

Merve ÖZEREN<sup>1</sup>  
Çiğdem KILIÇASLAN<sup>2</sup>  
Emine MALKOÇ<sup>1</sup>  
Erhan Vecdi KÜÇÜKERBAŞ<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Peyzaj Mimarlığı  
Bölümü, 35100 Bornova, İzmir.  
e-posta: merve.ozeren@ege.edu.tr  
<sup>2</sup> Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi  
Peyzaj Mimarlığı Bölümü, 09100 Koçarlı, Aydın.

## Açık Hava Alışveriş Merkezlerinin Tasarım Kriterleri Yönüyle Değerlendirilmesi: Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi Örneği

Evaluation of Open-Air Shopping Centers in Terms of Design Criteria: Forum Bornova Shopping and Lifestyle Centre

Alınış (Received): 28.07.2011 Kabul tarihi (Accepted): 21.09.2011

### Anahtar Sözcükler:

Alışveriş, Açık Hava Alışveriş Merkezi,  
Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam  
Merkezi

### Key Words:

Shopping, Open-Air Shopping Centre,  
Forum Bornova Shopping & Lifestyle  
Centre

### ÖZET

**Ç**alışmada; İzmir'in çağdaş alışveriş merkezlerinden biri olan Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi'nin açık alanlarının tasarım kriterleri yönüyle incelenerek; nicelik ve nitelik bakımından yeterliliğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Ege Bölgesi'nin ilk açık hava alışveriş merkezi olan Forum Bornova, Ege mimarisinin karakteristik özelliklerini bir kasaba kurgusu ile taşımaktadır. Ziyaretçilerine alışveriş merkezinin ötesinde bir "yaşam merkezi" deneyimi yaşatma iddiasında olan komplekse yılda 12 milyonun üzerine ziyaretçi gelmektedir. Çalışmada Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi'nin ziyaretçilerine sunduğu aktivite alanları ve kullanım olanakları ile bulundurduğu program ve donatı elemanları; araştırmacı grup tarafından yerinde gerçekleştirilen görsel analiz çalışmalarıyla değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda; alanın farklı aktiviteler için tercih edilen ve toplumun farklı yaş ve gelir gruplarını bir araya getirebilen, aynı zamanda kentsel mekan bileşenlerini bir arada barındıran sosyal bir yaşam ortamı olduğu belirlenmiştir.

### ABSTRACT

**I**n this study it is aimed to examine into the open areas of Forum Bornova Shopping and Lifestyle Centre which is one of the modern shopping centers of İzmir in terms of design criteria and to manifest adequacy of these areas in respect to quantity and quality. As being the first open-air shopping centre in Aegean Region, Forum Bornova reflects a touch of Aegean architecture by a town fiction. The complex which proposes an experience of lifestyle centre beyond a shopping centre is visited by over 12 million visitors per a year. Within this study, activity areas and the usage opportunities, also the program and the equipment elements provided in Forum Bornova Shopping and Lifestyle are evaluated by observations and visual analyses done by the researchers' group. As a result, it is determined that the research area is preferred for various activities by different age and income groups besides being an environment of social life that contains the combination of urban space components.

### GİRİŞ

Alışveriş; satın alma ve satma işi, alım satım, muamele olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2011). Bir başka deyişle alışveriş, belirli gereksinimleri karşılamak amacıyla, ticari bir eşya veya mala bakmak incelemek, fiyat öğrenmek, satın almak gibi fiili durumların bileşkesidir. Alışveriş, günümüzde bir ticaret eylemi olmasının yanı sıra, günlük yaşamda önemli yer tutan sosyal bir etkinliktir (Acar, 2006).

Toplumsal yaşamı sürdürebilmenin gerekliliği sonucu tarih boyunca insanlar ürün değiş tokuşu, bilgi ve deneyim aktarmanın yanında birtakım sosyal paylaşımlarını yerine getirebilmek için belirli mekânlarda rutin olarak toplanmayı bir temel gereksinim haline getirmiştir. Geçmişten bugüne kadar yaşayan tüm toplumlarda bu sosyal paylaşımlar ticari aktivitelerle beslenerek kentsel yaşamı yönlendiren mekânları oluşturmuştur (Acar, 2006).

Geçmişte takas ile başlayan alışverişin temeli, insanların kendi kendilerine üretmedikleri bir mal ve/veya hizmeti bir bedel karşılığında temin etmelerine dayanmaktadır. Küçükkömürçü (2005)'ye göre; değişen ve artan gereksinim ve arzular, alışveriş eylemini körüklemiş, bu sayede daha düzenli ve organize mekân ve yapılar geliştirilmiştir.

Anadolu'da M.Ö. 7500 ile M.Ö. 7000 yılları arasında değiş tokuş şeklinde başlayan alışveriş eylemi önce geleneksel Osmanlı çarşı yapılarında (arasta, bedesten, dükkan, çarşı ve han) sonrasında da günümüz çağdaş alışveriş mekanlarında (dükkan ve küçük satış birimleri, büyük mağazalar, alışveriş merkezleri, süpermarketler, hipermarketler) varlığını sürdürmüştür.

Alışveriş merkezleri de bu çağdaş alışveriş mekânlarından birisi olup, tüketicilere rahatlık ve kolaylık sağlamak amacıyla pek çok mağazanın ve dolayısıyla da pek çok ticari malın bir arada bulunduğu perakende satış kompleksidir (Cengiz ve Özden, 2002). Sanayi devrimiyle seri üretimin ortaya çıkardığı kapitalizmle ekonomik sistem değişmiş, kişisel üretimin yapıldığı zanaat döneminden, fabrikalarda yapılan seri üretimin sağladığı ucuzlama sayesinde toplu üretim başlamıştır. Ürün çeşitliliği ve kitle üretimi, yeni mekânsal kullanım çözümleri üretilmesine sebep olmuştur. Alışveriş merkezleri de bu ekonomik, fiziksel ve sosyal ihtiyaçları karşılama amacıyla üretilen bir çözüm olarak karşımıza çıkmaktadır (Saltan, 2007).

Alışveriş merkezleri, iş saatleri dışında ailenin farklı ilgi alanlarına sahip bütün bireylerinin kendi ilgi alanına göre çeşitli aktiviteler bulabileceği ve gündelik hayatının her anı planlanmış olan, kent yaşamını keşfetmeye ne zamanı, ne de isteği olan kentlilerin kamusal mekânıdır (Vural ve Yücel, 2006). Alışveriş merkezleri kapalı alışveriş merkezleri (mall), açık hava alışveriş merkezleri (open – air center) ve hibrid (hybrid center) alışveriş merkezleri olarak üçe ayrılmaktadır (ICSC, 2011). Saltan (2007)'a göre; konseyin belirlediği bu üç ana grup alışveriş merkezinin tasarımı, boyutu, bulunduğu arazi, içerdiği üniteler, ünitelerin oranı, hizmet ettiği ticari bölge, iş stratejisine göre alt başlıklara ayrılmaktadır.

Açık hava alışveriş merkezleri; bitişik nizamda tasarlanmış mağazaların bir birim olarak sıralandığı, araçların genellikle mağazaların önlerine park yaptıkları ve ortak alanların açık mekânlar olarak tasarlandığı alışveriş merkezleridir. Mağazaları birbirine bağlayan yürüme yolları, gölge elemanları gibi üst örtüler ile örtülüdür (ICSC, 2011).

Bu bağlamda, Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi'nin açık ve kapalı alanlarının tasarım kriterleri yönüyle incelenerek; nicelik ve nitelik bakımından yeterliliğini ortaya koymak bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Çalışma;

- ✓ Araştırma alanının fiziksel özelliklerini analiz ederek mekân kullanımını belirlemek,
- ✓ Program elemanlarını ve içerdiği donatı elemanlarını nitelik ve niceliksel yönlerden irdeleyerek yeterliliğini ortaya koymak,
- ✓ Alanın görsel/yaşam kalitesini ve dolayısıyla çekim gücünü ortaya koyarak kamusal bir mekân olarak potansiyelini saptamak,

Gelecekte tasarlanacak benzer açık hava alışveriş merkezlerine rehberlik ederek benzer özellikli mekânların analiz ve değerlendirme çalışmalarına referans olmak amacıyla gerçekleştirilmiştir.

## MATERYAL VE YÖNTEM

### Materyal

Ege Bölgesinin ve İzmir'in ilk açık hava alışveriş merkezi olan "Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi" çalışmanın ana materyalini oluşturmaktadır. 200.000 m<sup>2</sup>lik alana kurulmuş olan alışveriş merkezinin kuzeyinde Ege Üniversitesi, güneyinde yerleşim alanı, batısında çevre yolu yer almaktadır (Şekil 1).

Ege mimarisinin örneklerini Akdeniz kasabası ölçeğinde bir araya getiren araştırma alanı; iki ayrı bulvar, bunları birbirine bağlayan meydanlar ve dört ayrı sokaktan oluşmaktadır. Alan, Ege ve geleneksel Türk mimarilerinin özgün örneklerini yansıtan sokaklara, üstü açık teraslarda yeme içme olanağı sunan kafe ve restoranlara, yer yer köprüler ile birbirine bağlanmış ortak alanlara sahiptir. Peyzaj tasarımıyla da İzmir'in kentsel dokusuyla uyum içerisinde olan araştırma alanı, gerek yapısal gerekse bitkisel materyal açısından dikkat çekicidir (Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi, 2011).

Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi'nin araştırma alanı olarak seçiminde; bölgenin ilk çağdaş açık hava alışveriş merkezi olması ile kent yaşamından ve geleneksel alışveriş çarşılarından esinlenerek tasarlanmış olması etkili olmuştur.



Şekil 1. Araştırma alanının konumu

Araştırma alanı ve konusu ile ilgili çeşitli yazınsal kaynak, internet bilgileri, araştırma alanından çekilen fotoğraflar ile bu araştırma için özgün olarak hazırlanmış gözlem formları araştırmanın diğer materyalini oluşturmaktadır.

### Yöntem

İzmir'in ilk açık hava alışveriş merkezi olan Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi'nin açık ve kapalı alanlarının tasarım kriterleri yönüyle incelenerek; nicelik ve nitelik bakımından yeterliliğini ortaya koymak araştırmanın çıkış noktasını oluşturmakta ve araştırma alanı aynı zamanda sosyal bir alışveriş / yaşam ortamı olarak kullanım sürecinde değerlendirilmektedir.

Araştırmada, 2006 yılında hizmete açılan alışveriş merkezi ile yakın çevresi araştırma alanı sınırı olarak kabul edilmiş ve tüm değerlendirme çalışmaları bu sınırlar çerçevesinde gerçekleştirilmiştir.

Araştırma; kavramsal analiz, araştırmanın organizasyonu/veri toplama, değerlendirme, tartışma ve sonuç olmak üzere başlıca 4 aşama yürütülmüştür (Şekil 2):

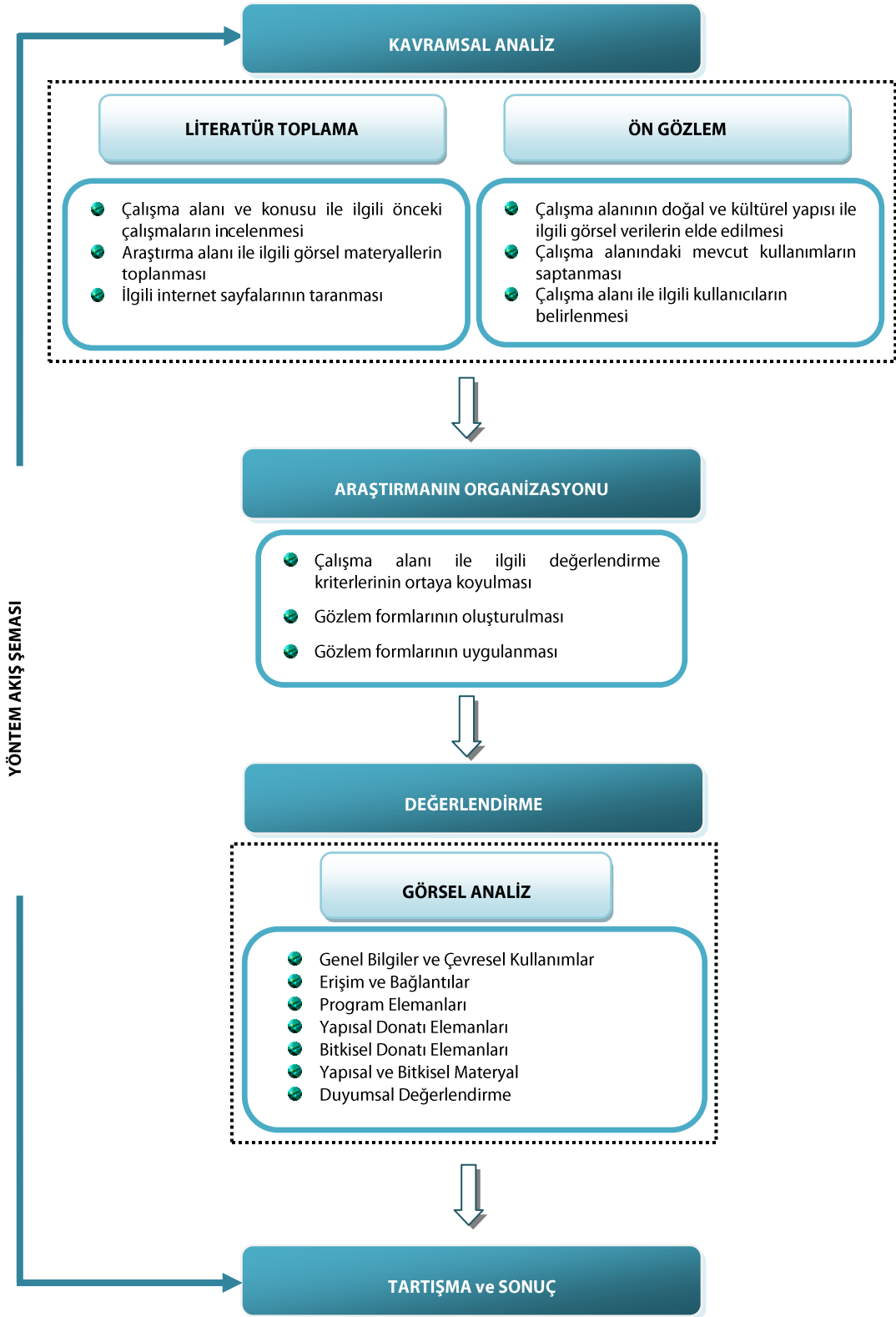
- ✓ **Kavramsal Analiz:** Bu aşama; alışveriş kavramı, alışveriş mekanları vb. gibi araştırmanın konusuna ve araştırma alanına yönelik literatür çalışması ile alanda gerçekleştirilen ön gözlemlerden oluşmaktadır.
- ✓ **Araştırmanın Organizasyonu – Veri toplama:** Araştırma alanında gerçekleştirilen ön gözlemler ile literatür çalışmalarından yola çıkılarak değerlendirme kriterleri belirlenmiş ve araziye uygulanmak üzere gözlem formları oluşturulmuştur.

Bu çalışma için özgün olarak oluşturulan gözlem formların hazırlanmasında; Küçükerbaş ve Ark. (1999), Malkoç ve Küçükerbaş (2004), Özkan et. al., (2001) ve Kaplan ve ark. (2000) kaynaklarından yararlanılmıştır.

Gözlem formları yardımıyla gerçekleştirilen arazi çalışmalarında alan; **"Genel Bilgiler ve Çevresel Kullanımlar"**, **"Erişim ve Bağlantılar"**, **"Program Elemanları"**, **"Yapısal Donatı Elemanları"**, **"Bitkisel Donatı Elemanları"**, **"Yapısal ve Bitkisel Materyal"** ile **"Duyumsal Değerlendirme"** olmak üzere yedi ana başlıkta irdelenmiştir.

Bu bağlamda; Çizelge 3, 4, 5 ve 7'de yer alan değerlendirmeler, 1 ile 3 arasında puanlanarak rakamsal bir saptama yapılmıştır. Buna göre; 1 olumsuz özellik, 2 kısmen olumlu özellik, 3 ise olumlu özellik olacak şekilde puanlanmış ve değerlendirme sonucunda puan ortalamaları alınmıştır.

- ✓ **Değerlendirme:** Bu aşamada; literatür çalışmaları, arazi etüt ve gözlemlerinden elde edilen bulgular bütünsel bir yaklaşımla değerlendirilerek araştırma alanının nitelik ve niceliksel yeterliliği ortaya konulmuştur.
- ✓ **Tartışma ve Sonuç:** Son aşama olan bu bölümde konu araştırma alanı özelinde tartışmaya açılarak, alanın mekânsal/görsel kalitesini ve yaşanabilirliğini artırma yönünde önerilerde bulunulmuştur.



Şekil 2. Yöntem akış şeması

## ARAŞTIRMA BULGULARI

Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi'nin bir açık hava alışveriş merkezi olarak değerlendirildiği bu çalışmada elde edilen bulgular yedi ana bölümde ele alınmıştır.

### 1. Genel Bilgiler

Öncelikle araştırma alanının genel bilgilerine ulaşılmış, gerçekleştirilen görsel analiz çalışmaları sonucu araştırma alanının çevresel kullanımları saptanmıştır (Çizelge 1).




Araştırma alanı; çevredeki diğer yerleşimlerde yaşayan kullanıcıların da alana kolaylıkla erişebileceği çevre yolu ve kavşaklarla bağlantılı bir noktada konumlanmıştır. Alan, şehir içerisinde gelişmesi mümkün olmayan benzeri diğer tesisler gibi kenar lokasyonda (ilçe merkezine uzaklığı yaklaşık 2 km.) yer almaktadır.

Bu nedenle çevresel kullanımlar açısından da zengindir. Çevresel kullanımların alışveriş merkezine 5 ile 10 dakika yürüme mesafesinde yoğunlaştığı belirlenmiştir. 200.000 m<sup>2</sup> arazi üzerine kurulu olan araştırma alanı; otopark, go-kart pisti, buz pisti ve ortak kullanım alanları dahil toplam 133.000 m<sup>2</sup> açık alana sahiptir. Ayrıca araştırma alanı içerisinde bir adet gıda market (Tesco Kipa) ile bir adet yapı market (IKEA) bulunmaktadır.

### 2. Erişim ve Bağlantılar

Bu bölümde araştırma alanının erişim ve bağlantıları değerlendirilmiş, erişim türleri belirlenerek yeterliliği sorgulanmıştır. Alana erişim olanaklarının çeşitli olduğu ancak toplu taşıma imkânının bulunmadığı ve giriş - çıkışın trafik tekniği açısından yeterince güvenli olmadığı belirlenmiştir (Çizelge 2).

Çizelge1. Genel bilgiler ve çevresel kullanımlar

GENEL BİLGİLER	Açılış Tarihi	11 Ekim 2006			
	İlçe Merkezine Uzaklığı	2 kilometre			
	Açık Alan Büyüklüğü	133.000 m <sup>2</sup>			
	Kapalı Alan Büyüklüğü	67.000 m <sup>2</sup>			
	Tasarımcı Firma	T+T Design & ERA			
	İşletmeci	Multi Turkmall			
YÜRÜME MESAFESİ		5 dk.	10 dk.	15 dk.	20 dk.
ÇEVRESEL KULLANIMLAR / OLANAKLAR	Akaryakıt İstasyonu			✓	
	Alışveriş		✓		
	Çocuk Oyun Alanı		✓		
	Dini Tesisler			✓	
	Eğitim Tesisleri	✓			
	İdari Tesisler				✓
	Konaklama Tesisleri	✓			
	Konut	✓			
	Kültürel Tesisler			✓	
	Market – Bakkal		✓		
	Sağlık Tesisleri	✓			
	Sanayi – İmalat	✓			
Yeme – İçme	✓				
FOTOĞRAF					
					
					

Çizelge 2. Erişim ve bağlantılar

ERİŞİLEBİLİRLİK		VAR / YOK	YETERLİLİK
TÜRLERİ	Bisiklet – Motosiklet	Var	Kismen
	Özel Araç	Var	Yeterli
	Servis	Var	Yeterli
	Ticari Taksi	Var	Yeterli
	Toplu Taşıma	Yok	-
	Yaya	Var	Kismen
NİTE LİK	Trafik Tekniği Açısından Güvenli Giriş - Çıkış	Yok	Yetersiz
	Engelli Erişimi	Var	Yeterli
	Sirkülasyonda Devamlılık	Var	Yeterli

Çizelge 3. Program elemanları

PROGRAM ELEMANLARI	YER SEÇİMİ	YETERLİLİK		KULLANILABİLİRLİK DÜZEYİ	
		Nicelik	Nitelik		
ZORUNLU	Alışveriş Mekanları	+	3	3	3
	Danışma Birimi	+	2	1	2
	Depolama / Servis Alanı	+	3	3	3
	Giriş	+	3	2	2
	Otopark	+	2	2	3
	WC	+	2	3	3
	Yeme – İçme Mekanları	+	3	3	2
	<b>TOPLAM</b>		<b>18</b>	<b>17</b>	<b>18</b>
İSTEĞE BAĞLI	Aktivite-Konser Alanı/Sahne	+	2	2	2
	Buz Pisti	-	3	2	2
	Çatı Bahçesi	+	3	3	2
	Go-Kart Pisti	-	2	2	1
	Kültürel mekanlar	+	2	3	3
	Market	+	3	3	3
	<b>TOPLAM</b>		<b>15</b>	<b>15</b>	<b>13</b>
<b>GENEL TOPLAM</b>		<b>33</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	
<b>GENEL ORTALAMA</b>		<b>2,53</b>	<b>2,46</b>	<b>2,38</b>	

### 3. Program Elemanları

Araştırma alanında var olan program elemanları **zorunlu program elemanları** (alışveriş mekanları, danışma birimi, depolama/servis alanları, giriş, otopark, WC, yeme – içme mekanları) ile **opsiyonel/isteğe bağlı program elemanları** (Aktivite-Konser Alanı/Sahne, buz pisti, çatı bahçesi, Go-Kart pisti, kültürel mekanlar, market) olmak üzere iki bölümde ele alınmıştır (Çizelge 3).

Program elemanları öncelikle yer seçimi uygunluğu yönüyle değerlendirilmiştir. Tasarım sürecinde düşünülen ve programa alınan program elemanlarının genelini yer seçimleri başarılı bulunmuş, buna karşın buz pisti ile go-kart pistinin alanın genel tasarımı ile bütünleşmediği görülmüştür. Bütün program elemanlarının yer seçimi, nicelik ve nitelik yönüyle yeterlilik durumu ve kullanılabilirlik düzeyi başarılıdır. Danışma biriminin nitelik olarak alanın genel tasarım konsepti ile uyum sağlamadığı, go-kart pistinin ise kullanılabilirlik düzeyinin düşük olduğu belirlenmiştir. Diğer program elemanlarının yer seçimi başarılı, yeterlilik (Genel ortalama; Nicelik: 2,53, Nitelik: 2,46) ve kullanılabilirlik düzeyi (Genel ortalama: 2,38) genelde yeterli ya da kısmen yeterlidir.

### 4. Yapısal Donatı Elemanları

Araştırma alanında var olan donatı elemanları **yapısal donatı elemanları** ve **bitkisel donatı elemanları** olmak üzere iki bölümde ele alınmıştır (Çizelge 4 ve 5).

Yapısal donatı elemanları; **yer seçimi, yeterlilik** (nicelik ve nitelik yönüyle), **tasarım** (biçim, ölçü ve renk yönüyle) ve **malzeme uygunluğu** bakımından tek tek değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmede; ATM üniteleri, telefon kulübeleri ve yangın hidrantı tasarımları standart olduğundan biçim, ölçü ve renk açısından değerlendirme dışı bırakılmıştır.

Çeşme, plastik öğeler ve oyun elemanları dışında kalan tüm yapısal donatı elemanlarının yer seçiminin uygun olduğu belirlenmiştir. Çeşme, plastik öğeler ve oyun elemanlarının yeterlilik ve tasarım açısından genelde kısmen yeterli, nicelik açısından yetersiz olduğu görülmüştür. Yine bilgi – iletişim - yönlendirme levhaları ile oturma elemanlarının niceliksel açıdan kısmen yeterli olduğu gözlenmiştir.

Yapısal donatı elemanlarının genel ortalamasının 2,44 ile 2,71 arasında olduğu görülmüştür.

Çizelge 4. Yapısal donatı elemanları

DONATI ELEMANLARI	YER SEÇİMİ	YETERLİLİK		TASARIM			MALZEME UYGUNLUĞU
		Nicelik	Nitelik	Biçim	Ölçü	Renk	
ATM Üniteleri	+	3	3	5	5	5	5
Aydınlatma Elemanları	+	3	3	3	3	3	3
Bitki Kapları	+	3	3	2	3	2	2
Çevreleme Elemanları	+	3	2	2	3	2	3
Çeşme	-	1	2	1	2	2	2
Çöp Kutusu	+	3	3	2	3	2	2
Durak	+	3	3	3	3	3	3
Gölgeleme Elemanları	+	3	3	3	3	3	3
Izgara ve Kapakları	+	3	3	3	3	3	3
İletişim ve Yönlen. Lev.	+	2	3	3	2	3	2
Köprüler	+	3	3	3	3	3	3
Kuş Evleri	+	2	2	2	2	2	2
Plastik Öğeler	-	1	2	2	2	1	2
Oturma Elemanları	+	2	3	3	3	3	3
Oyun Elemanları	-	1	2	3	2	2	2
Satış Birimi / Kiosklar	+	3	3	2	3	2	2
Su Öğeleri	+	3	3	3	3	3	3
Telefon Kulübeleri	+	3	3	5	5	5	5
Trafik Elemanları	+	3	2	2	2	2	2
Yangın Hidrantı	+	3	3	5	5	5	5
Yer Döşemeleri	+	3	3	3	3	3	3
<b>TOPLAM</b>		<b>54</b>	<b>57</b>	<b>45</b>	<b>48</b>	<b>44</b>	<b>45</b>
<b>GENEL ORTALAMA</b>		<b>2,57</b>	<b>2,71</b>	<b>2,50</b>	<b>2,66</b>	<b>2,44</b>	<b>2,50</b>

\*Çizelgede **S** kısaltması donatı elemanının standart tasarım ürünü olduğunu ifade etmektedir.

Çizelge 5. Bitkisel donatı elemanları

DONATI ELEMANLARI	YER SEÇİMİ	YETERLİLİK		TASARIM			UYGUN TÜR SEÇİMİ
		Nicelik	Nitelik	Biçim	Ölçü	Renk	
Ağaç	+	1	2	3	3	3	3
Ağaççık	+	2	3	3	3	3	3
Çalı	+	2	3	3	3	3	3
Sarılcı	+	2	2	3	2	3	3
Yer Örtücü	+	1	2	3	2	3	3
<b>TOPLAM</b>		<b>8</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>15</b>
<b>GENEL ORTALAMA</b>		<b>1,6</b>	<b>2,4</b>	<b>3</b>	<b>2,6</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Çizelge 6. Yapısal ve bitkisel materyal

MATERYAL	Konsept Bütünlüğü			Nitelik			Kimliğe Katkı			Bakım Onarım		
	Yok	Kısmen	Var	Düşük	Orta	Yüksek	Düşük	Orta	Yüksek	Yetersiz	Kısmen	Yeterli
<b>Yapısal</b>			✓			✓			✓			✓
<b>Bitkisel</b>			✓		✓			✓			✓	

## 5. Bitkisel Donatı Elemanları

Bitkisel donatı elemanlarının tasarım yaklaşımı açısından uygun, ağaçlar ve yer örtücüler nicelik olarak yetersiz, ağaççık, çalı ve sarılcıların kısmen yeterli olduğu görülmüştür. Ayrıca ağaç, sarılcı ve yer örtücülerin nitelik yönüyle kısmen yeterli olduğu belirlenmiştir.

Bitkisel donatı elemanlarının genel ortalamasının 1,60 ile 3,00 arasında olduğu görülmüştür.

## 6. Yapısal ve Bitkisel Materyal

Yapısal ve bitkisel materyal bu bölümde genel olarak değerlendirilmiştir (Çizelge 6).

Konsept olarak Akdeniz mimari stiline benimsendiği alan genelinde, yapısal ve bitkisel materyalin alanın genel tasarım konsepti ile uyumlu olduğu belirlenmiştir.

Yapısal materyalin nitelikli, alanın kimliğine yüksek derecede katkı sağlayan özellikte olduğu ve bakım -

onarım çalışmalarının ise tatminkâr olduğu gözlenmiştir. Bununla birlikte bitkisel materyalin nitelik olarak orta düzeyde olduğu ve alanın kimliğine orta düzeyde katkı sağladığı, bakım çalışmalarının ise kısmen yeterli olduğu belirlenmiştir.

## 7. Duyumsal Değerlendirme

Görsel analiz çalışmasının bu bölümünde 7 adet sıfat çiftinin yer aldığı duyumsal bir değerlendirme yapılmış, her bir sıfat çiftinin değerlendirilmesinde "1 puan" en olumsuz, "3 puan" en olumlu olacak şekilde puanlanmıştır.

Değerlendirme sonucunda; alanın genellikle bakımlı, güvenli, çekici ve özgün karakterli olduğu genel olarak kullanıcı üzerinde olumlu duyumsal etkiler bıraktığı gözlenmiştir.

Çizelge 7. Duyumsal değerlendirme

(-)	1	2	3	(+)
Bakımsız			✓	Bakımlı
Durağan		✓		Hareketli
Güvensiz			✓	Güvenli
İtici			✓	Çekici
Karmaşık		✓		Anlaşılır
Sıradan			✓	Özgün
Yeşilden yoksun		✓		Yeşil

## TARİŞMA VE SONUÇ

Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi'ne ilişkin gerçekleştirilen görsel analiz çalışmalarının sonuçlarına aşağıda yer verilmiştir:

- ✓ **Genel özellikleri ve çevresel kullanımlar** bakımından ele alındığında; farklı mimari tasarımlara sahip 9 bloktan oluşan Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi; kent içinde bir kasaba kurgusu ile tasarlanan iki bulvar ve bunları birbirine bağlayan meydanlar ve dört sokakta 128 mağaza, 7 salonlu bir sinemayı barındırmaktadır. Araştırma alanının, alışverişin yanı sıra yemek yeme, buluşma, eğlenme gibi diğer aktivitelere de olanak sağlandığı; terzi, kuru temizleme vb. gibi ihtiyaçların karşılandığı ve toplumun farklı yaş gruplarının – *çocuk, genç, yaşlı, kadın, erkek* – bir araya geldiği bir mekân oluşturma çabasının hayata geçtiği bir yaşam merkezidir.
- ✓ **Erişilebilirlik ve araştırma alanının çevre ile bağlantıları** ele alındığında; özellikle hafta sonları, 3000 araç olan mevcut otopark kapasitesinin üzerinde araç giriş - çıkışının söz konusu olduğu görülmüş ve bu durumun, toplu taşıma ile alana

ulaşım imkânının bulunmayışı ile ilişkili olabileceği kanısına varılmıştır. Alışveriş merkezine yeterli sayıda ve uygun yerlerden giriş - çıkış noktalarının varlığı olumlu görülmeyle beraber; trafik tekniği yönünden güvenli giriş - çıkış olanağının sağlanmadığı ve bu durumun araç sürücüleri ve yayalar için potansiyel bir tehlike arz ettiği belirlenmiştir. Ayrıca yönlendirme levhaları, araştırma alanına erişim açısından yetersizdir. Bu durumun ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapılarak ivedilikle çözüme kavuşturulması gerekmektedir. Diğer yandan – *araştırma alanının konumu itibarıyla* - alana çevre yolu kullanılarak bisikletle ya da yaya olarak erişim neredeyse olanaksızdır. Alana bisikletle ve yaya olarak erişim ancak yakın çevrede yaşayan sakinler için mümkündür. Bununla birlikte bisiklet park yerlerinin yeterli sayıda ve nitelikte olması, bisiklet kullanıcıları için çekici bir unsurdur. Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi; aileler, engelliler vb. farklı ziyaretçi grupları göz önüne alınarak tasarlanmış/bölümlenmiş 82.000 m<sup>2</sup>'lik ücretsiz otopark alanına sahip olmakla birlikte alan yağmur, güneş, rüzgâr vb. olumsuz iklim koşullarını bertaraf edecek özellikte değildir. Bu durum kullanıcılara daha konforlu otopark olanakları sunma adına geliştirilmelidir. Yine otopark alanlarının genelinin güvenli park alanları olarak hizmet vermesi adına, güvenlik önlemlerinin artırılması ve günün her saati denetlenecek açık, yarı açık ve/veya kapalı park alanlarının oluşturulması gerekmektedir. Fiziksel engelli ve/veya dezavantajlı (yaşlı, hamile ve çocuklu) kullanıcılara yönelik olarak asansör, sandalye ve park yeri hizmeti son derece iyi bir şekilde işlemekte olup, bu türden kullanıcıların alanı kullanımını sınırlayacak herhangi bir engel bulunmamaktadır.

- ✓ Araştırma alanı **çevre ilişkileri bağlamında** ele alındığında, konumu itibarıyla bir eğitim yerleşkesi içinde yer alması ve dolayısıyla yakın çevrede yaşayan genç nüfus için bir çekim merkezi olması bakımından avantajlıdır. Ancak alışveriş merkezi gerek kuzey - güney gerekse doğu - batı doğrultusunda gelişme imkânına sahip değildir. Geleceğe yönelik mekânsal bir gelişme olanağının bulunmaması, araştırma alanını çevresel ilişkiler, ekonomik yatırımlar, kullanıcı taleplerinin karşılanması vb. yönlerden sınırlayıcı bir etken olarak karşımıza çıkmaktadır.
- ✓ Mevcut **program elemanlarının** yer seçimi genellikle başarılı olmakla beraber alışveriş merkezinin kuzeybatısında yer alan buz pisti ile go-kart pisti yer seçimleri – tasarım konsepti ile bütünlüş-



mediğinden – başarılı değildir. Program elemanları genel olarak yeterli ve işlevsel olmakla beraber taşınabilir (mobil) çocuk oyun üniteleri dışında çocukların ve ailelerinin yararlanabilecekleri bir çocuk oyun alanı mevcut değildir. Farklı yaş gruplarından çocukların eğlence, dinlenme ve bakım gibi gereksinimlerinin ücretsiz olarak karşılanabileceği bu türden alanların tesis edilmesi, araştırma alanının çekiciliğini ve yaşanabilirliğini de olumlu yönde etkileyeceğinden gereklidir. Cengiz ve Özden (2002)'e göre; tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de insanlar artık planlı alışveriş etmektedirler. Bu planlamanın içine hafta sonu alışverişi olarak aile alışverişi girdiğinden, alışveriş olayına çocuk da katılmış durumdadır. Bu yüzden alışveriş merkezlerinde çocukları oyalayabilecek çeşitli aktivitelerin yapılması gerekmektedir.

Kompleksin üst katında var olan çatı bahçesi, benzerlerine oranla oldukça başarılıdır. Entansif çatı bahçesi (*üzerinde gezilmeye ve çeşitli rekreasyonel etkinliklerde bulunmaya uygun*) olarak tasarlanan bölüm, amacına uygun olarak/gerektiği yoğunlukla kullanılmamaktadır. Bu nedenle, gölgelendirme elemanları ya da geniş taçlanan ağaç ve ağaççıkların yılın farklı zamanlarında ve farklı hava koşullarında kullanıma imkân sağlayacak şekilde zenginleştirilmelidir. Bu sayede üst katın daha yoğun olarak kullanılması sağlanacak böylelikle kullanıcı dağılımı alan genelinde daha homojen bir yapı kazanacaktır.

✓ **Yapısal donatı elemanlarının** yer seçimi başarılı, sayıca yeterli, tasarımları ve malzeme seçimi yönüyle ise genel konseptle uyumlu ve zengindir. Bu özellikleri yönüyle "Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi", gelecek tasarımlara örnek teşkil edebilecek niteliktedir. Açık hava alışveriş merkezleri tasarımında, ziyaretçileri kışın yağmur ve rüzgar gibi, yazın ise güneş ve nem gibi iklimsel koşullara karşı koruyacak ve biyoklimatik konforu optimum derecede sağlayacak çözümler üretilmesi esastır. Bu bağlamda, mevcut mağaza yapılarını üçüncü boyutta birbirine bağlayan bir anlayışla yerleştirilmiş gölgeleme elemanlarının, özellikle güneşin etkili olduğu saatlerde yayalara konforlu bir yürüyüş imkanı sunduğu, malzeme seçimi ve farklı tasarım anlayışları ile üst örtü zenginliği sağladıkları tespit edilmiştir. Drenajı sağlamak amacıyla alana yerleştirilen ızgara ve kapaklar; nicelik bakımından yeterli ve yer seçimi bakımından ise başarılıdır. Ancak otopark girişlerindeki ızgaraların bazılarının yön seçiminde hatalar bulunmaktadır. Bu durum, market arabalarını kullananları zor

durumda bırakabildiği gibi bisiklet kullanıcılarının yaralanmalarına veya bisikletlerinin hasar görmesine de sebep olabilmektedir. Bu nedenle, ızgara yönlerinin gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Özellikle mağaza girişlerinde konumlanan oturma elemanları ile su öğeleri; ziyaretçileri yürüme akslarına yönlendirmeleri ve mevcut aksları vurgulamaları, doğru malzeme seçimi ve işlevsel tasarımları yönleriyle olumlu bulunmuştur. Ancak kentin iklim koşulları ile bitkilerin henüz kendilerinden beklenen mimari ve fonksiyonel işlevleri yerine getiremediği göz önüne alınırsa, oturma elemanlarının gölgeleme elemanları ile entegre edilmesi gerekliliği bulunmaktadır. Diğer yandan, çöplerin ayrıştırılarak toplanması adına geri dönüşüm kutularının alanda var oluşu, çevre ve toplum bilincinin geliştirilmesi açısından olumlu bulunmuştur. Yer döşeme malzemelerinin; çeşitliliği, klime uygunluğu, tasarım konseptiyle bütünleşen renk ve dokuda oluşu ile mekânları tanımlama amacıyla kullanılmış olmaları ve alana başarılı bir şekilde uygulanmış olmaları yönüyle araştırma alanı örnek teşkil etmektedir. Kentsel mekânı oluşturan tüm bileşenlerin ticari bir amaçla yeniden kurgulandığı alışveriş merkezlerin sanatsal değer taşıyan öğelerin neredeyse yok denecek kadar az oluşu dikkat çekicidir. Öztürk Kurtaslan (2005)'a göre; kentsel mekânlarda plastik elemanlar olarak ortaya çıkan heykeller, kentsel yaşam kalitesinin yükseltilmesine katkıda bulunmaktadır. Özellikle kamusal alanda yer alan heykeller görsel duyum zenginliğine katkıda bulunarak mekânın estetik kalitesini artırırlar.

Kullanıcının alan genelinde homojen dağılımın sağlanması, bazı alt mekânların öne çıkarılması, kullanıcıların algılarında olumlu imge yaratılması, araştırma alanının sanatsal imajının desteklenmesi ve kullanıcıların alan içerisinde yönlendirilmesi vb. amaçlarla yeni plastik öğelerin araştırma alana kazandırılması önerilmektedir.

✓ **Bitkisel donatı elemanları** açısından değerlendirildiğinde; bitkilerin, klime ve genel tasarım konseptine uygun, tür çeşitliliği açısından zengin ve bitkisel tasarım yönüyle ele alındığında ise başarılı olduğu görülmüştür. Ancak, bakım koşullarının iyileştirilerek, duvarlara, cephelere ve / veya aydınlatma elemanlarına sepetler içerisinde sarkıcı bitkiler yerleştirilerek genel tasarım konseptinin desteklenmesi alanın çekiciliğini artıracaktır:

Araştırma alanı **duyumsal yönden** değerlendirildiğinde; araştırma alanı, farklı malzemeler kullanılarak bütüncül bir yaklaşımla tasarlanan bakımlı cephele

ve bina proporsiyonlarıyla ziyaretçiler üzerinde olumlu duyumsal etkiler bırakmaktadır. Kompleksin içinde kule olarak tasarlanan yapı, alışveriş merkezinin

dışarıdan kolaylıkla algılanmasını sağlamakta beraber alışveriş merkezi içerisinde de odak noktası oluşturmakta ve simgesel bir öge görevi üstlenmektedir.

## KAYNAKLAR

- Acar, G. 2006. Alışveriş Merkezlerinde Peyzaj Tasarımı, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 131 s.
- Cengiz, E. ve B. Özden. 2002. Perakendecilikte Büyük Alışveriş Merkezleri ve Tüketicilerin Büyük Alışveriş Merkezleri ile İlgili Tutumlarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma. Ege Akademik Bakış, Ekonomi, İşletme, Uluslararası İlişkiler ve Siyaset Bilimi Dergisi, 1(2): 64-77.
- Forum Bornova Alışveriş ve Yaşam Merkezi, 2011. Hakkımızda - Forum Bornova. <http://www.forumbornova.com/#/about/>. Erişim: Temmuz 2011.
- ICSC, 2011. ICSC Shopping Center Definitions, Basic Configurations and Types for The United States. <http://www.icsc.org/srch/lib/USDefinitions.pdf>. Erişim: Temmuz 2011.
- Kaplan, A., Ş. Hepcan, E. Küçükerbaş ve B. Özkan. 2000. Kuşadası Kent Merkezine Yönelik Bir Görsel Analiz Çalışması. Geçmişten Geleceğe Kuşadası Sempozyumu (23 - 26 Şubat 2000) Kitabı, Kuşadası, s. 405-410.
- Küçükerbaş, E.V., M. B. Özkan, ve A. Kaplan. 1999. İzmir - Ankara Karayolunun Kemalpaşa İlçesi Sınırları İçinde Kalan Yol Boyu Mola Ve Dinlenme Tesisleri Üzerine Bir Araştırma. Kemalpaşa Kültür ve Çevre Sempozyumu (3- 5 Haziran 1999) Bidirileri, İzmir, s. 503-506.
- Küçükkömürcü, B. 2005. Geleneksel Türk Osmanlı Çarşı Yapıları ve Günümüzdeki Alışveriş Merkezleri Üzerine Bir İnceleme, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 183 s.
- Malkoç, E. ve E.V. Küçükerbaş. 2004. Aquaparkların (Su Parklarının) Planlama ve Tasarım İlkeleri Üzerine Bir Araştırma. Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 41(3): 197 - 208.
- Özkan, B., E.V. Küçükerbaş, E. Malkoç and H. Sönmez. 2001. The Visual Analysis Of Some Pedestrian Malls in The City of Izmir, The 50th Anniversary Celebration of Landscape Architecture in Bulgaria, Universty of Forestry, The Department of Landscape Architecture in Sofia, Bulgaria, p: 232 -240.
- Öztürk Kurtaslan, B. 2005. Açık Alanlarda Heykel - Çevre İlişkisi ve Tasarımı. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Sayı: 18 Yıl: 2005/1, s: 193-222.
- Saltan, Ö. 2007. Alışveriş Merkezlerinin Tasarım Kriterleri Açısından Değerlendirilmesi. İTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Mimarlık Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 147 s.
- TDK, 2011. Büyük Türkçe Sözlük. <http://tdkterim.gov.tr/bts/>. Erişim: Temmuz 2011.
- Vural, T. ve A. Yücel. 2006. Çağımızın Yeni Kamusal Mekanları Olan Alışveriş Merkezlerine Eleştirel Bir Bakış. itüdergisi/a (mimarlık, planlama, tasarım), 5(2): 97-106.