

Kent Uçar, Yazı Kalır

Sevince BAYRAK
İstanbul Teknik Üniversitesi
Fen Bilimleri Enstitüsü,
Mimarî Tasarım Programı Doktora Öğrencisi

“Kitaplar kızlardan çok daha uzun ömürlüdür.”
Nabokov

Mimarların yapıları ile yazılarını beraber değerlendirmek çoğu zaman beklenildiği kadar verimli sonuçlanmayabilir. Bu durum biraz büyük eserler vermiş bir sanatçının gerçek hayatında katlanılmaz bir karakter olduğunu öğrenen okurun karşılaştığı hayal kırıklığına benzer. Bazen yazı büyük eser olur, yapı bir başarısızlık, bazen de tam tersi. Burada bahsi geçen yapı bir bina da olabilir, bir kent tasarımı da. Ancak bazen de, örneğin bir kitabı ve şehri birlikte değerlendirmek, kıyaslamak için değilse de, bir nevi dedektiflik yaparak yapılar ve mimarlarla ilgili yeni tartışmalar başlatmak için verimli olabilir. Bu makalenin konusu olan Almere kenti ve The Harvard Design School Guide to Shopping’i beraber okumanın da altında yatan temel sebep bu. Bu ikisi, varlık nedenleri bu olmasa da, başka ortamlarda başka ekiplerle üretilmiş olsalar da, birbirlerinin payandası gibi. Alışveriş üzerine yazılmış bir kitap, alışveriş üzerine kurulmuş bir şehir ve ikisinin ortak noktası olan bir mimar:

Rem Koolhaas. Hem kitap, hem de Almere master planı, farklı kaynaklarda çokça eleştiri ve yorum almış olmasına rağmen, bu ikisi arasında önceden planlanmış ya da rastlantısal bir ilişkiyi irdeleyen bir kaynağa rastlanmıyor. Varlığı sorgulanabilecek bu ilişki üzerine kaleme alınan bu makalede, kentsel tasarımın içinde barındırdığı çelişiklere dair ipuçlarının ortaya serilmesi amaçlanıyor. İçeriği her türlü çelişki, kararsızlık ve istenmeyenden arındırılmış bir kent planlama tavrının geçerliliğini yitirdiği bir dönemdeyiz. “Gerçek kent”in nasıl tasarlanabileceğine dair sorularla karşı karşıya kaldığımız tartışmalarla içiçeyiz. Bütün bunlara rağmen, kent planlama eyleminin günümüzde hala geçerli olan bir kusursuzluk beklentisinden muzdarip olduğunu söyleyebiliriz. Gerçekleşmesi mümkün olmayan bir kusursuz kent ideali kent yöneticilerinin ve dolaylı olarak tasarımcıların peşini bırakmazken; formülü bir türlü çözülemeyen, sokakları canlı, “gerçek kent” de bütün gücüyle karşımızda duruyor. Gerçekliğin, kusurluluğun tasarlanamaz olduğunu

Öz

Bu çalışmada alışveriş eyleminin kentleşmedeki rolü; Almere kenti ve Harvard Design School Guide to Shopping kitabının çapraz okunması ile incelenmiştir. Aynı dönemlerde ortaya çıkan Almere master planı ve HDSGS’yi hazırlayan ekiplerin ortak noktası Rem Koolhaas’tır. Bir kent merkezinin ortaya çıkış sürecine paralel olarak, mimarların kentsel tasarımdaki tereddütleri, öz eleştirileri de bu çalışmada ele alınmış; planlama ve kentsel tasarım disiplinin bu boyutunun da makaleye dahil edilmesi amaçlanmıştır. Kuruluşu 70’li yıllara dayanan Almere’nin yeni bir kent merkezi tasarımı için 1994 yılında açtığı yarışma ile başlayan süreç ve Koolhaas’ın Harvard Design School’daki öğrencileri ile beraber hazırladığı, 2001 yılında yayımlanan kitap arasında olabileceği öngörülen bağlar incelenerek, güncel kentleşme paradigmalarına dair bir kesit ele alınır. Koolhaas ve ekibinin master plan tasarımındaki kararlarının, HDSGS’deki araştırma ve yorumlamalarla ne derece ilişkili olabileceği sorgulaması üzerinden yapılan bu çapraz okumanın, kentleşme süreçlerinin ardında yatan çok aktörlü hikayelere dair bir zemin oluşturması amaçlanır. Almere’nin geçirdiği değişimler, kent yöneticilerinin bu süreçteki rolü ve alışverişin bir kent tasarımı nasıl şekillendirebileceği çeşitli örnekler üzerinden incelenirken, mimarın bugün kentteki konumu da sorgulanır.

Abstract

In this article, the role of shopping in urbanism as an activity is investigated through Almere master plan design and Harvard Design School Guide to Shopping. Rem Koolhaas is the common actor between the city plan and the book which was published concurrently. Parallel to a city centre formation process, a story of architects’ perplexity about urbanization and the self-criticism which comes out due to the constructed city image is illustrated. Almere which was founded in 1970s, has experienced a radical change after the master plan design competition which OMA won the 1st prize, in 1994. After a while, Koolhaas with his students in Harvard Design School prepared Project on the City 2: Harvard Design School Guide to Shopping, and published it in 2001. In this paper, the correlation between the book and the city plan and how they contribute to current urbanization discussions, is illustrated by analyzing the role of shopping in two examples. A story of Almere’s change with plural actors reveals due to this analysis which contributes the role of shopping in urban design, and the role of architect in cities today.

Anahtar kelimeler:

Alışveriş, Rem Koolhaas, Almere, Harvard Design School Guide to Shopping.

Keywords:

Shopping, Rem Koolhaas, Almere, Harvard Design School Guide to Shopping.

kabul etmek yerine kolları sıvayıp harekete geçen, “çirkinlik seven” mimar Koolhaas’ın Almere’si de bu tartışma için oldukça verimli bir altlık sunuyor. Bir kent merkezinin ortaya çıkış sürecini incelerken; mimarların kentle, kentsel tasarımla olan ilişkisine, tereddütlerine ve öz eleştirilerine dair bir hikayenin de paralel olarak devam ettiği bu makale sözü edilen tartışma üzerinden ilerliyor.

İade-i itibar

Editörleri arasında Koolhaas’ın da bulunduğu Harvard Design School Guide to Shopping (HDSGS), 2001 yılında yayımlandı. Çeşitli yazarlara ait makaleler ve onları destekleyen grafik ve tablo gibi görsellerden oluşan kitapta, öne çıkan tespitler şöyleydi: Modern mimarlık, yıllarca bir program olarak alışverişini küçümsemiş, yoksaymış, hor görmüştü. Konut, okul, müze gibi daha “kutsal programlar” dururken, modern mimarlığın önde gelen figürleri için alışveriş mekanları tasarlamak, portfolyolarından sakındıkları bir işti (Herman, 2001a, 391). Değil tasarlamak, üzerine yazılacak konular arasında bile son sıralardaydı alışveriş; 1977-1997 yılları arasında yayınlanmış, içinde alışveriş merkezi (AVM), dükkan, mağaza gibi alışveriş mekanları ile ilgili anahtar kelimeler geçen makalelerin toplam sayısı, içinde yalnızca “müze” sözcüğü geçenlerin altıda biriydi (Leong, 2001, 130).

Halbuki, alışveriş hangi dönemde olursa olsun mimarlığın, kentleşmenin ve günlük hayatın aslında çok önemli bir kısmını kaplar. Pazar yerleri, pasajlar, dükkanlar, çok katlı mağazalar ve AVM’ler, alışverişin farklı dönemlerde yer aldığı mekansal tipolojilerdir. HDSGS, bu tuhaf çelişkiyi gözler önüne sererek, alışverişin mimarlıkla olan ilişkisini yeniden ele alır. AVM’ler, kentin 20. yüzyılda edindiği,

akademisyenler ve önde gelen tasarımcılar tarafından uzunca bir süre görmezden gelinen bir unsuru iken, HDSGS’de kapsamlı bir araştırmanın konusu olur. HDSGS, alışverişe üstten bakmaz, içine girer, her yerine bulaşır; kimi zaman mesafeyi kaybeder, ancak belki de bu sayede steril ve dengeli bir metinler topluluğu yerine kışkırtıcı ve kurgusal bir kitap olarak karşımızda durur.

Kitabın editörlerinden Sze Tsung Leong (2001, 129), alışverişini insanoğlunu bir araya getirebilen nadir eylemlerden biri olduğunu söyleyecek kadar şehvetle savunur. Leong’a göre, insanlar hayatlarında hiç okula, müzeye, kiliseye ya da hastaneye gitmeyebilir, ama mutlaka bir gün bir yerde alışveriş yaparlar (2001, 129). Alışveriş kaçınılmazdır. Üstelik yapılı çevrede, barınmadan sonra en çok yer kaplayan aktivite alışveriştir (Leong, 2001, 129). Kitapta bu gibi veriler, hatırı sayılır miktarda ironi ve spekülasyonla harmanlanır ve genel olarak nasıl olup da bunca yıl alışverişin gücünün ve iktidarının görmezden gelindiği sorgulanır. Yine de, bütün bu istatistikler, veriler ya da kitapta bulunabilecek diğer tablolar yeteri kadar ikna edici değilse ve alışverişin “yüksek mimari” ile olan sorunlu ilişkisinin üstesinden gelmek için daha fazlası gerekiyorsa, o da vardır: Kitabın hazırlandığı yıllar, yeni master planının tasarlandığı yıllara denk düşen kent, Almere (Herman, 2001a, 391).

Almere master planı, alışverişin kentlerde yaratabileceği potansiyelin farkına varmış bir ekip tarafından tasarlanır. Ancak kentler, genelde plancılarının ve yöneticilerinin öngörülerine uygun gelişmez. Almere örneğinde de, kent bir kere daha karar mekanizmalarını yanıltmış, onca çabaya rağmen Almere hayal edilen metropole henüz dönüşmemiştir, ama



Resim: 1

alışveriş ve kentsel tasarım arasındaki ilişkiyi incelemek için iyi bir örnek olarak plancılar önünde durur. Almere, Hollanda'nın "Polder" olarak adlandırılan, Türkçeye "denizden bozma kara parçası" olarak çevirebileceğimiz bölgelerinden birinde 1976 yılında kurulduğunda nüfusu 45 kişidir. 1994 yılına kadar, tasarımını Teun Koolhaas'ın yaptığı master planın ızgaraları üzerinde, iddiasız bir Hollanda kenti olarak büyür (Jantzen ve Vetner, 2011, 15). Bahçeli evlerinde yaşayan, boş vakitlerini evlerinde geçiren ve bundan şikayetçi olmayan (Alkemade, 2007, 75) banliyö nüfusu 100.000'e ulaştığında, yeni bir master plana ihtiyaç duyulur ve 1994 yılında şehir için bir master plan yarışması açılır. Aslında master plan ihtiyacının altında, hızla artan nüfustan daha etkili bir sebep yatar.

Hükümetin ekonomik kaygıları (Alkemade, 2007, 76) ve Almere'de eksikliğini hissettiği "farklı kimliği" oluşturacak bir Şehir Kalbi: "Yeni ve deneysel, herkes için çekici, heterojen bir merkez" (Jantzen, Vetner, 2011, 15). Jantzen ve Vetner'e göre (2011, 16), "Almere için büyük atılım" olarak kamuoyuna duyurulan davetli yarışmayı Teun Koolhaas'ın kuzeni Rem Koolhaas ve ekibi OMA kazanır. Neredeyse 20 yıllık geçmişi olan bir kentte yeni bir merkez tasarlamak ve bu yeni merkezin kentin geleceğini tamamen değiştireceği gibi büyük bir beklentinin altından kalkmak zorlu bir iştir; Almere'nin 20'li, Koolhaas'ın 50'li yaşları bu hedefe ulaşma çabası ile geçer.

Resim: 1
90'larda Almere kent
merkezi



*Resim: 2
2000'lerde Almere, OMA'nın
hazırladığı master plan gerçek-
leştikten sonra.*

Bir kentsel kimlik olarak tekdüzellik
Floris Alkemade 2008 yılına kadar OMA'nın ortaklarından olan Rotterdamlı bir mimardır. Yarışmanın açıldığı 1994 yılına kadar, arkadaşlarıyla dışarı çıktığı bir gece yarısı dışında, Amsterdam'a 30 km mesafedeki Almere'ye yolu hiç düşmemiştir. Bir gece, bira içecek bir yer bulma ümidiyle arabayı Almere'ye doğru sürerler ve içlerinden hiçbiri daha önce Almere'ye gitmediği için neyle karşılaşacaklarını bilmezler. Şehir merkezini ararlar; yapılaşmanın biraz olsun yoğunlaştığı, birkaç dükkanın öbeklenerek kentin geri kalanından farklılaştığı bir yer bulabilmek için şehri baştan sona katederler. Ancak şehir merkezini bulamazlar, Almere'nin merkezi yoktur (Alkemade, 2007, 76).

Sonsuza kadar uzayıp giden, birbirinin aynı, bahçeli evlerden oluşan Almere

için Alkemade "Cehennem gibiydi", der (Alkemade, 2007, 78).

Alkemade'nin sıkıcı, sıradan, biteviye taşra yaşantısını tasvir etmek için başvurduğu cehennem benzetmesinin, başka mecralarda sıklıkla yoğun, boğucu, ateşli metropol hayatını anlatmak için de kullanılıyor olması ilgi çekicidir. Ancak cehennem benzetmesini bir kenara bırakırsak, Alkemade'nin Almere hakkındaki ilk izlenimi biraz da kent yöneticilerinin kentin üzerinden atmaya çalıştıkları, kentin 20 yıllık geçmişinde edindiği özelliklerle paraleldir. Kimlik, Almere için şehrin ilk kurulduğu 70'li yıllardan beri üzerinde durulan bir meseledir.

Almere, üzerinde hiçbir kentsel, tarihi ya da politik referans barındırmayan bir "polder"de 70'lerde başlayan varoluş hikayesi ile bir erken dönem Dubai örneği gibiydi: biri kum tanelerinden, diğeri



balçıktan oluşan boş beyaz sayfaların üzerine örülen iki şehir. 70'li yıllarda Almere'nin planlanması ile görevli mimar ve plancılar, kenti özellikleri değişen dört bölgeye ayırmıştı ve bu bölgelere verdikleri isimlerle kent kimliği için ilk adımı atmışlardı (*Provoost ve Colenbrander, 2000, 18*). Bu isimler Almere-Merkez, Almere-Kırsal, Almere-Orman, Almere-Liman idi.

Her ne kadar bu isimler coğrafi özellikleri yansıtıyor gibi görünse de, aslında bu bölgelerdeki kullanıcı tipleri ve onların yaşam biçimleri ile ilgili ipuçları veriyorlardı: Almere-Liman da ortak kullanım alanları olan işçi konutları, Almere-Kırsal'da yerini, bahçe içerisindeki müstakil yapılara bırakıyordu (*Provoost ve Colenbrander, 2000, 22*).

Bu kimlik girişimleri Almere şehrini ancak 20 yıl idare edebilmişti; 90'lı yıllarda Almere kimliği tartışmaları yeniden alevlendi.

Koolhaas'ın Almere ile olan bağı master plan yarışmasından çok önce, 1982 yılında şehrin polis merkezi binasını tasarlaması ile başlar; OMA'nın inşa edilmiş ilk yapısı Almere'deki bu yapıdır (*Provoost and Colenbrander, 2000, 26*). Bundan 12 yıl sonra Almere merkezinin planlaması için OMA harekete geçtiğinde, ofistekilerin gözünde Almere yalnızca genç ve mutlu ailelerin yaşadığı bir şehirdir: bir türlü "büyük şehir" olamamış Hollanda'nın beşinci büyük şehri (*Alkemade, 2000, 35*).

Almere'de ne yoksa OMA'nın önerdiği master planda vardır. Almere az katlıdır,

*Resim: 3
70'lerde Almere
Haritası, Dört Bölge*

plan çok katlı. Almere düşük yoğunluk-
ludur, plan yüksek yoğunluklu. Almere
ızgaradır, plan diagonallerle dolu.
Koolhaas'ın sözleri ile "plan Almere'nin
mevcut haline bir saldırıdır" (2004, 12).
Ancak burada Koolhaas'ın bilinçli
spekülatif üslubuna kapılıp da, yeni
master planın bir tabula rasa olduğunu,
cüretkar bir girişim olduğunu söylemek
anlamalı olmaz. Bunun nedeni de şudur;
Almere 20 yıllık geçmişi ve kelimenin
tam anlamı ile boş bir sayfa üzerine
işlenmiş ızgara planı ile zaten oturmuş ve
yıllanmış bir şehir değildir. Burada daha
kritik olan, OMA'nın saldırısının yalnızca
planometrik kentsel tasarım prensipleri
üzerinden mevcut kent tasarımına yapılan
bir taarruz olmamasıdır: kentin ön
koşulu/ön koşulları kökten
değiştirilecektir.

Kentlerin canlılığı için gerekenler her
dönemde değişir. McMorrough'un (2001,
194) HDSGS'deki tespitine göre genel
olarak alışveriş uzun zaman önce kentsel
bir aktivite olmaktan çıkmış, kentlerin
ön koşulu haline gelmiştir. Kentin yegane
olmazsa olmazı. Önceleri kent
merkezlerine benzetilerek tasarlanan
AVM'ler, artık yeni kent merkezleri için
birer prototip olmuştur; kent merkezlerinin
AVM'ler gibi, güvenli, temiz, kontrol
edilebilen yerlere dönüşmesi yerel
yönetimlerin rüyasıdır. Kent yöneticileri
hayallerini gerçekleştirmek için
uğraştıkça, kent merkezleri ile AVM'lerin
arasındaki benzerlikler artar ve bu ikisi
arasındaki ilişki muğlaklaşır. Herhangi bir
kent merkezindeki mevcut dokunun
yeterince AVM'leşmeyeceği anlaşılınca
da, AVM türlü kılığa girebilen bir
komedyen gibi yardıma koşar; kentin
ortasında çeşitli uzuvlarına kent parçası
süsü verilmiş olarak yerini alır. Bazen
çatısı kent meydanına dönüşür, bazen de
avlusunu kent bahçesine. Almere bu

dönüşümü açıkça izleyebileceğimiz
örneklerden biri olarak karşımızda durur.

Kente dair mevcut verilerin ideal kent
imgesi önünde birer engel olarak
görüldüğü, sanki her biri olmayan
"polder"ler üzerinde tasarlanmış
modernist kent hayallerinin çöküşünü
gösteren canlı bir örnek olarak Almere,
henüz OMA'nın eli değmemişken de,
Amsterdam'ın kıyısında bir banliyö
olmaktan kurtulamamıştı. OMA'nın
önerisi ise, Almere'nin büyük şehir
olabilmesi için alışveriş eylemini bir
önkoşul olarak sunuyordu.

HDSGS'nin editörlerinden Leong'un
(2001, 129), alışverişin insanları birbirine
bağlayan ender aktivitelerden olduğuna
dair olan kanısı, Almere'nin özlem
duyduğu (düşünülen) kent yaşamının
alışveriş sayesinde ortaya çıkacağı fikrini
de destekler. Yarışma şartnamesinde altı
çizilen "Almere için yeni bir kentsel
kimlik", alışverişin bir araya getireceği
insanlar yardımıyla ortaya çıkacaktır.

Kimlik tartışmalarını irdelemek için
Alkemade'nin Almere ile ilgili ilk
izlenimlerine dönelim. Alkemade bir
tarafından kenti tasvir ederken bir taraftan da
biteviye bir peyzajın içinde tekrar eden
küçük, bahçeli evlerle, cehenneme
benzettiği şehrin kimliğini tarif ediyordu:
sadece genç ve mutlu ailelerin yaşadığı bu
şehri sağlıklı hayvanların üremesi için
hazırlanmış bir damızlık merkeze
benzetiyordu. Her iki benzetmenin de
ortak noktası, hem fiziksel yapı olarak
hem de nüfus çeşitliği açısından, bir
kentsel kimlik olarak tekdüzelik. Elbette,
yarışma şartnamesinde aranan yeni kimlik,
tekdüze olamazdı. Almere'nin mevcut
halinden duyulan memnuniyetsizlik,
Almere'nin yeni kimliğinin nasıl

olmayacağını belirtiyordu.

Kentlere kimlik giydirme merakının uzun bir tarihi var, ama kentlerde göz alıcı, çarpıcı, farklı ve biricik bir kimlik arayışının, markalaşma ve küresel ölçekte ön plana çıkma hevesi ile beraber kuvvetlendiği söylenebilir. Bütün bunlar, şüphesiz tekdüze olmayı kentlerde aranan bir özellik olmaktan çıkarır. Taşradan metropole giden zorlu yolda, tekdüzelikten acilen kurtulunması gerekir. Almere için istenilen kimlik tanımında da farklılığın altı ısrarla çizilir.

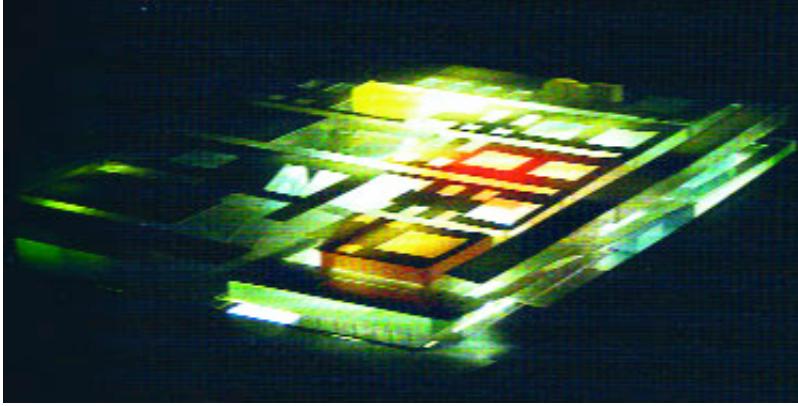
OMA'nın Almere için önerdiği yeni merkez 300mx300m boyutlarında bir megastrüktürdür. Zemin kotu tamamen araç trafiğinden arındırılmış, ön cephesi olmayan -aslında bütün cepheleri ön cephe gibi tasarlanmış- yapılardan oluşan, ancak otoban kenarlarında rastlanabilecek büyüklükteki alışveriş hacimlerini içeren bu iri kütle, istenen kent merkezini oluşturacaktır. Kent merkezinin zemin altındaki kotu dev bir otopark olarak düşünülmüştür ve tüm servis ihtiyaçları bu kottan sağlanacaktır. Projenin müelliflerinden Alkemade bu radikal fikri nasıl açıklayacağını düşünürken (Alkemade, 2007, 80), yarışma jürisi yoğunluk yaratma fikrini ve Almere'de olmayan her şeyi içeren yeni bir kimlik önerisi olan bu planı çok sever. Yalnızca 300mx300m boyutlarında tek bir kütle yapmak yerine yapıları parçalamayı önerirler; ancak bu yolla yatırımcıları ikna edebileceklerdir. Kent merkezinin geleceği, yatırımcılara bağlıdır, ancak kent yönetimi bu noktada da tedbiri elden bırakmaz. OMA'nın hazırladığı plan bitip inşaat aşamasına geçene kadar, Almere'de ticari aktivite yapılacak gayrimenkul yatırımlarına izin verilmez. Bu kısıtlama sayesinde plan



bittiğinde önemli miktarda müşteri hazır. Yıllarca bekleyen yatırımcılar, plan biter bitmez davet edilirler (Alkemade, 2007, 79).

Resim: 4
OMA'nın master plan önerisi

Hollandalı yöneticilerin, her adımı önceden hesaplanmış ve temkinli planlama yaklaşımı, söz konusu olan bir kent tasarımı da olsa işi şansa bırakmamak için ellerinden geleni yapmaları, kusursuz, tam ve işler bir kent ideali arayışının sonucu olabilir. Ekonomik, sosyolojik ya da mimari açıdan karşılaşılabilecek tüm sorunlar incelenir, yeni Almere'nin hayal edildiği gibi hayata geçmesi için ne gerekiyorsa yapılır.



Resim: 5



Resim: 6

Resim 5: Yarışma şartnamesinde de altı çizilen Almere'nin müstakbel kimliğinin nasıl olacağı tartışmalıdır. Müelliflerden Alkemade 90'ların sonunda, Almere'de yeni planı kamuya aktarmak için yapılan geçici binada ziyaretçileri bilgilendirmekle görevlendirilir. Yeni Almere'yi anlatırken

Resim 6: Almere kent merkezinde bir yapı, 2009

kentin biraz ortaçağ şehirlerine benzediğini söyler (Koper, 1999). İki kotlu plan önerisinde yayalaştırılmış meydanlar ve araç geçmeyen sokaklardan oluşan zemin kurgusunun ortaçağla olan benzerliği ancak kağıt üzerinde geçerli olabilir. Gerçekte Almere, olanca sterilliği, düzeni ve konforu ile ortaçağ şehrine benzemekten çok uzaktır.

Kimlik, genel olarak Koolhaas için netameli bir konudur. Koolhaas açıkça mimarisinde Hollanda'ya ait hiç bir şey bulunamayacağını bir röportajında belirtmiştir (Koolhaas, 2011). Bu beyana dayanarak denilebilir ki, Almere'nin kimliği de Hollandalı olmayacaktır. Çeşitlilik, kimlik tasarımında ve yarışma şartnamesinde hep vurgulanmıştır. Ancak çeşitlilikten kastedilen salt mimari çeşitlilik olsa gerek ki, Almereliler'le 2009 yılında yapılan bir ankette, "şehirdeki kentsel kalitenin artması için hangisi artmalıdır" sorusunu yalnızca katılımcıların %10'u nüfus çeşitliliği olarak yanıtlamıştır (Zhou ve Commander, 2009, 308). Halbuki, sadece Hollanda şehirlerinde değil dünyadaki metropollerde açıkça gözlemlenebilir ki, nüfus çeşitliliği kentsel canlılığın artmasında önemli bir etkidir. Hollanda'nın hatırı sayılır göçmen nüfusunun kent hayatına katılması, kurtulmak istediği taşra kimliğinin metropole doğru evrilmesini sağlayabilirdi; ancak bu anket Hollandalıların böyle düşünmediğini gösteriyor. Almere ilk kurulduğu yıllarda, şehre yerleşenlerin büyük bir kısmını Amsterdam'daki yoğun göçmen nüfusundan kaçan Hollandalılar'ın oluşturması da bu anketin sonuçlarını destekliyor.

2000'lerin ortasında yeni şeklini almış Almere merkezi ise Building Design



Resim: 7

dergisinde yayımlanan bir makalede, mimari yapıların sergilendiği bir hayvanat bahçesine benzetilir (Woodman, 2004).

OMA'nın masterplanı hazırlamaya başlamasından ve uygulanmasından sonra geçen 10 yılda şehir farklı mecralarda türlü türlü benzetmeyle tasvir edilir; Almere'nin benzeyemediği tek şey büyük şehirdir.

Almere merkezinin araç trafiğinden arındırılmış sokakları, her köşe başına serpiştirilmiş ünlü mimarların tasarladığı yapıları, karma fonksiyonlu bir merkez olması gibi özellikleri kentin kimliğine dair olmasa da, başlangıçta sözü edilen ideallik arayışına dair izler taşır. İdeal kent, daha fazla insanın daha konforlu koşullarda, müreffeh bir ortamda dilediğince alışveriş yapabilmesi ön

koşulu taşır: en azından HDSGS yazarlarının böyle bir kaniya sahip olduğu bilinir. Almere kent merkezi tasarımında da konfor çok önemlidir; kent merkezinin üzerine kurulduğu alışveriş eylemi ancak yeterli konfor koşulları (geniş ve trafikten arındırılmış yaya yolları, çokça otopark, el altında yeme içme birimleri, olumsuz hava koşullarından korunan açık alanlar) sağlandığında artarak şehre yayılabilir. Kesintisiz kumar oynanabilmesi için içerisinde her türlü ihtiyaç ve lüksün bulunabileceği casino'lar gibi, Almere kent merkezi de, alışverişin herhangi bir kesintiye uğramadan yapılabilmesi için gerekli altyapıyı sunar (Resim 7).

Almere'nin neye benzediği değilse de neye benzemediği açıkça söylenebilir: Almere imgesel olarak dev bir açık hava alışveriş merkezine benzese de, AVM'lerden oluşan bir şehir merkezi olarak tasarlanmamıştır. Bunun nedeni de şudur:

Resim: 7
OMA'nın önerisi ve mevcut kent dokusu
Resim: 8
Trafikten arındırılmış kent merkezi
Resim: 9
OMA'nın merkezdeki programatik dağılım önerisi



Resim: 8



Resim: 9

Almere'de alışverişin aldığı biçim, AVM değildir; yeni bir tipolojidir. 21.yüzyılda AVM çoktan ölmüştür. Herman (2001b, 463), HDSGS'de AVM'nin ölümünün altını çizer. Ancak tıpkı 'ölmüş bir dil olan ancak bir çok yeni ifade sisteminin kökünde yatan Latin dili (McMorrough, 2001, 202) gibi, AVM'nin kadavrası da yeni türlerin ayakta kalabilmesi için gerekli veriler içerir. Alışveriş ancak kentin kendisine dönüşürse, AVM'ler kutulara hapsedilmez, sokaklara dökülürse, tabii bir taraftan da AVM'nin sağladığı konfor sağlanabilirse, kentlerdeki boş sokaklar canlanabilir. Tamamen yayalaştırılmış zemin kotundaki dolaşım kurgusunun hedeflerinden biri budur. Almere bir alışveriş kentidir, ancak her büyük şehir gibi kendine has bir alışveriş deneyimi sunmalıdır. Bu talebin master plan yarışması süresince ısrarla altı çizilir (Provoost, Colenbrander, 2000, 70), (Resim 8).

Kent merkezinin tasarımındaki en önemli aktivite olan alışveriş toplam metrekarenin dörtte üçünü kaplar. Ancak alışveriş yalnız mekan tipolojisi olarak değil, bir eylem olarak da evrilmiştir. Denilebilir ki, HDSGS bu evrim üzerine kurulu bir rehberdir. Alışveriş, üniversitelerin, kiliselerin, camilerin, konser salonlarının, kısacası kentteki tüm işlevlerin üzerinden parlak bir cila gibi geçer. Kamusal aktivitelerin yapıldığı bu mekanlar, ya AVM'ye benzemeye başlamıştır, ya da metrekaresinin bir kısmını alışveriş eylemine hibe ederek programatik açıdan dönüşmektedir. Jameson'ın (2003, 68) satın almayı gerektirmeyen, parasız da yapılabilecek alışveriş tanımındaki gibi alışverişin dönüştüğü bu yeni hal, HDSGS'de izleri sürülen "alışveriş şehri" fikrinin ve belki de Almere'nin çıkış noktası olabilir. Master planda önerilen, kütüphane, sonraki aşamalarda

uygulanacak üniversite gibi işlevlerin yanı sıra müze, konser salonu gibi işlevler de bu kurgunun bir parçası olarak şehirde konumlanır (*Resim 9*).

Almere kent merkezi, mimarlık turizmi için iştah açıcı olabilecek en az 5-6 yapının 90000 m2 yüzölçümlü küçük bir kent parçasında bulunabileceği, tasarımda istiap haddini doldurmuş bir kent merkezi olarak 10 yıl içerisinde yeniden inşa edilir.

Hayatta kalıp kalmaması alışverişe bağlı olan bir kentsellik, doğal olarak alışveriş bittiğinde, akşam olup dükkanlar kapandığında yok olma tehlikesiyle karşı karşıya kalır. Aslında mesai saatleri sonrası ıssızlaşma, yalnızca Almere'nin değil Hollanda'daki ve hatta Avrupa'daki birçok şehrin sorunudur ve bu sorunu çözebilmek için yalnızca kentsel tasarımın yeterli olabileceğini düşünmek anlamlı olmaz. Ancak araç trafiği de olmadığından, hava kararmaya başladığında ıssızlaşan Almere merkezinin sokakları, gün boyu gezenlerin ardında kalan parlak çips paketleri, sosisli kağıtları, kola kutularından oluşan manzara ile kötü bir "junk space" şakasına dönüşür. Alışveriş bitince kentsellik de biter. Koolhaas'ın (2001, 412), Almere kent merkezi inşaatı bitmeden yazmış olduğu, HDSGS'deki tek metni Junkspace'de kamusal alana dair genel tespiti Almere'de gerçekleşmiştir: Junkspace'in koridorları gibi, Almere'nin sokakları da A'yı B'ye bağlamak için yapılan mekanlar olmaktan çıkar, varılacak yerin kendisine dönüşür. Sokağı yalnızca iki yanında yapılar olan bir yol olarak, mekansal özellikleri ile tarif etmek özellikle kentsel ölçekteki projelerde mimarların düştüğü, ya da düşmeyi sevdiği bir tuzaktır. Gerçek bir sokağı junkspace'den ayıran özellikler başka bir makalenin konusu, ancak

denilebilir ki, Almere kent merkezinin "tutmamasının" sebeplerini aramaya sokaklarından başlanabilir.

Herhangi bir kamusal mekanı kağıt üzerinde tasarlamak ve o tasarımı kentte uygulamak, orada kamusal yaşam olacağını garanti etmez; ancak böyle bir tereddüt ve şüpheye sahip olsa bile, genellikle tasarımcılar bu durumu saklamayı tercih ederler. Koolhaas (2004), 2000'lerdeki vaktinin önemli bir kısmını kaplayan Almere için "paralel yaşamım" der. Junkspace metni ise, yazılış amacının öyle olup olmadığını bilmesek de, sanki Almere için yazılmış bir kehanet gibidir; Koolhaas'ın kamusalığa dair tereddüt ve şüphelerini de içeren.

Şöhret mi, saygınlık mı?

Koolhaas, bir sergisinde 1960'larda çekilmiş bir fotoğrafı gösterir. Fotoğrafta bir mimar, rüzgarlı bir şantiye sahasında elinde çizimlerle, inşa edilmekte olan bir sosyal konut projesinin tam ortasında durur. Koolhaas, resimdeki mimarın yerinde olmak ister (*Heathcote, 2011*). 2011 yılında Financial Times'da yayınlanan bir söyleşisinde mimarlığın özel sektör tarafından ele geçirilmesinden yakınır, kendisinin mesleğe başladığı yıllarda "mimar kamuya hizmet eder" kanısı hala geçerlidir. Mimarların şöhreti arttıkça daha az ciddiye alındığını söyleyen Koolhaas (2001, 415), Junkspace metninde de mimarının 20. yüzyılda ortadan kaybolduğunu düşünür ve ekler: "şimdi biz elimizde kalan bir dipnotu mikroskop altına tutarak, onun bir romana dönüşmesini ümit ediyoruz".

Jameson (2003, 69), Koolhaas'ın HDSGS kitabındaki rolünü "tanrısalığın bazı biçimleri gibi, aynı anda hem hiçbir yerde hem her yerde" diyerek betimler. HDSGS'deki çoğu

makaledeki alışverişe geç de olsa hakkını teslim eden coşkulu tavrın aksine, Koolhaas'ın metni, alışverişin kaçınılmaz iktidarı karşısında zorunlu ama yine de soğukkanlı bir kabulleniş olarak da okunabilir. Üstelik Koolhaas (2001, 420), kendi kendini uyarırcasına “iç mekanla başlar ama Junkspace bir şehri külliye yutabilir” demeyi de ihmal etmez. Ağızdan tek seferde dökülmüşçesine yazılmış, HDSGS kitabının tam ortasında yer alan bu metinle, birdenbire kameraya dönüp seyirciyle konuşmaya başlayan oyuncu gibidir Koolhaas. Hastasına bütün olası komplikasyonları açıkça anlatan bir doktorun soğukkanlılığıyla okura Junkspace’i tasvir eder.

Junkspace, “yüksek mimari”nin alışverişle kuracağı açık, net ve dürüst ilişkinin bedelidir. Almere merkezi ise OMA'nın alışveriş ile yaşamsal bir bağ kurarak tasarladıklarını açıkça kabullenip, ortaya serdikleri bir kent parçası.

2004 yılında, artık yeni Almere merkezi gitgide serpilirken, Koolhaas açıkça öz eleştiri yapar. Heterojenlik de dogmaya dönüşme tehlikesi içerir ve Almere'deki gibi, çeşitliliğin peşinden koştukça, bir süre sonra farklı olmak üzere tasarlanan her şeyin birbirine benzemeye başladığını, daha homojen olanın ayırt edileşmeye başladığını söyler (Woodman, 2004). Yola çıkarken hedefin tekdüzelikten kaçmak olduğu Almere kent merkezinin tasarımında, farklılığın bile ekdüzleşebildiği bir noktaya gelinir. Tekdüzelik, adeta Almere'nin genetik, değişmez özelliklerinden biriymişçesine, şehirde ne olursa ona sirayet eder.

Kentin ölümü

“Büyük mağaza, flâneur’ün son numarasıdır.”

Walter Benjamin

Alışverişin kent hayatını canlandırdığı yadsınamaz bir gerçek. Mimarının alışverişle kuracağı dengeli bir ilişki kentleşme için de yararlı olacaktır. Örneğin, Benjamin (2003, 131), bu ilişkinin pasajlarla kurulabildiğini düşünür; pasajlar yapılmıyorsa flâneur gibi dolaşmanın önem kazanmasının çok zor olacağını söyler. 1852 tarihli Paris gezi rehberindeki pasajı “kendi başına bir kent, küçük bir dünya” olarak tasvir eden satırlarla bu varsayımını destekler. Flâneur gibi dolaşabiliyor olmanın da, modern kentin temel özelliği olmasa da, bir “canlılık” göstergesi olduğu, ya da en azından başka kamusalılıklara imkan vereceği söylenebilir. Peki, nasıl olur da bir alışveriş mekanı olarak pasajlar bir tür kentsel yaşam üretici olarak görülebilirken; bir mimarlık tipolojileri höyüğü olan, kazılsa içinde pazar yerlerine, pasajlara ve büyük mağazalara dair onlarca özellik bulunabilecek AVM’den evrilerek oluşan Almere, bir türlü arzu edilen “canlı” ve “gerçek” kentsel yaşama sahip olamaz?

Almere'nin “gerçek bir kent” olması için nelere ihtiyaç duyduğu sorusu 2007 yılında bir söyleşide Floris Alkemade (2007, 76)'ye sorulduğunda cevabı nettir. Ticari olmayan fonksiyonlar, örneğin bir üniversite- ki HDSGS'de üniversitelerin de hızla AVM'leştiğine dair veriler bulunabilir (Leong, 2001, 137). Master planda, yönetimin şehir dışına alma ısrarlarına rağmen merkezde tuttıkları mevcut hastanenin büyümesi de Alkemade'nin diğer önerisidir (2007, 76). Almere'deki kentsel yaşamın varlığı, yalnızca kentsel tasarıma ve dolayısıyla Koolhaas ve ekibinin kararlarına bağlı değildir. Ancak yine HDSGS'de karşımıza

çıkan “en sonunda alışverişten başka yapacak bir şeyimizin” kalmayacağı (Leong, 2001, 135) varsayımının -ya da temennisinin- ve salt alışverişin kentlere hayat öpücüğü verebileceğinin, en azından kentsel tasarımda çok işlerliği olmadığı Almere örneğinde aşikar. Kentselliğin yok olması, kentin ölümü-canlılığı gibi başlıklar, bu vaatlerin Türkiye’deki deprem korkusu gibi, zaten planlanan inşaat faaliyetlerini meşrulaştırmak için kullanılıyor olma olasılığını akla getiriyor. Almere’de ortaya çıkan sonuç, kent yaşamını canlandırmak için niyet ve tasarımın yeterli olmadığını gösteriyor. Ancak bu yetersizliğin nedenlerini irdelemek için bu konuda yapılmış kapsamlı ve çok disiplinli araştırmalara ihtiyaç var. Bu makale kapsamında, söylenebilir ki, 35 yıllık geçmişi ile Almere, Hollanda’da orta ölçekli kentsel planlamadan çok daha fazlasını içeren bir hikaye sunuyor; 21. yüzyılda dünyanın herhangi bir yerinde planlanan bir kentin karşılaşılabileceklerini anlatan bir hikaye.

Belki de Koolhaas’ın ve OMA’nın şansı (ya da şanssızlığı) kente ait radikal fikirlerini görece küçük ölçekte de olsa gerçekleştirme olanağı bulmuş olmalarıdır. Almere kent merkezinde, Corbusier’in, Fuller’in ya da Metabolistler’in kentsel manifestoları ve önerilerinden farklı olarak, karşımızda daha önce denenmemiş, avangard fikirlerin kentte karşılık bulmuş, yatırımcı ve yerel yönetimle müzakere edilerek inşa edilmiş halleri durur. OMA’nın cisimleşmiş önerisi, Almere’nin kentsel yaşamını hayal edildiği kadar etkilememiş, bir planlama başarısı olarak tarihe geçmemiş olabilir, ancak kendinden sonraki nesiller için ufuk açıcılığı ve içerdiği tartışma potansiyeli açısından önemlidir.

Bir kentsel aktivite olarak alışveriş, ister bir pazar yerinde olsun, isterse bir pasajda, ıssızlaşan kent merkezleri için bir çıkış yolu olarak görülebilir. Ancak alışveriş ve tüketimi yegane kurtarıcı olarak görmek ya da yalnızca bu eylemlerin kentsellik üretmeye yeteceğine inanmak, bizleri, eğer varsa “gerçek kent” formülünden uzaklaştırıyor. Üniversitelerin, müzelerin, kiliselerin, bir başka deyişle her türlü kamusal alanın tüketim eyleminden nasibini aldığı tespiti doğru olabilir, ancak bu tespiti kentsel tasarımın bir ön koşulu haline getirmek, kentselliği yalnızca ve doğrudan alışverişe bağımlı kılmak da, kamusal alan tanımını dar bir çerçeveye sıkıştırmayı gerektiriyor. Bir taraftan AVM’ler dünyanın farklı köşelerinde hızla inşa edilirken, öte yandan pek çok şehirde, alışverişin can damarı olmadığı kamusal alanlar ve kentler var olmayı sürdürüyor. “Gerçek kent” diyerek altı çizilen imge, tek tip, gereklilikleri tanımlanabilen, nitelik ve nicelik olarak sınırları belli olan bir yapı değil ve gücünü de bu çeşitlilikten alıyor. Kentler için sıkça yapılan laboratuvar benzetmesi ve üniversitelerin sonu -Lab la biten kent araştırma birimleri olduğu sürece “gerçek kent”in de bir formülü olabileceği kanısı varlığını sürdürebilir. Ancak, Almere gibi uygulamalar da kent ve laboratuvar benzetmesinin çok da geçerli olmadığını gözler önüne seriyor. Teorik olarak, işlerliğini sağlamak için elden ne geliyorsa yapılmış, ancak yine de boş sokaklardan kurtulamamış Almere, kentlerdeki deneylerin sonuçlarının tam olarak öngörülemediği bir örnek olabilir. Hollanda’ya ait hiçbir şeyin mimarisinde bulunamayacağımı söyleyen Koolhaas sonunda, Dutchtown Almere adlı bir kitaba adını veren bir kent merkezi tasarlamıştır. 2000 yılında henüz yeni kent merkezinin inşaatı bitmeden yayımlanan

^I Vladimir Nabokov, Edebiyat
Dersleri, Ada Yayınları, s.11

^{II} -Project on the City 2, Harvard
Design School Guide to Shopping, ed.
Koolhaas, R., Chuihua J., Inaba, J.,
Leong, S., 192-204. Spain: Taschen.

^{III} -Daniel Herman, High
Architecture başlıklı makalesinde
mimarlık ve alışveriş ilişkisinde bir
tür türlü dikiş tutturulamadığından
bahseder. Yüksek mimarlığın önce
alışverişi tümünden reddettiğini sonra
da körü körüne kabul ettiğini ve bu
tuhaf ilişki biçiminin kentin aleyhine
olduğunu düşünür. OMA'nın
Almere'deki yaklaşımı bu açıdan
bakınca daha tutarlıdır; açıkça
alışveriş üzerine bir şehir merkezi
tasarladıklarını kabul etmek. HDSGS
gibi bir kitabın varlığı da bu kabul-
lenişin Herman'ın altını çizdiği gibi
"körü körüne" olmadığını
gösterir.

^{IIII} -Bkz. Tdk güncel sözlük

^{IIII} -Junkspace, bazı kaynaklarda
Türkiye'ye "döküntü uzam" olarak
çevrilmiş, ancak yeterince açıklayıcı
bulmadığımdan bu makale içinde
sözcüğün İngilizcesi kullanılmıştır.

bu kitap, 30 yıllık kimlik tartışmalarının nihai yanıtıdır: Almere, Hollandalı'dır. O kadar tartışmanın, araştırmanın ve önerinin sonunda bulunan kimlik ve kitabın kendisi yine farkında olmadan bir kehaneti içerir: 2010 yılında herşeye rağmen büyük ve gerçek bir şehir olamamış Almere ve Hollandalı olan herşeyden ne kadar kaçarsa kaçsın, bu Hollandalı kenti tasarlayan OMA.

Almere'de, star mimarların şaheserleri arasında dolaşmak, bir film setini gezmeye benziyor. Yapılar, gerçeğini görünce hayal kırıklığı yaşatan ünlüler gibi. Alışverişin bu yalnız ve birbirinden kopuk yapıları birarada tutacağı ve canlı bir kent oluşturacağı öngörüsü görüldüğü kadarıyla henüz gerçekleşmemiş. Kentlerde kamusal alanların nasıl şekillendiğine dair çarpıcı bir örnek olan Almere merkezinin sokaklarında gezerken Rem Koolhaas'ın 60'larda sosyal konut şantiyesindeki mimara neden öykündüğü belki biraz anlaşılabilir. Bir kent merkezi tasarlamıştır, bundan daha kamusal ne olabilir? Peki, 2000'lerde inşa edilmiş bir kent merkezi, 60'larda inşa edilmiş sosyal konuttan daha az kamusal bir mekan mıdır? Koolhaas'a ve Almere'ye bakılırsa, öyle. Koolhaas'ınki daha mütevazı ama itibarlı olmaya dair romantik, nostaljik bir istek midir? Yoksa hayati, herkesin ihtiyaç duyduğu bir mimarlık üretiminin öznesi olma arzusu mu? Ya da tanrısallık talebi mi, bilemeyiz. Smithsonian Magazine dergisinde yayımlanan bir röportajında (Ourroussof, 2012), şimdilerde Koolhaas'ın kırsal ile ilgili bir kitap üzerinde çalıştığını öğreniyoruz. Koolhaas'ın metropolden ümidi kesmesinde Almere deneyiminin etkisi var mı, bunu da bilmiyoruz. Bildiğimiz, mimarların, yerel yönetimlerin, ya da müteahhitlerin kenti şekillendirirken

kontrol edemedikleri bilinmezlerin sonunun gelmediği. Almere, Dubai ve benzeri örnekler bir yanda kağıt üzerindeki hayallerin birebir uygulandığı şehirler olarak karşımızda dururken, öte yanda içlerinde barındırdıkları çelişkilerle ve hikayelerle her şeye rağmen kentin ölmediğini, devinerek yaşadığını hatırlatıyor●

KAYNAKÇA

- Benjamin, W., 2007. *Pasajlar*. YKY: İstanbul.
- Davidson, J., 2011. *45 minutes with Rem Koolhaas*. [çevrimiçi]. Erişim yeri: <http://nymag.com/news/intelligencer/encounter/rem-koolhaas-2011-10/> [Erişim tarihi: 10 Ocak 2012].
- Herman, Daniel. 2001a. High Architecture. *Project on the City 2, Harvard Design School Guide to Shopping*, ed. Koolhaas, R., Chuihua J., Inaba, J., Leong, S., 390-402. Spain: Taschen.
- Herman, Daniel. 2001b. Mall. *Project on the City 2, Harvard Design School Guide to Shopping*, ed. Koolhaas, R., Chuihua J., Inaba, J., Leong, S., 460-476. Spain: Taschen.
- Herman, Daniel. 2001c. Three-Ring Circus; or, The Double Life of the Shopping Architect. *Project on the City 2, Harvard Design School Guide to Shopping*, ed. Koolhaas, R., Chuihua J., Inaba, J., Leong, S., 737-749. Spain: Taschen.
- Heathcote, E., 2011. Lunch with Rem Koolhaas. [çevrimiçi]. Erişim yeri: <http://www.ft.com/intl/cms/s/2/e29e2c94-19e0-11e0-b921-00144feab49a.html#axzz1qaVgQHba> [Erişim tarihi: 20 Şubat 2012].
- Jameson, F., 2003. Future City. *New Left Review* 21 (1), s. 65-79.
- Jantzen C., Vetner M., 2009. *Re-inventing Città Ideale Designing Urban Experiences in Almere*, [çevrimiçi]. Erişim yeri: http://vbn.aau.dk/files/16104490/CJMV_Almere.pdf [Erişim tarihi: 15 Ocak 2012].
- Koolhaas, Rem. 2001. Junkspace. *Project on the City 2, Harvard Design School Guide to Shopping*, ed. Koolhaas, R., Chuihua J., Inaba, J., Leong, S., 408-422. Spain: Taschen.
- Koper, A., 1999. Almere will go into the sky. [çevrimiçi]. Erişim yeri: <http://www.geog.nau.edu/tg/con tents/v1/almere.html> [Erişim tarihi, 12 Aralık 2012].
- McMorrough, John. 2001. City of Shopping. *Project on the City 2, Harvard Design School Guide to Shopping*, ed. Koolhaas, R., Chuihua J., Inaba, J., Leong, S., 192-204. Spain: Taschen.
- Nabokov, V., 1989. *Edebiyat Dersleri*. Ada Yayınları: İstanbul.
- Ouroussoff, N., 2012. *Why is Rem Koolhaas the World's Most Controversial Architect?* [çevrimiçi]. Erişim yeri: <http://www.smithsonianmag.com/arts-culture/Why-is-Rem-Koolhaas-the-Worlds-Most-Controversial-Architect-165593696.html#ixzz27ywYotc3> [Erişim tarihi, 10 Eylül 2012]
- Provoost, Colenbrander, 2000. *Dutchtown. Dutchtown Almere*, ed. Provoost, 13-98. Rotterdam: NAI Publisher.
- Ramo, B., Upmeyer B., 2007. Dumped in Almere, 2nd Rate Urbanism Interview with Floris Alkemade. *Monu Magazine* 7 (1), s. 74-86.
- Tsung Leong, Sze. 2001. And Then There was Shopping. *Project on the City 2, Harvard Design School Guide to Shopping*, ed. Koolhaas, R., Chuihua J., Inaba, J., Leong, S., 128-156. Spain: Taschen.
- Woodman, Ellis. 2004. Master Planning: Growing Pains. *Building Design* 12 (1), <http://search.proquest.com/docview/274588798> accountid=11638.
- Zhou, J., Commandeur, S., 2009. Urban Culture in New Town Almere [çevrimiçi]. Erişim yeri: http://newurbanquestion.ifou.org/proceedings/3%20The%20Urbanized%20Society/full%20papers/B028-1_ZHOU_JING_URBAN%20CULTURE%20IN%20NEW%20TOWN%20ALMERE.pdf [Erişim tarihi, 21 Mart 2012].

Görseller:

- Res. 1 Dutchtown Almere, 2000, NAI Publisher, s.42-43.
- Res. 2. http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/holland/almere_masterplan_oma180809_2.jpg
- Res. 3 Dutchtown Almere, 2000, NAI Publisher, s.6-7.
- Res. 4 <http://st-ar.nl/dumped-in-almere-interview-with-floris-alkemade/> (OMA Arşivi)
- Res. 5 http://st-ar.nl/wp-content/uploads/STAR_Floris-Alkemade_03-760x518.jpg (OMA Arşivi)
- Res. 6 SO? Arşivi
- Res. 7 http://www.e-architect.co.uk/images/jpgs/holland/almere_masterplan_oma180809_4.jpg
- Res. 8 SO? Arşivi
- Res. 9 Dutchtown Almere, 2000, NAI Publisher, s.102