriş merkezi olan Galleria'nın 1988'de açılmasından günümüze kadar geçen bu süreç, Türkiye'nin yalnızca metropol kentlerini değil, göreceli olarak daha küçük kentleri ve hatta yerleşim alanlarını bile etkilediği görülmektedir. Türkiye'de sayıları hızla artan alışveriş merkezleri akademik literatürde pek çok tartışmanın yapılmasını gerekli kılmaktadır (Vural Aslan, 2009).

1990 yılından itibaren Türkiye'deki tüketim odaklı bir yaşam biçimi ve tüketim çılgınlığının bir yansıması olan alışveriş merkezlerinin sayısındaki çoğalma, yakın bir gelecekte beraberinde bu merkezlerin bir kısmının tercih edilmemesi veya atıl hale gelmesi mümkün olabilecektir. İstanbul'un yirmi yıllık AVM seyrinde, başlangıcından günümüze bir değişim olduğu görülmektedir. Başlangıçta atriumlu (iç avlulu), çok katlı, iklimlendirme ve aydınlatma düzeni açısından benzerlikler sunan tipolojiler yaygınken, günümüzde sokak, meydan, çarşı gibi geleneksel kent mekânına özgü tipolojilerini merkeze alarak projelendirilen, bunu kimliğin ve pazarlamanın bir ögesi olarak kullanan ve belli temaları işleyen tipolojilere doğru bir geçiş görülmektedir. İlk AVM'lerden Galleria, Capitol, Carusel benzer plan şemaları olan mekânsal örgütlenme sunarken, günümüzde kurulan AVM'lerin, müşterileri çekmek için gittikçe farklı stratejiler izledikleri görülmektedir.

Son 20 yıl içinde AVM'lerde yapılan değerlendirmede, kapalı, kontrollü ve içe dönük bir tipoloji sunan alışveriş merkezlerinin 1993'ten sonra karma kullanımlı ofis, konut vb. işlevleri barındırarak kentsel ranttan en fazla yararlanmanın hedeflendiği görülmektedir.

Son yıllarda ise, mimari konseptin değiştirilerek, yapıların daha çekici ve erişilebilir olması için mekânsal kurgu açısından yarı açık ve açık peyzaj yapılanma biçimlerinin tercih edildiği izlenmektedir. Bununla birlikte, hedef kitleye göre bir ayrışmanın mimari yapılanmaya yansıtıldığı da gözlenmektedir. Bu türden projeleri, kentsel politika ortamı ve sermayenin yönlendirdiği bilinmektedir. Bununla birlikte, tasarım ve planlama açısından sorgulanmaları ve kamu önünde tartışılmaları, proje ve yatırım tipolojilerinin dönüşümünde etkili olabilecektir. Böylece kentsel doku ile bütünleşerek özel alanın kamusal alan içinde eritilmesi konusunda daha başarılı olunabileceği öngörülebilir.

Son olarak, AVM'lerin bir gerçeklik olarak kent mekânında yerini aldığı ve kamusal alan kullanımında değişiklik yarattığı bilinmektedir. Kentsel kamusal alanların, sahte kamusal mekânlar karşısında güçlendirilmesi, daha canlı ve yaşanabilir hale getirilmesi, bu alanların kullanım dengesi açısından önem taşımaktadır. Bu anlamda, kent içindeki mevcut alışveriş caddeleri ve çarşıların oluşturduğu anlamsal bütünlüğe aykırı biçimde eklenmiş AVM'lerin desteklenmesi, mevcut kamusal alanların canlılığı açısından olumsuz etki yaratacaktır. Diğer yandan, bunların mimarlık ve şehircilik platformlarında tartışılmadan gerçekleşmesi, kentlerin uzun vadede geçireceği dönüşümlerin de tartışılmadığı anlamına gelmektedir. Gelecekte ortaya çıkabilecek yeni yaşam tarzları dolayısıyla yeni mekânsal süreçlerin etkilerinin öngörülmesi açısından bu tartışmalar önem taşımaktadır (Özaydın, 2009).

Türkiye'de AVM mekânlarının dünyadaki ve Türkiye'deki örnekleri ile birebir olması veya aynı şekilde tasarlanması, aynı zamanda kent insanını doğal ortamdaki veya açık mekânlardan uzaklaştıran suni mekânlar haline gelmesi belki de gelecekte Türkiye'deki kullanıcı beklentilerine cevap vermemesine ve cazibelerinin yitirilebilmesine yol açabilecektir. Bu mekânları sürekli kullanan insanlarda ortaya çıkabilecek psikolojik ve fiziksel olumsuz etkilerin olabileceği de göz ardı edilmemelidir.

Alışveriş merkezleri artık günümüzde alışverişin ötesinde bir olgu haline gelmiştir. Teknolojinin internet üzerinden alışverişe sınırsız olanak sağlaması, insanların ekran başından ya da telefonları ile alışveriş yapmalarının kolaylaşması, AVM'lerin giderek daha çok sosyal ve eğlence gibi vakit geçirebileceği rekreasyonel açık ve kapalı mekânlar haline dönüşmesini hızlandıracaktır. Bu nedenle AVM'nin mimari konseptinin gelecekteki koşullara göre yeniden gözden geçirilmeli ve tasarlanmalıdır.

Dolayısıyla, bundan sonraki süreçlerde alışveriş merkezlerinin sosyal, ekonomik, mekânsal ve yönetsel boyutları ile ilgili tasarımcılar, plancılar, karar vericiler ve yöneticiler toplumun beklentilerine veya kullanıcı yaşamsal kalitesine yönelik birlikte ortak hareket etmeleri gerekmektedir.

Bu bağlamda mevcut ve yapılacak AVM lerin mutlaka açık ve yeşil alan ile kombine edilmesi çok amaçlı ve her mevsim kullanılabilir şekilde işlevselliklerinin olması öngörülmelidir. Isparta kentinde faaliyet gösteren AVM'ler için mekânsal kullanımına yönelik öneriler;

- Isparta kentindeki mevcut AVM'lerin mimari konsepti diğer AVM'lerdeki gibi tekdüze, monoton ve kapalı mekân konsepti özelliğindedir. İki AVM 'nin en önemli eksikliklerin başında peyzaj alanlarının ve otoparklarının yetersiz olmasıdır. Bu nedenle mevcut benzerleri değil kendine özgü ve temalı mimari konsepti kapsamında ve Isparta kentinin her yaş grubuna yönelik ihtiyaçların karşılanması bağlamında nitelik ve nicelik olarak geliştirilmesi hedeflenmelidir.
- Mevcut AVM'lerin çevresi ile yeniden ilişkilendirilmeli ve peyzaj mekânları yapısal ve bitkisel tasarımı ile birlikte yeniden kurgulanmalıdır.

- Mevcut AVM'lerin kapalı AVM tipolojisi yerine kompleks AVM işlevselliğine kavuşturulması ve kentsel mekânlardan kopuk değil aksine organik bağlantısı kurulacak şekilde yeniden kurgulanmalı ve özellikle zemin katların dışarıya açılması ile AVM'ler yarattıkları yeni akslarla sokağa ve kente açılması hedeflenmelidir. Özellikle AVM'lerin konumlandığı yere göre dış mekânla (peyzaj) veya sokak kültürü ile bütünleşen AVM modeli öngörülmelidir.
- Mevcut AVM'lerde iç mekân düzenlemelerinde güvenlik ve kalite hedeflerinden kesinlikle taviz verilmemelidir.
- AVM'lerde çocuk, aile, gençler ve özellikle fiziksel dezavantajlı bireylere yönelik temalar ön plana çıkarılmalıdır.
- AVM'lerde yoğun gözlenen ve hissedilen manyetik etkilerin azaltılması için ekolojik tedbirler araştırılmalı ve uygulamaya sokulması gerekmektedir. AVM içinde ücretsiz WiFi hizmeti verilmelidir.
- AVM mekânlarında enerji üretimi, etkin kullanımı ve verimliliği öncelikli olarak ele alınmalı ve kendi enerjisini üretecek teknolojik alternatifler oluşturulmalı ve enerji tasarruf tedbirleri uygulanmalıdır.
- AVM kullanıcılarına yönelik sadece çocuk oyun alanları değil aynı zamanda yetişkinlere yönelik zaman geçirecekleri oyun ve dinlenme alanları da öngörülmelidir.
- AVM'lerde mekânsal mimari malzeme ve objeler tematik olmalı, estetik ve işlevsel olarak yeniden kurgulanmalıdır. AVM içinde yeterli düzeyde sirkülasyon ve kısa sürede erişilebilirlik seçenekleri artırılmalı özellikle çok katlı AVM'lerde asansör kapasitesi ve sayısı artırılmalıdır.

Kaynaklar

- Backes, N. (1997). Reading the Shopping Mall City", Journal of Popular Culture, 31 (3) 1-17.
- Biol, G. (2003). Evolution of Trade Centres in Relation to Changing Trade Activities, basılmamış Doktora Tezi, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, 2003.
- Biol, G. (2005). Çağdaş Alışveriş Merkezlerinde Kent Dokusunun Yeniden Yorumlanması. Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Der. Cilt 20, No 4, 2005.
- Ceylan, M.N. (2010). Tüketim Toplumunun Yeni Kentsel Mekânı: Alışveriş Merkezleri. T.C. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya – 2010
- Erkip, F. (2005). The rise of the shopping mall in Turkey: the use and appeal of a mall in Ankara, Cities, 2 (22), 89–108.
- Gruen, V. (1960). Shopping Towns USA, Van Nostrand Reinhold, New York, 1960.
- Gruen, V. (1973). Centers for the Urban Environment: Survival of the Cities, Van Nostrand Reinhold Company, New York.
- Kowinski, W. S. (1985). The Mall of America: An Inside Look At The Great Consumer Paradise, W. Morrow, New York.
- Odabaşı, Y. (1999). Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşmesi, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Özaydın, G. (2009). Büyük Kentsel Projeler Olarak Alışveriş Merkezlerinin İstanbul Örneğinde Değerlendirilmesi. MİMARLIK 347, Mayıs-Haziran,2009. <http://www.mimarlikdergisi.com/index.cfm?sayfa=mimarlik&DergiSayi=361&RecID=2074>.
- Özer, S. ve Önal, E. (2016). Alışveriş merkezlerinin mevsimlere göre rekreasyonel tercih nedenlerinin belirlenmesi; Erzurum Kenti Örneği. International Winter Cities Symposium. Proceedings.10-12 February 2016. Erzurum. P.684-698. ISBN No: 978-975-442-811-7.

- Tokatlı, N. ve Boyacı, Y. (1999). The Changing Morphology of Commercial Activity in Istanbul, *Cities*, 3 (16),181-193.
- Urban Land Institute (ULI), (2016). Kaynak //http://www.gazete2023.com/ekonomi/avm-mi-cadde-magazaciligi-mi-h53616.html Gazete2023 (Erişim Tarihi: 15.Eylül 2016).
- Vural Aslan, T. (2003). Değişen Üretim-Tüketim İlişkileri ve Alışveriş Merkezleri: Eleştirel bir Bakış, *Arredamento Mimarlık*, 6, 82-87
- Vural Aslan, T. (2009). Türkiye'deki Alışveriş Merkezleri İncelemelerine Eleştirel Bir Bakış: Yorumlar, Eleştiriler, Tartışmalar. *Uludağ Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, Cilt 14, Sayı 1, 2009.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Detay Yayıncılık, Ankara
- White, R. and Sutton, A. (2001). Social Planning for Mall Redevelopment: an Australian Case Study, *Local Environment*, Cilt 6, No 1, 65-80, 2001.
- Zukin, S. (1998). Urban Lifestyles: Diversity and Standardisation in Spaces of Consumption, *Urban Studies*, Cilt:35, Sayı:5-6, ss.825-839.



Isparta Demirci Efe Konağının Mimari Açından Analizi ve Yeniden İşlevlendirilmesi

Birsen HAŞTEMOĞLU*, Ş. Gülin BEYHAN

Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü, 32260, Isparta, Türkiye.

* e-mail:hasanhastemoglu@gmail.com

Öz

Milli Mücadele yıllarında Demirci Mehmet Efe 1920 yılında yedi ay süreyle Isparta ili Gönen İlçesi İğdecik Köyünde bulunun konakta ikamet etmiştir. Bu binayı karargâh binası olarak kullanmıştır. Bir dönemin tarihine tanıklık etmiş olan konak günümüze değin ayakta kalmayı başarmıştır. Ayrıca konak, tarihi değerinin dışında mimari anlayışı ve gösterişli süslemeleri ile Geleneksel Isparta Evleri içerisinde önemli bir yere sahiptir. Ancak gerek plan kurgusu, gerek yapım sistemi, gerekse bezeme özellikleri ile Batı Anadolu geleneksel konut kültüründen izler taşıyan yapı günümüzde oldukça harap durumdadır. Yapı hem yazınsal literatürde hem de Isparta Mimari Değerleri açısından hak ettiği ilgiyi görememiştir. Çalışma kapsamında, Isparta Kenti açısından mimari ve tarihi açıdan önem arz eden, ancak kırsal yerleşimde bulunması nedeniyle gözden uzak kalan Demirci Mehmet Efe konağı olarak bilinen tarihi yapının mimari açıdan incelenmesi, belgelenmesi ve kentin mimari değerleri arasına kazandırılması için turizm amaçlı olarak yeniden işlevlendirilme önerisi getirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Demirci Efe, geleneksel konut, Türk evi, yeniden kullanım

Isparta Demirci Efe Mansion Architectural Prespective of Analysis and Re-Functionalisation

Abstract

Years of national struggle, Blacksmith Mehmet Efe, has resided in the mansion for seven months in 1920 at Village of Igdecik, Gönen, Isparta. He used this building as a headquarters building. The mansion, which has witnessed a period of history, has managed to stay up to date. The mansion, with its architectural conception and flashy decorations outside their historic value has an important place in traditional Isparta houses. However, the plan shape, making the system even bears traces of the western Anatolian culture and tradition housing decorative features are quite dilapidated condition at the moment. The mansion, both in the literature, did not see the attention that deserves in terms of Isparta architectural value. In this study, The important city in terms of architecture and history, but away from the rest of the eye due to the presence in rural Mehmet Efe mansion has been investigated and examining the architectural, documenting and adaptive re-using for the purpose of tourism between the city's architectural value of the proposal was introduced.

Keywords: Demirci Efe, traditional housing, Turkish house, re-use

1. Giriş

Geleneksel konutların veya tarihi yapıların turizm amaçlı kullanılmasının yaygın örnekleri mevcuttur. Bu uygulamalarda farklı boyutlarda kazanımlar elde edilmektedir. Çok yönlü bir bakışla; tarihi bir yapıya fonksiyon kazandırılması ile kullanıma açılması yapının korunmasını sağlamaktadır. Yerel ve bölgesel olarak turizmden ekonomik açıdan gelir elde edilmesi sağlanırken, bakımlı kent/yerel/kırsal kimliğe sahip yerleşimler oluşturulur. Turizmin kullanıcısı olan yerli ve yabancı turistinde yapı özelinde seyahat etmiş olduğu destinasyonun tarihi, kültürel, sosyolojik ve etnografik yapısına dair bilgi

Geliş Tarihi: 15/05/2017 – Kabul Tarihi:10/11/2017

*Bu çalışma, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsünde hazırlanan "Isparta Demirci Efe Konağının Mimari Açından Analizi ve Yeniden İşlevlendirilmesi" adlı yüksek lisans tezinin bir özetidir.

edinmesi sağlanmış olur. Türkiye'nin pek çok yerinde tarihi ve geleneksel yapıların turizm amaçlı kullanımı orta düzeyde ilgi alanı oluşturmaktadır. Safranbolu, Beypazarı, Şirince, Taraklı vb. kırsal/yarı kırsal nitelikteki geleneksel dokusu ile tanınan yörelerde geleneksel konutların restorasyonu ve turizm amaçlı kullanılması ile sürdürülebilir bir turizm konaklama endüstrisine doğru örnekler kazandırılmıştır. Çalışma kapsamında da önemli bir kültürel varlık ve mimari miras olarak Demirci Efe Konağı ele alınmıştır. Demirci Efe Konağı yerel hafızada Milli Mücadele dönemini ifade etmesi, mimari ve yerel kimliği ile önem taşımaktadır.

Çalışmanın amacı; Isparta Kenti açısından mimari ve tarihi açıdan önem arz eden, ancak kırsal yerleşimde bulunması nedeniyle gözden uzak kalan Demirci Mehmet Efe konağı olarak bilinen tarihi yapının mimari açıdan incelenmesi, belgelenmesi ve kentin mimari değerleri arasına kazandırılması için turizm amaçlı olarak yeniden işlevlendirme önerisi getirilmesidir.

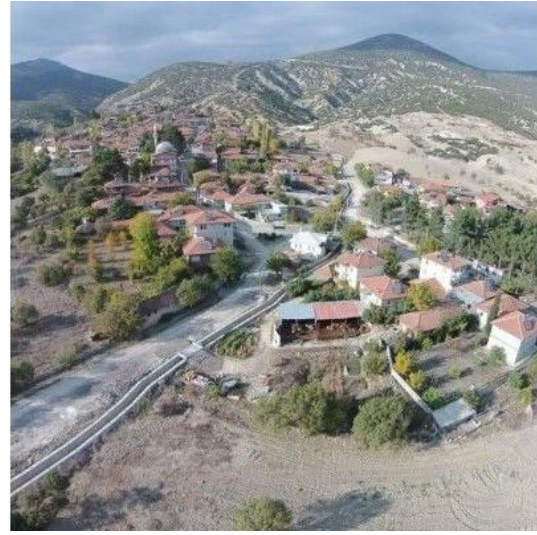
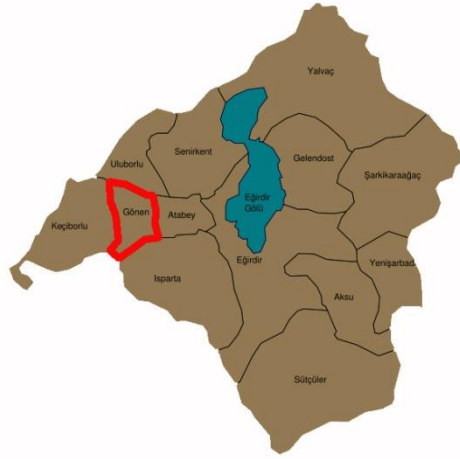
Milli Mücadele yıllarında Demirci Mehmet Efe 1920 yılında yedi ay süreyle Isparta ili Gönen İlçesi İğdecik Köyünde bulunun konakta ikamet etmiş ve bu binayı karargâh binası olarak kullanmıştır (Demirci, 2009a). Bir dönemin tarihine tanıklık etmiş olan konak günümüze değin ayakta kalmayı başarmıştır. Ayrıca konak, tarihi değerinin dışında mimari anlayışı ve gösterişli süslemeleri ile Geleneksel Isparta Evleri içerisinde önemli bir yere sahiptir. Ancak gerek plan kurgusu, gerek yapım sistemi, gerekse bezeme özellikleri ile Batı Anadolu geleneksel konut kültüründen izler taşıyan yapı günümüzde oldukça harap durumdadır. Yapı hem yazınsal literatürde hem de Isparta Mimari Değerleri açısından hak ettiği ilgiyi görememiştir. Çalışma kapsamında, tarihi konak mimari açıdan detaylı biçimde incelenmiş, mimarisinin elverdiği doğrultuda yeniden işlevlendirme projesi hazırlanmıştır.

2. Demirci Efe Konağı

Roma İmparatoru Augustos'un 'Psidia' diye anılan yörede (Isparta-Burdur) kurduğu dört şehirden biri olan Gönen, o devirlerde (Comana, Conana, Conan) gibi adlarla anılmıştır. Uzun yıllar Konan ismi ile de anılan Gönen, Konan ismini kervancıların İzmir-Aydın kervan yoluyla İç Anadolu'ya geçerken Gönen höyüğündeki fener nedeniyle, burada konaklamalarından almıştır. Gönen, eski bir medeniyet beşiği olup, tarihi M.Ö. 2000 yıllarına kadar uzandığı tahmin edilmektedir. Ne zaman kurulduğu hakkında, kesin bir tarih tespit edilememiştir. İlçenin kuzeybatısında, 1650m yükseklikte bir tepe üzerinde tarihi bir kale olup, kale hakkında bugüne kadar, hiçbir arkeolojik araştırma yapılmadığından, geniş bir bilgi yoktur. Kale, 4m uzunluğunda, 1m genişliğinde taşlarla yapılmıştır. Kalenin ihtiyacı olan su Yuvecca yaylasından, 35cm çapındaki künk borularla sağlanmıştır. Yine tarih öncesi devirlere ait olduğu sanılan, Gönen Ovası üzerinde bulunan iki tepelikten oluşan höyükler hakkında da, arkeolojik çalışmalar yapılmadığından, kesin bilgiler yoktur. Yapılan araştırmalara göre, ilk yerleşim yeri Yuvecca, şimdiki yayla adıyla bilinen yerdir. Buraya ilk gelenler yöre içi göçerleridir. O zamanlar, şimdiki Gönen'in bulunduğu yer ova ve göl halinde olduğu için yerleşim yeri Yuvecca'da gerçekleşmiştir (URL-1).

Selçukluların yıkılış devrinde, Anadolu coğrafyasının birçok yerinde, farklı beylikler ortaya çıkmıştır. Bu yörede ise Hamitoğulları Beyliği kurulmuştur. Zamanla toprakları daralan Hamitoğulları, topraklarının bir bölümünü Osmanlı Padişahı I. Murat'a satmış, Gönen'e çekilerek kalan topraklarını buradan idare etmiştir. Böylece Gönen, büyük ve köklü bir yerleşim yeri özelliği kazanmış, çevresinde 16 köy kurulmuştur. Osmanlı devrindeki kayıtlarda, Gönen için "Hamit İlindeki Gönen" ibaresi yazılıdır (URL-1).

Isparta ve çevresi 14. yüzyıldan başlayarak özellikle 19. yüzyılda çok sayıda yerli ve yabancı seyyahın ilgisini çekmiştir. Seyyahların çoğunlukla Afyon-Burdur yolu üzerinden Isparta'ya uğrayarak Antalya'ya ulaştıkları izlenmektedir. Bu seyyahlardan Kâtip Çelebi 1732 tarihli Cihannuma adlı eserinde Isparta çevresinden bahsederken Isparta'nın kazaları arasında Göneni-Hamit'ten de bahseder (Şaman Doğan, 2008). Demirci Efe Konağı bu kurulan 16 köyden birisi olan İğdecik'de bulunmaktadır.



Şekil 1. Isparta Kenti Gönen İlçesi ve Isparta / Gönen / İğdecik Köyü genel görünümü (URL-2).

On altıncı yüzyılda İğdecik köyü Gönen ovasında, içinde, 35 evden oluşan küçük bir yerleşimdir. On sekizinci yüzyılın başında terk edilen köy 1747 yılında Çelik Paşa himayesi altında yeniden kurulmuştur. Köy on sekizinci yüzyılda yeniden yükselişe geçmiştir (De Planhol, 1958). Genel olarak Gönen tarihi Isparta tarihiyle paralellik gösterir. Konut üretiminde de benzerlikler dikkat çeker. Dönemin Türk aile yapısına uygun olarak her evde ortalama 4-5 oda mevcut olup, her birinde bugünkü anlamda bir aile barınmaktadır. Her oda musandıra adı verilen banyosu, mutfak için kullanılan ocağı ile beraber aynı zamanda oturma ve yatak odasıdır. Avluların yanlarında hayvanlar için yapılmış yerler bulunur. Ancak bu konut dokusunu oluşturan sivil mimarlık örneği ahşap evlerin çoğu günümüze değin yangınlar ve zamanın etkisiyle yok olmuştur. Birçoğu ise harap durumdadır. Büyük çoğunluğu bakımsızlık, terk, bayındırlık etkinlikleri, rant baskısı gibi çeşitli tehlikelerle karşı karşıyadır. Özensiz yapılaşma ve hatalı uygulamalar nedeniyle geleneksel doku zarar görmüş ölçek ve özelliklerini yitirmiştir.

Demirci Efe Konağı da bu tür nedenlerle kullanılamaz hale gelmiştir. Araştırmaya konu olan konak, Milli Mücadele yıllarında Demirci Mehmet Efe'nin 1920 yılında yedi ay süreyle ikamet ettiği ikametgâhı ve karargâhı olarak kullanılan tarihi öneme sahip bir evdir. Demirci Mehmet Efe, Milli Mücadele tarihinde İğdecik Baskını olarak bilinen tarihi olayda, bu konakta bulunmaktaydı. Baskın sabahı bu konaktan kaçarak İğdecik Köyü'nün arkasındaki dağlara sığınmıştır. İğdecik Köyü'nde bulunan ve bir dönemin tarihine tanıklık etmiş olan konağın yapım tarihi belli olmayan, 19. Yüzyıl sivil mimari örneği olduğu tahmin edilen yapının tam yapım tarihi bilinmemektedir (Demirci, 2009a). Çünkü geleneksel evlerinde çoğu zaman inşa tarihini veren bir kitabe veya tarih kaydı bulunmaz. Az sayıda örneğin içinde ya da cephesinde sadece tarihle ilgili görünen bir sayıya rastlanır (Uysal, 2012).

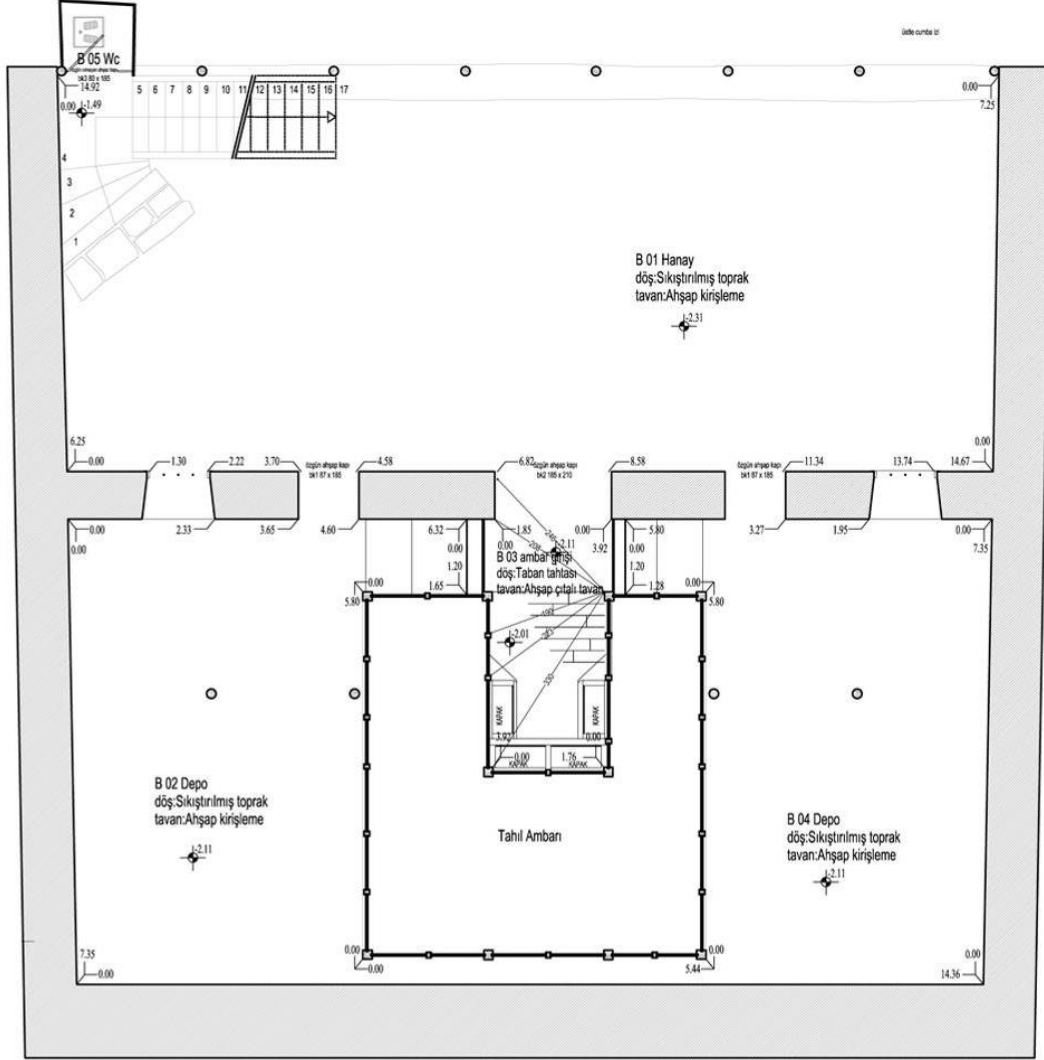
"Ev" Türkçede konut için kullanılan en yaygın addır. Geleneksel Türk evi yurttan konağa kadar uzun bir evrim geçirmiştir. Hayatlı Türk evi Anadolu'ya özgü ve çok özgün bir konut tipidir, ancak kesinlikle kırsal bir yaşamı yansıtır. Bu evrimin sonucunda ortaya çıkan konak, sıradan bir evden çok daha büyüktür ama önceli olan ev tipleriyle aynı mimari öğeler sözlüğünü paylaşır. Konak sıradan evlerden ya olağan üstü boyutları, ya sahibinin sosyal konumu ya da özel mimari nitelikleri ve süslemeleriyle ayrılır (Altınar ve Budak, 1997). Bu nedenle çalışma konusu yapıya konak denmesi uygun olacaktır.

3. Demirci Efe Konağı Mimari Analizi

Yapı genel olarak çok önemli mekânsal değişikliklere uğramadan günümüze kadar gelebilmiştir. Bölgede az sayıdaki kalan geleneksel konutlardan biridir. Yapıda günümüze değin hiçbir kapsamlı onarım ve restorasyon çalışması yapılmamıştır. Ancak zaman içerisinde yapı sahipleri tarafından farklı zamanlarda lokal onarımlar, yenileme çalışmaları ve mekan eklemeleri yapılmıştır. Yapının sağ yan cephesine eklenen niteliksiz derme çatma mekânlar ise yapı algısına zarar vermektedir. Ancak bu ekler yapının özgün cephe kimliğine çok fazla müdahale etmemiştir. Yapıya bu eklerden daha fazla zarar veren, cephe ve çatıda meydana gelen su deformasyonları olmuştur.

3. 1. Bodrum kat analizi

Yapının bodrum katı hanay, tahıl ambarı ve iki adet depo mekânından oluşur. Hanay bodrum katta yapının güney cephesinde yer alan mekândır. Güney cephesi tamamen açıktır, Taşıyıcı ahşap sütunlar işlemeli mermer ayaklara oturmaktadır. Şekil 2’de görüldüğü biçimde Mekânın güney doğu köşesinde üst kata ulaşımı sağlayan sahanlıklı bir ahşap merdiven bulunmaktadır.

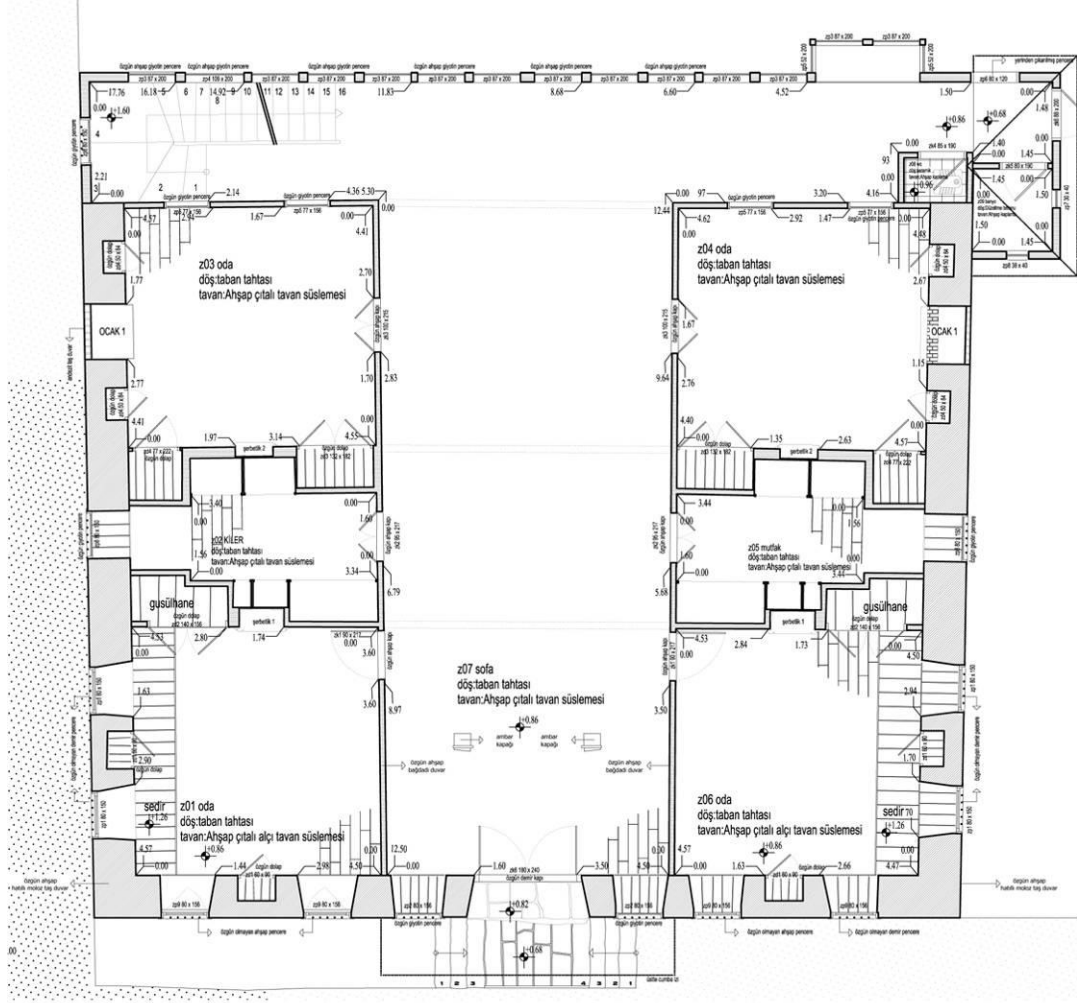


Şekil 2. Bodrum kat planı

Mekânın sütunlu güney cephesi dışında üç tarafı ahşap hatıllı moloz taş duvar ile çevrilidir. Hiç pencere bulunmayan mekânda bodrum kattan zemin kata çıkan merdivenin bitiş noktasında döşemeye paralel şekilde inşa edilen ahşap kayar kapı dikkat çeker. Bodrum katta bulunan günümüzde depo olarak kullanılan iki mekânın geçmişte ahır olarak kullanılmış olması muhtemeldir. Bodrum kat mekânlarında tavanlar ahşap kirişlemedir. Mekânların doğal taş kaplama olan döşemeleri sökülmüş ve geriye sadece sıkıştırılmış toprak kalmıştır. Bodrum katta doğu cephede yer alan ambar girişi bodrum katta yapının tam merkezinde bulunan, tahıl ambarında depolanan mahsule ulaşmak için oluşturulmuş bir mekândır. İçerisinde tahıl ambarından tahıl almak için kullanılan dört adet kapak bulundurmaktadır. Mekânın duvarları aynı zamanda ambarın da duvarı olup ahşap dikmelerin arasında geçirilmiş 3cm kalınlığında ahşap latalardan oluşmaktadır. Sonuç olarak yapının bodrum katında günümüze değin önemli bir yapısal değişiklik yaşanmamıştır. Geçmişte olduğu gibi günümüzde de hanay-depo işlevleri devam etmektedir.

3.2. Zemin kat analizi

Yapının zemin katı kuzey güney doğrultusunda bulunan T formundaki sofanın iki yanına yerleştirilmiş dört adet oda ve iki adet kiler mekânından oluşur. Dört odadan giriş cephesinde yer alan ikisinde pencerelerin arasında bulunana iki adet gömme dolap haricinde birer adet çift kanatlı ahşap dolap ve bir adet şerbetlik bulunmaktadır. Bu özgün mimari elemanlardan kapılar oldukça zengin ahşap oyma işçiliği ile göze çarparken, şerbetliklerin özenli alçı işçiliği ayrıca dikkat çeker. Bunların yanında mekânlarda cephe duvarında ahşap sedir bulunur. Diğer iki odada ayrıca ocaklar bulunur. Odalar geleneksel ahşap çitallı tavanları oldukça sade inşa edilmiştir. Bu dört odanın arasında bulunan kiler mekânlarında ise özgün ahşap işlemeli kapılar dışında önemli bir detaya rastlanmaz.



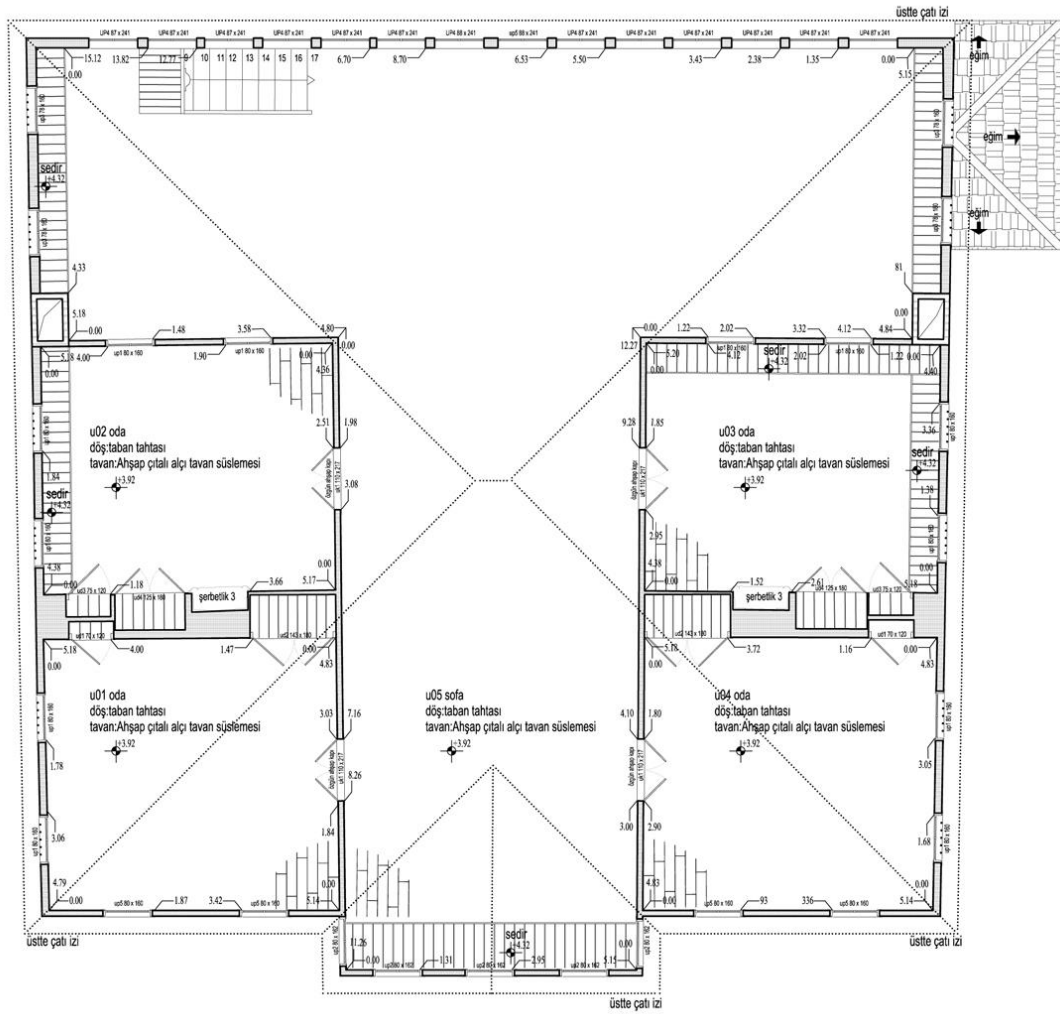
Şekil 3. Zemin kat planı

Sofa mekânı ise zemin katta yapının tam ortasında simetri aksı oluşturan 'T' formundaki mekândır. Mekâna dar kenarından işlemeli bir demir kapıyla sokaktan ulaşılmaktadır. Mekânın güney cephesine 'T' formun geniş kenarına güneşten maksimum düzeyde faydalanmak amacıyla tamamen pencere yapılmıştır. Sofanın doğu köşesinde yer alan ahşap merdivenden hem bodrum kat hanaya hem de 1. kat sofa mekânlarına ulaşılır. Batı köşesindeki ıslak hacimler yapıya sonradan eklenmiştir.

3.3. Birinci kat analizi

Yapının birinci katında zemin kata benzer şekilde kuzey güney doğrultusunda bulunan T formundaki sofanın iki tarafına yerleştirilen dört adet oda bulunur. Ancak zemin katta odalar arasında bulunan kiler mekânları iptal edilmiş sofa kısmı büyütülmüştür. Birinci katta yer alan dört odanın tamamı "baş oda denilebilecek mimari detaylara sahiptir. Zemin katın aksine tüm ahşap kapı ve dolap kapakları işlemelidir. Giriş cephesinde iki odada tavanları ahşap çitallı alçı tavan süslemelidir. Tavanlarda özgün ahşap ve alçı işçiliği göze çarpar. Diğer iki odada ise elips formu ışınal ahşap çitallı tavan süslemesi bulunur. Sofanın güney cephesinde iki köşede bulunan köşkler ve sofanın kuzey cephesinde ise giriş

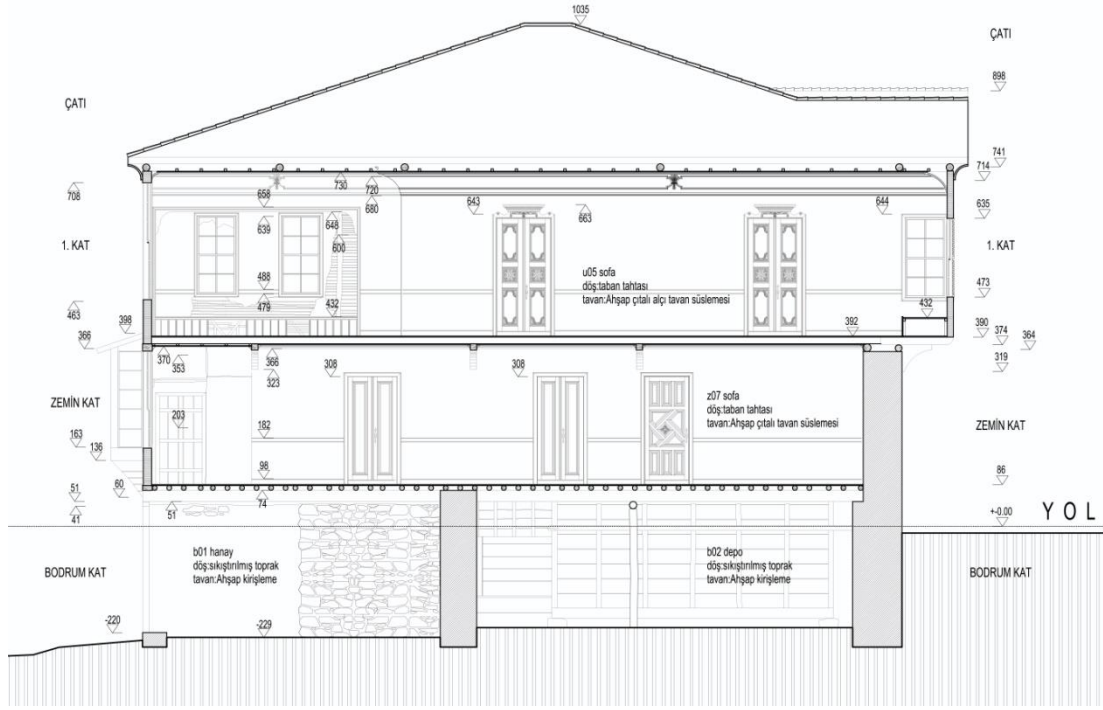
kapısının üzerinde sokağa doğru çıkma yapan bölüm sedirlerle donatılmıştır. Sonuç olarak yapının birinci katında günümüze kadar önemli bir mekânsal değişiklik olmamıştır.



Şekil 4. Birinci kat planı

3.4. Demirci Efe Konağı yapısal sistemi

Demirci Efe konağı doğal topografyayı kullanarak bodrum katın güney cephesini açıkta bırakan, yol kotundan bakıldığında zemin üzeri bir kat olarak algılanan, kareye yakın planlı, geleneksel yapım sistemleri kullanılarak inşa edilmiş bir yapıdır. Bodrum katın güney cephesi dışında tüm beden duvarları, yöresel taşların kullanıldığı, genişliği yer yer 1m'ye ulaşan ahşap hatıllı moloz taş duvardır. Duvarların üzeri sıvasızdır. Güney cephede ise yapı çevre ören yerlerinden toplandığı düşünülen devşirme sütun ayakları üzerine oturtulmuş altı adet ahşap direk ile taşınmaktadır. Dış beden duvarlarından daha ince olmakla birlikte (75cm), ahır-depo kısmını meydana getiren iç mekân duvarları da ahşap hatıllı moloz taş duvardır. Zemin kat döşemesini de oluşturan bodrum kat tavanı, 25-30cm çapında ahşap kirişler üzerine 10-15cm çapında ahşap elemanların zıt yönlü olarak çakılmasıyla oluşturulan döşeme üzerine 2-3cm kalınlığında döşeme tahtası çakılmasıyla meydana getirilmiştir. Bodrum kat tavanı kaplamasızdır. 0.00 Yol kotundan -2.20m seviyesine ulaşan bodrum kat zemininin, yapıdaki izlerden ve kalan kısmi bölgelerden, geçmişte doğal taş kaplama olduğu düşünülse de günümüzde sıkıştırılmış topraktır.



Şekil 5. Yapının kuzey-güney doğrultusunda kesiti

Güney cephede bodrum kattan ahşap merdivenle veya kuzey-yol cephesinde cümle kapısıyla ulaşılan zemin katın da bodrum kata benzer şeklide manzaraya bakan güney cephesi dışında tüm duvarları ahşap hatıllı moloz taş duvardır. Taş duvar kalınlığı ortalama 75cm'dir. Ancak ocakların bulunduğu yerlerde duvarı incelterek ocakları duvar içerisine yerleştirebilmek için ocak sırtlarında 15-20cm kalınlığında kövke taşından kesme taş duvar uygulaması yapılmıştır. Yapının zemin kat duvarları içten sıvalı dıştan sıvasızdır. Dış duvarların sıvasız oluşu derzlerde meydana gelen güneş ve su deformasyonunu büyük ölçüde artırmıştır. Yapının güney cephesi tamamen ahşap doğramadan camekân olarak inşa edilmiştir. Zemin kat tavanı ahşap kirişleme üzeri çitakari tavan kaplamasıdır. Güney cephede yer alan ahşap bir merdivenle ulaşılan 1. katın güney cepheyi oluşturan ahşap doğrama camekân cephesi dışında tüm duvarları ahşap taşıyıcı üzeri 2-3 cm ahşap iskiyet çakılarak üzeri kırıklı sıva ile sıvanan bağdadi duvarlardan oluşur. Ancak dış cephede kesme taş duvar görüntüsü verilerek uygulanan dış sıvanın büyük bölümü günümüzde doğa koşulları nedeniyle dökülerek kaybolmuştur. 1 kat tavan döşemesi konveks kornişli çitakari işlemelidir. Ahşap oturtma çatı üzeri kiremit kaplıdır. Yapının bacalarında metal kenetli kövke taşı kullanılmıştır.

3.5. Demirci Efe Konağı cephe düzenlemesi

Demirci Efe konağının yapının an girişinin bulunduğu kuzey cephesi, plan şemasını yansıtır biçimde giriş aksına göre tam simetrik bir düzene sahiptir. Giriş kapısı üzerine markiz etkisi yapan 1. kat sofa çıkması yapının yegâne cephe hareketidir. Üzeri üçgen alınlıklıdır. Giriş kısmının üzeri Bursa tipi kemerlidir. Zemin kat moloz taş duvarını desteklemek amacıyla 40-50 cm. aralıklarla ahşap hatıllar kullanılmıştır (Demirci, 2009b). 1. kat üzeri kesme taş görünümlü kırıklı sıvalı ahşap bağdadi duvardır. Cephede hem zemin hem birinci katta $\frac{1}{2}$ oranlı giyotin pencereler kullanılmıştır. Zemin kat demir ferforjeli 1. kat ahşap kepenklidir.



Şekil 6. Kuzey-giriş cephesi ve Batı cephesi



Şekil 7. Doğu cephesi ve Güney cephesi

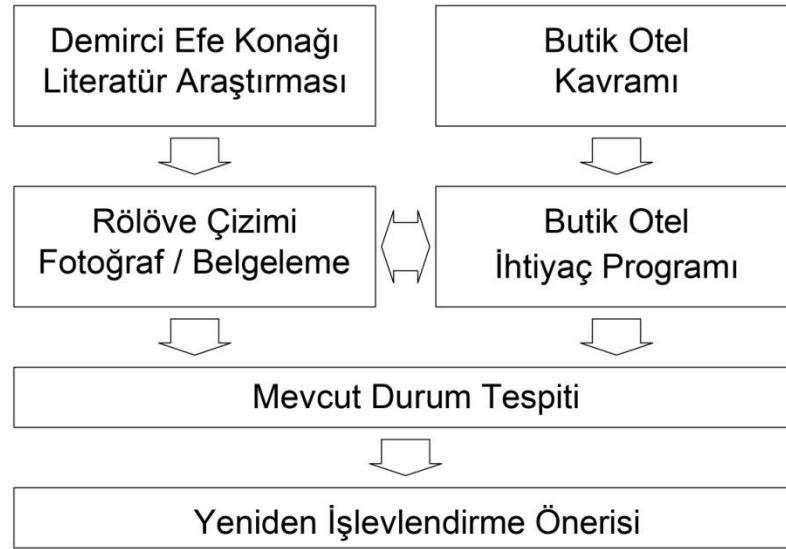
Yapının Batı cephesi ve Doğu cephesi, yapının kuzey güney doğrultusundaki simetrik plan şeması nedeniyle aynıdır. Yapının geneline uygun biçimde zemin kat sıvasız, 1.kat kesme taş görünümlü sıvalıdır. Moloz taş duvarlarda ocakların arkasındaki kövke kesme taş duvarlar görülür. Kuzey cephesi aksine 1. kat pencereleri de ahşap kepenkli değil demir ferforjelidir. Ovaya hâkim manzara yönünü oluşturan güney cephe ise 6 adet ahşap dikme ile taşınan hem zemin hem de 1. katta güneşten en iyi şekilde yararlanmak amacıyla tamamen camekân yapılmış oldukça basit bir forma sahiptir. Doğramanın altında kalan bağdadi kısımlar kırıktı siva ile sıvanmıştır. Yapının tam simetrik yapısı bu cephede de kendini gösterir.



Şekil 8. Cephe restitüsyon çalışması

4. Demirci Efe Konağı Yeniden İşlevlendirme Önerisi

Çalışmada Şekil 9'da gösterilen işlem sırası ile Demirci Efe konağının yeniden işlevlendirme önerisi hazırlanmaya çalışılmıştır. Bu aşamada konak için uygun olduğu düşünülen Butik Otel işlevinin güçlü ve zayıf yönleri incelenmiş, ihtiyaç duyulan mekânların konağa uygunluğu sorgulanmıştır.



Şekil 9. Demirci Efe konağını yeniden işlevlendirme süreci

Türkiye'de kırsal alan koruma kavramı, yurt dışı örneklerine göre oldukça yeni bir kavramdır. Ulusal mirasın korunması işlevinin yanı sıra yerel kültürün sürekliliğini sağlayan ve toplumlara ait gelenek ve göreneklere günümüze taşıyan alanlar olmaları sebebiyle kırsal alanların korunması son derece önemlidir. Kırsal alanlarda en önemli işlevler barınma ve üretimdir. Bu sebeple de barınma işlevinin gerçekleştirildiği "konut" önem kazanmaktadır. Kırsal konutların biçimlenmesinde yerel kültür, gelenek, örf ve adetlerin yanı sıra yaşam koşulları (ekonomik yapı, doğal yapı vd.) da etkin olmaktadır. Bu konutlar, geleneksel dokuyu ve yerel kültürü yaratan ve yaşatan yapılar oldukları için, kültürel ve mimari mirasın gelecek nesillere aktarılmasında etkili araçlardır. Geleneksel konut dokusunun korunması, yaşatılması ve geleceğe aktarılmasında turizm etkin bir sektördür. Bu anlamda turizm sektörü, eğer doğru biçimde kullanılan bir araç olarak koruma sürecine katılırsa istenilen sürdürülebilirlik elde edilmiş olur. Sektörün getireceği ekonomik fayda (yeni iş imkânları, yeni ekonomik gelir alanları vb. şekillerde) korumayı sağlamanın yanı sıra bölge için bir kalkınma aracı da olacaktır (Gürer, 2003).

Ancak kültür ve tarih birikimi olan bu eserlerin; korunarak onarımı ve kullanımı esastır. Turizmde yeni bir kavram olan butik otel; geleneksel Türk evinin otele dönüşümünde tasarım ve fonksiyon öğelerinin çakıştırılmasında uyum göstermektedir. Bu konu değerlendirilirken turizmin kitlesel yaklaşımından kaçınılmalıdır. Bu yaklaşım Türk evinin orijinal değer ve özelliklerine zarar verebilir. Geleneksel Türk evinin butik otele dönüşümü sırasında ve sonrasında koruma, yerellik ve sürdürülebilirlik öğeleri değerlendirilmeli ve sağlanmalıdır.

Konaklama tesislerinde kimlik adeta bir program girdisi gibi yapının Pazar değerini, işletme verimliliğini etkileyen bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Yapının anlamsal dışavurumu, doğrudan çekiciliğini, farklılığını ve tüketim objesi olarak Pazar değerini etkileyen bir unsur olarak meşruyet kazanmaktadır. Butik otel kavramı dünyada giderek yayılan turizm işletmeciliği uygulamalarındandır. Bu otel tiplerinin yaygınlaşmasının ardında, müşterinin sıklık ve konforu bir arada bulabilmesi, yüksek kalitede kişiye özel hizmet sunularak müşterilerin kendilerini evinde hissetmelerinin sağlanmaya çalışılması ve az sayıda oda kapasitesine sahip olmasına rağmen üst gelir gruplarından turistleri çekebilmesinin bir sonucu olarak yüksek gelir elde edilebilmesi gibi sebepler yatmaktadır (Yüksel, 2009).

Bu yaklaşımlar bağlamında çalışmada Demirci Efe konağı olarak bilinen tarihi yapının butik otel olarak yeniden işlevlendirilmesi önerilmiştir. Ancak incelenen örnek projeler, taranan literatür kaynaklar ve öneri proje hazırlanma süreci sonucunda Türkiye'de Türk Evi olarak adlandırılan geleneksel konutların konaklama amaçlı olarak Butik Otel'e dönüştürülmesi sürecinde mimari bağlamda yaşanan sorunların üç temel grupta toplandığı söylenebilir. Bunlar şunlardır.

Oda sayısına ve düzenlenmesine yönelik sorunlar;

Özellikle Safranbolu gibi turistik bölgelerde konaklar kitle turizminin aşırı baskısı altındadır. Restorasyon aşamasında hemen hemen tüm tarihi yapılara, ek yatak kapasitesi yaratacak şekilde yeni odalar eklenmekte, bu durum konağın plan şemasına büyük ölçüde zarar vermektedir (Yüksel, 2009). Demirci Efe konağında on adet oda bulunması bu sorunun yaşanmasını engellemiş olsa da, butik otel yönetmeliğinde yer alan en az oda ibaresi ve işletmecilerin daha fazla oda talebi içerisinde olması geleneksel konutların butik otele dönüştürülmesinde ciddi bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer taraftan geleneksel konutlarda odalar gündüz yaşama gece yatma mekânına dönüşmektedir. Ancak bu çok fonksiyonlu durum standart otel yatma üniteleri için uygun değildir. Öyle ki geleneksel yaşama kültürümüzün bir ürünü olan mimari ile bütünleşmiş birkaç eşyadan oluşan odaların görünümünü, bu kültüre yabancı yatak, gardırop, iskemle ve benzer elemanlarla bozmadan, buna karşılık geceleme gereksinimine de yeterli ölçüde cevap verebilecek biçimde çözüme yoluna gidilmesi gerekmektedir (Yüksel, 2009).

İncelenen örnek projelerde genellikle sedirler oturma ve yatma işlevlerinin yanında yatak ucu sehpa olarak kullanılmaktadır. Bu çözümlerde odalarda bulunması gereken mobilya sayısı en aza indirilirken, özgün parçaları ve yenilenen kısımlarıyla dolaplar dikkat çekmektedir. Oda sedirlerini olduğu gibi kabul eden yatak çözümleri, yatakların ayak taraflarında bulunan gezer bazalar kaydırılarak gerektiğinde yatakların birleştirilebilmesine olanak tanımaktadır (Canbulat, 2012). Odalarda bulunan ocak bölümleri ise restore edildikten sonra yatak odalarının mekânsal kalitesine büyük katkı sağlamaktadır.

Islak hacimler ve tesisat sorunları;

Bugünün konfor şartları ve yönetmelikler oda birimi içinde duş-wc kullanımını gerektirmektedir. Butik otele çevrilen konaklarda ıslak hacimlerde genellikle banyo tuvalet grupları, özgün ahşap döşeme üzerine dökülen bir betonarme döşeme ve duvarlara kaplanan fayanslarla çözüle gelmektedir. Ancak ahşap iskelet taşıyıcılarla oluşan konaklar sürekli hareket halindedir. Bu nedenle zaman içinde fayans kaplı yüzeylerde ve köşelerde çatlama olması kaçınılmazdır. Öte yandan beton ve diğer toprak malzemenin ısı geçirgenliğinin ahşaptan farklı olması beton yüzeylerde çığlınmaya, gözenekli yapısı ise sürekli rutubetli kalmalarına neden olmakta ve çevrelerinde ahşap zararlılarının yaşaması için uygun habitatlar oluşturmaktadır. Mevcut çözümlerde yüklük fonksiyonu gusülhanenin bulunduğu yerden kaldırılıp, yalnız lavabo ve duş eklenerek çözülebilirken, giderlerin bağlanması ve atık suyun atılması sorunları çözülmüşse oda içindeki gusülhane birimine klozet de eklenebilmektedir. Aksi takdirde abdestlik ortak kullanım için (geleneksel kullanımda olduğu gibi) kullanılmaya devam edebilir. Bir başka tercih de hazır banyo kabinleri kullanmak olacaktır. Kabinlerin içinde çözülecek bütün detaylar kabin dışında yalnızca tesisat bağlantıları ile binaya bağlanacaktır. Böylece ıslak hacimlerin binaya vereceği su, nem, tesisat müdahaleleri en aza indirilecektir. Eski banyo kabinleri çıkarılıp, başka bir kabinle değiştirilebilecektir. O halde hazır banyo kabini kullanılarak mevcut binaya müdahaleyi azaltmak ve suyun ve buharın binaya vereceği zararı azaltmakta önemli olacaktır (Yüksel, 2009).

Bunların dışında örneklerde ada kuvetli banyo çözümleri görülebilmektedir. Lavabo ve klozetlerin panolarla gizlendiği bu çözümlerde konağın döşemesine oturtulan bölücü, taşıyıcı ve donatı sağlayan panolar sökülebilecek şekilde tasarlanmaktadır (Canbulat,2012).

Demirci Efe konağında odalarda yer alan ıslak hacim sorunları, zemin katta sofa içine taşan mekânlarda rüzgârlık eklenerek, mevcut dolap ve gusülhaneler genişletilerek veya geniş taş duvarlara gömülme suretiyle oluşturulmasıyla aşılmaya çalışılmıştır. Bu mekânların dış cepheden havalandırılmasına ve düşeyde tesisat birliği oluşturulmasına dikkat edilmiştir. Bu yolla en az müdahale ile en fazla fayda sağlama düşüncesi ön planda tutularak minimal ölçülerde dolap kapakları arkasına gizlenen çözümler tasarlanmıştır.

Ortak mekânların düzenlenmesi sorunları;

Hayat butik otel kullanımında lobi, karşılama mekânı olarak kullanıma uygundur. Kazan ocağı mekânı ise yemeklerin burada hazırlanıp, servis edilmesine uygundur. Ambar ve samanlık mutfağa yakınlığı

itibariyle günümüzdeki kullanımıyla kiler olarak (ambar; kuru baklagiller, samanlık; diğer erzakların depolanmasında) kullanılabilir. Ahır, butik otel kullanımında kazan ocağına yakınlığı itibariyle restoran olarak veya mutfak olarak kullanılıp kazan ocağı mekânı restoran ve servislerin gerçekleştirilmesinde kullanılabilir. Günümüz otel mekânında insanların toplanıp, eğlendikleri, sohbet ettikleri, düğün, kutlama gibi eylemleri gerçekleştirdikleri mekânlar giriş katında lobi ya da restoran gibi mekânlarda gerçekleşir. Butik otel için eski Türk evi kullanımının sentezi; sofa mekânının ortak alan olarak kullanımı olarak gerçekleşir. Ortak kullanım alanlarından sofalara dağılabilir. Bunun sakıncası oluşacak gürültünün yatak odalarını rahatsız etmesidir. Geleneksel konakların restorasyonunda bir sorun da zemin katlarda yer alan ortak kullanım mekânlarıdır. Bu sorun turizm amaçlı olarak kullanılan tüm konakların ortak sorunudur. Hemen hemen tüm işletmeciler, daha büyük ve aydınlık ortak kullanım mekânları istemektedir. Buna karşın kalın taş duvarlarla belirlenen zemin katlar ise işlevleri farklı (at ahır, mal ahır, hazine, vb.) çeşitli mekânlara bölünmüştür (Yüksel, 2009). Bu nedenle bazı mekânların birleştirilmesi gerekir ancak bu durum bir taraftan yapının plan şemasına zarar verirken diğer taraftan kaldırılan taşıyıcı duvarlar yerine modern malzeme kullanılan çözümler gerektirir.

Bu ortak mekân sorunlarından sofaların lobi ve oturma salonu gibi mekânlar için kullanılmasının yarattığı gürültü sorunu Demirci Efe konağı yeniden işlevlendirme projesi içinde geçerlidir. Zemin katta lobi mekânına altı adet oda açılmakta, birinci katta yatak odaları ile oturma salonu yan yana bulunmaktadır. Ancak yapının büyük bir alanını oluşturulan sofaların kullanımı kaçınılmazdır. Sofaların daraltılması ise sofa kurgusu üzerine kurulu geleneksel Türk Evi plan şemasının tamamen kaybolmasına neden olacağından gürültü probleminde yalıtım bazlı kısmi çözüm aramak kaçınılmazdır.

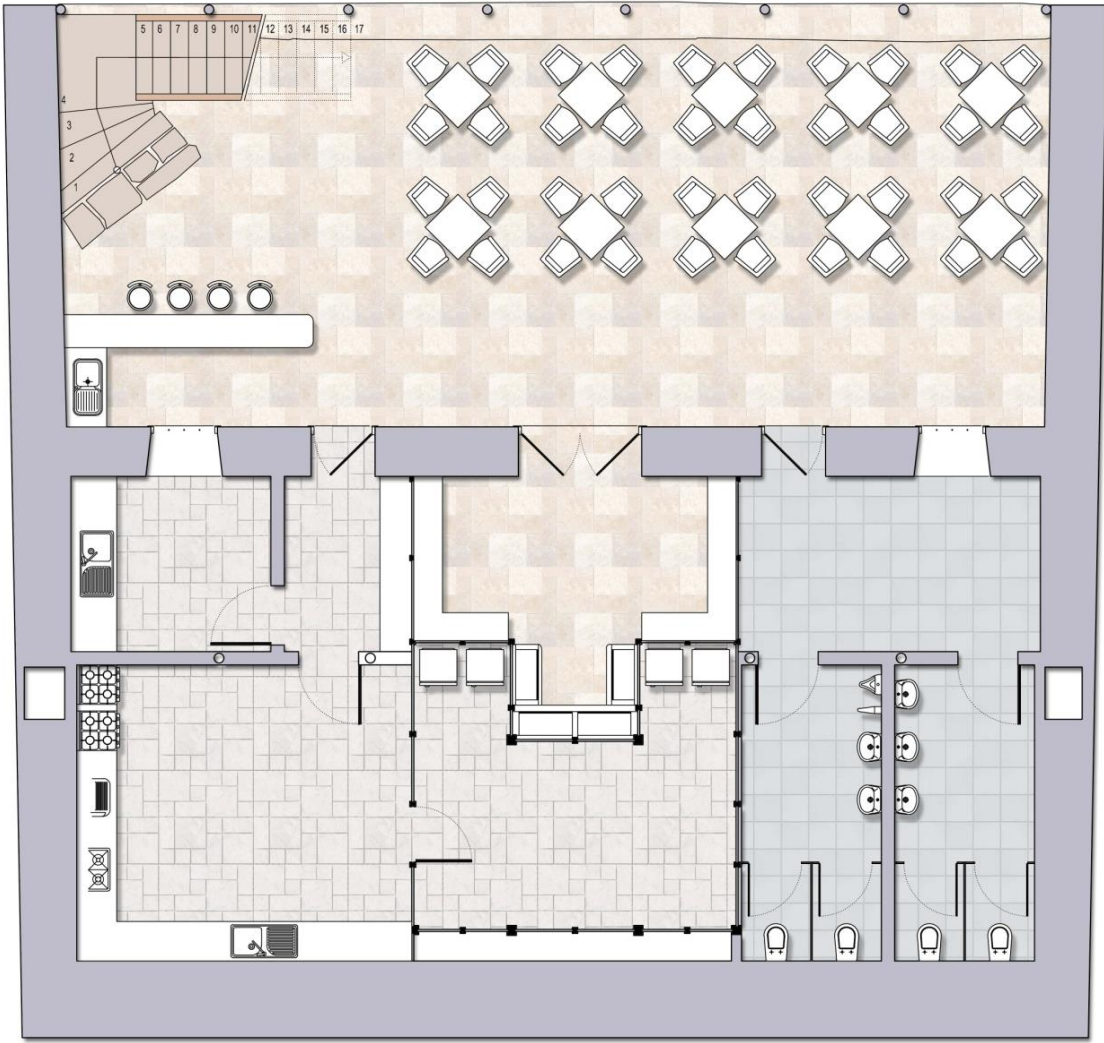
4.1. İhtiyaç programı analizi

Bugün Türkiye’de toplamda yaklaşık 500 butik otel bulunmaktadır ve bu sayı yeni yatırımlarla hızla artmaktadır. Yeni turizm tesisi türlerinin gelişmesine olanak sağlanması, mevcut turizm yatırım ve işletmelere ait tesislerin geliştirilmesi, turizm tesislerinin asgari niteliklerinin belirlenmesi, bu tesisler arasında standart birliğin sağlanması ve kalitenin yükseltilmesi amacıyla hazırlanan “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” uyarınca butik oteller madde 43’de şu şekilde tanımlanmaktadır. Butik oteller, yapısal özelliği, mimari tasarımı, tefriş, dekorasyon ve kullanılan malzemesi yönünden özgünlük arz eden, işletme ve servis yönünden üstün standart ve yüksek kalitede, deneyimli veya konusunda eğitilmiş personel ile kişiye özel hizmet verilen ve aşağıda belirtilen nitelikleri taşıyan en az on odalı otellerdir. Modern, reproduksiyon, antika gibi özelliği olan mobilya ve malzemeler ile tefriş ve dekorasyon, beş yıldızlı otel odaları için belirlenen nitelikleri taşıyan konforlu odalar, kapasiteye yeterli kabul holü, kahvaltı salonu, oturma salonu, yatak sayısının %25’i oranında oturma imkânı olan, lobiden ayrı düzenlenmiş oturma salonu, kahvaltı ofisi ve kahvaltı salonu veya alakart lokanta ve yönetim odası mekânlarının bulunması gerekir.

Yapılan incelemede Demirci Efe konağının sahip olduğu 10 oda, 2 depo, 1 hayat ve 2 büyük sofa mekânı ile butik otel yönetmeliğine göre otelde bulunması istenilen oda sayısı, oturma salonu, kahvaltı salonu, lobi, idare gibi ihtiyaç duyulan tüm mekânları sağlayabildiği görülmüştür. Bu doğrultuda çalışmada aşağıda detaylı biçimde anlatılan yeniden işlevlendirme projesi hazırlanmıştır.

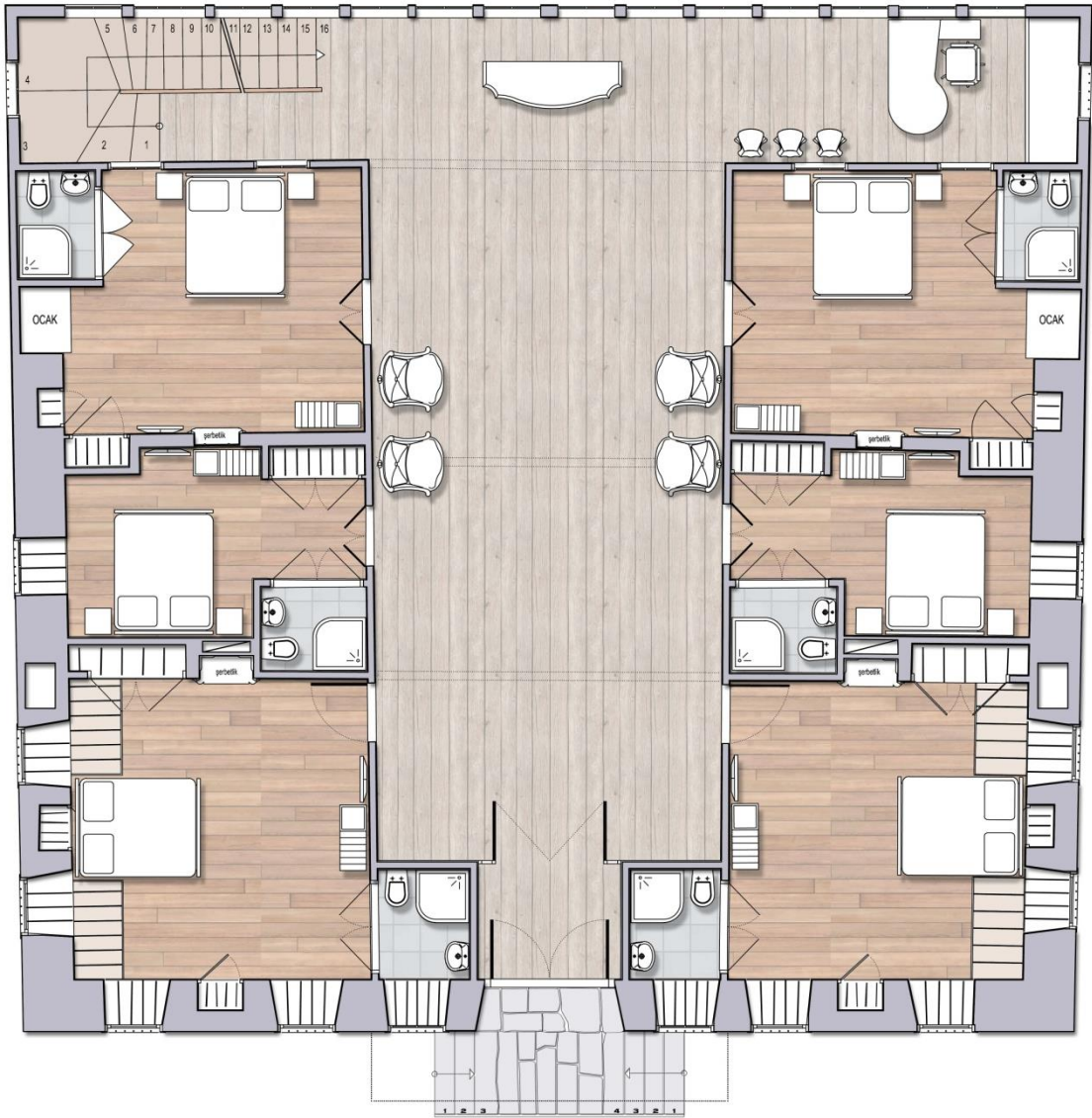
4.2. Yeniden işlevlendirme projesi

Yeniden işlevlendirme projesi kapsamında yapının bodrum katı, alakart lokanta, mutfak, depo ve servis birimlerine ayrılmıştır. Yapının hayat olarak kullanılan üst katla (lobi-sofa) ahşap merdiven vasıtasıyla doğrudan bağlantı kuran bölümü 40 kişilik alakart lokanta olarak düzenlenmiştir. Bu mekânın doğrudan bahçeye ulaşma imkânı, güney cepheye, manzaraya ve bahçeye açılan konumu bu fonksiyonu desteklemektedir. Ayrıca yan yol ve bahçe kullanılarak ikincil bir giriş imkânı vardır.



Şekil 10. Bodrum kat yeniden işlevlendirme projesi

Diğer taraftan bodrum katın diğer bölümleri geçmişte ahır-depo olarak kullanılan mekânlardır. Bu mekânlardan doğu cephedeki bölüm Şekil 10'da görüldüğü biçimde mutfak ve servis ofisi olarak düzenlenmiş, ambar kısmı bu mekâna depo hizmeti verecek şekilde yeniden işlevlendirilmiştir. Ambarın mevcutta kapaklar bulunan ve hayattan ambara ulaşımı sağlayan giriş bölümü ise açık büfe sunum alanı olarak ayrılmıştır. Son bölüm wc ve lavabolar için kullanılmıştır.



Şekil 11. Zemin kat yeniden işlevlendirme projesi

Yapının yol kotundan ulaşımı bulunan zemin katında sofa mekanı lobi ve resepsiyon olarak ayrılmıştır. Şekil 11'den detaylı biçimde incelenebileceği üzere T şeklindeki sofanın batı cephesindeki köşk kısmında küçük bir idari ofis tasarlanmıştır. Resepsiyon otel manzarasını arkasına alacak ve bir taraftan ana girişi karşılarken diğer taraftan yapının katlarına ulaşımı sağlayan ahşap merdivene yönlendirme yapacak biçimde konumlandırılmıştır. Zemin katta bulunan altı adet oda yatak odası olarak kullanılmış, yapısal olarak yapıya en az zarar verecek şekilde ve konumda minimal ölçülerde ıslak mekânlar eklenmiştir. Bu ıslak mekânların kapıları yapıdaki mevcut dolap kapaklarına uygun biçimde inşa edilerek, oda içerisine uyum sağlaması sağlanmıştır. Bunun dışında tüm ocak, sedir, dolap, şerbetlik gibi mimari elemanlar aslına uygun biçimde restore edilerek kullanılacaktır.



Şekil 12. 1. Kat yeniden işlevlendirme projesi

Şekil 12’de gösterildiği biçimde yapının 1. katında bulunan dört adet oda zemin kattakine benzer kriterler doğrultusunda yatak odasına dönüştürülmüştür. T şeklindeki sofanın manzaraya bakan bölümü diğer kısımdan ayrılarak oturma salonu olanı olarak düzenlenecektir. Bu bölüme lobiden ulaşım imkânı bulunması güney cepheye bakan camekânlı konumu mekânın şekillenmesine etki etmiştir. Cam bir bölme ile ayrılan diğer sofa kısmından ise yatak odalarına ulaşılacaktır. Yapılan düzenlemeler sonucunda yapının en az müdahale ile butik otel yönetmeliğine uygun hale gelmesi amaçlanmıştır. Yapının plan şeması çok büyük ölçüde korunmuştur.

5. Sonuç

Türk evi olarak adlandırılabilen Osmanlı Dönemi geleneksel konutları, bölgelere göre; yaşam tarzı, malzeme, iklim gibi faktörlere göre değişiklik gösterse de tasarım öğeleri açısından ortak bir dile sahip olduğu konusu genel kabul görmektedir. Kültürel ve tarihsel değerlerimizi yansıtan bu eserlerin; korunması, onarılması ve yeniden kullanılması büyük önem taşımaktadır. Her ne kadar bu konutların özgün işleviyle yaşatılması birincil öncelik olsa da günümüz şartlarında bu yaklaşımı görmek mümkün olmamaktadır. İkinci alternatif ise bu konutların konaklama amaçlı kullanılması olabilir. Pansiyon turizmi göz ardı edilmemekle birlikte, turizmde yeni bir kavram olarak ülkemizde yaygınlaşan butik otel; geleneksel Türk evinin otele dönüşümünde tasarım ve fonksiyon öğelerinin çakıştırılmasında uyum göstermektedir. Geleneksel Türk evinin butik otele dönüşümü sırasında ve sonrasında koruma, yerellik ve sürdürülebilirlik öğeleri değerlendirilmeli ve sağlanmalıdır. Yerel özelliklerin kullanılması,

yerel özelliklerin ortaya çıkarılabilmesi ve sunulmasına imkân verirken, bu konu değerlendirilirken turizmin kitlesel yaklaşımından kaçınılmalıdır. Öyle ki bu yaklaşım Türk evinin orijinal değer ve özelliklerine zarar verebilir. Bu noktadan hareketle Isparta ili ve çevresi için tarihi ve mimari açıdan önem taşıyan İçdecik Demirci Efe konağının butik otel fonksiyonu verilerek yaşatılması uygun bulunmuştur. Çalışma kapsamında barınma amaçlı kullanılmış olan Demirci Efe konağının, mimari biçimlenmesi, plan organizasyonu ve mekân örgütlenmesine uygun bir işlev seçimi ile turizm yapısına dönüştürme çalışması yapılmıştır. Bu dönüşüm sırasında kullanılan ölçütler ve analizler aşağıda Çizelge 5.1’de bir araya getirilmiştir.

Çizelge 5.1. Butik Otel dönüşüm analizi

İşlev Ölçütleri	Demirci Efe Konağı Mevcut Durum Analizi	Demirci Efe Konağı Butik Otel Analizi
Mekansal Oluşum / İşlevsel Kurgu	*Yapı iç sofalı plan tipindedir. *Yapının mekansal oluşumu büyük ölçüde korunmuştur. *Sofa "T" planlıdır.	*Yapı yüksek oranda butik otel işlev kurgusunu desteklemektedir. *Bodrum kat servis mekânlarının çözümüne olanak sağlamaktadır.
Yapısal Büyüklük / Mekansal Büyüklük	*Yapı 260 m ² taban alanına sahiptir. *Bodrum üzeri iki kattan oluşur. *12 adet oda, 2 adet sofa ve 1 adet hanay, 1 adet ambar mekânı bulunur.	*Toplam 800m ² yapı büyüklüğü mekân ihtiyaçlarını karşılayacak niteliktedir. *Zemin ve 1. katta bulunan 10 oda min. yatak odası talebine cevap vermektedir.
Binanın Yeri / Çevresel Faktörler	*Yapı Isparta - Burdur karayoluna 5 km uzaklıkta köy merkezindedir. *Güney cephede yer alan sofalar ova manzarasına hâkim konumdadır.	*Yapının yerleşim merkezinde bulunması ulaşımı kolaylaştırmaktadır. *Ortak mekânların yer aldığı sofalarda manzara kalitesi oldukça yüksektir.
Yapısal Durum / Teknik Alt Yapı	*Yapının ana taşıyıcı duvar ve döşemeleri sağlam durumdadır. *Dış cephe ve çatısı iklimsel koşullar nedeniyle harap olmuştur. *Yapıda elektrik ve su tesisatı vardır.	*Yapı kapsamlı bir restorasyon çalışması ardından uzun yıllar hizmet verebilecek duruma gelecektir. *Tüm tesisatlar yenilenecektir.
Koruma Durumu / Yasal Mevzuat	*Yapı Antalya Bölge Koruma Kurulu tarafından koruma altına alınmış, sivil mimarlık eseridir.	*Konut fonksiyonunu kaybeden yapı her geçen gün harap olmaktadır. *Yeniden işlevlendirme yapının korunumuna katkı sağlayacaktır.

Çalışmada ulaşılan elde edilen en önemli sonuç; önemli tarihsel olayların cereyan ettiği, yerel hafızada yer etmiş ve ayakta kalmayı başarmış bir mimari yapının sürdürülebilirliğinin sağlanmasıdır. Yerel çerçevede bilinen bir mimarın daha geniş kitlelere turizm yoluyla tanıtılabilmesidir. Turizm olgusuna katılan turistin mekânda farklı deneyimler yapabilmesini sağlamaktır. Çalışmada incelenen yapı, içerisinde yaşadığı dönemin toplumsal olayları, bölgenin sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik yapısı, dönemin mimari özellikleri açısından önem taşımaktadır. Yapının turizm amaçlı kullanımına

karar verilmesini de taşıdığı farklı boyutlardaki özellikleri gereçlendirmektedir. Günümüzde kentsel ve kırsal alanda yok olmaya yüz tutmuş yapıların varlığını sürdürmesinde, korunmasında, koruma şekli ile yapı kullanımının organize edilmesi tercih edilmektedir. Bu çalışmada da koruma-kullanma dengesi ile bir yapının ayakta kalması, yaşatılması sağlanırken tercih edilen işlev nedeniyle bir bölgenin/yerelin kalkınması, cazibe merkezi haline gelmesi söz konusu olacaktır.

Kaynaklar

- Altınar, A.T. ve Budak, C. (1997). Konak Kitabı, Tepe Yayınları, s.14-15, Ankara.
- Canbulat, İ. (2012). Gökçüler Konağı Restorasyonu ve Bir Butik Otel Olarak İşlevlendirilmesi, Ahşap Yapılarda Koruma ve Onarım Sempozyumu.
- Demirci, D. (2009a). Demirci Mehmet Efe ve Isparta'nın İğdecik Köyü'ndeki Karargâh Konağı, Süleyman Demirel Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi Sayı: 22, s.125-144.
- Demirci, D. (2009b). Geleneksel Isparta Evlerinde Giriş Düzenlemeleri, SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:20, ss.187-202.
- De Planhol, X. (1958). De LaPlaine Pamphlyienne Aux Lacs Pisidiens, Librairie Adrien-Maisonneuve, p.122, Paris.
- Gürer, N. (2003). "Kırsal Geleneksel Konut Dokusunun Turizm Bağlamında Değerlendirilmesi, Cumalıkızık Örneği", Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek lisans Tezi, s.238, Ankara.
- Şaman Doğan, N. (2008). Isparta'da Selçuklu ve Beylikler Dönemi Mimarisi, Isparta Valiliği İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Yayını, s.18, Isparta.
- Uysal, Z. (2012). Ezine'nin Alemşah Köyünde Tarihi Bir Konak, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt 29, Sayı 2, s.181-202.
- Yüksel, İ. (2009). Eski Türk Evi'nin Butik Otele Dönüşümünde Karşılaşılan Problemler, Sanatta Yeterlik Tezi.
- URL-1. <http://www.ispartagonen.gov.tr/>
- URL-2. <http://isparta.igdecik.koyu.com.tr/>



Coğrafi Tabanlı Sosyal Medya Kullanımı: Ankara'da En Çok Yer Bildirimi Yapılan Kahve Mekânları

Hüsna İpek BÜYÜKDEMİRCİ*, Özge ERÇOŞKUN

Gazi Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, 06570, Ankara, Türkiye.

* e-mail: ipek.bdemirci@gmail.com

Öz

Günümüzde teknoloji geliştikçe araştırma teknikleri de değişmektedir. Değişen teknoloji ile birlikte farklı araştırma teknikleri de ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada coğrafi sosyal ağlardan Foursquare-Swarm uygulamaları temel alınarak kent plançılara örnek olabilecek araştırma ve analiz sistemi ele alınmaktadır. Ankara kenti kahve mekânlarında Swarm kullanımına bağlı yer bildirimlerinde, rastgele-belirli sayıda seçilmiş kullanıcılar ankete tabi tutulmuştur. Çalışmada en çok yer bildirimi yapılan kahve mekânlarındaki kullanıcı profilleri, kullanıcı davranışları, mekânı seçme nedenleri, Foursquare-Swarm kullanımına yönelik sorular sorulmuştur. Foursquare-Swarm uygulamaları genellikle 20-24 yaşları arasındaki bekârlar, öğrenciler tarafından kullanılmaktadır. Katılımcıların iş yerlerinin ve evlerin konumu tercih ettikleri kahve mekânlarını etkilemektedir. Katılımcılar için AVM'ye, kent merkezine (Ulus, Kızılay, Tunalı), ana alışveriş caddesine yakınlık önemlidir. Kahve mekânları katılımcılar için rutin olarak gidilen bir yer olup mekânın iç tasarımı, açık alan kullanımı, otopark imkânı sunulması, toplu taşıma kullanımına yakınlığı gibi etmenler tercihlerini etkilemektedir. Yer bildirimi sayısı insanların bir mekâna gitmeden önceki tercihinde etkili olmakla birlikte, mekânda sunulan ürün çeşitliliği, ürün fiyatları mekânın tercihinde önemli rol oynamaktadır. Tüm bu etmenlerle birlikte yer bildirimleri mekâna anlam katmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Coğrafi sosyal ağlar, yer bildirimi, kent planlama, kentsel okuma, Ankara

Use of Geo-Social Media: Top Check-ins Coffee Shops in Ankara

Abstract

Today, as technology develops, research techniques also change. Along with the changing technology, different research techniques are emerging. In this study, the research and analysis system is discussed on Foursquare-Swarm applications of geographical social networks, which can be used by urban planners. The randomly-selected users were surveyed in the reports of Swarm in top ten coffee shops in Ankara. User profiles, user behaviors, reasons for choosing the venue, questions about the use of Foursquare-Swarm were asked in the top coffee shops. Foursquare-Swarm applications are usually used by students, between age of 20-24. The work places and the location of the houses of the users influence the coffee shops they prefer. The proximity to the shopping mall, the city center (Ulus, Kızılay, Tunalı) and the main shopping street are important for the users. Coffee shops are a routine place for the users and the factors such as the interior design of the shop, the use of outdoor space, the parking facilities and the proximity to public transportation affect their preferences. While the number of location notifications is important in user's preference before going to a venue, the variety of products offered in the place, the prices of products play an important role in the preference of the venue. With all these factors, venue comments add meaning to the place.

Key words: Geographical social networks, check-ins, urban planning, urban reading, Ankara

1. Giriş

Coğrafi sosyal ağlar aracılığı ile konum bilgileri, Global Position System (GPS) teknolojisi yardımıyla, kullanıcıların mekânda nasıl ve ne tarz davranış gösterdiği bilgisini sosyal medyaya yansıtır. Sosyal

medya kullanıcılar tarafından olayları, aktiviteleri, mekânları takip etmede kolaylaştırıcı bir araçtır. Geleneksel yollarla (sosyal medya olmadan) farklı insanların olayları, aktiviteleri, mekânları takip etmesi sosyal medya kullanımına (örneğin Foursquare-Swarm uygulamalarında) göre çok daha zordur. Bu uygulamalarla sosyal medya kullanıcılarının konum bilgilerini takip edebilmek ve kullanıcıların da mekânlar hakkındaki bilgiye erişimi oldukça kolaydır.

Seyahat planlarını, mekân hareketliliklerini, nüfusun yoğunlaştığı en popüler noktaları Foursquare-Swarm uygulamaları üzerinden görmek mümkündür. Kullanıcıların gün içerisinde kullandıkları mekânlar takip edilebilir, yer bildirimleri ile mekân ve kullanıcılar hakkında bilgi toplayabilir, veriler dâhilinde mekânın ihtiyaçları belirlenip alanın tasarımına girdi sağlanabilir.

Sosyal medya, tüm dünyada günlük hayatın bileşeni haline gelmiştir. İnsanlar kolay internet bağlantıları ile sosyal medya kapsamında fotoğraf paylaşımıyla birlikte kentleri keşfetme ve yorumları alabilme durumuna gelmiştir. Sosyal medya ağları (Foursquare-Swarm gibi uygulamaları ile) coğrafi-konum verilerini de barındıran iletişimimizin ve ilişkilerimizin zengin veri kaynaklarını oluşturmaktadır. Bu çalışma coğrafi tabanlı sosyal ağ kullanıcılarının (Foursquare-Swarm uygulamaları ile) mekânlardaki davranışlarını çözümlenmeye çalışmakta olup Swarm uygulamasındaki geçmiş yer bildirimlerinin ve geçmişteki hareketliliğinin analizini ortaya koymaktadır. Çalışma, Ankara'daki en çok vakit geçirilen kahve mekânlarında yapılmıştır. En çok yer bildirimi yapılan 10 kahve mekânında (top 10) kullanıcı profilleri, kullanıcı davranışları, mekânı seçme nedenleri ve yer bildirimi kullanımına yönelik anket çalışması yapılmıştır. En çok yer bildirimi yapılan kahve mekânlarının kentin nerelerinde yoğunlaştığı ve diğer yer seçimi faktörleri sorgulanmıştır. Kahve mekânı işletmecileri ve kahve mekânlarındaki yer bildirimi yapan müşteriler anket çalışmasına tabi tutulup, anket analiz sonuçları araştırmada konu ile ilgili olarak toplanan veriler dâhilinde belli başlıklar altında analiz edilmiştir.

2. Coğrafi Konum Tabanlı Sosyal Medya

Sosyal medya, Web 2.0'ın kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte, tek yönlü bilgi paylaşımından, çift taraflı ve eş zamanlı bilgi paylaşımına ulaşılmasını sağlayan medya sistemidir. Ayrıca sosyal medya, kişilerin internet üzerinde birbirleriyle yaptığı diyaloglar ve paylaşımların bütünüdür. Sosyal ağlarla, insanların birbiriyle içerik ve bilgi paylaşmasını sağlayan internet siteleri ve uygulamalar sayesinde herkes aradığı, ilgilendiği içeriklere ulaşabilir (URL-1).

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişle birlikte iletişim alanındaki gelişmelerle, bilginin üretimi, depolanması ve paylaşılması zamandan ve mekândan bağımsız hale gelmiştir. Bilginin üretimi ve paylaşılmasıyla ilgili kaynaklar çeşitlenmiş bilgisayar ve mobil cihaz (akıllı telefon, tablet vs.) teknolojisindeki gelişmelerle mekâna bağımlılıktan ve rutinden çıkmıştır. İletişim sürecinin yapısal dönüşüme uğraması sonucu interaktif, çok boyutlu, karşılıklı bir etkileşim süreci başlamıştır. Sosyal medya insanlar için haberleşme ve iletişim aracı olmanın ötesine geçerek sosyalleşme ve kendini ifade edebilme platformuna dönüşmüştür (Eren ve Aydın, 2014).

Sosyal medya, 2000'li yıllarla birlikte hayatımıza girmiş olup gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerdeki nüfusların hemen hepsi tarafından çok kolay bir şekilde kabullenilmiştir. Bu sosyal ağa ulaşmak oldukça kolaydır ve bu ortama girmek için gereken cihazlar da bir o kadar çeşitlidir. Yaşları fark etmeksizin her birey, gündemi, sosyal ağları ve herhangi teknolojik bir cihazın takibini kolaylıkla internet üzerinden yapabilmektedir. İnsanlar sosyal medya üzerinden örgütlenebilmekte, bilgi aktarımı yapabilmekte ve haberleşebilmektedir. Bu da sosyal medyayı sadece bir eğlence mekânı olmaktan çıkarmakta ve önemini gözler önüne sermektedir (Arslan, 2014).

Sosyal medyanın önemi ve sosyal medyanın kullanımı günden güne artmaktadır. Mobil cihazlar ile her zaman her yerde bağlantı kurma imkânı sunulmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları çeşitli sanal ürünleri görme imkânına sahiptir. Sosyal medya aracılığı ile birçok mekân ürünleri hakkında bilgi sunumu yapmakta olup sosyal ağlar arasındaki rekabet mekânların motivasyonu artırmaktadır.

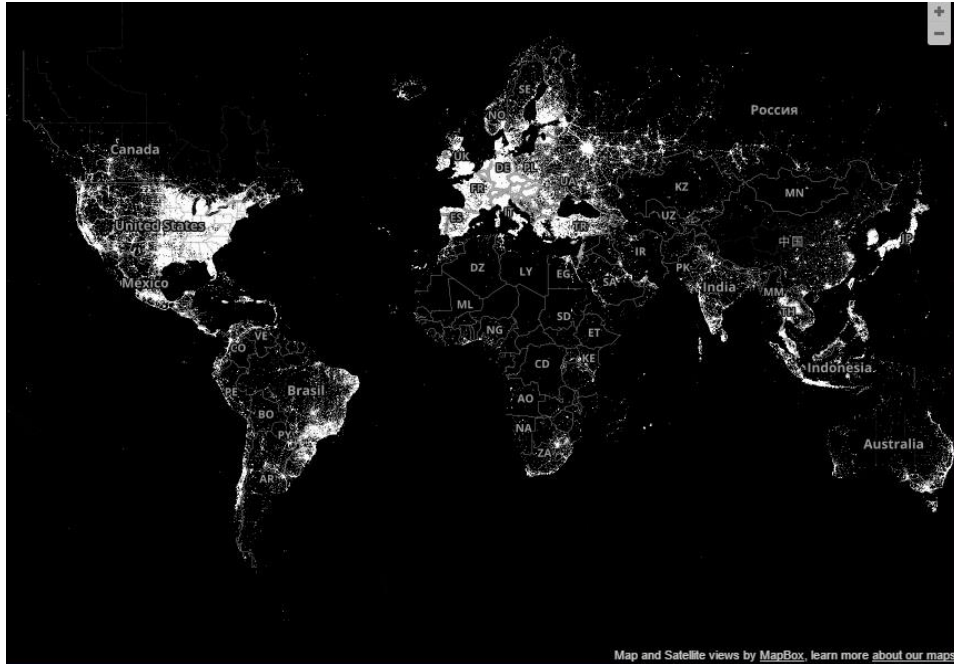
Foursquare mobil cihazlar üzerindeki GPS (Global Position System-uydudan koordinat belirleme) teknolojisinden faydalanarak, cihaz kullanıcılarının buldukları ortamda gitmek istedikleri mekânları

görebilme amacıyla tasarlanmıştır. Foursquare ile Swarm kullanımının farkı; yer bildirimini yapmak isteyen kullanıcıların Swarm'ı, mekân aramak isteyen kullanıcılarında Foursquare'ı kullanmasıdır. Foursquare uygulamasından mekânı inceleyen kişi Swarm uygulamasına yönlendirilme ile yer bildirimini de yapabilir. Akıllı telefon uygulamalarından oldukça sık kullanılan Foursquare-Swarm uygulamaları ile bulunulan konum kullanılarak tüm sosyal ağlar üzerinden konum paylaşımı yapılabilir. Yer bildirimini yapılarak sadece bulunulan konum değil aynı zamanda bulunulan yerin hassas koordinatları zamana göre kaydedilmiş olunur. Bu detaylar otomatik olarak yer ve zamana göre belirlenir.

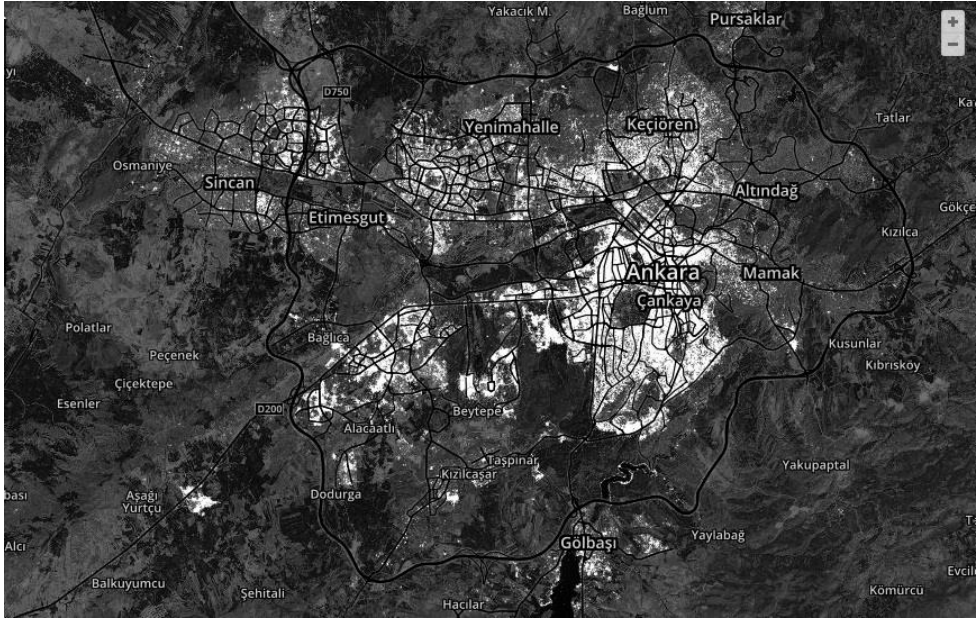
Kullanıcı; Foursquare ile mekânları şehir veya semte göre sıralayabilir, listedeki kalabalık mekânları inceleyerek mekân seçme konusunda daha kolay karar verip tercih yapabilir, ziyaretçilerin yazdığı tavsiyeleri eklenme tarihine göre sıralayarak okuyabilir, eklenen fotoğraflara göz atarak mekânlara gitmeden önce hakkında bilgi alabilir ve popüler mekânları kişisel listeye kaydederek daha sonra ziyaret edilebilir. Foursquare arkadaşlarla gidilebilecek en iyi mekânları bulmaya yardım edip, bulunan bölgedeki en iyi yemekleri, gece hayatını, eğlenceyi keşfetmeye olanak sağlar.

Kullanıcılar, Swarm uygulaması ile kullanıcılar arkadaşları ile iletişim kurarak, buluşma planları yapabilirler. Kullanıcı hangi arkadaşının yakında bulunduğunu görebilir ve yakında bulunan arkadaşlarını takip edebilir. GPS özelliğini kullanarak yer bildirimini yapıldığında mekânda bulunan insanları görebilir ve onlarla iletişime geçilebilir. Mekânı kaydederek de daha sonra gelmek istenilen yerleri kolaylıkla görebilir (<http://foursquareturkiye.com>).

13 Eylül 2016'da Foursquare ekibinin paylaştığı habere göre toplamda 10 milyar yer bildirimine ulaşılmıştır. Bu yer bildirimlerin 4'te 1'ini kapsayan 2,5 milyarının Türkiye'ye ait olması da önemli bir başka haberdır. 2,5 milyar yer bildirim sayısı Türkiye, 2016 yılı 3. çeyreğinin sonlarında en çok yer bildirimini yapılan ülke konumuna gelmiştir. Türkiye'de ise Ankara ili İstanbul ilinden sonra yer bildirim sayısı bakımından 2. Sırada yer almaktadır (URL-2). Şekil 1 ve Şekil 2'de beyaz renkteki alanlar yer bildirimini yapılan bölgeleri göstermektedir.



Şekil 1. Dünya'daki Foursquare uygulaması üzerinden yapılan son 500 000 000 yer bildirimini (URL-3).



Şekil 2. Ankara'daki Foursquare uygulaması üzerinden yapılan son 500 000 000 yer bildirimi (URL-3).

3. Coğrafi Konum Tabanlı Sosyal Medya Kullanımı

Coğrafi konum tabanlı sosyal medya, kentliler ve kentteki mekânlar arasındaki iletişimi sanal mekân üzerinden sunması açısından önemli bir kaynaktır. Coğrafi konum tabanlı sosyal medya kullanımı ile öngörülen sistemde hangi mekânların öne çıktığı ve bu mekânların da ne ifade ettiği ortaya koyulmaktadır. Örneğin, özel bir kahve dükkânı arayan bir kişi kahve dükkânının web sitesine girerek veya doğrudan Foursquare uygulaması ile mekânın konum verisi, mekânın çalışma saatleri, mekân hakkındaki yorumlar ve beğeniler gibi temel bilgileri alabilirler. Şekil 3'de örnek olarak Kahveci Hacıibaba mekânının Foursquare uygulamasından elde edilebilecek temel bilgileri görülmektedir.

TAVSİYE VE FOTOĞRAFLAR

PUANLAMA

YORUMLAR VE BEĞENİLER

KONUM VERİSİ

ÇALIŞMA SAATLERİ İLETİŞİM

ÖZELLİKLER

YİYECEK VE İÇECEK

Şekil 3. Foursquare uygulaması ile elde edilebilecek temel veriler

3.1. Coğrafi Konum Tabanlı Sosyal Medya Kullanımının Kentsel Okumaya ve Analizlere Girdisi

Sosyal medya kentlerin yapılarını, dinamiklerini ve kimliklerini de ortaya koymaktadır. Sosyal medyayı milyonlarca insan kullanmaktadır ve günlük düzenli olarak milyonlarca veri paylaşılmaktadır. Paylaşılan verilerin pek çoğu GPS verisi olan konum verileri şeklindedir. Konum verileri insanların davranışlarının zaman içerisindeki değişikliğini sunmaktadır. Sosyal medya verisi olan konum verileri yeni bir araç olarak kent plancılarına, politika analistlerine, sosyal bilimcilere ve bilgisayar uzmanlarına insanların kentleri nasıl kullandıklarını ucuz, kolay ve ölçülebilir şekilde keşfetme olanağı sunar. Özellikle de kent plancıları için belediye sınırları içerisindeki demografik ve coğrafi kaynakları

kullanmada, ekonomik kalkınmada, sosyal dokuyu anlamada, planlamada kenti analiz etme araçlarından biridir (Tasse ve Hong, 2014).

Sosyal medya, yalnızca kullanıcıların ne yaptığını nerede olduğunu söylemez, aynı zamanda konum verileri aracılığıyla mekânların hızlı ve ucuz yollarla en iyi yeri bulmaya yarar. Kentsel dinamikleri anlamada, yapılacak çalışmalarda (örneğin mekânların ulaşım bağlantıları, demografik özellikleri vb. analizler) geleneksel yollarla yapılırsa pahalı olmakta ve uzun süre almaktadır (Baraniuk, 2013). Ancak, sosyal medyanın kullanılmasının artmasıyla birlikte konum verilerinin işlenmesi bu analizlerin yapılmasında kolaylık sağlamaktadır. Bu sayede kentsel okuma kolaylaşmaktadır. Sosyal medya aracılığı ile yapılan konum verileri kullanılarak yapılan projelerde, kentsel tasarımlarda boşlukların nasıl tasarlanacağını, neler kullanılması gerektiği hakkında bilgi vermektedir (Tasse ve Hong, 2014).

Geleneksel yolların uygulandığı yöntemler kentleri ve kentlerde yaşayan insanları anlamada yavaş, pahalı ve ölçülemez durumdadır. Sosyal medyanın getirdiği konum verileri aracılığıyla plancıların, politikacıların, araştırmacıların ve iş adamlarının kullanabileceği zamansal veriler sunulmaktadır (Tasse ve Hong, 2014). Örneğin, Amerika’da son zamanlar da sıkça rastlanan sosyal medya üzerinden seçim kampanyaları adaylara pek çok imkân sunmuştur. Seçmenlerin buldukları yerlerde yaptıkları yer bildirimleri üzerinden adaylara sosyal medya ile destek sağlanmaktadır. Aynı zamanda kitlelerin şehirlerde dağılımını “#” işareti ile yazılan haberler aracılığıyla mekânlarda kaç kişinin bilgi sunmakta olduğunu takip etmeye yaramaktadır. Tüm bunların sonucunda seçim öncesi seçmenlerin nerede bulduklarını ve kaç kişinin hangi mekânda bulunduğunun yanıtını coğrafi tabanlı sosyal medya üzerinden yapılan tahminlerle mümkün olmaktadır. Politikacılara coğrafi tabanlı sosyal medya daha birçok alanda yardımcı olmaktadır. Diğer bir örnek ise işadamlarının işletmelerinde yeni bir şube açacakları zaman coğrafi sosyal ağları kullanarak hitap ettiği kullanıcı kitlesi ve tercih edilen mekânların türleri gibi pek çok sınıflandırılmış bilgiye ulaşip en doğru yerde en doğru maliyette en doğru yatırımı yapmasına olanak sağlar. Hatta söz konusu işadamı işletmesinin bir şubesini hiç bilmediği bir şehirde bile bu bilgiler ışığında gerçekleştirebilir. Özetle kent içerisinde yaşayan insanların buldukları yer temel alınarak onların davranışları, yorumları, düşünceleri, seyahatleri ve bunların zaman içerisindeki mekânsal değişimi gibi pek çok konuda araştırma yapmak isteyenlere kentsel alanda bilgi sunar.

3.2. Coğrafi Konum Tabanlı Sosyal Medya Kullanımının Kent Planlamasına Girdisi

Sosyal medya da konum verilerinin işlenmesiyle birlikte, kent planlılarına daha ölçülebilir ve hassas bilgiler sunulmaktadır. Bu bilgiler kent planlamayı geliştirmede ve kentsel kalitenin artırılmasına imkân sunmaktadır. Sosyal medya konum verileri sayesinde insanların farklı noktadaki, farklı yerlerdeki, farklı insanlarla etkileşimini sağlamakta ve yeni bir tanımlama yöntemi ortaya koymaktadır (Tasse ve Hong, 2014).

Konum verileri aynı zamanda sosyal davranış kalıpları gibi kullanıcı bilgilerini sunmaya yarar. Sosyal medya üzerinden konum verileri yayılmaktadır ve farklı alanlardaki konum verilerinin yayılımı takip etmeyi kolaylaştırmaktadır. Foursquare uygulaması tanıtımları, mekânla ilgili bilgilerin ve kişilerin mekândaki bilgilerinin yayılımının en kolay yoludur. Sosyal ağlar aracılığı ile Türkiye, İspanya, Brezilya gibi ülkelerdeki milyonlarca kişi mekân hareketliliğini kullanmada Foursquare-Swarm uygulamalarını kullanmaktadır. Bu veriler konum bilgilerine girdi oluşturmaktadır.

Bir bölgede planlama çalışması yapılacağı zaman o bölgeyle ilgili planın en önemli unsuru analiz aşamasıdır. Kent planlamaya altlık sağlayan analizler genellikle çeşitli haritalar üzerinden yapılmaktadır. Coğrafi tabanlı sosyal medya verileri kent planlama analizlerinde planlılara çeşitli boyutlarda girdi sağlamaktadır. Bunlar:

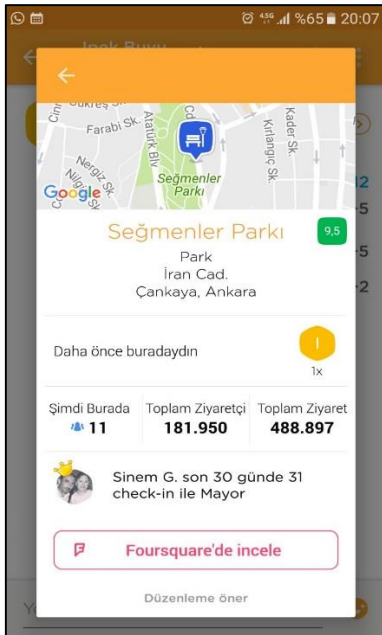
- 1- Arazi kullanımına ve fiziki mekânın tasarlanmasına veri sağlaması
- 2- Erişebilirlik, hareketliliğe girdi sağlaması
- 3- Yer Bildirimlerinin sosyo-ekonomik boyutunun analizinin yapılabilmesi

şeklinde sınıflandırılabilir (Ercoşkun, 2015). Kent planlamaya girdi sağlayan bu boyutlar daha detaylı olarak aşağıda yer almaktadır.

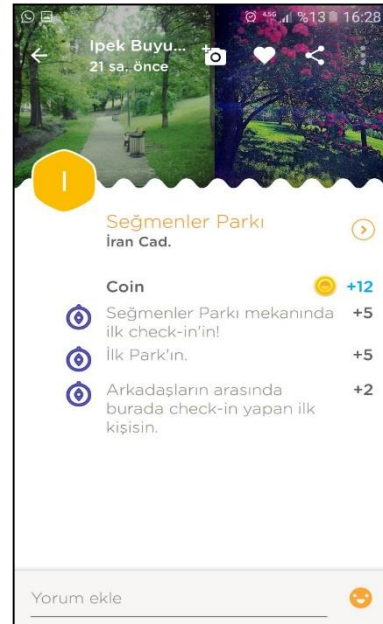
Coğrafi sosyal ağlar, en genel anlamda kent plancılarına mekânı tanımlarında, kentlilerin sosyo-ekonomik yapısını çıkarımda bulunmada ve kent içerisindeki hareketliliği ulaşılabilirliği konusunda en güncel verilere masrafsız ulaşarak alternatif bir analiz türü olarak kullanılabilir. Bu konuda şöyle bir örnek verilebilir; geleneksel planlama analizlerinde açık alanlar içerisindeki ticaret alanlarının kişi yoğunluğunu ve merkezi iş alanlarının yoğunluğunu tespit etmekte rakamsal verilere ulaşmak zorlu bir süreçtir. Coğrafi tabanlı sosyal medya verilerinin planlama disiplini içerisinde analizi ele alındığında, ticaret alanlarında ve merkezi iş alanlarında kişi yoğunluğuna ulaşabildiği gibi her bir ticari işletmede kaç kişinin günün hangi zamanında bulunduğunu, zaman içerisinde kişi sayısına ve kişilerin yaptığı görüş ve yorumlara ulaşılabilip haritalandırması geleneksel yöntemlere göre oldukça kolaydır. Coğrafi tabanlı sosyal medyanın geleneksel analiz yöntemlerine göre ayrıca ticari mekânların istenilen tarihsel süreçteki fiziksel mekândaki kaymaları, ticari mekânların ve merkezi iş alanlarının gelişim yönü, potansiyel ticaret alanlarının saptanması, söz konusu alanlara kişilerin ulaşım ve erişim olanaklarının sağlanması, kişi başına düşen ticari alanın ortalama hesabının yapılması ile planda öngörülecek ticari alanın boyutunun tasarlanmasında önemli bir rol oynar.

Kent plancıları kentin mekânları ve açık alan kullanımlarında odak noktalarını tespit etmekte yer bildirimlerini kullanabilirler. Belirli bir seviyenin üzerinde yer bildiri yapılan mekânlar ve açık alan kullanımları kentte buluşma noktalarını oluşturmaktadır. Örneğin, Ankara'da bulunan açık ve yeşil alan kullanımlarından biri olan Seğmenler Parkı Foursquare ve Swarm uygulamalarında kentlilerin en çok tercih ettiği ve en çok kullandığı parktır.

Mekânlarda yapılan yer bildirimleri sonucu Swarm uygulaması jeton (coin) vermektedir. Bu çalışmaya yönelik Şekil 4 ve Şekil 5'de Swarm mobil uygulamasından elde edilen görüntüler bulunmaktadır. Kent plancılarının yaptıkları planların hayata geçmesiyle yeni gelişme alanlarında yapılan yer bildirimleri, gelişme alanlarının insanlara özellikle sosyal medyanın sunduğu "rozet-başarı puanı-keşif jetonu (coin)" gibi ödülleri vermesiyle mekânların popülerliğini arttırmakta, yeni oluşturulan gelişme alanlarının kuluçka evrelerini oldukça kısa sürede atlatmalarına olanak sağlamaktadır. Ayrıca dünya çapında coğrafi konum tabanlı sosyal medya kullanıcılarının arasında Türkiye'nin birinci sırada yer alması analizlerin güvenilirliğini arttırmaktadır.



Şekil 4. Seğmenler Parkı toplam ziyaretçi, ziyaret sayıları (Swarm mobil uygulaması-Aralık 2016).



Şekil 5. Seğmenler Parkı yer-bildirimden gelen toplam jetonlar (Kaynakça: Swarm mobil uygulaması-Aralık 2016).

3.2.1. Arazi kullanımına ve fiziksel mekânın tasarlanmasına veri sağlaması

Arazi kullanımının ve fiziksel mekânın haritalandırılmasında ve oluşturulmasında daha önceden bahsedildiği gibi geleneksel yöntem ve modern yöntem kullanılabilir. Geleneksel yöntemle arazi kullanımının oluşturulmasında emek yoğun bir çalışma söz konusudur. Bu tarz analizler hazırlanırken hâlihazır haritalar kişiler tarafından sahada gezilerek tek tek işlenip oluşturulur. Bu analiz gerçekleştirilirken oldukça fazla zaman, para ve işgücü harcanır. Modern yöntemle arazi kullanımının oluşturulmasında kullanılan coğrafi tabanlı sosyal medyanın konum verilerinden yararlanarak işgücü, para ve zaman kaybı önlenir. Modern yöntemin geleneksel yöntemle nazaran her zaman güncel olması önemli bir artıdır. Fiziksel mekânın içerisindeki her bir mekânın coğrafi tabanlı sosyal medya üzerinden analizi yapılırken üç temel unsur dikkate alınır. Bunlar; mekân türü analizi, mekânları gruplama, fiziki mekânın tasarlanmasındaki mekân-insan ilişkisidir.

3.2.1.1. Mekân türü analizi:

Mekân türü analizinde, sosyal medya içerisindeki ana başlık olarak verilen mekânlar;

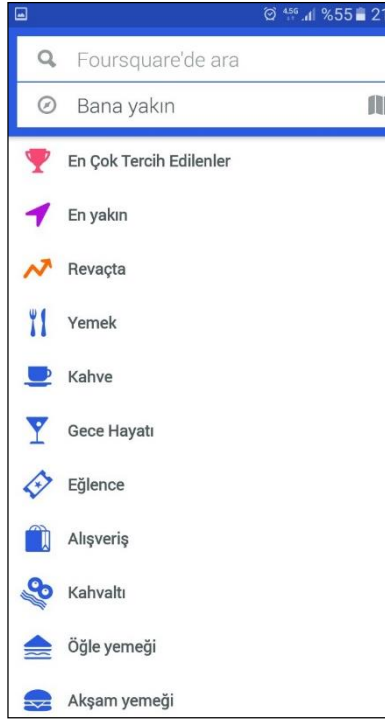
Sanat-eğlence, sinema-tiyatro, müze, müzik mekanları, sanat gösterim mekanları, kamusal sanat mekanları, stadyumlar, tema parkları, kolej-üniversiteler, aktivite alanları, yemek yerleri, gece hayatı noktaları, rekreasyon ve açık hava mekanları, spor alanları, jimnastik salonları, plajlar, kayak yerleri, belediyeler, diğer aktivite alanları, açık alanlar, devlet binaları, sağlık merkezleri, ofisler, okullar, dini merkezler, konut alanları, alışveriş-servis alanları, bankalar, çocuk bakım alanları, giyim mağazaları, içkili restoranlar, mobilya ve ev eşyası dükkanları, havalimanı, terminaller, limanlar, tren istasyonları, oteller şeklindedir ve arazi kullanımı içerisinde yer alabilecek her türlü bilgi bulunmaktadır (URL-5).

Coğrafi tabanlı sosyal medya, mekânın türü ve kullanımını ortaya koymaktadır. Örneğin, Ankara'da kent merkezinde bulunan Kızılay AVM'nin kent içerisinde nerede konumlandığını, ana caddeye göre yakınlığını veya uzaklığını, çevresindeki diğer kullanımlara (konut alanları, merkezi iş alanı, parklar, spor alanları, iş merkezleri vb.) göre konumunu göstermektedir.

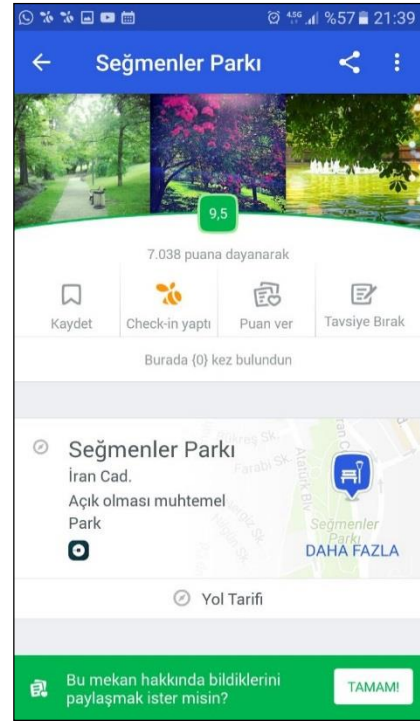
3.2.1.2. Mekânları gruplama:

Mekânda gruplama yapılması Foursquare uygulamasının sunduğu frekanslara göre yapılır (Şekil 6). Foursquare'nin "En çok tercih edilenler" kısmında kullanıcıların memnuniyetine göre mekânın değerlendirme notu alması frekanslardan biridir. Örneğin, Seğmenler parkı 7038 puana dayanarak 10 puan üzerinden 9,5 puana layık görülmüştür (Şekil 7).

Bir başka frekans ise Foursquare'nin "En yakın" kısmında konum olarak kullanıcıya en yakın ve erişilebilir mekânları sunmasıdır. Yine bir diğer frekans ise Foursquare uygulamasının "Revaçta" kısmında mekânları gruplamasıdır. "Revaçta" gruplamasının, "En çok tercih edilenler" kısmına benzerliği yine kullanıcı memnuniyetine dayanmasıdır, farkı ise "Revaçta" gruplamasının belirli bir zaman aralığında mekânlara artan ilginin olmasıdır.



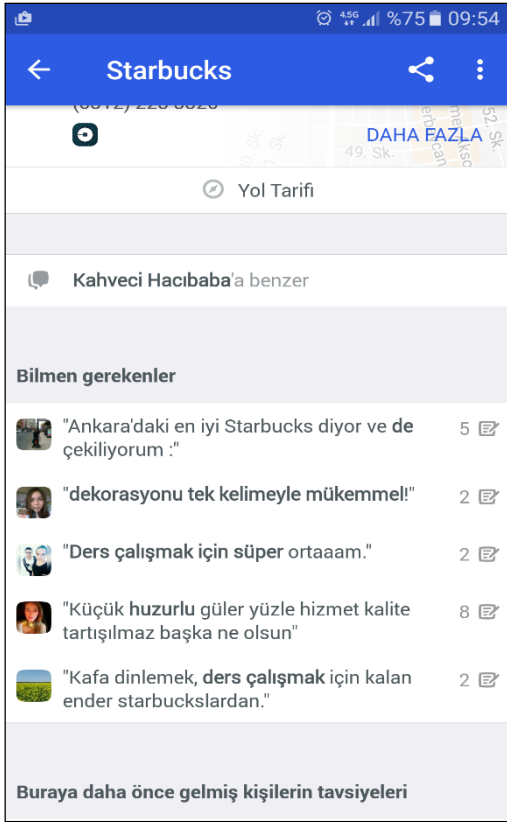
Şekil 6. Foursquare uygulamasında frekansa göre mekân gruplaması (Foursquare mobil uygulaması-Aralık 2016).



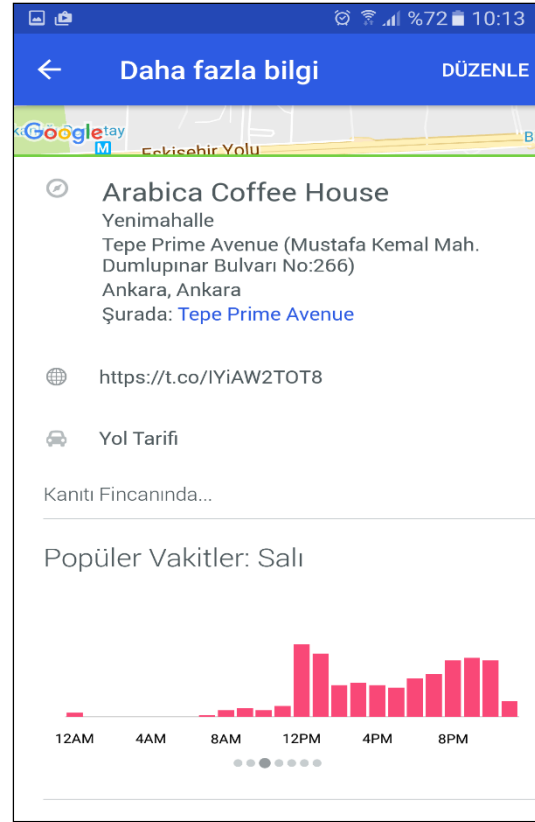
Şekil 7. Seğmenler parkının 7.038 puana dayanarak 10 üzerinden 9.5 puan alması (Foursquare mobil uygulaması-Aralık 2016).

3.2.1.3. Fiziki mekânın tasarlanmasındaki mekân-insan ilişkisi:

Coğrafi sosyal ağlardan Foursquare ve Swarm uygulamalarının en dikkat çekici özelliği tamamen iş birlikçi bir yapıya sahip olmasıdır. Burada bahsedilen işbirlikçi yapı kullanıcılara konumlarını, fotoğraflarını ve yorumlarını paylaşma imkânının sunulmasıdır. Tüm bu iş birlikçi yaklaşım coğrafi sosyal ağ kullanıcılarının paylaştıkları fotoğrafları ve yorumları ile mekânın iç-dış tasarımını, müşterilerce yorumlanan kullanım olanaklarını ortaya koymaktadır (Şekil 8). Ayrıca gün içerisinde mekânda yapılan yer bildirimleri ışığında mekânın müşteri yoğunluğuna da erişilebilmektedir. Gün içerisindeki müşteri yoğunluğu mekânın konumuna göre hafta içi ve hafta sonu farklılık göstermektedir. Örneğin Ankara kentinde Tepe Prime Avenue içerisinde bulunan Arabica Coffee House hafta içi 12:00 ile 14:00 arası en popüler saatte olması, iş merkezlerine yakınlığından dolayı, iş merkezlerinde çalışanların öğle aralarında mekânı tercih etmeleri ve bu saatlerdeki kullanımın buna bağlı olarak artmasını göstermektedir (Şekil 9). Hafta sonu ise aynı mekânda en popüler saatin 20:00 ile 00:00 olması kullanıcı profilinin değiştiğini göstermekte olup hafta içi ve hafta sonu kullanımının mesai saatlerine bağlı olarak farklı olduğunu işaret etmektedir. Mekânda yapılan yer bildirimleri sayesinde ulaşılan mekânın kullanım yoğunluğu hangi saatlerde mekânın revaçta olduğunu hem işletmeciler hem de müşteriler açısından mekânın fiziki yeterliliğini ortaya koymaktadır. Kent plancıları açısından da mekân yoğunluğu mekânın hangi saatlerde en çok kullanıldığını göstermekte olup mekânı tasarlarlarken ihtiyaçların belirlenmesinde sayısal bir veri sunmaktadır.



Şekil 8. Foursquare uygulamasının kullanıcı yorumlarına göre mekânın incelenmesi (Foursquare mobil uygulaması-Aralık 2016).

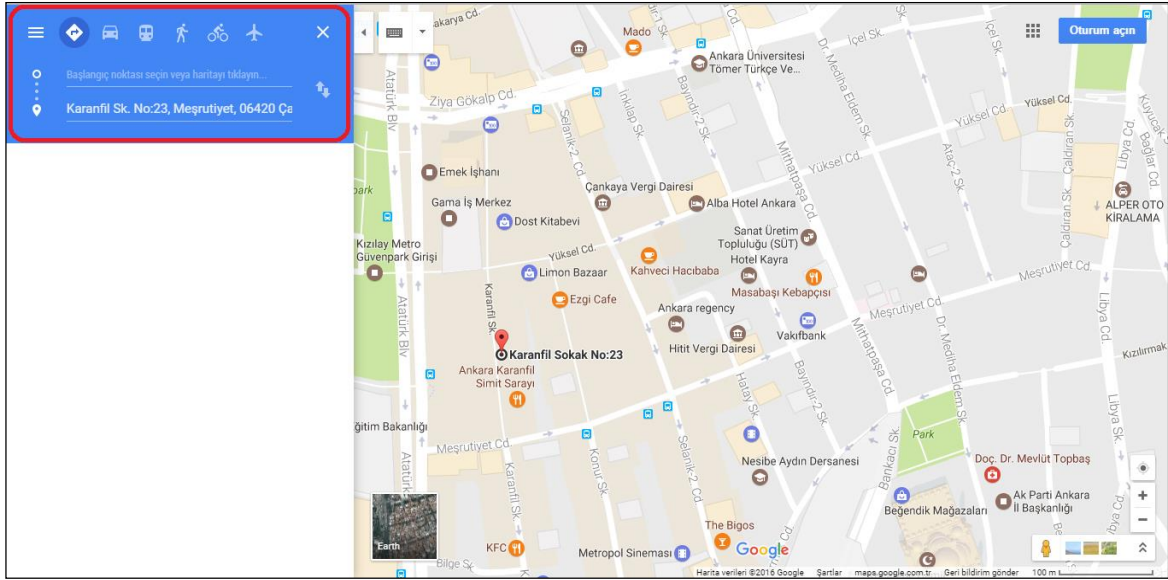


Şekil 9. Arabica Coffee House hafta içi (salı) kullanım saatleri Kaynakça: (Foursquare mobil uygulaması-Aralık 2016).

3.2.2. Erişebilirlik ve hareketliliğe girdisi

Kent planlamasına yardımcı olabilecek ulaşım haritaları konum verileri ile yapılabilmektedir. Farklı şehirdeki, farklı mahallelerin, farklı insanların sosyal medya üzerinden yaptığı yer bildirimleri hareketlilik haritalarına girdi oluşturmaktadır. Erişebilirlik ve hareketlilik kent plancılarına insanların mekânlarda nasıl hareket ettiği konusunda yardımcı olur (Ercoşkun, 2015).

Coğrafi sosyal medya verisi fiziksel alanların analiz edilmesini ve insan davranışlarından yola çıkarak o alanların tasarımlarının nasıl etkilendiğini göstermektedir. Analiz edilen alanlarda insanların kentte nerelerde dolaştığını, nereleri ziyaret ettiğini, bulunduğu alışveriş merkezlerini, yoğun trafik alanlarını, sessiz yaya yollarını, gece hayatı mekânlarını sunar. Bu mekânlar üzerinden sosyal medya verilerini inceleyerek kentin planı hakkında bilgiye sahip olunur. Örneğin, insanlar kahve içmek için ilgili bir yere gitmek istediklerinde kahve mekânları için nerelere gidilir sorusunu yönettiklerinde bu mekânlar listelenir (Tasse ve Hong, 2014). Örneğe göre gidilecek kahve mekânı seçildikten sonra Foursquare uygulaması üzerinden Google, Yandex gibi haritalardan navigasyon ile yol tarifi alma imkânı, gerçek zamanlı olup kişinin konumuna göre yeni rotalar belirleyip yaya, araç-araba, toplu taşıma gibi ulaşım türlerinde yol tarifi verilmektedir. Ayrıca durak ve terminal noktası gibi ayrıntılı bilgileri de içermektedir. Bu ulaşım bilgileri ile beraber aynı zamanda kişinin seçtiği ulaşım türüne bağlı olarak gitmek istediği kahve dükkânına gerçek zamanlı trafik raporu değerlendirilerek varacağı sürede otomatik hesaplanmaktadır (Şekil 10).



Şekil 10. Foursquare uygulaması ile bağlantılı haritalardan navigasyonla yol tarifi alma imkânı (Foursquare web sitesi, <https://www.google.com/maps>)

Planlanacak bölgenin veya incelenecek alanın Foursquare ve Swarm uygulamalarını kullanarak ulaşım türleri, durak ve terminaller, trafik yoğunluğu, kişi yoğunluğu, ulaşım imkânı sunan yollar gibi pek çok ulaşım bilgisi haritalarına girdi oluşturacak verileri sunmaktadır.

3.2.3. Yer bildirimlerinin sosyo-ekonomik boyutu

Kentler coğrafi konumlarının verdiği rekabetçi durumlarına ve hızlı ekonomik dinamiklerine göre gelişir. Kentlerde ekonomik büyüme özel coğrafi alanlar, yaratıcı insanlar ve yenilikçi girişimlere bağlıdır. Sosyal ağların bağımlılığının kentsel yoğunluğa göre incelenmesi yer paylaşımının Foursquare uygulaması kullanımına, kent merkezindeki sosyo-ekonomik farklılığa bağlıdır. Geçmişte kentler sosyo-ekonomik dinamiklerle gelişmiştir. Yenilikçilik, yaratıcı yaşam tarzları ve girişimcilik kentleri oluşturmuştur. İşletmecilerin ekonomik performansı, firmaların yeteneklerine ve çevre kaynaklarına bağlıdır. Firmaların büyümesi, kaynak yeterliliği veya kaynakları harekete geçirme durumuna bağlıdır. Son yıllarda, kaynak temelli büyüme fiziksel insan kaynakları ve sosyo-ekonomik kaynaklar açısından incelenmektedir. Sosyal yaşam kent yaşamının ihtiyacıdır. Foursquare-Swarm uygulamaları yer paylaşımı kentlerin ekonomik etkileşimini tahmin eder (Arribas-Bel, Kourtiti ve Nijkamp, 2013). Mekân kullanıcıları mekânı Foursquare-Swarm uygulamalarının sunduğu çeşitli filtreleme yöntemlerinden mekânların ürün fiyatları ile maddi açıdan değerlendirebileceği gibi (ortalama sonucu çıkan) ürün fiyatlarını diğer filtrelemelerle birlikte de değerlendirebilirler.

Toplumsal hayatta sosyo-ekonomik statü grupları dinamik bir yapıdadır. Sosyo-ekonomik statü haritalanması devlet için oldukça önemli bir bölüm olup kaynakları geliştirmede önemli bir rol oynar. Örneğin İngiltere’de devlet çoklu ihtiyaçlar verisini kullanarak (IMD) yoksulluk probleminin en çok nerelerde olduğunu ölçmede kullanır. Bu yöntemi kullanarak sorunları çözmeye çalışır. IMD alt yapısı ve diğer istatistik bilgileri IMD’nin temeli araştırma ve devletin farklı alandaki istatistik bilgilerinden oluşmaktadır. Fakat gelişmiş ülkelerde bile araştırma ve istatistik bilgileri toplamak zorlu ve pahalıdır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde yoksulluk haritası kullanılırken veriler zamanı güncel veriler değildir. Güncel verileri toplamak, sisteme oturtmak ve analizi çalışır hale getirmek kolay bir süreç değildir. Ancak geleneksel yöntemlere göre bu analizin yapılması daha kolaydır. Bu analizin yapılmasındaki en önemli husus, verilerin ne kadar güncel olduğudur. Geleneksel yöntemlerle yapılan analizlerde sosyo-ekonomik yoksulluğu haritalandırırken daha büyük alanlara, daha az detaylı bilgiler verirken; sosyal medyanın sağladığı veriler ile hem daha hızlı hem de daha kolay veriler elde ederek sosyo-ekonomik haritaların analizleri daha hassas ve doğru olmaktadır (Tasse ve Hong, 2014).

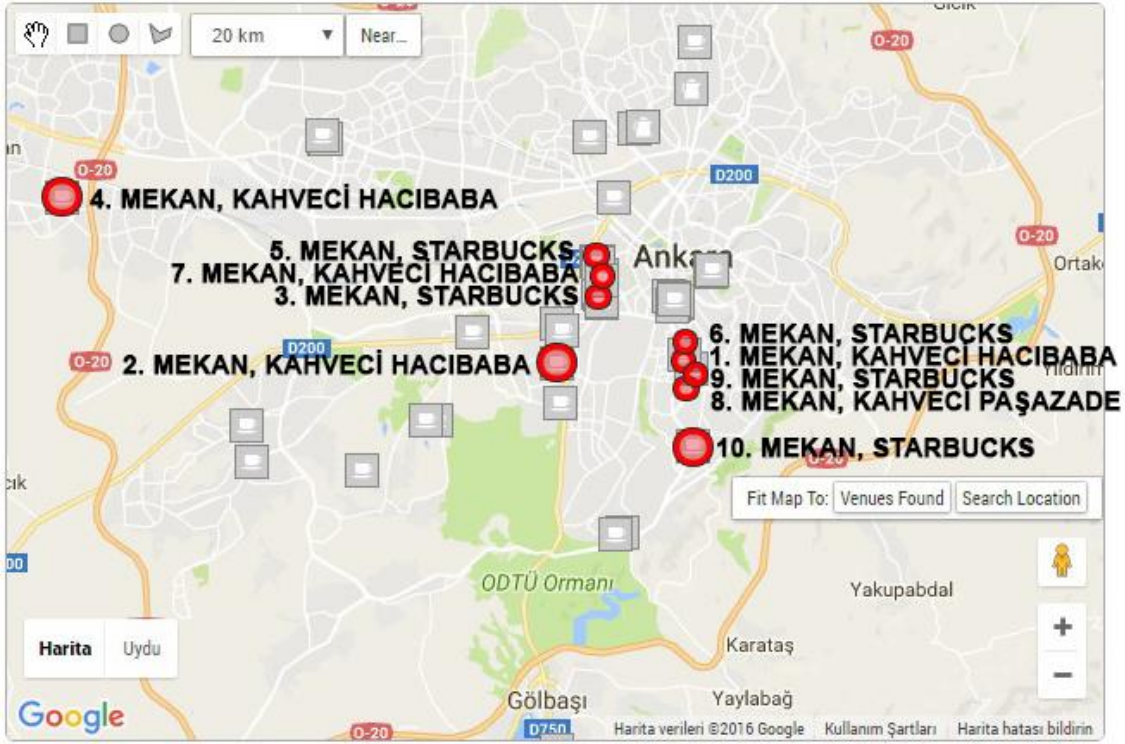
Bir başka girdi olarak kentteki kirlilik, şiddet, insanların uyumu gibi sosyo-ekonomik statüleri takip etmek zordur. Sosyo-ekonomik statü içerisinde yaşam kalitesinin de haritalandırması yapılabilir. Yaşam kalitesinin bazı yönleri konum verileri kullanılarak modellenilebilir (Tasse ve Hong, 2014).

4. Ankara’da En Çok Yer Bildirimi Yapılan 10 Kahve Mekânının Araştırması ve Bulguları

Ankara Türkiye’nin başkenti olup Cumhuriyetin kuruluşuna tanıklık etmiştir. Tarihsel açıdan kent çok eskilere dayanmakta olup kültürel farklılıklar bulunmaktadır. Türkiye’nin 2. büyük şehri olan Ankara, İstanbul’dan sonraki en yoğun nüfusa sahip kenttir. Geniş bir alana yayılmakta olup politik, sosyal, ekonomik fonksiyonlar bakımından kentsel alanda yoğun bir şekilde kümelenmiştir. Cumhuriyetin başlangıcında imar planları yapılarak planlı yerleşim sağlanmıştır. 1940’lardan sonra kent çok büyük bir değişime girmiş ve nüfus inanılmaz boyutta artmıştır. Yükseköğretim kurumlarının fazla olması kentte kültürel gelişme sağlanmasına sebep olmuştur. Kent içerisinde yaşayan memurlar, öğrenciler şehrin nüfusunda önemli ölçüde rol oynar. Ankara’da kent merkezi Ulus-Kızılay-Tunalı hattıdır. Ana caddeleri, alışveriş merkezleri, oteller, tiyatrolar, yüksek katlı binalar dikkati çekmektedir. Kamusal mekânlar, kentin gelişme yönü olan güneybatı koridorunda bulunmaktadır. Opera, bale, tiyatrolar, konser salonları kent merkezinde hizmet vermektedir.

Ankara kentinde kahve mekânlarının örnek olarak alınmasıyla belirli bir zaman aralığı içerisinde Swarm uygulaması kullanımına bağlı yer bildirimleri Foursquare uygulamasının 4sweep uygulaması ile erişilmektedir (23.11.2016 10:55) (<https://4sweep.com>). Erişim sonucunda Ankara kentinde 2016 yılında en çok yer bildirimi yapılan kahve mekânları sırası ile:

- 1- Kahveci Hacıbaba (Kocatepe Mah. Selanik Cad. No:39/B Kızılay/Çankaya) (559.595 yer bildirimi)
- 2- Kahveci Hacıbaba (Muhsin Yazıcıoğlu Cad. No:30/D-E Çukurambar/Ankara) (289.573 yer bildirimi)
- 3- Starbucks (Yukarı Bahçelievler Mah. Aşkabat Cad. No:38/A Çankaya/Ankara) (282.889 yer bildirimi)
- 4- Kahveci Hacıbaba (Topçu Mahallesi 1464.Cad. (Elvankent Caddesi) No:59) (274.614 yer bildirimi)
- 5- Starbucks (Bahçelievler Mahallesi 54.Sokak No:4/A Çankaya/Ankara) (258.948 yer bildirimi)
- 6- Starbucks (Kızılay Avm Atatürk Bulvarı No:96 Çankaya/Ankara) (192.142 yer bildirimi)
- 7- Kahveci Hacıbaba (Azerbaycan Cad. No:45 Bahçelievler/Ankara) (184.925 yer bildirimi)
- 8- Kahveci Paşazade (Karanfil Sokak No: 22/A Kızılay/Ankara) (169.415 yer bildirimi)
- 9- Starbucks (Meşrutiyet Mah. Karanfil Sokak Kızılay/Çankaya) (164.922 yer bildirimi)
- 10- Starbucks (Turan Güneş Bulvarı Sancak Mah. No:19 Çankaya/Ankara) (157.914 yer bildirimi) olmaktadır (Şekil 11).



Şekil 11. Ankara kentinde en çok yer bildirimini yapılan, ilk 10'da bulunan kahve mekânları (URL-6).

Kahve mekânlarındaki yer bildirimlerin dağılımı mekânsal analiz edildiğinde, merkezi yoğun yerleşim alanlarında daha çok yer bildirimini yapıldığı sonucu görülmektedir. İlk 10 kahve mekânı içerisinde Foursquare-Swarm uygulamaları üzerinden yer bildirimini yapılan yerlere bakıldığında 4 mekânın Kızılay'da bulunması Kızılay'ı 1. odak yapmaktadır. Bahçelievler'de ise ilk 10'a giren 3 kahve mekânının bulunması Bahçelievler'i 2. odak yapmaktadır. Kahve mekânlarında yer bildirimleri üzerinden rastgele-belirli sayıda seçilmiş kullanıcılar ankete tabi tutulmuştur. Araştırmada en çok yer bildirimini yapılan kahve mekânlarındaki kullanıcı profilleri, kullanıcı davranışları, mekânı seçme nedenleri, Foursquare Swarm uygulamaları kullanımına yönelik sorular ortaya konulmaktadır.

4.1. Kahve Mekânlarındaki Kullanıcılarla Yapılan Anket Çalışması

Swarm uygulaması üzerinden en çok yer bildirimini yapılan ilk 10'a giren kahve mekânlarının her birinde, yer bildirimini yapan kullanıcılar ankete tabi tutulmuştur (03.12.2016-04.12.2016). Her kahve mekânında 10'ar adet anket yapılmak üzere toplamda 100 adet anket yapılmıştır. 1. soru ve 2. soru mekânın adı ve adresine yöneliktir. 3. soru ise (3.1., 3.2., 3.3., 3.4.) katılımcıya yöneliktir. 4. sorudan 18. soruya kadar katılımcının mekân ile ilişkisine yönelik, 19. sorudan 24. soruya kadarda katılımcının Foursquare-Swarm uygulamaları kullanımına ilişkin sorular sorulmuştur. Anket çalışması 43 erkek 57 kadın Swarm uygulaması kullanıcılarına uygulanmıştır.

Katılımcıların en fazla oranını öğrenci grubu oluşturmaktadır ve diğer gruplar içerisinde öğrenci grubu %56'lık pay almaktadır. Katılımcıların %56'lık kesimini öğrencilerin oluşturması, öğrencilerin mesai saatlerinin olmamasından kaynaklı gün içerisinde kahve mekânlarına belirli bir saat aralığında gitmediklerini gösterirken, aynı zamanda kahve mekânına günün herhangi bir saat diliminde gidebileceklerini de göstermektedir. Öğrenci katılımcılar kahve mekânlarını öncelikli olarak ders çalışabilmek, arkadaşlarıyla hoş zaman geçirebilmek ve kahve içmek amacıyla kullanmaktadır. %56'lık kesimin öğrenci olması aynı zamanda Foursquare-Swarm uygulamalarını kullanan kişilerin genç olduğunu da göstermektedir.

Anket katılımcılarının %55'ini 20 ile 24 yaş arasındaki kişiler oluşturmaktadır (Çizelge 1). Ortalama yaş değeri ise 25'dir. Kahve mekânlarında müşterilerin birçoğu öğrenci olmakla birlikte, öğrencilerin de 20 ile 24 yaşları arasında yoğunlaştığını göstermektedir.

Çizelge 1. Katılımcıların yaş dağılımı

Anket katılımcıların %90'ı bekâr, %10'u evlidir. Katılımcıların evlerine yakınlığı katılımcıların %71'i için önemli, %29'u için önemli değildir (Çizelge 2).

Çizelge 2. Kahve mekânlarının katılımcıların evlerine yakınlığının katılımcılar için önemi

Katılımcıların iş yerlerine yakınlığı katılımcıların %30'u için önemli, %16'sı içinde önemli değildir (Çizelge 3) ve %54'lük kesim bu soruya her hangi bir yerde çalışmadıkları için cevap vermemişlerdir.

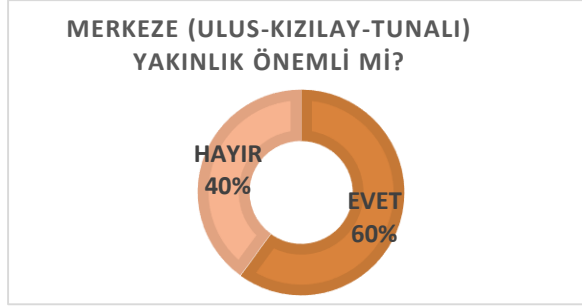
Çizelge 3. Kahve mekânlarının katılımcıların iş yerlerine yakınlığının katılımcılar için önemi

AVM'lere yakınlık katılımcıların %67'si için önemli, %32'si içinde önemli değildir (Çizelge 4). AVM yakınında bulunan kahve mekânlarındaki katılımcılar sadece kahve içmek için gelmemekte olup günün belirli saatlerinde kahve içmeyi, geri kalan boş vakitlerinde ise alışveriş yapmayı tercih etmektedirler. Bunun sonucunda genel olarak AVM yakınındaki kahve mekânları işlek kahve mekânlarıdır.

Çizelge 4. Kahve mekânlarının AVM'lere yakınlığının katılımcılar için önemi

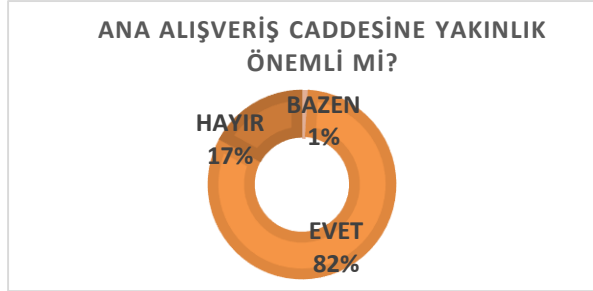
Kent merkezine yakınlık (Ulus-Kızılay-Tunalı) katılımcıların %60'ı için önemli, %40'ı içinde önemli değildir (Çizelge 5). Kahve mekânlarının kent merkezine yakınlığının tercihi ulaşım imkânları, diğer kentsel kullanım olanaklarına yakınlık gibi nedenler yönündedir. Kent merkezine yakın olan kahve mekânları daha işlektir.

Çizelge 5. Kahve mekânlarının kent merkezine yakınlığının katılımcılar için önemi



Ana alışveriş caddesine yakınlık katılımcıların %82'i için önemli, %17'si içinde önemli olmamaktadır (Çizelge 6). Ana alışveriş caddesinde kentsel kullanımların çeşitliliğinin fazla olmasından dolayı katılımcının pek çok ihtiyacını karşılayabileceği yönündedir. Ana alışveriş caddesine yakın kahve mekânları daha işlek mekânlardır.

Çizelge 6. Kahve mekânlarının ana alışveriş caddesine yakınlığının katılımcılar için önemi

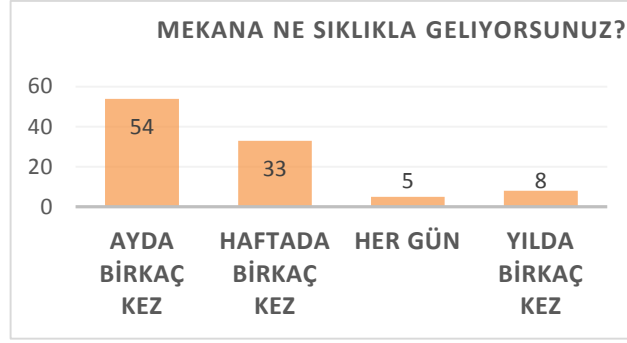


Katılımcıların %74'ü kahve mekânlarını rutin olarak kullanmakta, %26'sı ise rutin olarak kullanmamaktadır (Çizelge 7). Katılımcıların %74'lük kesimin rutin olarak gelmesi kahve mekânlarının oldukça işlek olduğunu ve hiçbir zaman kahve mekânlarının müşteriye kalmadığı bilgisine ulaşılmaktadır.

Çizelge 7. Kahve mekânlarının rutin kullanımı



Katılımcıların %54'ü mekâna ayda birkaç kez, %33'ü haftada birkaç kez, %8'i yılda birkaç kez ve %5'ide her gün gelmektedir (Çizelge 8).

Çizelge 8. Kahve mekânlarının kullanım sıklığı

Mekânın iç tasarımı katılımcıların %92'sini etkilemekte, %7'sini etkilememekte ve %1'inide bazen etkilemektedir (Çizelge 9). Görsellik, mekân ambiyansı kahve mekânları müşterileri için önemli bir faktördür. Katılımcılar ile anket yapılırken gelen yorumlarda katılımcıların güzel bir mekânda zaman geçirmek istediği, bu isteğinde mekânın iç tasarımı ile olacağı ortak görüşü gelmiştir.

Çizelge 9. Kahve mekânlarının iç mekan tasarımlarının katılımcıyı etkilemesi

Mekanda bulunan açık alan kullanımı katılımcıların %95'i etkilemekte, %4'ünü etkilememekte ve %1'inide bazen etkilemektedir (Çizelge 10). Mevsimsel olarak katılımcının açık havada bulunma isteği ve buna bağlı olarak açık havada oturma isteğinin en önemli etmeni tütün ürünleri kullanımına dayanmaktadır.

Çizelge 10. Kahve mekânlarının açık alan kullanımının katılımcıyı etkilemesi

Mekânda bulunan sigara içme terası katılımcıların %64'ünü etkilememekte, %35'ini etkilemekte ve %1'ni de bazen etkilemektedir (Çizelge 11).

Çizelge 11. Kahve mekânlarında bulunan sigara içme terasının katılımcıyı etkilemesi

Mekânlardaki çocuk alanı kullanımı katılımcıların %94'ünü etkilememekte, %4'ünü etkilemekte ve %2'sinide bazen etkilemektedir (Çizelge 12). Katılımcıların %94'lük kesiminin küçük yaşta çocuklarının olmadığını veya katılımcının çocuğunun olmadığını göstermektedir.

Çizelge 12. Kahve mekânlarında bulunan çocuk oyun alanı kullanımının katılımcıyı etkilemesi



Kahve mekânlarının otopark imkânı sunması katılımcıların %49'unu etkilemekte, %39'unu etkilememekte ve %12'inide bazen etkilemektedir (Çizelge 13). İlk 10'da bulunan kahve mekânlarının çoğunun otopark imkânı yoktur. Fakat arabalı kullanıcıları içeren %49'luk kesim kahve mekânlarına gene de gitmektedir. Mevcut kahve mekânlarına veya yeni açılacak kahve mekânlarına otopark imkânı sunulması takdirinde, katılımcının bu mekânları tercih etmesinin önemi de artacaktır.

Çizelge 13. Kahve mekânlarının otopark imkânı sunmasının katılımcıyı etkilemesi



Kahve mekânlarının toplu taşıma duraklarına yakınlığı katılımcıların %62'sini etkilemekte, %25'ini etkilememekte ve %13'ünde bazen etkilemektedir (Çizelge 14). İlk 10'da bulunan kahve mekânlarından 5 tanesinin Kızılay'da, 3 tanesinin de Bahçelievler'de konumlanması bu mekânların toplu taşıma kullanımı açısından Ankara kentinin en gelişmiş yerleri olmasını ve bu sebepten dolayı da müşterilerin kahve mekânlarına ulaşımında toplu taşımayı kolaylıkla tercih ettiğini, edebileceğini göstermektedir.

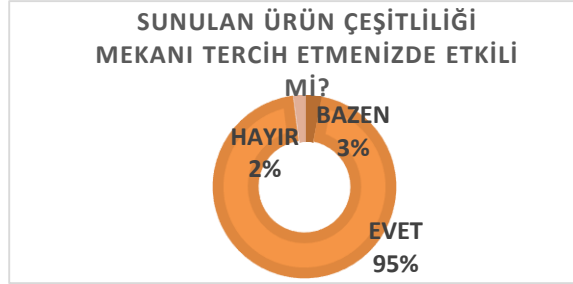
Çizelge 14. Kahve mekânlarının toplu taşıma kullanımına yakınlığının katılımcıyı etkilemesi



Kahve mekânlarının sunduğu ürün çeşitliliği katılımcıların %95'ini etkilemekte, %3'ünü bazen etkilemekte ve %2'sinide etkilememektedir (Çizelge 15). Ürün çeşitliliği kahve mekânlarının tercihlerine bağlı olmakla birlikte, müşterilerinde ürün çeşitliliğini sevdiğini ortaya çıkarmaktadır. Bu

çeşitlilik belirli bir kahve dükkânının tercihlerini belirli bir noktada yoğunlaşmasını sağlayarak markalaştırabilir veya mevcut kahve dükkânının yanına açılacak yeni bir kahve dükkânının çeşitliliğini de etkileyebilir.

Çizelge 15. Kahve mekânlarında sunulan ürün çeşitliliğinin katılımcıyı etkilemesi



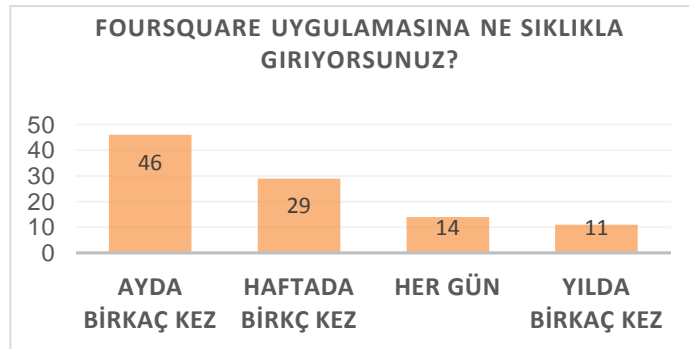
Kahve mekânlarının belirlediği ürün fiyatları katılımcıların %83'ünü etkilemekte, %15'inide etkilememektedir (Çizelge 16). Katılımcıların %56'sının öğrenci olmasına bağlı olarak mekânların ürün fiyatları önemli rol oynamaktadır.

Çizelge 16. Kahve mekânlarında ürün fiyatlarının katılımcıyı etkilemesi

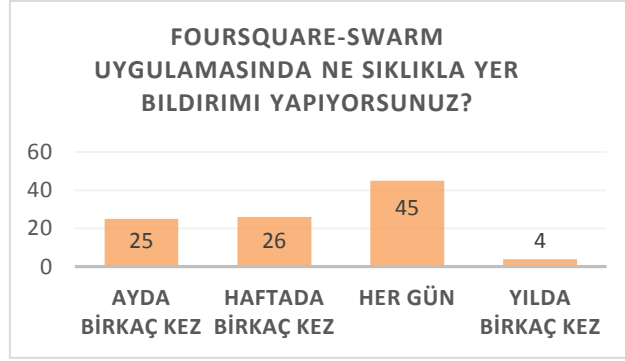


Foursquare uygulamasını katılımcıların %46'sı ayda birkaç kez, %29'u haftada birkaç kez, %14'ü her gün ve %11'ide yılda birkaç kez kullanmaktadır (Çizelge 17). Foursquare uygulaması kullanıcıları tarafından sosyal medya üzerinden mekânların özelliklerine bakılmasında, fotoğraf ve bilgi paylaşımının yoğun olmasından dolayı Foursquare uygulaması kullanımı genellikle yeni bir mekân keşfetmek için girilmektedir.

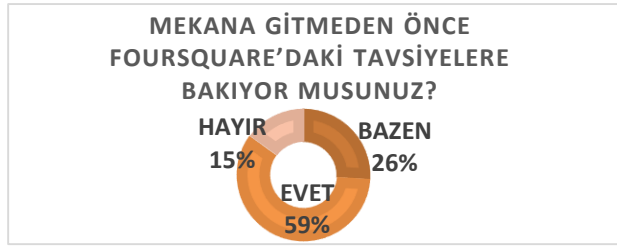
Çizelge 17. Katılımcıların Foursquare uygulamasını kullanma sıklığı



Foursquare-Swarm uygulaması üzerinden katılımcıların %45'i her gün, %26'sı haftada birkaç kez, %25'i ayda birkaç kez ve %4'üde yılda birkaç kez yer bildirimini yapmaktadır (Çizelge 18). Çıkan sonuç teorik kısımda anlatılan araştırma yöntemlerinin (mekânın türü analizi ve erişebilirlik, hareketliliğe girdi oluşturması) güncel ve güvenilir olduğunu kanıtlar düzeydedir.

Çizelge 18. Katılımcıların Foursquare-Swarm uygulamasında yer bildirimini yapma sıklığı

Foursquare uygulaması üzerinden mekân tavsiyelerine katılımcıların %59'u bakmakta, %26'sı bazen bakmakta ve %15'ide bakmamaktadır (Çizelge 19). Foursquare uygulaması kullanıcıları "Foursquare uygulamasına ne sıklıkla giriyorsunuz?" sorusuna bağlantılı olarak yeni mekânlar keşfederken, daha önceki müşterilerin deneyimleri doğrultusunda yaptığı yorumlar, yeni ve potansiyel müşteriler için önemli rol oynamaktadır. Anket sorusu sonucunda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun (%59) yorumları dikkate aldığı sonucu çıkmaktadır.

Çizelge 19. Katılımcıların Foursquare uygulamasında tavsiyeleri kullanması

Mekânda yapılan yer bildirim sayısı katılımcıların %51'ini etkilemekte, %41'ini etkilememekte ve %8'inide bazen etkilemektedir (Çizelge 20). "Mekâna gitmeden önce Foursquare'daki tavsiyelere bakıyor musunuz?" sorusunda da olduğu gibi mekânda bulunan önceki kullanıcıların yaptığı yer bildirimlerinin sayılarına bakılmakta ve bu yer bildirim sayılarının azlığı-çokluğu "Foursquare uygulamasına ne sıklıkla giriyorsunuz?", "Foursquare-Swarm uygulamasında ne sıklıkla yer bildirimini yapıyorsunuz?" sorularının da devamı olarak bir mekândaki yer bildirim sayısı yeni ve potansiyel müşterileri etkilemektedir.

Çizelge 20. Katılımcıların Foursquare-Swarm uygulamasında yer bildirimlerini incelemesi

Swarm uygulamasını oyun amaçlı olarak katılımcıların %42'si kullanmakta, %30'u kullanmamakta ve %28'i bazen kullanmaktadır. Katılımcıların %56'lık kesiminin öğrenci olmasından dolayı Foursquare-Swarm uygulamalarının sunduğu oyun amaçlı kullanım, katılımcıların arkadaşlarıyla rekabet edebilmesi amacıyla kullanılmaktadır.

Kahve mekanlarının sunduğu Foursquare-Swarm uygulamaları üzerinden indirim olanakları mekan tercihi katılımcıların %49'unu etkilemekte, %32'sini bazen etkilemekte ve %19'unuda etkilememektedir (Çizelge 21). Katılımcılar için mekânda sunulan indirimler önemli rol oynamaktadır. Müşteriler genellikle indirimi olan yerleri tercih etmektedir.

Çizelge. 21. Foursquare-Swarm uygulamasının sunduğu indirimlerin katılımcıların mekânı tercih etmesini etkilemesi



4.2. Kahve Mekânlarındaki Mekân İşletmecileriyle Yapılan Anket Çalışması

Foursquare-Swarm uygulamaları üzerinden kahve mekânları arasında yer bildiri sayısı ve niteliği bakımından ilk 10 listesine giren kahve mekânlarına bakılmıştır. İlk 10'a giren kahve mekânları içerisinde Kahveci Hacıbaba'ya ait 4 şube, Starbucks'a ait 5 şube, Kahveci Paşazade'ye de ait yalnızca 1 şube bulunmaktadır. Mekân sahiplerine yapılan anket çalışması yalnızca Bahçelievler'de bulunan Kahveci Hacıbaba ve Starbucks şubelerine yapılmıştır. Diğer şubelere anket çalışmasının yapılmamasının sebebi kahve dükkânlarının ait olduğu markaların aynı standartları taşımalarıdır. Mekânların toplu taşıma duraklarına olan yakınlıkları, AVM'ye yakınlığın ve merkeze yakınlığın önemli görülmemesi, ana alışveriş caddesine yakınlığın ise önemli bulunması işletmecilere yapılan anketlerde kahve dükkânlarının firma olarak ortak özelliklerini ortaya koymaktadır. Açık alan kullanımları tüm işletmeciler tarafından önemli ve olumlu yönde etkisi olduğu düşünülse de, mekânların firma olarak birbirinden ayrılan özellikleri bulunmaktadır. Kahveci Hacıbaba dükkânları bahçe kullanımı üzerine kurulmuş bir mekân kurgusuna sahip iken Starbucks dükkânları daha çok iç mekân tasarımı üzerinde kurguya sahiptir. Bir başka markaların farklılaşma unsuru ise her iki mekânında müşteri profilinin öğrenciler olmasının yanı sıra Kahveci Hacıbaba mekânına 40-50 yaş grubunda müşterilerinde geliyor olmasıdır. Bu yaş grubu farkına bağlı olarak Kahveci Hacıbaba mekânına gelen müşteriler çocuk oyun alanına yönelik talep getirmekte olup, Kahveci Hacıbaba mekânlarında da buna yönelik çalışmalara başlanmıştır. Ayrıca seçilen Kahveci Hacıbaba mekânında otopark hizmeti sunulurken seçilen Starbucks kahve mekanında otopark hizmeti sunulmamaktadır.

5. SONUÇ

Kent planlama, kademeli ilerleyen planlar doğrultusunda işleyen bir mekanizmadır. Bu mekanizma birkaç kentin oluşturduğu ve çeşitli coğrafi-siyasi-ekonomik unsurlardan meydana gelen bölgelerden başlayarak kentlere, kentlerden mahallelere ve daha da küçük birimlere kadar inerek detaylanan ölçekler doğrultusunda ele alınır. Bir kent planlama sürecinde mekânlar yalnızca fiziksel olarak düşünülmez. Ekonomik, sosyal, siyasi, kültürel ve uluslararası bağlantılara kadar çıkabilen hem çok geniş bir çerçeve de bakılan hem de oldukça detaylı ve her türü alternatifin göze alınıp değerlendirildiği zor bir süreçtir. Kentler planlanırken her türlü boyutun dikkate alınmasında ki temel neden, insanlar ve insanlarla ilgili her türlü konunun kent planlamasına girdi sağlamasıdır. Kent planlamada söz konusu olan boyutların detaylı analizleri sonucu 10, 20, 25 yıl gibi hedeflenen süreler içerisinde gelişim konu alınır. Kentlerin oluşturduğu coğrafi-siyasi-ekonomik unsurlardan meydana

gelen bölgeler ölçek detaylanarak şekillenir. Ülkelerin genel yapısını oluşturan bu zorlu süreç yalnızca kent plancılarının istekleri üzerine gerçekleşmez. Kent planlama katılımcı anlayışla gelişen demokratik bir yaklaşımdır. Günümüzde teknolojinin hızla ilerlemesi insanların hayatını hızlandırmış ve ulaşılması çok zor olarak düşünülen şeyler teknoloji ile yapılı hale gelmiştir. Teknoloji hayatımıza pek çok alanda katkı yaptığı gibi şehir planlamaya da katkı sağlamıştır. Teknolojinin kent planlamaya sağladığı katkılardan biride kentlilerin planlama süreçlerine katılımlarıdır. Bu çalışmada ulaşılmak istenen kentlilerin planlama sürecine olan katılımlarını arttıracak yollar üzerine yapılmıştır. Çalışmada temel alınan coğrafi konum tabanlı sosyal ağların (Foursquare-Swarm uygulamalarının) seçim nedeni anlık veriye ulaşılabilme, güncelliğini koruyabilmesi, zamansal süreçte görüntülenme, kullanıcının duygu ve düşüncelerine ulaşabilme ve sosyo-ekonomik çıkarımlarda bulunabilme imkânlarını sunmasıdır. Ayrıca Türkiye'nin Foursquare-Swarm kullanımında dünya birincisi olması veri güvenilirliği açısından oldukça önemli bir boyuttur.

Ankara ilinde coğrafi konum tabanlı sosyal ağlar kullanarak yapılan bu çalışmada amaç bahsedilen teorik çerçevenin pratikteki uygulamasının yapılarak kent planlama analizlerine alternatif yeni bir analiz türü eklemektir. Foursquare-Swarm uygulamaları doğrudan kent planına katılım için üretilmiş uygulamalar olmasa da bir plancının ihtiyaç duyabileceği pek çok veriye erişim imkânı sunmaktadır. Bu uygulamaların en güzel yanı ise geleneksel analiz yolları ile yapılan planlama analizleri uzun süren, emek isteyen ve maliyetli çalışmalar iken Foursquare-Swarm uygulamaları ile konu edilen modern planlama analiz teknikleri hızlı, iş gücü gerektirmeyip masrafsız olmasıdır.

Ankara ilinde yürütülen çalışmada en çok yer bildiri yapılan kahve mekânlarındaki müşterilerin kullanıcı profilleri, kullanıcı davranışları, mekânı seçme nedenleri, Foursquare Swarm kullanımına yönelik bulgular elde edilmiştir. Bu bulgular ışığında müşteriler bir mekâna gitmeden önce mekân hakkında Foursquare-Swarm uygulamalarından bilgi edinip tercihlerini yapmaktadırlar. Müşteri tercihleri Foursquare-Swarm uygulamalarını kullanan kişilerin mekânlar hakkındaki yorumlarına-tavsiyelerine ve mekânlarda yapılan yer bildirim sayılarına bakarak gidebilecekleri mekânı belirlemektedir. Ankara kentindeki kahve mekânlarında yapılan yer bildiri sayıları en fazla olan yerler kent merkezinde olması dikkat çekmiş ve bu doğrultu da yapılan yorum-tavsiyelerde müşterileri kent merkezine yöneltmiştir. Müşterilerin buralardaki kahve mekânlarını seçmesi kahve mekânlarını merkezileştirmiştir. Kullanıcılar kent çeperindeki kahve mekânlarına nazaran merkezdeki kahve mekânlarını tercih etmektedir. Müşteriler aynı zaman da mekânların açık alan kullanımı, otopark hizmeti, ürün fiyatı ve çeşitliliği gibi kriterleri de filtrelemektedir. Foursquare-Swarm uygulamaları kullanıcıları büyük oranda 20-24 yaşlarındaki üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Buna bağlı olarak kahve mekânları yoğun ders çalışma yerleri olarak düşünülebilmektedir. Konut alanlarına yakın ticaret alanlarındaki kahve mekânları daha çok tercih edilmektedir. Ana alışveriş caddelerinde bulunan diğer ticari birimler gibi kahve dükkânlarının da ana alışveriş caddelerinde bulunması, kahve mekânı kullanıcılarını olumlu yönde etkilemektedir. En çok yer bildiri yapılan kahve mekânlarının tercihinde diğer bir önemli unsurda kahve mekânların toplu taşıma kullanımına yakın olmasıdır. Kullanıcılar merkezi alanları genellikle tercih etmektedir. Mekânın iç tasarımı, mekânda açık alan kullanımı ve sigara içme terası bulunması kullanıcıları büyük ölçüde etkilemekte olup mekânların iç tasarımları bu doğrultuda tasarlanmalıdır. Kahve mekânlarının rutin olarak kullanımı, yer bildirimlerinin düzenli yapılması elde edilen verileri güncel tutmaktadır.

Kent plancıları elde edilen bu mekân analizlerinden arazi kullanımı analizine gidebilmektedir. Foursquare-Swarm uygulamaları sayesinde kent plancıları merkezi iş alanlarının ticaret dokusunun fiziksel-sosyal-ekonomik boyutunu çıkarabilir; ticari birimlerin mekân türünü, grubunu, yoğunluğunu kat analizlerinde göstererek kapsamlı çalışmalara iş gücü ve maliyet gerektirmeden ulaşabilir. Aynı zamanda konut ve açık yeşil alan kullanımları gibi farklı arazi kullanımlarını ilişkilendirerek erişebilirlik, hareketlilik analizleri kent plancıları tarafından yapılabilir.

Kent planlamanın katılımcı demokratik ruhu ve planlama sürecindeki analiz aşaması için coğrafi sosyal ağlar önem taşımaktadır. Facebook gibi Sosyal ağlar platformları günümüzde Foursquare-Swarm uygulamalarında olduğu gibi coğrafi tabana geçiş yapmışlardır ve bu özelliği ilerletme yolunda adımlar atmaktadırlar. Ayrıca Foursquare-Swarm uygulamalarının kullanıcı sayıları gün geçtikçe dünya

çapında artış göstermesi bilakis Türkiye'nin bu konuda dünya lideri olması bu tarz coğrafi sosyal ağlara olan ilginin günümüzdeki önemini ve gelecekte artacak olan önemini ortaya koymaktadır. Ancak günümüz de her şeye rağmen Foursquare-Swarm uygulamaları bazı sorunlarla karşılaşmaktadır. Öncelikli olarak bu sorunlar Foursquare-Swarm uygulamalarını genelde genç ve orta yaş bireylerin kullanması, yaşlı bireylerin ise bu uygulamayı çeşitli sebeplerden dolayı henüz kullanmamasıdır. Bir başka sorun ise Foursquare-Swarm uygulamaları kullanımında, bazı kentlilerin yer bildirimini yapma imkânının olmamasıdır. Bu imkânsızlık teknoloji yetersizliği ve internet erişiminin sınırlı olmasından kaynaklanmaktadır. Yer bildiriminin fazla olabilmesi için kentlerde Wi-Fi ağlarına ihtiyaç vardır. Bilişim teknolojilerinin son yıllarda gelişimi ile yeni neslin oluşturduğu bireyler mobil cihaz ve bilgisayar çevrelerinde büyümelerinden dolayı bilişime yatkınlıkları ile Foursquare-Swarm uygulamaları üzerinde daha etkili olacaklardır. Gelecekte Foursquare-Swarm uygulamaları kendi bünyelerinde kentlere bu çalışma anlamında katkı sağlayacak geliştirmeler yapabilir ya da kent planlamasına yönelik Foursquare-Swarm uygulamaları örnek alınarak üretilen coğrafi sosyal ağlar ile doğrudan katkı sağlanabilir. Kent plancıları, kent tasarımcıları mobil teknolojilerin kullanımında fiziki mekânın rolünü anlamalıdır. Fiziki mekânda coğrafi sosyal ağlar önemli rol oynar.

Kaynaklar

- Arribas-Bel, D., Kourtit, K. & Nijkamp, P. (2013). Socio-cultural Diversity and Urban Buzz, *TI*, 110/VIII.
- Arslan, A. (2014). Medyanın Birey, Kültür ve Toplum Üzerine Etkileri, *Uluslar Arası İnsan Bilimleri Dergisi*, İsmail Kurağ Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Kamu Yönetimi.
- Baraniuk, C. (2013). Foursquare check-ins tell stores where to set up shop, *New Scientist*, p.21.
- Ercoşkun, O.Y. (2015). Exploring Geo-Social Networks For Urban Studies, *SGEM 2015 International Multidisciplinary Scientific Conferences on Social SCIENCES and Arts*.
- Eren, V. ve Aydın, A. (2014). *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 16 Özel Sayı I, 2014:197,205.
- Tasse, D. & Hong, J.I (2014)., Using Social Media Data to Understand Cities, *CHIMPS Lab*, Paper 151.
- URL-1. https://tr.wikipedia.org/wiki/Sosyal_medya#Geleneksel_medyadan_farklar.C4.B1, 18.11.2016.
- URL-2. <http://foursquareturkiye.com>
- URL-3. https://tr.foursquare.com/infographics/500million-Aralık_2016
- URL-4. <https://tr.foursquare.com/v/kahveci-hac%C4%B1baba/4d18e83b6d103704b0b342bd>, 12.12.2016 23:10.
- URL-5. <https://4sweep.com/explorer/explore#l=39.930661,32.825958&radius=25000&s=venueSearch>, 11.12.2016 16:30.
- UR-6. <https://4sweep.com/explorer/explore#near=Ankara&s=venueSearch&cats=4bf58dd8d48988d1e0931735>, 23.11.2016 11:25.



Meydanlardaki İsim Değişikliklerinin Kent Belleğine Etkisi: Ankara Örneği

Selin TURAN*, Özge YALÇINER ERCOŞKUN

Gazi Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, 06570, Ankara, Türkiye.

* e-mail:selinturan80@gmail.com

Öz

Kentsel kimlik, kentlerin kendilerine özgün değerlerinden oluştuğu için, kentlinin kent ile farklı etkileşimlerle bulunup yaşanmışlıkları arttırmasına, kent parçasını anılar üzerinden hatırlayarak, mekânı belli sembollerle anımsamasına ve bu sayede kentsel belleğin oluşmasına olanak sağlamaktadır. Şehirler dönemin iktidarına, ideolojilerine ve tarihi, kültürel ve sosyal değerlerine yönelik metinlerden oluşur. Adlandırma şehrsel metinlerin okunmasını sağlamaktadır. Kentsel belleğin oluşması için fiziksel mekânın yanı sıra sosyal açıdan mekân üzerindeki anıların etkili olması sokak, cadde ve meydan isimlendirmelerinin önemini arttırmış, bu şehrsel toponimi kavramının gelişmesini sağlamıştır. Günümüzde isimlendirme çalışmaları geleneksel işlevine ek olarak farklı anlamlar kazanmış, meydan isimlendirmesi farklı algılar yaratmak amacıyla kullanılabilir hale gelmiştir. Bu çalışma Ankara'daki Kızılay Meydanı, Anadolu Meydanı ve Tren Garı Meydanı'nda yapılan anket çalışmaları üzerinden, meydana gelen isim değişikliklerinin kent belleğine etkisini araştırıp, bellek mekânlarına yapılan müdahalelerin kentli tarafından ne ölçüde bilindiğini ve bu müdahalelerin kentli tarafından ne derecede benimsendiğini saptamayı amaçlanmakta, değişikliğin hangi etkenlere bağlı ve hangi şartlarda kent belleğinde yer edebileceğini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kent belleği, kentsel toponimi, meydan isimleri, Ankara.

The Impact of Name Changes on the Urban Memory: A Case Study on Ankara

Abstract

Urban identity is created from unique values of cities which provides interaction between city and citizens, increase life experience, memories on urban fragments, recalls the space with specific symbols and thus enables creating urban memory. Cities consist of texts about the potency of the era, ideologies and their historical, cultural and social values. Naming provides urban reading. In order to form urban memory, beside the physical space, the impact of memories on space increase the importance of street and square names, thus improving the concept of urban toponomy. Today, studies on naming gain different meanings onto their traditional function, and naming squares come into use in order to create different perceptions. The aim of this study is to search the impact of name changes on the urban memory according to survey results in 15th of July Kızılay National Will Square, Anadolu Square, Train Station Square in Ankara. The study presents the extent of interventions and the conditions leave marks on the urban memory.

Keywords: Urban memory, urban toponomy, square names, Ankara

1. Giriş

Her kent kendine özgü farklı kimliklere, farklı ruhlara ve dillere sahiptir. Kenti anlamak kimliği oluşturan bileşenleri görüp bu bileşenlere sahip çıkmakla ve o ruhu hissedip o dili çözmekle mümkündür. Kent kimliğine etki eden doğal, yapay, beşeri birçok etkenden söz edilebilir. Fakat bunların başında insan ve insanın kentle kurduğu ilişki gelmektedir. Çünkü kent parçasının mekâna dönüşümü insanla olmaktadır.

Kentin dinamik yapısı kent kimliğini de etkiler. Geçen zamanla, kentteki değişim ve dönüşüm süreçleriyle kentsel kimlik kavramı da değişikliğe uğramış ve farklı bakış açılarıyla ele alınmıştır. Kentsel kimlik kentlerin özgün değerlerinden oluştuğu için, kentlinin kent ile farklı etkileşimlerle bulunup yaşanmışlıkları arttırmasına, kent parçasını anılar üzerinden hatırlayarak, belli sembollerle anımsamasına ve bu bağlamda kentsel belleğin oluşmasına olanak sağlamaktadır.

Kentsel bellek, fiziksel mekânın yanı sıra sosyal anlamda mekân üzerindeki anılardan oluştuğu için kentli ile mekân arasındaki ilişkiyi şekillendirmede sokak, cadde ve meydan isimlendirmeleri önem kazanmaktadır. İnsanoğlu var olduğundan bu yana adlandırma eylemine ihtiyaç duymuştur. Yaşanılan ortamdaki çeşitli objelerin adlandırılması, o objelerin coğrafi mekânla bütünleşmesine olanak sağlamış, bu sayede objeler birbirinden ayırt edilebilir hale gelerek kişilik kazanmış ve konumlar yere dönüşmüştür.

Kentler, sadece insan eliyle oluşturulmuş yapıları çevreler değildir. Kentler farklı ruha sahip olduğu için, dönemin iktidarına, ideolojilerine ve kültürel değerlerine yönelik yansımalar içerir. Bu bağlamda kenti anlamada cadde, sokak ve meydan adları önemli yere sahiptir. Bu doğrultuda çalışmanın amacı; Ankara'daki üç meydan üzerinden kentte meydana gelen isim değişikliklerinin kent belleğine etkisini araştırıp, bellek mekânlarına yapılan müdahalelerin kentli tarafından ne ölçüde bilindiğini ve bu müdahalelerin kentli tarafından ne derecede benimsendiğini saptamayı amaçlanmaktadır.

Çalışmanın yöntemi; kent kimliği ve isim değişikliğinin kent kimliğine etkisi ile ilgili literatür araştırmasıyla birlikte yürütülmüş olan üç örneklem alanında yüz yüze anket çalışmaları yapılarak nicel ve nitel verilere erişilmesidir. Yapılacak olan anket çalışmasında her meydan için farklı kullanıcıların (öğrenci, çalışan, emekli), her yaş grubundan ve cinsiyetten eşit olarak seçilmesi sağlanarak, üç meydana toplamda 100 adet anket yapılarak değerlendirilmiştir.

Çalışma, meydanlardaki isim değişikliklerinin kent belleğine etkisini kapsamaktadır. Çalışmanın birinci bölümü kent kimliği kavramını, kentsel kimlik bileşenlerinden beslenen kentsel bellek ve kentsel toponimi ilişkisini içeren literatür araştırmasından, ikinci bölümü ise Kızılay, Tandoğan ve Ankara Garı Meydanlarında ki isim değişikliğinin kent belleğine etkisine yönelik saha araştırmasından oluşmaktadır.

Bu doğrultuda birinci bölümde kimlik ve kentsel kimlik kavramları açıklanmış, kentsel kimliği oluşturan bileşenler sıralanmıştır. Ardından kentsel bellek, şehrsel toponimi kavramlarını açıklanmış, kent mekânlarına yapılan müdahaleler doğrultusunda isim değişikliği ile toponimi arasındaki ilişki anlatılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümünde ise literatür araştırmaları kapsamında Ankara'da bellek mekanı olarak nitelendirilen ve son zamanlarda isim değişikliğine uğrayan üç meydan örnek alanlar olarak belirlenmiş ve uygulanan isim değişikliğinin kentlinin ne oranda farkında olduğunu saptamaya yönelik anket çalışması yapılmıştır. Bu meydanlar; Ankara kent merkezindeki en önemli yer olan Kızılay Meydanı, kentin mitinglerine ev sahipliği yapan Tandoğan Meydanı ve bulunduğu konum ve garın etrafında olması nedeniyle önemli bir tarihsel yere sahip olan Tren Garı Meydanı'dır. Bu meydanlarda farklı kullanıcılarla yapılan anketler sonucu, meydana gelen isim değişikliklerinin kentli tarafından ne kadar benimsendiği ve yapılan isim değişikliklerinin kent belleğini ne yönde etkilediğine dair değerlendirme yapılmaktadır. Çalışmanın sonunda kentsel bellek ve kentsel toponimi üzerine değerlendirme yapılmaktadır.

1.1. Kimlik ve Kentsel Kimlik Kavramı

Kimlik, doğadaki herhangi bir varlığın başka varlıklardan ayrılan özelliklerinin ifadesi, onun kendine özgü olma durumudur. Kendine özgü olma durumu diğer varlıklarla kurulan ilişkilerle anlaşılabilirliğinden, ilişki, kimliği ortaya çıkaran eylem biçimidir. Kimlik bir varlığın kendisini ifade etmesiyle ilgili olduğu için temsil niteliği taşımaktadır (Güvenç, 1995; Lynch, 1965 ve 1981; Proshansky, 1983).

Toplumda her birey kendi kimliğini oluşturmaktadır. Bireyler arasındaki farklılaşma ile değişkenlik ortaya çıkmakta, bu değişkenlik toplumun yaşadığı çevreye de yansımaktadır. Kimlik, bir nesnenin diğer nesnelere arasındaki fark edilebilir olma durumudur. Kimlik; ait olduğu topluma kaybolmuşluk

hissi değil, güven oluşturma hissi vermekte ve bu duyguyu da sürekli dönüşüm içerisinde geliştirmektedir (Aykut,1998).

Kimlik, sadece bireylerin değil, çevrenin, toplumun ve kentlerin de kendilerini ifade etmede kullandığı bir araçtır. En küçük ölçekten en büyük ölçeğe doğru bireysel, grup, toplumsal ve ulusal kimlik, ulusal kimliğin altında çevresel kimlik ve çevresel kimliğin de altında mimari kimlik, mekânsal kimlik ve kentsel kimlik olmak üzere farklı boyutlarda incelenebilir.

1.1.1. Kentsel Kimlik

Kimlik bir kentin görüntüsüdür. Bir kentin kimliği uzun süre içinde şekillenir. Coğrafyası, tarihi, kültürel değerleri ve düzeyi, mimarisi, içinde yaşayan uygarlıkları, yerel gelenekleri, yaşam biçimi, şu anda yaşayan insanları, ilk yerleşimden bugüne geçirdiği evreleri kent kimliğinin bileşenleridir. Ayrıca topoğrafyası, bitki örtüsü, iklimi, jeopolitik konumu, Doğu veya Batı kenti oluşu, deniz ve karayolu bağlantısı, başka kültürlerle olan açıklığı veya kapalılığı, ekonomik yapısı, barındırdığı canlı türleri, geçirdiği işgaller ve savaşlar, depremler, bir devlete başkentlik yapıp yapmadığı gibi kentin fiziksel özelliklerinden, doğal dokusundan, sosyal yapısından, tarihi ve kültürel miraslarından doğan etkenlerle bir kentin kimliği tanımlanır. Bu özelliklerin farklılaşması kentlere özgün karakter kazandırır.

Kentsel kimlik, bir kenti tanımlayıp diğerlerinden ayıran, belirleyici nitelikteki bileşenler bütünüdür. Kent kimliğini, şehirdeki değişimler ve değişkenler olduğu kadar, sabit değişmezler de oluşturmaktadır. Birey ve çevresi arasındaki ilişkinin karşılıklı ve devamlı olması mekâna yüklenen anlamların da sürekliliğini sağlar (Ocakçı, 1993).

Kentsel kimlik, toplum tarafından şekillenen kentin kendine özgü değerlerinden oluşur. Bu kapsamda Correa (1983), kimliğin bir süreç olduğuna değinerek, kimliğin üretilmeyeceğini savunmaktadır. Gürsel (1993)'e göre kimliğin sürecini oluşturan faktörler kültürel miras veya gelenekler, toplumun değişen gereksinimlerinin nitelikleri, doğal faktörlerden kaynaklı fırsatlar ve kısıtlamalar, teknolojiye gelişmelerdir.

Kentsel kimlik, bir kentin veya çevrenin coğrafi, iklimsel, folklorik, sosyo-kültürel yapısı veya kendine özgü anıt yapıları, meydanları ve sokaklarıyla oluşmaktadır (Hacıhasanoğlu, 1995). Ocakçı (1995)'ya göre kent kimliğini oluşturan elemanlar; doğal çevreden kaynaklanan kimlik elemanları, beşeri çevreden kaynaklanan kimlik elemanları ve insan eliyle inşa edilmiş çevreden kaynaklanan kimlik elemanları olmak üzere üç sınıfta incelenebilir. Doğal çevreye yönelik veriler topografya, bitki örtüsü, iklim koşulları ve jeolojik durumu hakkındaki verileri kapsamaktadır. Beşeri çevre ise, birey ve toplum arasındaki etkileşimden oluşmaktadır.

Kent dinamik bir yapıya sahiptir. Bu dinamikliği sağlayan yalnızca zamanla değişiklik gösteren bileşenler ve süreçler değil, insanın kentle kurduğu etkileşim, ona yüklediği anlamlardır. Bu doğrultuda; bir kentin kimliğini, alt ölçekte yapıların sadece mimari değerinde veya üst ölçekte doğal ve yapay çevrede aramaya çalışmak yeterli değildir. Bu özellikler ancak, içinde geçirilen yaşam deneyimleri ile insanla etkileşime geçtiği ölçüde anlam ve değer kazanmaktadır. Bu etkileşimin sağlanması, kentlerin fiziki ve kültürel sürekliliğini sağlamak ve kentlinin belleğinde yer etmesi açısından önem taşımaktadır.

Örer (1993) ve Relph (1976) araştırmalarını, kentsel kimliğin alışlagelmiş yanları dışında farklı boyutlarda incelemiş, insanın bireysel bilgi ve kültürel donanımın, zevk ve tercihlerinin kenti anlamada ve kent kimliği oluşturmada farklılıklara yol açtığından söz etmişlerdir.

Örer (1993)'e göre kent sadece en, boy, yükseklik ve zamandan oluşan dört boyutlu bir şemayla tarif edilemez. Kentte, insanın algı-sezgi ile kavradığı, bilgi birikimi, deneyimi, kültürü ile çok yönlü değerlendirdiği daha birçok unsurdan oluşan gizli-açık mesajlar vardır ve bu mesajlar kent kimliğinin oluşmasında oldukça etkili olmaktadır.

Relph (1976)'e göre bir yerin kimliğini, mekânı deneyimleyen bireyin niyeti, kişilikleri ve şartlarına göre çeşitlenir. Bir kentin kimliği fiziksel ve kültürel birikimi ile o kentte yaşayan ve kentten

yararlanan insanlar tarafından şekillenir. Bu nedenle, kent kimliği çalışmalarında, kentin fiziksel ve toplumsal dinamikleri etkileşim içinde düşünülmelidir.

Kenti oluşturan bileşenlerin farklı ölçeklerde incelenmesi, kent kimliğine etki eden bileşenlerin de mekânsal olarak gerek yerleşim ölçeğinde, gerekse bina ölçeğinde incelenebileceğini ortaya koymaktadır. Lefebvre (1996), mekânın çeşitli üretimlerinin farklı toplumsal ve yaratıcı düzenlemeleri ifade ettiğini, bu farklılıklarla toplumların kendilerine özgü kimliklerinin oluştuğunu ve bu doğrultuda mekândaki üretim biçimlerinin de değişikliğe uğradığını belirtmektedir. Bu da özgün bir form ya da yerleşme düzenine sahip kentlerin oluşmasına olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla kentin yaşam biçimi ve kültürel yapısı kimliğinin oluşmasında önemli bir bileşendir. Tüm bu araştırmalardan yola çıkılarak bir kentin kimliğinin; kentin doğal, sosyal, kültürel, ekonomik ve yapılaşmış çevresinin mekânsal öğeleri ile bir bütün olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda, kent kimliği bileşenleri, aşağıdaki şekilde görüldüğü üzere sınıflandırılmıştır (Şekil 1).



Şekil 1. Kentsel kimliği oluşturan bileşenler (Topçu, 2011)

1.2. Kent Belleği ve Şehirsel Toponimi (Hodonimi)

Bellek kimlikten beslenen bir olgudur. Bu doğrultuda bellek zaman içinde değişiklik gösteren koşul ve şartlara göre farklı şekillerde karşımıza çıkmakta ve şimdiki zamana göre şekil almaktadır (Gönül ve Çakır, 2015).

Halbwachs'ın (1992) belleğin kolektif olarak oluşturulduğuna dair ifadesi, bireyin yapıları çevre ile etkileşiminin bellek bağlamında incelenmesine sebep olmuştur. Levent'e (2016) göre kentin tamamı kolektif belleği oluşturmaktadır. Kente dair her parça kent belleğinin bir parçasını oluşturmaktadır. Mekân üzerinde gelişen her sosyal ilişki, mekânın belleğine eklenmektedir. Derinleşen sosyal ilişkiler mekânın ruhunu oluşturmakta, kentsel belleği güçlendirmektedir. Kamusal alanların insanla kurduğu temas, mekânın yaşanmışlıkları biriktirilmesine olanak sağlamakta, bu süreç boyunca bireysel bellek toplumsal belleğe dönüşmüş olmaktadır (Madanipour, 2010).

Mekân kullanıcıların kişisel özelliklerinden dolayı farklı algılanmaktadır. Belleği oluşturan da bu algılardır. Kullanıcı, bellekte yer eden mekânı imgeye dönüştürerek ona aidiyet kazandırmaktadır (Gönül ve Çakır, 2015). Böylece insan bir süre sonra, duyumsal ve deneyimsel algıladığı mekânı içgüdüsel olarak sahiplenmeye başlamaktadır. Bu, mekâna yüklenen anlamların kentsel bellek üzerindeki önemini göstermektedir.

Toplumların belleğinde yer eden yaşanmışlıkları içinde barındıran, saklayan, yeniden üreten, yeniden sunan en önemli unsurlardan birisi mekândır. Mekân, toplumsal belleğin deposudur. Pöstecki'ye (2012) göre bellek geçmişin zihinde depolanmasını ve hatırlama ile gün yüzüne çıkmasını sağlayan bir araçtır ve mekânın bellek ile ilişkisi, toplumsal belleği oluşturur. Mekân, kişinin bireysel hafızası görevini görür, duygu ve hatırlama eylemleriyle toplum arasında bir bağın kurulmasına olanak sağlar.

Bu kapsamda mekânın olağandışı bir müdahaleye maruz kalarak değişime uğraması toplumsal belleğin oluşmasına sağlayan bağın kopması demektir.

Levent'e (2016) göre mekân yaşanmışlıklar, içerdiği anılar ve kendisine yüklenen anlamlar ile geçmiş ve gelecek arasında bir bağ görevi gördüğü için, mekânın içerdiği bu anlamları nesilden nesile aktarır. Mekânda gerçekleşen ilişkilerin sürekli olması, mekânın da sürekli olmasına ve bu durumun mekânı koruma ihtiyacının gelişmesine neden olmaktadır.

Kent belleğini oluşturan parçalar herhangi bir kamusal alandan, sokaktan, yapıdan veya bir anıdan oluşabilir. Bir mekânın bellek mekân olması için anıtsal ya da estetik bir değere sahip olmasına gerek yoktur (Hartmuth, 2010). Bu doğrultuda isimlendirme kentsel bellek kapsamında önem kazanmaktadır.

Toponimi yerleşme yerleri veya herhangi bir fiziki özelliğe verilen adları farklı yönleriyle (anlam, oluşum, köken ve dağılışı gibi) ele alan, ad biliminin içinde yer alan bir alt bilim dalıdır. Cadde, sokak vb. ulaşım yollarının adları toponiminin altında hodonimi'nin (kentsel toponimi) konusudur. İnsanoğlu var olduğundan bu yana adlandırma eylemine ihtiyaç duymuştur. Yaşanılan ortamdaki çeşitli objelerin adlandırılması o objelerin coğrafi mekânla bütünleşmesine olanak sağlamıştır. Bu sayede objeler birbirinden ayırt edilebilir hale gelerek kişilik kazanmakta ve mekânlar yere dönüşmekte ve kent belleği oluşmaktadır. Tuan'ın (2005), yerin kişiliğinin doğal özellikler ile insanın meydana getirdiği düzenlemelerden oluştuğu yargısından yola çıkılacak olunursa, insan neslinin yaptığı düzenlemelere bir örnek de yer adlarıdır. Adlandırma iki boyutta incelenebilir. Birinci boyut cadde, sokak ve meydan adlarının neyi ifade edip topluma neyi hatırlattığıyla ilgilidir. İkinci boyut ise bu hatırlatmanın dışında adlandırmanın arka planında yer alan siyasi güç ve politik mücadeleyi kapsamaktadır. Cadde adları mekân üzerinde etkinlik sağlanmasında ve ortak bellek oluşturulmasında araçtır (Kooloos 2010, Azaryahu 2009: 316).

Şehirler, sadece insan eliyle yapılmış yerleşmeler değildir. Şehirler, ideolojilerin tasarlandığı, kültürel değerlerin ifade edildiği, iktidarın mekân üzerinde algısal denetime sahip olduğu konumlardır (Hall, 2001; Çelik, 2007). Bu özellikler kentin veya kent parçasının, kentlinin belleğinde yer etmesine olanak sağlar. Duncan (1990) şehirleri metin olarak ele almıştır. Bu metnin cadde ve sokak adları ile okunması, kentsel belleğin oluşmasında önem kazanmaktadır. Şehir içinde, şehrin önemli elemanları olan cadde, sokak ve meydan adları tarihe ışık tutmakta ve onu kullananların tavır ve kültürleri hakkında bilgi vermektedir.

Her şehir, cadde ve sokaklarla doludur. Onlar, insanların günlük faaliyetlerini yerine getirdikleri yerlerdir. Çelik (2007:127)'in "sokaklar-caddeler hem bir tasarım ürünü hem de sosyal yaşamın mekânıdır... Herhangi bir caddenin kendine özgü nitelikleri yani adları... onu oluşturan toplumsal, siyasal, teknik ve sanatsal güçlerin karmaşık bir bileşimi olarak ortaya çıkar" ifadesi, sokaklara verilen adların şehirler için politik ve ideolojik farklı mesajlar içerdiğini göstermektedir.

Şehirselleşme metni oluşturan elemanlar dinamiklerdir. Bu dinamikliği sağlayan etkenler; yerleşmelerin ve o yerleşmedeki yaşayanların tarihi, coğrafi kökeni, gelişiminde önemli olan kişileri, olayları, soy bağları ve güvenlik şartlarındaki değişim ve politik düzenin mekâna yansımalarıdır (Aliağaoğlu ve Yiğit, 2013). Bütün bu değişim ve dönüşümlere bağlı olarak kentsel toponimi şekillenmekte, bölgeden bölgeye değişiklik göstermektedir. Avrupa ülkelerinde adlandırma yapılırken sokağın boyutu etkenken, Amerika'da kullanım sıklığı etkindir. Türkiye'ye bakıldığında ise tarihi önemi olan kişilerin ve yerlerin adlandırmalarda büyük bir etken olduğu görülmektedir (Ayataç ve Araz, 2016).

'Yer Adları Sempozyumu' sonucunda ortaya çıkan genel olarak dünyadaki yer adları tasnifi aşağıdaki şekilde yapılmıştır.

1. Yeni keşfedilen yerlerde bilinmeyen şartlarla karşılaşmak korkusu, tehlikeli sürprizler, kâşif ya da göçmenlerin buralara dini isimler vermeye sevk etmiştir. Bunlar Hz. İsa, Hz. Meryem ve Hıristiyan Azizlerine ait isimlerdir. St. Louis, Santa Cruz...
2. Çeşitli ülkelere çeşitli sebeplerle göçmenler geldikleri yerlere kendi eski yurtlarının adlarını vermişlerdir. New York, New Lizbon, New Amsterdam, New London, New Zeland, New Orleans...

3. Yeni keşfedilen yerlere kâşiflerin isimleri verilmiştir. Hudson, Colombia...
 4. Kâşiflerin mensup oldukları devletin hükümdarlarının veya yöneticilerinin isimleri verilmiştir. Victoria, Nelson...
 5. İlim, sanat veyahut başka suretlere tanınmış şahsiyetlerin isimleri de yer adlarına yansımıştır.
- Aliğaoğlu ve Uzun (2011)'a göre, Türkiye'deki caddelerin genel sınıflandırılması Çizelge 1'de verilmektedir:

Çizelge 1. Türkiye'deki cadde sınıflandırmaları (Aliğaoğlu ve Uzun, 2011)

1- CUMHURİYETLE İLGİLİ CADDELER
1.1. Cumhuriyet caddeleri
1.2. Cumhuriyetin önemli şahısları ile ilgili caddeler
1.3. Zafer caddeleri
1.4. Kurtuluş günü caddeleri (Cumhuriyet takvimi caddeleri)
1.5. Kavramsal cumhuriyet caddeleri
2- ŞEHİTLER CADDESİ
3- DOSTLUK-KARDEŞLİK CADDELERİ
4- YER/YÖN BELİRTEN CADDELER
4.1. Nirengi noktaları ile ilgili caddeler
4.2. Eski ve yeni arazi kullanım ile ilgili caddeler
4.3. Fosil caddeler
5- SAYISAL CADDELER (MATEMATİK ADLANDIRMA İLE İLGİLİ CADDELER)
6- ÖNEMLİ ŞAHISLAR
6.1. Yerel şahıslar
6.2. Ulusal şahıslar

Özkan ve Yoloğlu (2005)'na göre ulus devletlerin kuruluş süreçlerinde ulus inşasında, tarihin yeniden kurgulanması gerektiğinin, bir topluluk bilincinin oluşturulup ortak bir geçmişe sahip olduğu inancının benimsenmesi gerekmektedir. Bu noktada dilin yeni isimlerinin de kentte yerini alması gerekmektedir. Türkiye'de 1923-1950 yılları arasında ulus devletleşme cumhuriyet adı ve onunla bağlantılı olaylar, kişiler ve günler ulusal mekânların düğüm noktaları olan şehirlerde caddelere yansımıştır.

Geçmişten günümüze güvenlik güçlerinde çalışıp şehit olan veya görevi başında hayatlarını kaybeden sivil çalışanların kentte isimlendirildiği görülmektedir. Buna en yakın örnekler, 15 Temmuz 2016 darbe girişimi sonucu İstanbul Boğaziçi Köprüsü'nün isminin 15 Temmuz Şehitler Köprüsü olarak, Ankara'da Kızılay Meydanı'nın 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı olarak ve 10 Ekim 2015 terör saldırısı sonucu Ankara Gar Meydanı'nın Demokrasi Meydanı olarak değişmesidir.

Aliğaoğlu ve Uzun (2011)'a göre dostluk kardeşlik caddeleri tarihi ve kültürel nitelikler taşıyarak, Türklerin yerleştiği geniş alanların coğrafyası hakkında bilgi vermekte, soy bağıını ifade etmektedir. Yer-yön belirten caddelerin, anıtsal ve ideolojik anlam taşımayan daha çok kendi bitişiğindeki ve yakın çevresindeki fiziki özelliklerden, nirengi noktalarından ve kentli için sembol olan alanlardan iz taşıdığı görülmektedir.

Matematik adlandırma cadde ve bulvar adlandırmasının görüldüğü cadelere daha çok büyük şehirlerin yeni gelişen kenar alanlarında ve büyük olmayan şehirlerde organize sanayi bölgelerinde rastlanmaktadır (Aliğaoğlu ve Uzun 2011). Bu yöntemle sokakların adlandırılması daha kolay hale gelse de Pérouse'un (2011) ifade ettiği, isimsiz bir yoldan isim verilmiş bir yola geçişin kent dokusunu istikrarlı hale getirerek, kentin biçimlenme süreci yaşadığını göstermesi, sayısal adlandırmanın yetersiz olduğunu göstermektedir.

Aliğaoğlu ve Uzun (2011)'a göre geçmişte topluma hizmeti bulunmuş, kendi alanlarında ve belirli dönemlerde ün yapmış ulusal ölçekte şahıslar (devlet adamı, sanatçı, sporcu, asker vb.) ve o şehirde yaşamış ve şehre çeşitli yollarla katkısı bulunmuş (hizmet, bağış vb.) yerel ölçekteki şahısların isimleri sıklıkla cadde ve bulvar adlandırmalarında karşımıza çıkmaktadır. Kentteki mekânların şahıs isimlerine yönelik değişimi, isimlendirme eylemlerinin unutturma, hatırlatma ve sahiplendirme üzerinden oluştuğu düşüncesiyle son zamanlarda büyük tartışma konularına yer açmıştır. Buna örnek olarak çalışma alanımız olan Ankara Tandoğan Meydanı'nın Anadolu Meydanı olarak değişmesi gösterilebilir.

1.2.1. Cadde-Sokak-Meydan İsimlendirmelerinin Kent Belleği Üzerindeki Etkisi

Sokak, cadde ve meydan isimleri halkla etkileşimin sağlandığı kamusal alanlardır. Mekân, yaşanmışlıkları somutlaştırarak görünür hale getirmekte ve kullanıcıların dün ile bugün arasında bağlantı kurmasına olanak sağlamaktadır. Bu nedenle kentin kimliğinde ve toplumsal bellekte önemli bir yere sahiptirler. Ancak bu mekânlar, geçmişten günümüze farklı etkenlerden dolayı müdahalelere maruz kalmışlardır. Mekâna yapılan müdahaleler, mekâna yüklenen 'kullanıcıların kullanım alışkanlıklarının bir parçası haline gelen ve hayat biçimiyle entegreolan' anlamlarıyla, kent belleği üzerinde etkiye sahiptir. Mekâna yapılan bir müdahale biçimi de isim değişikliğidir. Özkan ve Yoloğlu (2005)'na göre mekânların isimlendirilmesi başlangıçta kendiliğinden gelişmiş, dil ile beraber değişiklikler geçirmiş ve geleceğe aktarılarak, mekâna ilişkin belleğin, çevreye ve geleceğe taşınması sağlanmıştır. Ancak zamanla kolektif belleğin hatırlanış veya unutulmuş için kullanıldığı ve bu sayede toplumun ortak bir belleğinin oluşmasına sebep olduğu düşüncesi kolektif belleğin algı yönetiminde kullanılmasına zemin hazırlamış, isimlendirme bellek oluşturma da, siyasi bir araç olarak kullanılabilir hale gelmiştir.

Bir sokak isminin bellekte yer edinebilmesi için o ismin, yaşamın içinden çıkıp toplum tarafından benimsenmiş olması gerekir. Dış etkilerle egemen güçler tarafından şekil değiştiren sokak, cadde veya meydan isimlerinin ömrü, yansıttığı ideolojilerin kalıcılığıyla doğru orantılıdır (Yoloğlu ve Özkan, 2005).

Cadde-sokak-meydan isimlendirmelerinin kent belleği üzerindeki etkilerinin daha iyi gözlemlenmesinde Ankara'da önemli konuma sahip farklı zamanlarda ve farklı nedenlerle isim değişikliğine uğramış 3 meydan örnek verilebilir.

Bu örneklerden birincisi; Türkiye'de 15 Temmuz'da yaşanan askeri darbe girişiminin ardından Ankara Belediye Meclisi kararı ile 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı olarak değişikliğe uğrayan Kızılay Meydanıdır. Yapılan bu isim değişikliği 15 Temmuz'un bu ülkenin tarihi açısından önemli bir gün olarak hatırlanması istendiğini göstermektedir. 15 Temmuz gecesi, askerleri durdurmak için sokağa çıkan pek çok sivil insan, silahlı askerler tarafından öldürülmüştür. Darbe girişimden sonra Kızılay Meydanı'nın adı; 'halkın demokrasiye sahip çıktığını, 15 Temmuz şehitlerinin gereksiz yere ölmediğini, toplumsal bir ortak hedef uğruna savaşıyor yaşamını yitirdiğini ve 15 Temmuz'un Türkiye için herhangi bir gün olmadığını hatırlatmak' amacıyla Ankara Büyükşehir Belediyesince değiştirilmiştir. Yapılan bu isim değişikliği meydanın farklı anlamlar kazanmasına yeni bir olayın sembolü haline

gelmesine olanak sağlamıştır. Ancak Kızılay Meydanı isminin kentli tarafından benimsenmiş bir isim olması, yapılan isim değişikliğinin kentsel bellekte nasıl yer edeceği bilinmemektedir.

İkinci olarak; Ankara'da siyasi parti mitingine ve eyleme ev sahipliği yapmasıyla şehrin sembol mekânlarından biri haline gelen Tandoğan Meydanı isminin 14 Nisan 2015 tarihinde Anadolu Meydanı olarak değiştirilmesi örnek gösterilebilir. Tandoğan Meydanı ismi eski Ankara valisi Nevzat Tandoğan'dan gelmektedir. Meydanın isim değiştirme süreci 2012 yılında Nevzat isminin kaldırılması ve sonra Anadolu Meydanı olmasıyla son bulmuştur. Bu değişiklik, kentlinin yaşadığı bir olay ile uygulanmamış, dışarıdan bir müdahale ile uygulanmıştır. Bu yönden diğer iki örnekten farklılaşmaktadır.

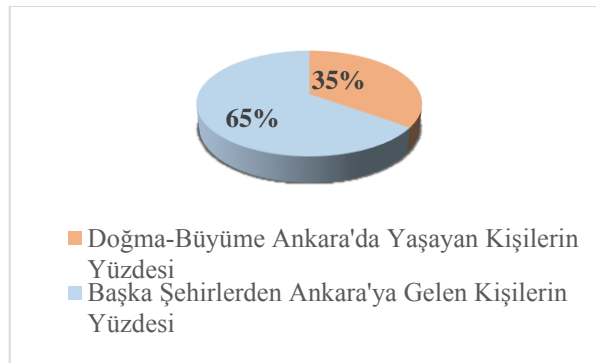
Son örnek; 10 Ekim 2016'da Ankara'da meydana gelen ve 99 kişinin ölümüne sebep olan patlamanın sonucunda ismi değişikliğe uğrayarak Demokrasi Meydanı olan Ankara Garı Meydanı'dır. Ankara Garı Meydanı patlamada hayatını kaybedenleri hatırlamak ve terör eylemlerine karşı tepki göstermek amacıyla isim değişikliğine uğramıştır. 10 Ekim tarihinde yaşanan olay ile meydan, kentli için gar meydanı olmanın ötesinde derin anlamlar kazanmıştır.

Toplum kendi dinamikleriyle oluşan isimlerin sürekliliğini koruduğu için bellek mekân olarak nitelendiren alanlarda meydana gelen isim değişikliklerinin kentli tarafından benimsenmesi zaman almaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın ikinci bölümünde Kızılay, Tandoğan ve Ankara Garı Meydanı'ndaki isim değişikliklerine yönelik anket çalışması yapılmıştır.

1.3. Ankara'da İsim Değişikliğine Uğrayan Meydanların Kent Kimliğine Etkisine Yönelik Alan Çalışması

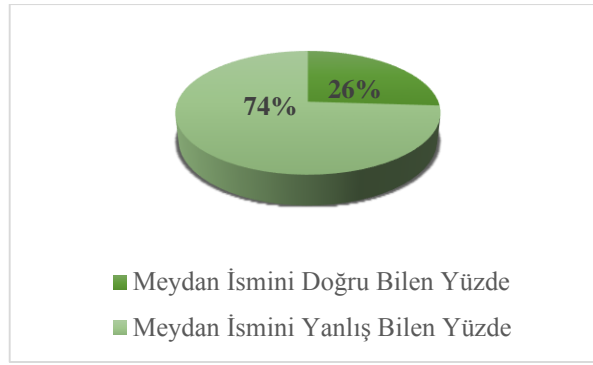
Meydanlardaki isim değişikliklerinin kent belleğine etkisinin daha iyi gözlemlenmesi için literatür çalışmasının yanında alan çalışmasına yer verilmiştir. Alan çalışması olarak Ankara'da farklı yerlerde, farklı zamanlarda ve farklı nedenlerle isim değişikliğine uğramış 3 meydan seçilmiştir. Bunlardan birincisi Ankara için geçmişten günümüze merkez konumunda olan 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı, ikincisi çeşitli eylemlere ev sahipliği yapmasıyla Ankara'nın sembol mekânlarından biri haline gelen Anadolu Meydanı ve son olarak 10 Ekim 2016'da gerçekleşen patlamayla adını duyuran Demokrasi Meydanı'dır. Bu üç meydan için 2016 Kasım ayında 1 haftalık zaman dilimin içinde farklı gün ve saatlerde 100 adet anket çalışması yapılmış ve kullanıcıların çeşitli gruplardan (cinsiyet, yaş, meslek gibi) olmasına özen gösterilmiştir.

İlk örnek alan olan 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nda 17 kız, 17 erkekten oluşmak üzere toplam 34 anket yapılmıştır. Anket yapılan kişilerin yaş aralığı 18 ile 63 arasında değişmekte ve ortalama yaş değeri 36'dır. Kişilerin kaç yıldır Ankara'da yaşadığına bakıldığında en düşük değer 2, en yüksek değer 53 ve ortalama değer 23'tür. Anket yapılan kişilerin %35'i (12 kişi) doğuştan bu yana Ankara'da yaşamaktadır, kalan %65'lik (22 kişi) kısım ise farklı zamanlarda farklı yerlerden Ankara'ya gelmişlerdir (Şekil 2).



Şekil 2. 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nda anket yapılan kişilerin Ankara'da doğup-büyüme oranı

Anket yapılan 34 kişiden 9'u 'Bu meydanın adı nedir?' sorusuna 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı yanıtını verirken, kalan 25 kişi Kızılay Meydanı yanıtını vermiştir. Bunun sonucunda Şekil 3'te de görüldüğü gibi anket yapılan kişilerin yalnızca %26'sı 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanının ismini doğru söylemiştir.



Şekil 3. Anket yapılan kişilerin 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nın ismini bilip bilmeme durumu

Anket yapılan 34 kişiden 25'i 'Bulduğunuz meydanın isim değişikliklerinden haberiniz var mı?' sorusuna evet yanıtını verirken kalan 9'u hayır yanıtını vermiştir. Bu durumda anket yapılan kişilerin %73'ü 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nın isim değişikliğinden haberdar iken, kalan %27'lik kısmı bu değişikliği bilmemektedir.

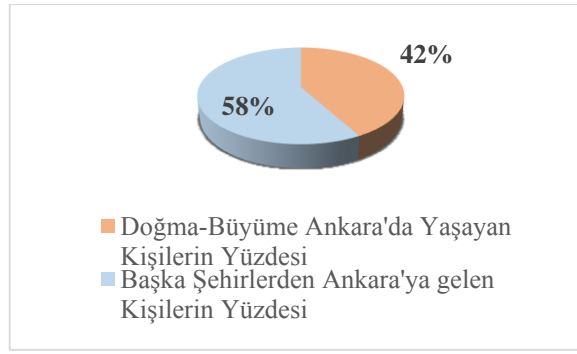
Ankette yer alan 'Bulduğunuz meydanının adı nedir?' ve 'Bulduğunuz meydanın isim değişikliklerinden haberiniz var mı?' soruları, doğduğundan bu yana Ankara'da yaşayan kişiler için ayrıca değerlendirilmiş böylece kentsel bellek kavramının, kullanıcının mekânda geçirdiği süre zarfıyla ve o mekândaki anıları ile etkisinin saptanması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda doğuştan bu yana Ankara'da yaşayan 12 kişiden yalnızca 2'si 'Bulduğunuz meydanının adı nedir?' sorusuna 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı yanıtını vermiştir. 'Bulduğunuz meydanın isim değişikliklerinden haberiniz var mı?' sorusuna ise 8 kişi evet yanıtını vermiştir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde değişiklikten haberdar olan 8 kişinin 6'sı hala Kızılay Meydanı adını kullanmayı tercih etmektedir.

Yapılan anketler 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nın kentliler için hala Kızılay Meydanı olarak anıldığını göstermiştir. Kızılay Meydanı Ankara'nın kentleşmesi sürecinde önemli bir odak noktası olmuş, zamanla birçok değişiklik geçirmiş ama kentliyle kurduğu bağı hiçbir zaman kaybetmemiştir. Ankara'da yaşayan her birey Kızılay Meydanı'yla ilgili bir yaşamışlığa sahiptir. Bu nedenle, yapılan değişiklik sonucu kentlinin algısında Kızılay Meydanı'nın yok olup 15 Temmuz Kızılay Mili İrade Meydanı'nın oluşması 6 aylık kısa bir süre içinde olanaksızdır.

15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nın Ankara için önemli bir yer olması, anket sonuçlarına, isim değişikliğinin kentli tarafından yüksek oranda bilinmesiyle bir başka şekilde yansımıştır. Meydanın, kentlilerin farklı kullanımlarına olanak sağlaması ve kentlinin aktarma merkezi konumunda yer alması, kişilerin meydanla olan temasını güçlendirmekte, bireylerin değişiklikleri daha kısa zamanda kavramasına olanak sağlamaktadır. Buna örnek olarak isim değişikliğinin hemen ardından otobüs-metro duraklarının ve levhaların da isminin değişmesi verilebilir. Aynı zamanda isim değişikliğine sebep olan 15 Temmuz darbe girişiminin, çok yakın geçmişte büyük etkiler uyandırması kentlinin büyük bir kısmının, bu isim değişikliğini kamuoyu yoluyla öğrenmesini sağlamıştır.

Anket sonuçlarının, doğduğundan bu yana Ankara'da yaşayanlar için ayrıca değerlendirilmesi, kentte geçirilen zamanın yaşamışlıklarla orantılı olarak isim değişikliğini benimseme sürecine etki ettiğini göstermiştir. Genel anket sonuçlarına göre Ankara'da doğup büyüyenlerin meydanın yeni ismini daha düşük oranda doğru bildiği ve meydana gelen isim değişikliğinden daha düşük oranda haberdar olduğu görülmüştür. Bunun yanında genel anket sonuçlarına göre Ankara'da doğup büyüyenlerin isim değişikliğini bilip eski ismi kullanmayı tercih etme yüzdesi daha yüksektir.

İkinci örnek alanımız olan Anadolu Meydanı'nda 16 kız, 17 erkekten oluşmak üzere toplam 33 anket yapılmıştır. Anket yapılan kişilerin yaş aralığı 21 ile 62 arasında değişmekte ve ortalama yaş değeri 36'dır. Kişilerin kaç yıldır Ankara'da yaşadığına bakıldığında en düşük değer 5, en yüksek değer 62 ve ortalama değer 24'tür. Anket yapılan kişilerin %42'si (14 kişi) doğuştan bu yana Ankara'da yaşamaktadır kalan %58'lik (19 kişi) kısım ise farklı zamanlarda farklı yerlerden Ankara'ya gelmişlerdir (Şekil 4).



Şekil 4. Anadolu Meydanı'nda anket yapılan kişilerin Ankara'da doğup-büyüme oranı

Anket yapılan 33 kişiden 12'si 'Bu meydanın adı nedir?' sorusuna Anadolu Meydanı yanıtını verirken, kalan 25 kişi Tandoğan Meydanı yanıtını vermiştir. Bunun sonucunda Şekil 5'te de görüldüğü gibi anket yapılan kişilerin yalnızca %36'sı Anadolu Meydanının ismini doğru söylemiştir.



Şekil 5. Anket yapılan kişilerin Anadolu Meydanı'nın ismini bilip bilmeme durumu

Anket yapılan 33 kişiden 19'u 'Bulduğunuz meydanın isim değişikliklerinden haberiniz var mı?' sorusuna evet yanıtını verirken kalan 14'ü hayır yanıtını vermiştir. Bu durumda anket yapılan kişilerin %57'si Anadolu Meydanı'nın isim değişikliğinden haberdar iken, kalan %43'lük kısmı bu değişikliği bilmemektedir. İsim değişikliğinden haberdar olan %57'nin içinde yer alan her birey yeni ismi doğru şekilde ifade edebilmiştir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde isim değişikliğinden haberdar olan 19 kişiden 12'sinin yeni ismi kullandığı görülmektedir.

Ankette yer alan 'Bulduğunuz meydanının adı nedir?' ve 'Bulduğunuz meydanın isim değişikliklerinden haberiniz var mı?' soruları, doğduğundan bu yana Ankara'da yaşayan kişiler için ayrıca değerlendirilmiş böylece kentsel bellek kavramının, kullanıcının mekânda geçirdiği süre zarfıyla etkisinin saptanması amaçlanmıştır.

Bu doğrultuda doğuştan bu yana Ankara'da yaşayan 14 kişiden yalnızca 2'si 'Bulduğunuz meydanının adı nedir?' sorusuna Anadolu Meydanı yanıtını vermiştir. 'Bulduğunuz meydanın isim değişikliklerinden haberiniz var mı?' sorusuna ise 8 kişi evet yanıtını vermiştir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde değişiklikten haberdar olan 8 kişinin 6'sı hala Tandoğan Meydanı adını kullanmayı tercih etmektedir.

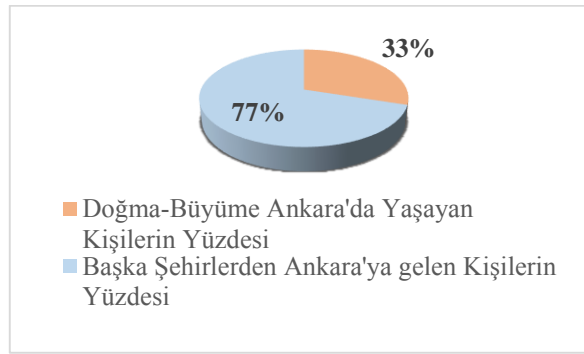
Anadolu Meydanı'nın Ankara kenti için önemli bir nokta olması, farklı işlevlerle donatılmış olması ve bulundurduğu üniversitelerle öğrenci potansiyeline sahip olması geçirdiği isim değişikliği sürecinin ve yeni ismin kentli tarafından bilinmesine olanak sağlamıştır. Anket sonuçlarına göre meydan ismini doğru bilen kişi sayısı anket yapılanların yarısından az (%36) olup Tandoğan ismini kullanan oran çoğunluktur (%64). Bu sonuç meydana gelen isim değişikliğinin kent belleğinde tam olarak yer edemediğini göstermektedir.

Anadolu meydanında yapılan anket sonuçlarının, doğduğundan bu yana Ankara'da yaşayanlar için ayrıca değerlendirilmesi, kentte geçirilen zamanın yaşanmışlıklarla orantılı olarak isim değişikliğini benimseme sürecine etki ettiğini göstermiştir. Genel anket sonuçlarına göre Ankara'da doğup büyüyenlerin meydanın yeni ismini daha düşük oranda doğru bildiği (%14'e %36) ve meydana gelen

İsim değişikliğinden eşit oranda (%57 - %57) haberdar olduğu görülmüştür. Bunun yanında genel anket sonuçlarına göre Ankara'da doğup büyüyenlerin isim değişikliğini bilip eski ismi kullanmayı tercih etme yüzdesi büyük farkla daha yüksektir (%75'e %36).

Anadolu Meydanı'ndaki sonuçlar 15 Temmuz Milli İrade Meydanı'ndaki sonuçlarla kıyaslandığında; kentlinin Anadolu Meydanı ismine 15 Temmuz Milli İrade Meydanı ismine oranla daha hâkim olduğu ve yeni ismi kullanma oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Buna neden olan etken Anadolu Meydanı'nda ki isim değişikliğinin daha eski zamanda yapılmış olması, otobüs ve metro duraklarında levhalardaki değişikliği sık sık görmesidir.

Üçüncü örnek alanımız olan Demokrasi Meydanı'nda 17 kız, 16 erkekten oluşmak üzere toplam 33 anket yapılmıştır. Anket yapılan kişilerin yaş aralığı 20 ile 53 arasında değişmekte ve ortalama yaş değeri 34 tür. Kişilerin kaç yıldır Ankara'da yaşadığına bakıldığında en düşük değer 2 en yüksek değer 44 ve ortalama değer 19'dur. Anket yapılan kişilerin %33'ü (11 kişi) doğuştan bu yana Ankara'da yaşamaktadır, kalan %67'lik (22 kişi) kısım ise farklı zamanlarda farklı yerlerden Ankara'ya gelmişlerdir (Şekil 6).



Şekil 6. Demokrasi Meydanında anket yapılan kişiler içindeki Ankara'da doğup-büyüme oranı

Anket yapılan 33 kişiden 3'ü 'Bu meydanın adı nedir?' sorusuna Demokrasi Meydanı yanıtını verirken, kalan 30 kişiden 7'si yanlış yanıtlamış, 23'ü ise bilmediğini söylemiştir. Bunun sonucunda Şekil 7'de de görüldüğü gibi anket yapılan kişilerin sadece %9'u Demokrasi Meydanının ismini doğru söylemiştir.



Şekil 7. Anket yapılan kişilerin Demokrasi Meydanı'nın ismini bilip bilmeme durumu

Anket yapılan 33 kişiden 6'sı 'Bulduğunuz meydanın isim değişikliklerinden haberiniz var mı?' sorusuna evet yanıtını verirken kalan 27'si hayır yanıtını vermiştir. Bu durumda anket yapılan kişilerin %18'i Demokrasi Meydanı'nın isim değişikliğinden haberdar iken, kalan %82'lik kısmı bu değişikliği bilmemektedir. İsim değişikliğinden haberdar olan %18'nin içinde olan bireylerin arasında 1 birey dışında herkes yeni ismi doğru şekilde ifade edebilmiştir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde isim değişikliğinden haberdar olan 6 kişiden 3'ünün yeni ismi kullandığı görülmektedir.

Ankette yer alan 'Bulduğunuz meydanının adı nedir?' ve 'Bulduğunuz meydanın isim değişikliklerinden haberiniz var mı?' soruları, doğduğundan bu yana Ankara'da yaşayan kişiler için ayrıca değerlendirilmiş böylece kentsel bellek kavramının, kullanıcının mekânda geçirdiği süre zarfıyla etkisinin saptanması amaçlanmıştır.

Bu doğrultuda doğuştan bu yana Ankara'da yaşayan 11 kişiden yalnızca 1'i 'Bulduğunuz meydanın adı nedir?' sorusuna Demokrasi Meydanı yanıtını vermiştir. Aynı şekilde 'Bulduğunuz meydanın isim değişikliklerinden haberiniz var mı?' sorusuna da 1 kişi evet yanıtını vermiştir. Evet yanıtını veren bu kişinin Demokrasi Meydanı ismini kullanmayı tercih ettiği görülmüştür.

Demokrasi Meydanı'nda yapılan anketler kentlinin meydana dair genel bir fikrinin olmadığını göstermiştir. Bunun nedenleri arasında Demokrasi Meydanı'nın anketteki diğer meydanlara oranla daha transit bir işleve sahip olması ve kentliyle mekân temasını tam olarak kuramamasıdır.

Üç meydan için anketteki 'bulduğunuz meydanın adı nedir?' sorusu incelendiğinde (Tablo II);

Verilen cevaplar, kentlilerin meydanların yeni ismini benimsediğini söylemek için yetersiz olduğu göstermektedir. Doğru cevabın en çok Anadolu Meydanı'nda, en az ise Demokrasi Meydanı'nda alındığı görülmüştür. Anadolu ve 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanları'nda soruya yanlış cevap verenler meydanların eski isimlerini söylemiştir. Ancak Demokrasi Meydanı'nda 23 kişi 'bilmiyorum' yanıtını vererek %69'luk çoğunluğu oluşturmuştur. Bu durum Demokrasi Meydanı'nın kentli tarafından yeteri kadar bilinmediğini göstermektedir. Anadolu Meydanı'nın kentli tarafından diğer meydanlara oranla daha çok benimsenmesinin nedeni ise yapılan isim değişikliğinin diğer değişikliklerinden göre daha eski zamanlı olmasıdır.

Anket sorusu yalnızca Ankara'da yaşamış insanlar için çapraz sorgulanıp değerlendirildiğinde (Çizelge 2);

15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nda ve Anadolu Meydanı'nda oranın daha düştüğü görülmektedir. Bunun nedeni meydanların Ankaralıların kent belleğinde daha fazla anlama sahip olması ve belleğin isim değişikliğine uyum sağlayamamasıdır.

Çizelge 2. 3 meydan için meydan ismini doğru bilme oranları

	Meydan ismini doğru bilen	
	Genel	Ankara'da doğup büyüyen
15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı	26%	16%
Anadolu Meydanı	36%	14%
Demokrasi Meydanı	9%	9%

2. Sonuç

Bellek kimlikten beslenen bir olgudur. Zaman içinde kimliği oluşturan bileşenlerin değişmesi belleğin de değişik şekillerde karşımıza çıkmasına yol açmaktadır. Belleğin toplumsal boyutu, bireyin yapı çevre ile etkileşiminin incelenmesini sağlamış ve kentsel bellek kavramı doğmuştur.

Mekân bireylerin diğer bireylerle etkileşimini sağlar, farklı eylemlerin gerçekleştirilmesine imkân tanır ve içindeki yaşanmışlıkları, anıları biriktirerek kendi ruhunu oluşturur. Mekâna yüklenen bu anlamlar, mekânın toplumla ve geçmiş-gelecek arasında bağ kurmasını sağlayarak kentin belleğini oluşturur. Kent kolektif belleğinin tamamıdır. Bundan dolayı günümüzde egemenler hâkimiyetini sürdürmek için kenti bir araç olarak kullanmaya başlamıştır. Bu doğrultuda kent ve kent parçaları müdahaleye uğramaktadır. Bu müdahale biçimlerinden biri de isim değişikliğidir. Sokaklara-caddelere-meydanlara verilen adlar günümüzde geleneksel işlevinden farklı olarak belli bir ideolojinin sembolü haline gelmiştir.

Bu çalışma isim değişikliğinin kent belleğindeki etkisini içermektedir. Farklı zamanlarda, farklı nedenlerle değişikliğe uğrayan üç meydan (15 Temmuz Kızılay Milli İrade - Anadolu - Demokrasi) üzerinden yapılmış anket sonuçlarıyla; kentlinin meydanı eski ismiyle mi yeni ismiyle mi andığı, isim değişikliklerinden ne kadar haberdar olduğu, haberdar olanların eski ismi mi yoksa yeni ismi mi kullanmayı tercih ettiği sorularına yanıt aranmıştır.

Yapılan anketler doğrultusunda; kentlinin 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'na ve Anadolu Meydanı'na hâkim olduğu fakat Demokrasi Meydanı ile ilgili genel fikirlerinin olmadığı görülmüştür. Bu durum mekânın sahip olduğu özellikler ve geçmişten günümüze taşıdığı anılar ölçüsünde kentlinin belleğine yer ettiğini göstermektedir. Anket sonuçları değerlendirildiğinde; 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nda ve Anadolu Meydanı'nda, kentlinin çoğunluğun eski isimleri kullandığı tespit edilmiştir. Bu sonuç; yapılan isim değişikliklerinin şu ana kadar geçen zaman diliminde kentlinin belleğindeki isimleri değiştiremediğini, kentlinin mekâna yönelik algısının güçlü olduğunu göstermektedir.

Yapılan anket sonuçlarına göre 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı ve Anadolu Meydanı'nda kentlinin yapılan isim değişikliğini yüksek oranda bildiği görülmüştür. Bunun nedeni olarak her iki meydanın da gerek konumuyla gerekse taşıdığı farklı işlevlerle günlük yaşamda kentli için önemli bir yer oluşturması gösterilebilir. Bunun yanında 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı isim değişikliğinin Anadolu Meydanı'ndaki isim değişikliğinden daha yüksek oranda bilinmesi 3 etken üzerinden değerlendirilmiştir. Bu etkenler; 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nın daha fazla insana temas etmesi ve daha farklı kullanıcı profilinden oluşması, isim değişikliğine neden olan olayın doğrudan kentliyi etkileyen ve kentli üzerinde derin etkiler bırakması ve isim değişikliğinin daha güncel olmasıdır.

Anket sonuçlarına göre isim değişikliğini bildiği halde eski ismi kullanmayı tercih etme yüzdesi 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı'nda oldukça yüksektir. Bunun nedeni; meydanın geçmişten günümüze Ankara için önemli bir merkez özelliği taşıması ile kentlinin meydana yaşanmışlığının ve anılarının oldukça fazla olması, Kızılay isminin kentlinin dilinde ve belleğinde alışkanlık olması ve yeni ismin kent belleğinde yer etmesi için geçen zamanın yetersiz olması olarak değerlendirilmiştir. 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı ve Anadolu meydanındaki yeni ismi kullanma oranı karşılaştırıldığında, Anadolu meydanında isim değişikliğinden haberdar olanların yeni ismi daha yüksek oranda kullandığı görülmektedir. Bunun nedeni zaman faktörünün de etkisiyle kişilerin, Anadolu meydanı ismine 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı ismine oranla daha hâkim olması olarak değerlendirilmiştir.

Doğduğundan bu yana Ankara'da yaşayanların verdiği sonuçlar genel sonuçlara göre değerlendirildiğinde, Ankaralıların; 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı ve Anadolu Meydanı'nda eski ismi daha yüksek oranda kullandığı, 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı ve Demokrasi Meydanı'nda isim değişikliğini daha düşük oranda bildiği, 15 Temmuz Kızılay Milli İrade Meydanı ve Anadolu Meydanı'nda değişikliği bilip eski ismi kullanma yüzdesinin daha yüksek olduğu göstermiştir. Bu sonuç, literatürde bahsedilen mekândaki yaşanmışlığın, anıların ve alışkanlıkların, kentlinin isim değişikliğini benimseyip-benimsememesinde etkili olduğunu göstermektedir.

Literatür araştırması ve anket sonuçlarına göre kentlilerin mekân üzerindeki isim değişikliklerine karşı farklı tepkiler verdiği söylenebilir. Bu farklılığı sağlayan etkenler üç boyutta ele alınabilir. Birinci boyut mekânın özellikleri ve insana erişebilirliğidir. İkinci boyut insanın o mekâna yüklediği anlamlar ve belleğinde yer eden imgelerdir. Üçüncü boyut ise kentlinin ve kentlinin ideolojisidir. Bu kapsamda kent mekânındaki isimlendirmenin bu üç etken doğrultusunda oluşması gerektiği, yeni isimlerin kent belleğinde yer edebilmesi için insanla etkileşimden ortaya çıkması gerektiği söylenebilir.

Bu çalışmada kent mekânına yapılan müdahalelerden biri olan isim değişikliği, kentsel bellek kapsamında araştırılmış, Ankara'daki isim değişikliklerinin henüz kentli tarafından tam olarak benimsenmediği saptanmıştır. Elde edilen sonuçlar, kentlinin isim değişikliğine verdiği uyum bağlamında önem taşımakta, kentsel belleğe etki eden etkenleri ortaya koymaktadır.

Kaynaklar

Aliağaoğlu, A. ve Yiğit, Y (2013). Balıkesir'de Şehirsel Toponimi: Cadde Adları, Doğu Coğrafya Dergisi Yayınları, 30, 311-330.

Ayataç, H. ve Araz, S. (2015). Cadde Ve Sokak Adlandırmalarının (Kentsel Toponimi) Kentsel Kimlik Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi; Ayvalık Ve Cunda Örneği, İstanbul, İstanbul Teknik Üniversitesi

- Bayhan, B. (2013). Hafıza Mekânları, Arkitera, <http://www.arkitera.com/haber/18781/hafiza-mekanlari>, Erişim Tarihi: 22.11.2016
- Bayramoğlu, N. ve Ocakçı, M. (2010). Kullanıcı Algısı Bağlamında Kentsel Kimlik: Barbaros Bulvarı – Büyükdere Kentsel Aksı, İstanbul, İstanbul Teknik Üniversitesi
- Baysan, S. ve Kara, A. (2014). Aydın'da Mahalle, Bulvar, Cadde ve Sokak Adları: Şehirsel Toponimik Özellikler, Coğrafi Bilimler Dergisi Yayınları, 12(1), 23-48.
- Çakır, H. ve Gönül, B. (2015). Tarihi Yapılarda Mekansal Belleğin Korunması: İzmit Seka Selüloz Ve Kağıt Fabrikasının Dönüşümü, Beykent Üniversitesi Fen Ve Mühendislik Bilimleri Dergisi Yayınları, 8(2), 85-110.
- Çalak, I. (2012). Kentsel ve Kolektif Belleğin Sürekliliği Bağlamında Kamusal Mekanlar: ULAP Platz Örneği, Tasarım+Kuram Yayınları, 13, 34-47.
- Işıkhan, T. (2008), Gaziantep Yer Adlarının Halkbilimi Bakımdan Değerlendirilmesi, Ankara, Gazi Üniversitesi
- Levent, Y. (2016). Mekânın Belleğinden Bellek Mekânlarına: Korumada Değişen Değer Anlayışı Ve Kültürel Miras, Mersin, Mersin Üniversitesi.
- Özkan, M, ve Yoloğlu, A. (2005). Bir Bellek Projesi Olarak Sokak İsimlendirmesi-Ankara Örneği, ŞPO Yayınları, 4, 54-60.
- Topçu, K. (2011). Kent Kimliği Üzerine Bir Araştırma: Konya Örneği, Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi Yayınları, 8(2), 1048-1072.



1960'larda Sürdürülebilirlik ve Kentleşme; Isparta İstasyon Caddesi Örneği

Hasan HAŞTEMOĞLU^{1*}, Levin ÖZGEN²

¹Süleyman Demirel Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü, 32260, Isparta, Türkiye.

²Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü,
14280, Bolu, Türkiye.

* e-mail: hasanhastemoglu@sdu.edu.tr

Öz

Sürdürülebilir kentleşmenin gerçekleştirilebilmesinde kentlerdeki mülkiyet biçiminin ve etkilerinin rolü büyüktür. Isparta kenti, İstasyon Caddesi ve çevresindeki 1960 sonrası kentleşmede yaşanan dönüşümler bu açıdan önemli dersler çıkarılabilecek bir örnektir. 1960 sonrasında yaşanan dönüşümler sonucunda, alanın mülkiyet yapısının Kat Mülkiyeti Kanununun getirdiği olanaklar doğrultusunda parçalı bir yapıya dönüşmesi ve özel mülkiyetin egemen olması, alana sürdürülebilir kentleşme olanaklarını baştan engelledi denebilir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kentleşme, kentsel toprak, mülkiyet, kat irtifakı

Sustainability and Urbanization in the Years of 1960s; Isparta, İstasyon Boulevard Sample

Abstract

The mode of property and its effects are of utmost importance in realization of sustainable urbanization. Also transformations experienced in urbanization after 1960s in İstasyon Boulevard and nearby within the city of Isparta are important examples from which essential lessons could be derived. As a result of these transformations experienced after 1960s, it could be said that transformation of structure of land property into a multi-parted ones within the possibilities that brought by Condominium Codes prevented any opportunity for development of sustainable urbanization from early beginning.

Keywords: Sustainability, sustainable urbanization, property relations, condominium, real servitude

1. Giriş

Sürdürülebilirlik konusu 2000'li yıllarda insanlığın temel gündem maddelerinden biridir. Bu haliyle kentlerde önemli bir paradigmatik dönüşüm yaratmıştır. Sürdürülebilirliğin temel bileşenleri çevre boyutu, sosyal boyutu ve ekonomik boyutudur. Sürdürülebilirliğin inşa edilebilmesi bu ana başlıklar altında yer alan değerlerin ve koşulların gerçekleşebilmesine bağlıdır. Bu haliyle dahi geniş ve bir tezin kapasitesini aşan derin bir sorunsaldır. İçeriği bağlamında Gelişmiş - Gelişmemiş bütün ülkelerin üzerinde tartıştığı, her bireye yaşamsal standartların sağlanması sorunları, temelde, 18. yüzyılda Avrupa'da sanayi devrimiyle başlayan sürecin yansımalarıdır. Bunlar 19. yüzyıl sonlarına doğru tüm dünyada insanlığın dikkatini çeken büyük çevre sorunlarının ortaya çıkmasıyla kitlesel boyutlara ulaştı. Bu dönemden itibaren insanlığın gündemine çevrecilik ve doğa korumacılık fikirleri yerleşmeye başladı. İnsanlığın gündemine giren bu konular üzerinde pek çok fikir ve yaklaşım ortaya çıkarken, çevreye ve doğaya duyarlılık olgusunun bağlam ve içerik olarak gerçek kapasitesini 1980'lerde ortaya çıkan sürdürülebilirlik yaklaşımında bulduğu söylenebilir. Sürdürülebilirlik olgusunu pek çok tanımlama çabası olmasına rağmen, geniş kabul göreni "bugünün gereksinimlerini, gelecek kuşakların da kendi gereksinimlerini karşılayabilme olanağından ödün vermeksizin karşılamaktır" şeklindedir.

Sürdürülebilirlik 1960'larda ve 2000'li yıllarda farklı içeriğe sahip, ancak temel hedefleri ile insanlığın ve mimari tasarımın bünyesinde hep var olan bir olgudur. İçerik gelişmesinin başlangıç dönemi, mimari tasarım ve kentleşme ile özel bir bağ içindedir. Çalışmada sürdürülebilirlik ve kentsel mülkiyet ilişkisi arasındaki etkileşimin yapılaşma ve yapı üzerindeki getirilerinin belirlenmesi hedeflenmiştir. Öyle ki, sürdürülebilir kentsel gelişme konusunda, Türkiye gibi ülkelerde görüldüğü üzere tarihi kültürel miras içinden süregelen pek çok olanağın, bu ülkelerde kentleşmenin hızlandığı 1950'lerden itibaren kaybedilmiştir. Oysa sürdürülebilirlik tüm insanlığın ortak sorunudur. Sorunun önemi büyükken, son birkaç yüzyılda meydana gelen büyük gelişmelere rağmen insanlığın çoğunluğu, henüz tam anlamıyla sağlıklı ve insanca bir yaşam için gerekli temel ihtiyaçlarını bile karşılayabilmiş değildir. Her ne kadar 1950'ler sonrasında ülkeler Gelişmişler, Gelişmekte Olanlar, Az Gelişmişler olarak sınıflandırılrsa da, Gelişmiş denilen toplumların gelişmiş dedikleri metropoliten kentlerinde dahi sadece biraz daha dikkatli bakmakla fark edilebilecek pek çok gelişmemişlik ögesine rastlanır. En temel insan ihtiyaçları, temiz hava, temiz su ve barınma olanakları bile her bireye ulaşmamış durumdadır.

2. Sürdürülebilir Kentleşme ve Kentsel Toprak Mülkiyeti

Sürdürülebilirlik kavramı ilk kez 1977 yılında D. Pirages'in "Sürdürülebilir Toplum" adlı kitabında gündeme gelir (Tekeli, 1999). Ancak kavramın tüm dünya tarafından kabul görür konuma gelmesi, 1970'lerden sonra uluslararası boyutta üzerinde her türlü düzeyde tartışmanın yapıldığı çevre sorunlarına çözüm bulmak amacıyla, 1987'de Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun yayınladığı raporla gerçekleşir. "Ortak Geleceğimiz" adıyla bilinen raporda yer alan "Sürdürülebilir Kalkınma" ifadesi kavrama uluslararası çerçeve kazandırır (Ekinci, 1995). Sürdürülebilirlik 1960'larda ve 2000'li yıllarda farklı içeriğe sahip, ancak temel hedefleri ile insanlığın ve mimari tasarımın bünyesinde hep var olan bir olgudur. 1960'lı yıllarda ekoloji ve çevre sorunsalının, 2000'lerde ise ekonomik, sosyal, kültürel kalkınmanın konusudur. Sürdürülebilirlik yaklaşımı, insanın ekonomik, sosyal, politik ve kültürel yaşamına ilişkin her olguyu kapsamına alır, ilişki kurar. Bu bağlamda tüm yaşamsal faaliyetlerin gerçekleştiği, aynı zamanda kirliliğin ve sürdürülebilirliği engelleyen faktörlerin en çoğunu üreten fiziki mekânlar olan kentlerin, sürdürülebilirlik yaklaşımıyla ilişkili olarak ele alınması kaçınılmazdır. Diğer deyişle kentler sürdürülebilirlik olgusunun üç temel bileşeniyle "ekonomik, sosyal ve ekolojik" doğrudan bağlantı kuran düğüm noktaları konumundadır (ACE, 2005).

Çünkü dünyada kentsel nüfusun hızla artışı ve kentleşme oranının % 90'lara ulaşması, kentleri 21. yüzyılda insanlığın doğal yaşama alanı konumuna getirmiştir. Bu bağlamda sürdürülebilirlik tüm insanlık için slogan haline gelen ve kökeninde temel insan gereksinimlerinden biri olan barınma ihtiyacının karşılanması savından hareketle, "herkes için konut" yaklaşımından "herkes için yaşanabilir çevre" yaklaşımına kadar genişletilen bir içeriğe sahiptir. Sürdürülebilir yapılaşmanın ve kentleşmenin temel dayanağı ise planlı kentleşmedir. Planlı kentleşmenin sağlanabilmesi için, planlamanın yapılacağı kentsel toprak parçasının kamu yararı gözetilerek düzenlenebilmesi gerekir. Çünkü kentsel toprakların, kentsel arsaya dönüşmesinin sosyal maliyeti, planlı yerleşme kararları ve altyapı yatırımları ile oluşur. Yalnız kamunun katkıları ile değeri artan kent toprağı giderek metaya dönüşür (Yavuz, 1980). Kentte toplu yaşama, bu malın kullanılmasında kar dürtüsü, dolayısıyla da çıkar çatışmaları yaratır. Çatışma bir yandan kamu ile birey, diğer yandan doğrudan bireyler arasında oluşur (Keleş, 1984). Bireyci, toplum yararını göz ardı eden bu durumun, sürdürülebilir kentleşme ve kent yaklaşımıyla özünden çeliştiği görülür. Ayrıca sürdürülebilir kentleşme yaklaşımı açısından toprak gibi kit ve yenilenemeyen bir kaynağın bilinçli ve düzenli kullanımı zorunluluktur. Böyle bir kaynağın toplum yararı düşünülmezsin, özel inisiyatifte bırakılması söz konusu olamaz. Diğer bir deyişle üretilemeyen bir meta olan topraktan yararlanmayı bireylerin kendi çıkarlarına göre düzenlemeleri uygun değildir (Okutan, 1995). Bununla birlikte, sürdürülebilir kentsel gelişmenin sebep sonuç ilişkileri, toprak ve toprağın özel kullanımı bağlamında düşünülme durumundadır. Bunun için maliklere, sürdürülebilir kentsel gelişim için, toplum huzurunun, kişisel kazanç elde etmekten daha önemli olduğunu göstermek gerekir (Bullard, 2002). Diğer bir deyişle, birey yararı yaklaşımının ya da

bireyci tasarım mantığının yerini kamu yararı ve toplumcu tasarım ideolojisine terk etmesi gereğidir (İncedayı, 2004).

Toprak mülkiyetinin çoğunlukla özel şahıslar elinde olduğu durumlarda kamu yararının gözetilebilmesi oldukça güçtür. Kişisel rant kaygılarına yenik düşme olasılığı yüksektir. Bu nedenlerle kamu yararı açısından kentsel topraklarda mülkiyet yapısına, devlet tarafından sınırlama getirilebilmesi gerekir. Bazı uygulamalarda tespit edilen değer üzerinden kamulaştırma yapılırken, bazı uygulamalarda kamu, bireylerle toprak takası yoluna giderek ihtiyaç duyduğu arsaları kamulaştırmaya çalışılmakta, bu yolla kentsel topraklarda kamu mülkiyeti miktarı arttırılmaya çalışılmaktadır (Jökel, 2003). Bu olgunun dünyanın pek çok ülkesinde uygulamaları bulunur. Örneğin İngiltere’de kentsel toprakların doğru kullanılması için, arsaların yapı ruhsatı alınmadan önceki ve sonraki değeri olmak üzere iki değer belirlenir. Mal sahibinin sadece birinci değerde hakkı vardır. İkinci değer ruhsat veren kamu kuruluşu tarafından yaratıldığı için ortaya çıkan değer farkı topluma aittir. Hollanda’da belediyeler genellikle kent toprakları üzerinde uzun süreli kira yöntemini uygulamaktadır. İsviçre’de ise belediyeler toprak stoku yapma politikasına yönelerek, belediye sınırları dışındaki toprakları zamanla belediye sınırları içine almaktadır (Yavuz, 1980).

Türkiye’de 1961 ve 1982 Anayasalarında yer alan, “Herkes, mülkiyet ve miras hakkına sahiptir. Bu haklar, ancak kamu yararı amacıyla, kanunla sınırlanabilir. Mülkiyet hakkının kullanılması toplum yararına aykırı olamaz” hükümleri ile mülkiyet hakkının kullanımına yasal sınırlamalar getirilmiştir. Ancak 1960’larda başlayan hızlı kentleşme olgusunun, kentlerde arsa ihtiyacını artırarak, kentsel arsaların spekülasyon aracı olarak kullanılmasına neden olması, ucuz arsa ihtiyacının karşılanması için 1965 yılında Kat Mülkiyeti Kanununun uygulamaya koyulmasına neden olmuştur. Kanun ile bir yapının bağımsız bölümlerinin ayrı ayrı özel mülkler olarak kullanılması sağlanmıştır. Bu yolla, kısa vadede konut yapımı için gerekli arsa sorunu çözülmüş görülse de, Kat mülkiyeti kavramının içerdiği, özel mülkiyet ve parçalı mülkiyet olgularının sürdürülebilir kentleşme üzerinde olumsuz etkilere yol açtığı görülür. Bu etkiler temelde 4 başlıkta toplanabilir.

2.1. Engel / Aşırı Yoğunluk Sorunları

Özel mülkiyet sahiplerinin kendilerine en fazla yarar sağlayacağını düşündükleri kullanıma yönelmeleri, azami kar düşüncesi ile her türlü imar sınırının son seviyesinde kullanılması, sürdürülebilir kentleşmenin, toplum için yaşanabilir sağlıklı çevre oluşturma ilkesi ile çelişki yaratır. İmar kanuna aykırı olsa da bodrum katlar kullanıma açılır, çatı katları yükseltilir, açık çıkmalar kapatılır, ticari bölümler bahçe sınırlarına taşar. Toplumun geneli tarafından yapılan uygulamalar denetlenemez hal alır. Bu durum sürdürülebilir kentleşmenin özelliklerinden, insani boyut, estetik kaygı, parsel–yapı–yol uyumu, yapılaşma–yeşil alan dengesi gibi olgularıyla çatışır. Sonuç olarak yaşanabilir çevre özelliklerinden yoksun aşırı yoğunluklu yapılaşmaların ortaya çıkmasına neden olur.

2.2. Engel / Karar Alma Süreci Sorunları

Yeniden düzenleme gereken durumlarda mülk sahiplerinin bireysel çıkarlarını karşılamak zor olacağı için karar almak zorlaşır. Süreç gecikir ya da hiç gerçekleşmez. Kentsel alanda mevcut yapılaşmış alanların ıslahı, yenilenmesi veya kentin geleceği için ihtiyaç duyulan yeni fonksiyonların hizmete sokulması zorlaşır, kentsel çöküntü alanları oluşabilir. Bu tür alanların ıslahı kısa vadede mümkün olmadığından, bireyler kısa zamanda kendilerini bu bölgelerden uzaklaştırmaya çalışır. Kentlerin merkezinde yer alan önemli bölgeler kaybedilirken, bölgelerini terk edenler, kent dışındaki uydu kentlere yönelir. Kent ve çevresinde ulaşım yoğunluğu, dolayısı ile çevre kirliliği ve enerji kullanımı artar.

2.3. Engel / Kentsel Donatı Alanı Sorunları

Özel mülkiyetin ve mülkiyet parçalanmasının kentsel topraklar üzerinde egemen olması nedeniyle, yeterli kamusal toprak bulunmaması sonucunda, kentsel donatı ihtiyaçları, küçük, parçalı ve kit olan kamu mülkü topraklarda, konumu rastlantıya bağlı, kolay elde edilebilir, görelî olarak ucuz, ancak işletmesi pahalı arazi parçalarında yapılmak zorunda kalınır. İnsanlar kamu hizmetlerine ulaşmada

zorluk çeker. Hizmetlerin verildiği alanlara ulaşılabilirlik sorunları meydana getirir. Bu durum sürdürülebilir kentleşme olgusunun, kamusal hizmetlerin sağlıklı ulaştırılması ve kaynakların doğru kullanımı ilkeleriyle örtüşmez.

2.4. Engel / Toplumsal Adalet Sorunları

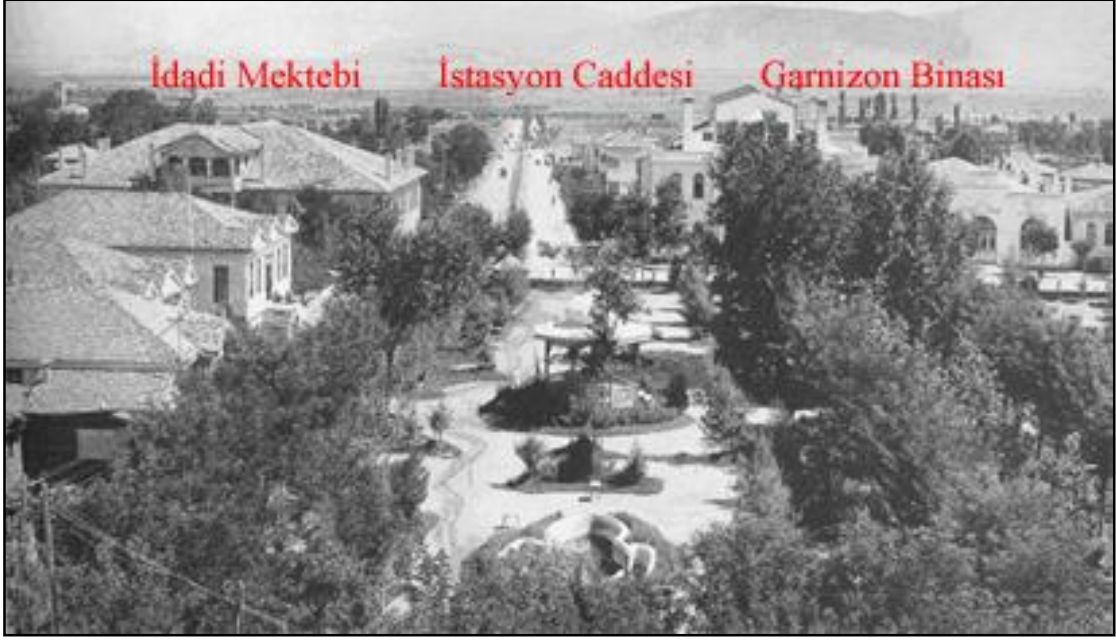
Bedeli kamu tarafından ödenen imar çalışmalarlarıyla ortaya çıkarılan kentsel arsaların doğurduğu ekonomik rantın tekrar kamuya aktarılmayarak, bireylere dönmesi, bir taraftan toplumda gelir dağılımını olumsuz etkiler, diğer taraftan gelecekte tekrar gereksinim duyulacak mali kaynakların teminini zora sokar. Bu durum insanların arsa spekülasyonunu yüksek gelir sahibi olmanın meşru yollarından biri olarak görmesine neden olur. Sürdürülebilir kentleşmenin, toplumsal adalet ve kaynakların doğru kullanımı ilkeleriyle çelişir. Bu bağlamda sürdürülebilir kentleşme sekteye uğratır.

Sonuç olarak 2010'lu yıllar itibariyle Türkiye'nin pek çok kentinde benzer sorunlar yaşanmaktadır. 16.05.1012'de kamuoyunda kentsel dönüşüm yasası olarak bilinen "afet riski altındaki alanlarına dönüşümü hakkında kanun" yürürlüğe girmiştir. Kanun afet riski dışında diğer riskli yapı grupları adı altında, ekonomik ömrünü tanımlamış yapıları da içermektedir. Ancak kanunun uygulanması aşamasında henüz net sonuçlar için erkendir.

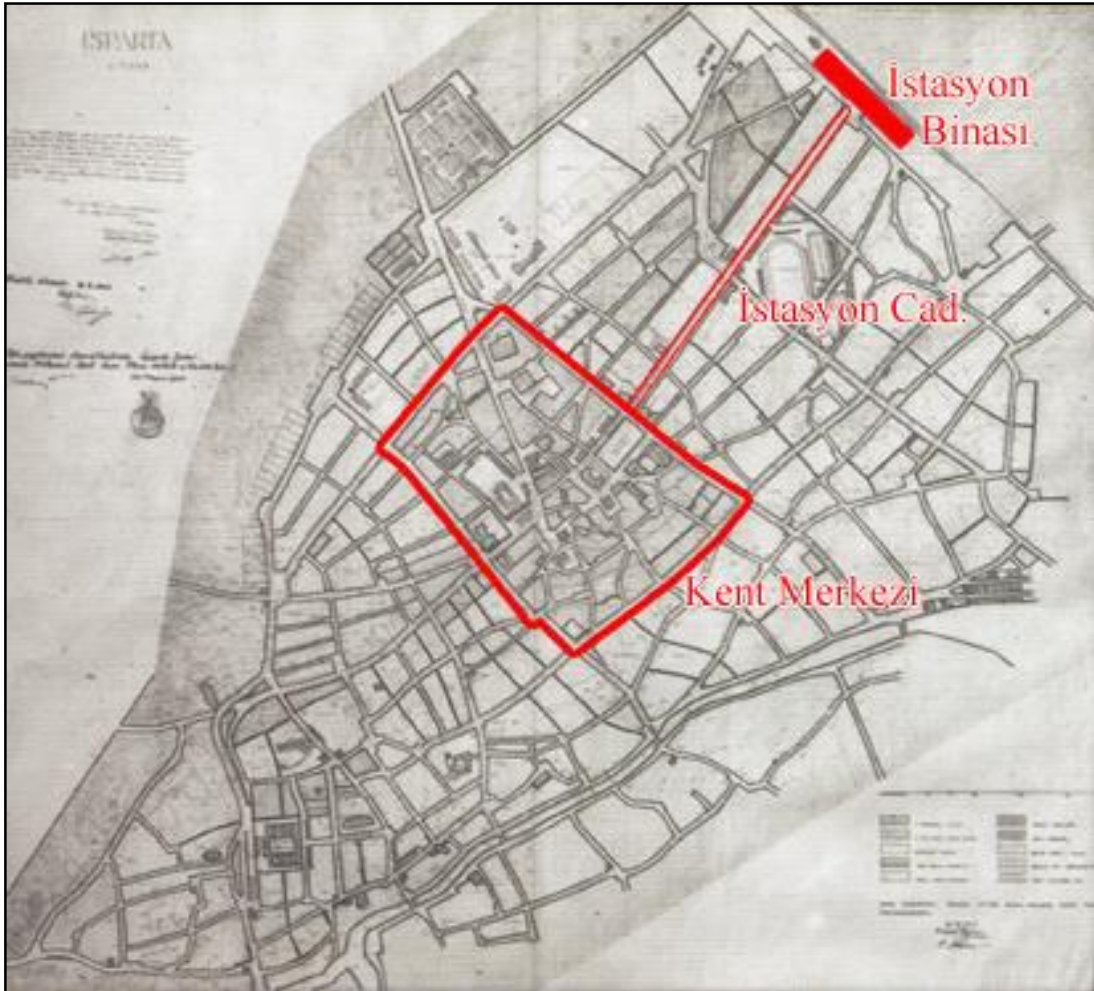
3. Isparta İstasyon Caddesi

Isparta kenti İstasyon Caddesi ve çevresi coğrafi konumu itibariyle büyük kentleri birbirine bağlayan ana ulaşım yolları üzerinde yer almayan "Arada Kent" (Tümer, 2004) olarak adlandırılabilen Isparta'nın prestijli bir caddesidir. Cadde tarihsel süreç içerisinde sergilediği dönüşüm ile özel mülkiyet artışını, çok parçalı mülkiyet oluşumlarını yaşayan, bu nedenle sürdürülebilirlikten uzaklaşan bir mekândır. Kentleşme sürecinin net biçimde takip edilebilmesi ve sürecin Türkiye'de pek çok kentte yaşanan benzer süreçlere ışık tutabilme potansiyeli açısından çalışma alanı olarak tercih edilmiştir.

İzmir-Denizli demiryolunun uzantısı olan Dinar-Eğirdir demiryolu, Cumhuriyet öncesinde bir İngiliz Şirketi tarafından inşa edilmiştir. Isparta'nın hemen yakınından geçmesine karşın kent merkezine ulaşmayan demiryoluna 1936 yılında Bozanönü – Isparta arası 14 km'lik hat eklenerek demiryolu Isparta'ya ulaştırılmıştır. Hattın inşasının ardından 1936'da istasyon binası dönemin Başbakanı İsmet İnönü tarafından hizmete açılmıştır. İstasyonun inşası ile o döneme kadar tarımsal faaliyetler için kullanılan alanda, İstasyon binası ile kent merkezini bağlayan bir bulvar açılmıştır. İstasyon binasıyla başlayan bulvar 1890'lı yıllarda yapılan, kentin iki önemli resmi kurum binası Tümen Karargâhı ile İdadi Mektebi arasından, Mektep bahçesinden geçirilerek, dönemin önemli caddelerinden Pavyonlar Caddesine bağlanmış, ilk olarak İnönü Bulvarı olarak adlandırılmıştır.



Şekil 1. İstasyon Caddesi, 1936 (Isparta Valiliği, 2001)



Şekil 2. Isparta'nın ilk imar planında İstasyon Caddesi, 1943 (Isparta Valiliği, 2001)

İstasyon Caddesinde imar faaliyetleri kentin genelinden farklı değildir. Caddenin 1936'da şose olarak açılmasının ardından 1943'te kentin ilk imar planı hazırlanmıştır. 1950'li yıllar sonrasında kentin geçirdiği dönüşümle birlikte İnönü Bulvarı ve çevresi de dönüşümün içerisinde kalmış, hızla tarımsal arazi olmaktan çıkarak kentsel arsalarla dönüşmüştür. Gerek istasyon binasının getirdiği ulaşım imkânı, gerekse Vali Konağı, okullar ve spor tesisleri gibi kamusal alanların ve sosyal donatı alanlarının hızla ortaya çıkması caddenin hızlı kentleşmeyle birlikte cazibe merkezi olmasını sağlamıştır. Bu dönemde cadde boyunca betonarme gibi yeni yapım tekniklerinin kullanıldığı, 2-3 katlı, bahçeli, modern konut dokusu oluşmaya başlamıştır. Bu şekliyle cadde 1960'lı yılların sürdürülebilir kentleşme değerlerine uygun, sürdürülebilir özellikleri yüksek bir kentsel alan olmuştur.

1965'de yürürlüğe konan Kat Mülkiyeti Kanunu ve 1967 İmar Planı ile birlikte 1970'li yılların sonlarına doğru, 1955- 1965 yılları arasında oluşan yapı stoku yavaş yavaş yok olmaya başlamıştır. Ancak bu çok hızlı bir dönüşüm değildir. Bu nedenle mülkiyet yapısının fazla dönüşüme uğradığı söylenemez. Ancak alanda asıl önemli mülkiyet dönüşümü, 1980 sonrası yaşanan hızlı yapılaşma süreciyle gerçekleşmiştir. Bu dönemde yeni inşaat teknolojilerinin, özellikle betonarme karkas sistemlerin yaygın kullanımı ve imar planında kat adedinin 5 olmasının ortaya çıkardığı ekonomik rantın etkisiyle, İstasyon Caddesi üzerindeki parsellerde çok katlı yapılaşma başlamıştır. Ayrıca kat mülkiyeti olgusunun verdiği imkânla mülkiyet yapısı, parsel içerisinde çok parçalı bir hal almış, tekil mülkiyetli 3 katlı yığma yapıların yerini, içerisinde 10 bağımsız bölüm bulunan 5 katlı apartman blokları almıştır. Diğer deyişle malik sayısı 10 katına çıkmış, bir parselde 3 ailenin barınacağı düşünülmektedir bırakılan sosyal donatı alanları, bir parselde 10 aileye hizmet vermek zorunda kalmıştır.

Sonuçta 1990'larda cazibe merkezi olan İstasyon Caddesi'nde 2000'li yıllar itibariyle 897 adet konut bulunurken, cadde tamamen yapılaşmıştır. Yapıların tamamı özel mülkiyettedir. Ancak günümüzde yaklaşık 30 yaşına gelen apartmanlar hızla değer yitirmeye başlamıştır. Bu dönemden sonra bölgenin imar planlarının da herhangi bir değişiklik yaşanmamıştır.



Şekil 3. 1967 ve 1988 imar planlarında yapılaşma durumu (Isparta Belediyesi)

İstasyon Caddesinde yaşanan kentleşme süreci yakından incelediğinde ise çalışmanın başında bahsedilen sürdürülebilir kentleşme önündeki engellerin ortaya çıktığı görülür. Öyle ki, İstasyon Caddesi ve çevresinde yapılar çatı katı ve bodrum katlarının dahi konut olarak değerlendirildiği apartman blokları şeklindedir. İnsani boyut kaygısı barındırmayan 5-6 katlı bloklar arası mesafe açık çıkmalardan sonra 4 m'ye kadar düşer. Yeşil alan miktarı cadde refüjü dışında yok denecek kadar azdır. Otopark alanı bulunmaz. Bu nedenle, oluşan yeni mülkiyet yapısının İstasyon Caddesinde birinci engel "Aşırı Yoğunluk" açısından sürdürülebilir kentleşmeyi engellediği söylenebilir.

Türkiye'deki mevcut imar ve mülkiyet mevzuatında, yapısal risk taşıma durumu dışında, mülk sahibini zorlayıcı düzenlemeler olmadığı düşünüldüğünde alanla yeniden planlama ve sağlıklılaştırma

çalışmalarının nasıl gerçekleşeceği önemli bir sorundur. Mülkiyet parçalanması sonucu karar alma süreci zorlaşmıştır. Bununla birlikte çalışmalar için mali kaynağın nasıl temin edileceği belirsizdir. Bu nedenle, oluşan yeni mülkiyet yapısının İstasyon Caddesinde ikinci engel “Karar Alma Süreci” açısından sürdürülebilir kentleşmeyi engellediği söylenebilir.



Şekil 4. 1950'ler ve 1980'lerde inşa edilen konutlar

İstasyon Caddesi ve çevresinde dönüşümün başladığı 1960'lı yıllar itibariyle, kamusal hizmetler için 1 ilkokul, 4 lise, vali konağı, stadyum, kapalı spor salonu gibi kamusal hizmet alanları bölgede yer almıştır. Yerleştirilen sosyal donatı alanlarının, ulaşılabilirlik açısından merkezi konumda olduğu söylenebilir. Ancak bu dönemden sonra kamusal hizmetler alan tahsis edilemediği gibi gelecekte gereksinim duyulacak yeni tesislerin nerelere yapılabileceği belli değildir. Yer seçiminde arsa maliyetinin önemli rol oynayacağı düşünülürse bu tesislerin uygun yerlere yapıma ihtimali oldukça düşüktür. Bu nedenle, oluşan yeni mülkiyet yapısının İstasyon Caddesinde üçüncü engel “Kentsel Donatı Alanı” açısından sürdürülebilir kentleşmeyi engellediği söylenebilir.

İstasyon caddesi ve çevresinde dönüşüm sürecinde yıkılarak yeniden yapılan yapıların tamamının müteahhitlere kat karşılığı verilmek usulüyle yaptırıldığı bilinmektedir. Böylece, kamunun imar yoluyla yarattığı rant, mülk sahipleri ve müteahhitler arasında paylaşıldı denebilir. Bu ranttan çevrenin yaşanabilirlik düzeyine ve topluma geri dönen bir paydan söz edilemez. Bu nedenle, oluşan yeni mülkiyet yapısının İstasyon Caddesinde dördüncü engel “Toplumsal Adalet” açısından sürdürülebilir kentleşmeyi engellediği söylenebilir.

4. Sonuç

Gerekli çalışmalar geciktirilmeden yapılmadığı ve önlem alınmadığı takdirde kentlerde 2000'li yıllardaki mülkiyet yapısıyla sürdürülebilir kentsel gelişimden söz etmek mümkün olamayacaktır. Hazırlanan kentsel dönüşüm yasasının mevcut çöküntü alanlarının ıslahında çözüm üretmesi olası olmakla birlikte, gelecekte aynı sorunların tekrar yaşanmaması için, sorun çözmek yerine, sorun oluşturmamak düşüncesi ön planda olmalıdır. Çünkü yeni yasa parseller üzerinde yapılacak yeni düzenlemelerle mevcut hak sahiplerine yenilerinin eklenmesine neden olacaktır. Mülkiyet parçalanması devam edecektir. Bu bağlamda, sürdürülebilir kentsel gelişme için, kent planlaması ve uygulamasında etkin olabilecek temel araçlardan biri olarak mülkiyet konusuna gereken önemin verilmesi yerinde olur. Çünkü kentsel sorunların ve bu sorunların planlı çözülmesine ilişkin yasal düzenlemelerin tarihsel gelişimi ile kent topraklarındaki mülkiyetin niteliğinin değişiminde koşutluk vardır. İnsanlığa 2000'lerin kentlerinin nasıl olması konusunda yol gösteren sürdürülebilirlik yaklaşımının, kentlerdeki mülkiyet yapısının nasıl olması gerektiği konusunda da yol gösterici kabul

edilmesinde yarar vardır. Sürdürülebilir kentsel gelişme için kentsel topraklarda, özel ve parçalı mülkiyet yapısını sınırlandıracak düzenlemeler hayata geçirilmelidir.

Kaynaklar

- ACE (Avrupa Mimarlar Konseyi), (2005). Mimarlık ve Yaşam Kalitesi, Çev; A. Erim, TMMOB Mimarlar Odası Yayınları, Ankara.
- Bullard, R. (2002). Land Ownership and Sustainable Development, FIG XXII. International Congress, April 19-26, USA, Washington D.C.
- Ekinci O. (1995) Sürdürülebilir Bir Gelecek İçin Mimarlık, Mimarlar Odası 40.yıl Panelleri, Armoni Matbaacılık, Ankara.
- Isparta Valiliği, (2001). Isparta 1880-1980, İl Özel İdare Müdürlüğü Yayınları.
- Isparta Belediyesi, 1967 ve 1988 İmar Planları, Isparta Belediyesi İmar ve Şehircilik Müdürlüğü, Isparta.
- İncedayı, D. (2004). Çevresel Duyarlılık Bağlamında Davranış Biçimi Olarak Sürdürülebilirlik, Mimarlık Dergisi, Sayı 308, s.43.
- Jökel, R. (2003). Sustainable Urban Development in Cases of Complicated Land Ownership Situations, FIG Working Week, April 13-17, France.
- Keleş, R. (1984). Kentleşme ve Konut Politikası, A Ü.S.B.F Yayınları, Ankara.
- Okutan, A. (1995). Türkiye’de Kentleşme ve Siyasal Yapı, Türk Demokrasi Vakfı Yayınları, Ankara.
- Tekeli, İ. (1999). Sürdürülebilirlik Kavramı Üzerine İrdelemeler, Prof. Dr. Cevat Geray'a Armağan, Mülkiyeliler Birliği Yayınları, s. 729 -746, Ankara.
- Tümer, G. (2004). Arada Kentler, Arada Kentler Paneli Kitabı, TMMOB Mimarlar Odası Yayınları, Ankara.
- Yavuz, F. (1980). Kentsel Topraklar, S.B.F. Basımevi, Ankara.