

İstanbul Tarihi Yarımada'daki Alışveriş Mekânlarının Üç Yapı Üzerinden İncelenmesi: Kapalıçarşı, İstanbul Manifaturacılar Çarşısı ve Historia Alışveriş Merkezi¹

Meltem Özçakı *

Öz

İstanbul Tarihi Yarımada, milattan önceki dönemlerden itibaren farklı medeniyetlerin yerleşim yeri olmuş ve üç imparatorluğa başkentlik yapmıştır. Yerleşim yeri olmasında, büyümesinde, gelişmesinde ve başkent olmasında ticaret önemli bir faktör olmuştur. Kent içindeki ticaret yapıları ve aksların farklı medeniyetlerde benzer yerlerde olması kentteki ticaret hayatının sürekliliği sağlamıştır. Günümüzde Tarihi Yarımada'da Kapalıçarşı, İstanbul Manifaturacılar Çarşısı ve Historia Alışveriş Merkezi diğer alışveriş yapıları arasından ön plana çıkar. Bunda boyutsal özellikleri ve kapasiteleri etkilidir. Farklı yüzyıllarda yapılmış olup dönemlerinin mimari özelliklerini yansıtır. Kentle kurdukları ilişki, yapı malzemeleri, iç mekânsal kurgular, vb. olgular açısından dönemin özelliklerini sergiler. Makale kapsamında tek ortak özellikleri kentin tarihi çekirdeğinde olmak olan üç yapı, kentle kurdukları ilişki, mimari özellikleri, iç mekân kurguları, vb. açısından bir arada değerlendirilecek, alışveriş merkezlerinin dünyada ve Türkiye'de yaygınlaşmasının nedenleri ve mekânsal özellikleri üzerinde durulacaktır. Geleneksel bir çarşı yapısı olan Kapalıçarşı'nın günümüzde kent-sel bağlamla ilişkisi kopmuştur. Turizm eksenli bir dönüşüm geçirmiştir. İstanbul Manifaturacılar Çarşısı modern dönem yapısı olmakla birlikte mimari kurgusu ile geleneksel hanlara benzemektedir. Historia Alışveriş Merkezi küreselleşmenin etkisi ile dünyanın pek çok noktasında görülebilen bir yapı şemasına sahiptir. Kendine ait kuralları ile tarihi mekânda yer almaktadır. Makale kapsamında üç yapı üzerinden modern olan tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İstanbul, Tarihi Yarımada, Kapalıçarşı, İstanbul Manifaturacılar Çarşısı, Historia Alışveriş Merkezi, Yok-Mekân

Bu çalışma İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı, Mimari Tasarım Programı'nda 2013 yılında tamamlanan "Yirmibirinci Yüzyılda İstanbul Tarihi Yarımada: Projeler Üzerinden Bir Okuma" isimli Doktora tezinden üretilmiştir.¹

* Doç. Dr., Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, E-mail: m.ozcaki@gmail.com

Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-1291-3184>

Geliş Tarihi: 23.05.2020 ▪ Kabul Tarihi: 31.12.2020

Investigation of Shopping Spaces in the Istanbul Historic Peninsula through Three Buildings: Grand Bazaar, Istanbul Manifaturacılar Market and Historia Shopping Center

Meltem Özçakı*

Abstract

The Istanbul Historic Peninsula has been a settlement for different civilizations since before the Common Era, and served as a capital city for three empires. Commerce has been a significant factor for it to be a settlement, its growth, development, and serving as the capital. The fact that commercial buildings and lines in the city were situated in the similar places by different civilizations provided continuity for the trade life in the city. Nowadays Grand Bazaar, Istanbul Drapers' and Furnishers' Bazaar, and Historia Shopping Mall are prominent buildings among shopping places in the Historic Peninsula. Their spatial features and capacity are effective in this. They were built in different centuries and they reflect the architectural features of the era they were built in. They exhibit the peculiarities of their era through notions such as the relationship they have with the city, building materials, and interior construction. Within the scope of the article, three buildings whose only common feature is being in the historical core of the city, will be evaluated together by their relationship with the city, their architectural features, and interior constructions. Article will focus on the causes for shopping centers' spread and spatial characteristics of them in Turkey and in around the world. The Grand Bazaar which is a traditional bazaar building has lost its relationship with the urban context today. It has undergone a tourism-oriented transformation. Although Istanbul Drapers' and Furnishers' Bazaar is a modern period building, it resembles traditional inns with its architectural construction. Historia Shopping Center has a structure diagram that can be seen in many points of the world with the effect of globalization. It is located in the historical place with its own rules. The article discusses what modern is, over three buildings.

Keywords: Istanbul, Historical Peninsula, Grand Bazaar, Istanbul Drapers' and Furnishers' Bazaar, Historia Shopping Mall, Non-Place

* Doç. Dr., Tekirdağ Namık Kemal University

E-mail: m.ozcaki@gmail.com

Orcid: <http://orcid.org/0000-0003-1291-3184>

Received Date: 23.05.2020 ■ Accepted Date: 31.12.2020

Giriş

İstanbul Tarihi Yarımada, günümüzde İstanbul'da Fatih İlçesi sınırlarının kapsadığı alandır. İki tarafı denizle çevrilidir; diğer tarafında surlar ile İstanbul'un diğer ilçelerinden ayrılır. Söz konusu yerleşim günümüzde İstanbul'un merkezi olarak tanımlanabilecek, tarihi çekirdeğini oluşturur. Bilinen tarihi günümüzden 8.000-8.500 yıl öncesine dayanır. Tarihi yarımada günümüzde kentin ikamet edilen bölümünde yer alan, bilinen en eski yerleşim yerlerinden birine sahiptir. Roma, Doğu Roma ve Osmanlı olmak üzere üç imparatorluğa başkentlik yapan kentin saraylar, dini yapılar, çarşılar, limanların yer aldığı kentin çekirdeğini oluşturan bölgedir. Zaman içinde kent büyüyüp sur dışı yerleşim bölgeleri artmakla birlikte kentin merkezinde yer almaya devam etmiştir.

Tarihi Yarımada'da her dönem ticaret önemli olmuştur. 8.000-8.500 yıl önceye ait Yenikapı'daki yerleşim alanında deniz ticaretinin yapıldığına dair gemi kalıntıları ve taşıdıkları malzemeler bulunmuştur. Kentin ilk çekirdeğini oluşturan Bizantion Kenti de söz konusu dönemde çevresinde yer alan diğer kent devletlerin arasından ticarete dayalı ekonomisiyle sıyrılmış; ayrıcalıklı bir konum elde etmiştir. Bizantion kentinin çevresindeki kentlerde tarım ağırlıklı bir geçim sürdürülmekle birlikte, kentte balıkçılık ve ticaret ağırlık kazanmıştır. Eski dünya düzeninde önemli ticaret yollarının üzerinde yer almıştır. Günümüzde Tarihi Yarımada olarak adlandırılan bölge üç imparatorluğun başkenti olacak şekilde gelişmeye ve büyümeye başlamıştır.

Ticaret kentin gelişimi, binalar arası ilişkilerin kurulması, kentin kamusal alanlarının oluşması ve yol aklarının düzenlenmesi gibi pek çok kentsel öğenin biçimlenmesinde etkili olmuştur. Limanlar meydana getirilmiş, ticaret yapıları inşa edilmiştir. Saraydan başlayan, ticaret aksı ile birlikte ele alınan yollar, kara surlarına ve oradan da diğer kentlere ulaşacak şekilde düzenlenmiştir. Kara sur kapılarından biri olan Edirne Kapı, kenti Edirne'ye bağlayan yol üzerinde yer aldığından bu isimi almıştır. Roma ve Doğu Roma İmparatorluğu Dönemlerinde kentin ana ulaşım aksı olan Mese'nin üzerinde iki taraflı alışveriş mekânları yer almıştır. Osmanlı Dönemi'nde liman, kapan, han, çarşı şeklindeki ticaret dokusu, kentteki ulaşım bağlantılarının, yapılar arası ilişkilerin şekillenmesinde etkili olmuştur.

Makalede İstanbul Tarihi Yarımada'da günümüzdeki alışveriş olgusu üç yapı üzerinden incelenmektedir. Yapılar Kapalıçarşı, İstanbul Manifaturacılar Çarşısı ve Historia Alışveriş Merkezi'dir. Kapalıçarşı Osmanlı Dönemi yapısıdır. Yüzyıllar içinde eklemelerle oluşmuştur. Üretilen malların, diğer kentlerde satışı yapılmadan

önce prototipinin saraya sunulması gibi önemli görevler üstlenmiştir. Alışveriş sokaklarının olması, bedestenleri içermesi, ticaret hayatında önemli olan hanlara sahip olması gibi özellikleri vardır. İstanbul Manifaturacılar Çarşısı, Cumhuriyet Dönemi yapısıdır. Kendi döneminin mekânsal ve yapısal özelliklerini göstermekle birlikte, tarihi çevre içinde ve onunla uyumludur. Sahip olduğu sanat eserleri ile dönemin sanatsal zevkini yansıtır. Historia Alışveriş Merkezi, büyük boyutlu yapısı ve içinde yer alan programlarla alışveriş merkezi tipolojisine sahiptir. Cephesinde yer verilen tarihi unsurlar ile tarihi çevre ile bağ kurulmaya çalışılmıştır. Üç yapının seçilmesinde yapıldıkları dönemin mimari, karakteristik ve mekânsal özelliklerini yansıtmaları etkili olmuştur. Ayrıca Tarihi Yarımada'daki alışveriş dokusu içinde taşıdıkları özellikler açısından alternatifleri yoktur. Alanda başka çarşı ve arastalar olmakla birlikte, Kapalıçarşı boyutsal özellikleri açısından tektir. Yine Cumhuriyet Dönemi'ne ait pasajlar, iş merkezleri ve ticaret hanları olmakla birlikte İstanbul Manifaturacılar Çarşısı avlulu sistemi ve boyutsal özellikleri açısından diğer yapılardan ayrılır. Historia ise alandaki tek alışveriş merkezidir.

Makalede söz konusu üç yapı hakkında bilgi verilecektir. Plan özellikleri, yapım teknikleri, kentle kurdukları ilişki, dönemsel özelliklerin yapıların meydana gelmesindeki rolü aktarılacaktır. Günümüzün yaygın alışveriş mekânları olan alışveriş merkezlerinin ortaya çıkışı, tüketim ile ilişkisi, mekânsal özellikleri, Türkiye'deki uygulamalar üzerinde durulacaktır. Tarihi Yarımada'nın değişen mimarisi ve yaşam koşulları bağlamında üç yapının günümüzdeki kullanım durumları değerlendirilecektir.

İstanbul Tarihi Yarımada'daki Alışveriş Mekânları

Bölüm kapsamında İstanbul Tarihi Yarımada'da yer alan Kapalıçarşı, İstanbul Manifaturacılar Çarşısı ve Historia Alışveriş Merkezi hakkında bilgi verilecektir. Yapıların dönemsel özellikleri, kent ile kurdukları ilişki, çevrelerindeki yapılarla ilişkileri, yapı karakteristikleri, iç mekân kurguları, sirkülasyon şemaları, boyutsal özellikleri, sundukları alışveriş etkinliği üzerinde durulacaktır.

Kapalıçarşı

Kapalıçarşı Nuruosmaniye ile Beyazıt arasında yer almaktadır. Fatih Sultan Mehmed (II. Mehmed) (hd 1451-1481) döneminde kiliseden camiye çevrilen Aya-sofya'ya gelir sağlamak için iki bedesten inşa edilmiştir. Bedestenler çarşının çekirdeğini oluşturur. Burada belki Doğu Roma İmparatorluğu'na ait üstü açık pazar ya

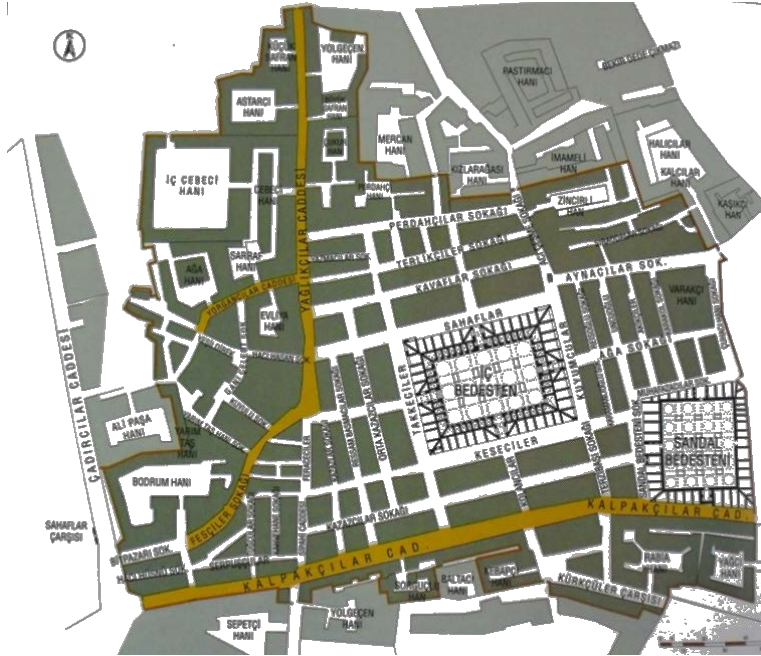
da daha düşük bir ihtimalle kapalı bir çarşının harabesi olabilir. İki bedesten II. Mehmed dönemindeki mimari üslupla ve taş malzemeden inşa edilmiştir. Yapılar Cevahir Bedesteni ve Sandal Bedesteni adlarını taşır. İki yapının çevresinde ilk yapıldıkları dönemden itibaren açık pazarlar yer almıştır. Bedestenlerin çevresi zamanla kapatılmış; kiremitle örtülü tonozların altında yer alan alışveriş yolları haline gelmiştir. Kapalıçarşı, 250 yıllık bir zaman diliminde oluşmuştur. Kubbeli binalar ve kiremitle örtülü tonozlu caddeler ile bütünlük oluşturur (Gülersoy, 2003, s.422-423; Çeker, t.y., s.120).

Günümüzde Kapalıçarşı 30,7 hektar yüzölçümündedir ve 61 sokaktan meydana gelir. İki bedesten, üzeri kapalı yolların çevresindeki alışveriş birimleri ve hanlar Kapalıçarşı'yı meydana getirir (Gülersoy, 2003, s.423). Cevahir Bedesteni ilk inşa edilen binadır. İç Bedesten, Eski Bedesten olarak da adlandırılır. Bedesten 45,3x29,5 m iç yüzölçümüne sahiptir ve 1.336 m²'dir. Üst örtüsünü 3 sıra şeklinde düzenlenmiş 15 kubbe ve filayakları üstündeki 8 küçük tümsek oluşturur. Sandal Bedesteni çarşının ikinci inşa edilen binasıdır. Bedestân-ı Cedîd, Yeni Bedesten, Küçük Bedesten olarak da adlandırılır. Cevahir Bedesteni'ne benzer. Yüzölçümü 40x32 m olduğu için küçük olarak adlandırılmıştır. Bedesten 2,25x2,63 m boyutundaki 12 filayağı ile 1,30 m kalınlığındaki 4 duvar tarafından taşınan 20 kubbeyle örtülmüştür. Kubbeleler 12,70 m yükseklikte ve birbirinin aynıdır. Bu tarz Osmanlı Çarşıları arasında, en çok kubbe sayısına sahip olan yapıdır (Gülersoy, 2003, s.424).

Kapalıçarşı'nın genel yapı karakteri sokaklar ve sokakların iki yanındaki satış yerleri şeklindedir. Sokaklar simetrik ve geometrik değildir. Batı kentlerinin çarşılarındaki gibi ızgara planlı değildir. Yüzyıllar içinde oluşması ve geçirdiği depremler, yangınlar ve kısmi onarımlar nedeniyle daha dağınık bir görünümündedir. Tam olarak dik olmayan sokaklar sağa sola saparlar ve ilerisinin görünmediği dönemler meydana gelir (Gülersoy, 2003, s.425-426). Kapalıçarşı'nın önce bir labirent gibi algılanması olasıdır. Bununla birlikte yapı içinde bir süre dolaşılmasının ardından iyi planlanmış bir kompleks olduğu anlaşılır (Freely, 2008, s.213) (Şekil 1-5).



Şekil 1. Kapalıçarşı iç mekânı



Şekil 2. Kapalıçarşı planı (Kaynak: Gülersoy, 2003, s.424)

İstanbul Tarihi Yarımada'daki Alışveriş Mekânlarının Üç Yapı Üzerinden İncelenmesi: Kapalıçarşı, İstanbul Manifaturaclar Çarşısı ve Historia Alışveriş Merkezi



Şekil 3. Kapalıçarşı iç mekânı



Şekil 4. Kapalıçarşı iç mekânı



Şekil 5. İstanbul Beyazıt, dış mekândaki alışveriş etkinliği

Çarşının orijinal düzeninde, yolların iki tarafında, vitrini, perdesi, camekânı olmayan; duvarda yer alan dolaplar ve raflar; önlerinde satıcıların oturdukları kerevetler yer alıyordu. Her esnafın dolap adı verilen, 6-8 ayak uzunluğunda, 3-4 ayak

derinliğinde mekânları vardı. Araları hafif ve ince perdeler ya da tahta çıtalardan bölme ile ayrılabilirdi. Dükkânların kapatılmasında iki yana açılan kanatlar değil; yukarı çıkan ve aşağı inen iki kepenk kullanılıyordu. Satıcıların önlerinde ya da yanlarında, içine en değerli mallarını koydukları camlı kutular ya da çekmeceler yer alabiliyordu. Çarşıda zanaat tabelaları ve reklam unsurları bulunmuyordu. Çarşının iç mimarisindeki ilk değişim 1894 depremi ve sonrasında 4 yıl süren tamiratla gerçekleşmiştir. Eski taş hücrelerin önleri vitrinle kapatılmış ve günümüzdeki sıra dükkânlar haline gelmişlerdir (Gülersoy, 2003, s.426-428). Kapalıçarşı'nın içinden ulaşılabilen on üç han vardır. Bunlar Bodrum Hanı, Hatib Emin Hanı, Küçük ve Büyük Kebeci Hanı, Astarıcı Hanı, Çukur Hanı, Perdahçılar Hanı, Zincirli Hanı, Halıcılar Hanı, Varakçılar Hanı, Rabia Hanı, Baltacı Hanı, Sorguçu Hanı'dır. Bunun yanı sıra Kapalıçarşı'nın civarında pek çok han yer alır (Müller – Wiener, 2002, s.349).

Kent öngörülemez bir şekilde büyüdüğü için Kapalıçarşı günümüzde ticaret ağının merkezinde yer almaktadır. Ticaretin merkezinde olan bir yapı da söz konusu değildir. Alışveriş merkezleri merkez noktaları tanımlayarak, kendi çekim alanlarını yaratmaktadır. Kapalıçarşı'da satılan mallarda da değişiklik olmuştur. Kapalıçarşı günümüzde turistik bir bölge içinde yer almaktadır. Yapıyı kent halkı da kullanmakla birlikte, içinde daha ziyade yerli ve yabancı turistlere yönelik ürünler satılmaktadır. Eskiden mücevher, çini, halı, kumaş, ayakkabı, vb. ürünlerin üretimi ve satışı söz konusuysen günümüzde üretim etkinliğinin olmadığı, ürün çeşitliliğinin azaldığı bir yapıdadır. Antika satışı yapılmakta, altın ve gümüş satışı ana caddede yoğunlaşmakta hediyeelik eşya ve hazır giyim satışının ağırlığının artması söz konusudur. Bir kaşık süslenerek turistik bir nesneye dönüştürülmekte; İstanbul kent silueti buzdolabı magneti ya da tişört baskısı olarak sunulmaktadır. Seramik bir vazo ya da tabak, çini motifleri ile boyanarak kullanım amacından çıkarılıp süs objesi olarak satılmaktadır. Kapalıçarşı'da satışı yapılan malların yerinde de değişimler söz konusudur. Kalpak satışı nedeni ile Kalpakçılar Caddesi olarak adlandırılan yerde, günümüzde ağırlıklı olarak kuyumcular yer almaktadır. Kuyumcular ve hazır giyim mallarının satışı, yapının kent halkı tarafından kullanımının sürmesinde etkilidir.

Kapalıçarşı'nın içinde yer aldığı tarihi doku, turistlerin ve yerli halkın kentsel mekânda farklı deneyimler yaşamasına olanak verir. Camiler, Sahaflar Çarşısı, İstanbul Üniversitesi, hanlar gibi tarihi mekânlarla birlikte Kapalıçarşı, kentte yürüyerek dolaşanların mekânı farklı perspektifler aracılığı ile algılamaları için imkân sunar. İnsanların ve eylemlerinin değişimi, algıyı da değiştirdiği için mekândaki değişim süreklidir. Alışveriş dokusunun vitrin unsurunun haricinde yol ile bütünleşen

hali, söz konusu algının oluşmasında etkilidir. Tarihi çevre kenti yürüyerek gezmekte olan kişilerin tarihi dokuyu keşfetmesine imkân verirken aynı zamanda onları gündelik hayattan kopararak bir rüya âlemi sunar. Çarşayı meydana getiren sokakların zamanla üstlerinin örtülmesi, yapı malzemesi değişimi, hanların bir bölümünün çarşı alanı dışında kalması, kapılarının yerlerinin değişimi gibi zaman içinde değişimler meydana gelmiştir. Bunlar farklı zaman dilimlerinde yapının farklı şekilde algılanmasına sebebiyet veren unsurlardır. Kapalıçarşı içinde yer aldığı tarihi doku ile zamansal, fiziksel olarak ilişki kurmakla birlikte günümüzde eski dönemlerde mevcut olan kentsel ilişkilerinin içinde yer almamaktadır. Geleneksel kentsel bağlamından bir bakıma kopmuştur. Mekan, yeni işlevler yüklenerek, yeni tüketme biçimlerini kendisine dâhil ederek kendisini “yeniden üretmiştir”. Yeni işlevleriyle kentsel bağlamda canlılığını sürdürmektedir. Kapalıçarşı'dan denize uzanan alışveriş sokakları ve hanlar söz konusu olmakla birlikte Haliç'in ticaret bölgesi statüsünü kaybetmesi ve yapının ağırlıklı olarak turizm eksenli kullanılması bunda etkilidir.

İstanbul Manifaturacılar Çarşısı

İstanbul Manifaturacılar Çarşısı, Unkapanı ile Saraçhanebaşı arasındadır. Saraçhanebaşı'na çıkarken, Atatürk Bulvarı'nın sol bölümünde 1 km'lik şeritte yer alır. Sultanhamam ve civarında yer alan manifaturacı ve kumaş esnafının daha uygun koşullarda bir arada olması için inşa edilmiştir. 1954 yılında oluşturulmuş “Sınırlı Sorumlu İstanbul Manifatura ve Kumaşçılar Çarşı Yapı Kooperatifi” girişimiyle yapılmıştır. Bozdoğan Kemer ve Unkapanı Köprüsü arasında kalan yerin istimlak edilerek çarşının yapılması düşünülmüştür. 1955 yılındaki kooperatif genel kurulunda, arsanın alınması için belediye tahvillerinin bir bölümünün satın alınmasına karar verilmiştir. Hukuki sorunlar ve işlemlerin ancak tamamlanması nedeniyle 1959 yılında, A bloğun yer aldığı alan hariç, arsa satın alınmıştır (İstanbul, 1993-1994, s.296-297).

Arsanın çevresinde Bozdoğan Kemer ve Şehzadebaşı Camii, Süleymaniye Külliyesi, Vefa Kilise Camii, Şebsafa Kadın Camii, Hacı Kadın Camii ve Hamamı, Atlama Taşı ve Yavuz Sinan Camii ile arsanın içinde Kâtip Çelebi ve Hızır Bey Çelebi mezarları bulunuyordu. Tarihi bölgenin imar planı olmadığından belediyenin isteğiyle, kooperatif 1958 yılında “Mevzi İmar Planı” yarışması düzenlendi. Yarışmaya 14 proje katıldı. Yüksek Mimar Cihat Fındıkoğlu, Yüksek Mimar Kâmil Bayur, Yüksek Mimar Tarık Aka, Yüksek Mühendis Niyazi Duranay ve Yüksek Mimar Özdemir Akverdi'ye ait proje birinci oldu. Proje bölgenin tarihi özellikleri nedeniyle özellikle Prof. Luigi Piccinato'nun önerilerine bağlı olarak değiştirildi.

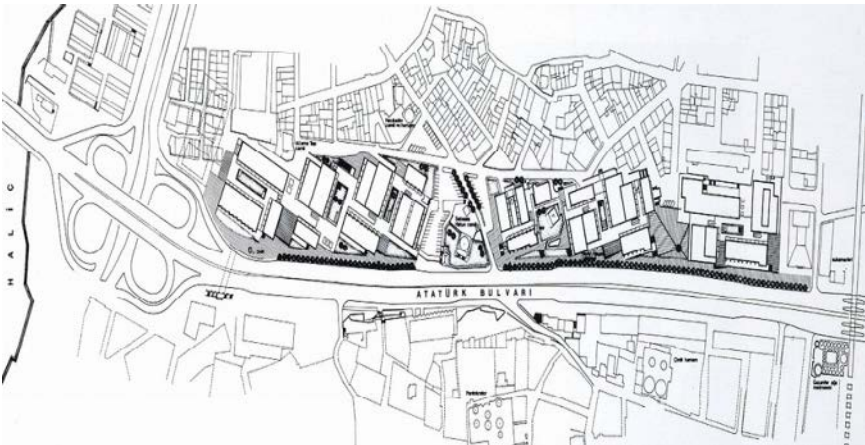
1960 yılında bu hali belediye tarafından onaylandı. 1960 yılında bölgenin imarı ve çarşı binaları için yeni bir yarışma açıldı. 11 katılımcı arasından, Site Mimarlık Bürosu'ndan Yüksek Mühendis Mimar Doğan Tekeli, Yüksek Mühendis Mimar Sami Sisa, Yüksek Mühendis Mimar Metin Hepgüler'in projesi birinci oldu. Belediye projede bazı düzeltmeler yapılarak, Hızır Bey ve Mustafa Kâtip Çelebi hazirelerinin korunmasını talep etti. 1961 yılında, Hıfzısıhha Enstitüsü ile Şebsafa Kadın Camii arasında, 1-4. Blokları içeren ilk bölümün inşaat çalışmaları başladı. Çalışmalar 5. ve 6. blokların inşaatı ile devam etti. İlk kısım 1967 yılında, ikinci kısım 1968 yılında tamamlandı (İstanbul, 1993-1994, s.297).

Manifaturacılar ve Kumaşçılar Çarşısı, birbirine bağlanan 6 blok; 6 kapalı avlu; biri şadırvanlı, diğeri mezarlıklar avlusu şeklindeki 2 açık avludan meydana gelir ve otoparkı vardır. 80-90 m² boyutlarında 1.117 dükkânın yapılması planlanmıştır. Dükkân sayısı günümüzde 1.194'tür. 5+5 m'lik aks sistemi ile modüler bloklar meydana getirilmiştir. Döşeme, korkuluk, merdiven ve doğrama elemanları az sayıda tiplere bindirilmiştir. Cephelerdeki yatay taşıyıcılar brüt beton olarak bırakılmıştır. Dolgu duvarlar beyaz traversle kaplanmıştır. Avluların ve galerilerin döşemelerinde kullanılan malzeme dökme mozaiktir. Çarşıda plastik sanatın örnekleri de yer alır. Bunlar Füreyâ Koral ve Sadi Diren'in seramik panoları, Eren ve Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun 3 mozaik panosu, Nedim Günsür'ün mozaik panosu, Ali Teoman Germaner'in doğal taştan bas-relief'i, Yavuz Görey'in çeşme plastiği ve Kuzgun Acar'ın işlenmiş çarşı amblemidir (İstanbul, 1993-1994, s.297) (Şekil 6-10).

İstanbul Tarihi Yarımada'daki Alışveriş Mekânlarının Üç Yapı Üzerinden İncelenmesi: Kapalıçarşı,
İstanbul Manifaturacılar Çarşısı ve Historia Alışveriş Merkezi



Şekil 6. İstanbul Manifaturacılar Çarşısı dış mekânı



Şekil 7. İstanbul Manifaturacılar Çarşısı planı (Google, t.y)



Şekil 8. İstanbul Manifaturacılar Çarşısı
açık avlu



Şekil 9. İstanbul Manifaturacılar Çarşısı
Atatürk Bulvarı'na bakan cephesi



Şekil 10. Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun 1965 tarihli çalışması

Eserin açıklaması: “Mozaik eserde kuşları, balıkları, minareleri, kuleleri, kubbeleri ve denizi ile soyutlanmış bir İstanbul manzarası betimlenmiştir.”

İstanbul Manifaturacılar Çarşısı ilk kurulduğu dönemde döşemeciler ve manifaturacılar tarafından kullanılan bir çarşı iken 1980'lerde müzik sektöründeki gelişmelere paralel plakçılar ve kasetçilerin ağırlığı artmıştır. Günümüzde döşemelik kuşak; duvar kâğıdı ve dekorasyon; halı, yer döşeme ve zemin kaplama; perde ve ev tekstili, giyim; müzik aletleri; müzik yapım ve dağıtım; elektrik ve elektronik; v.b sektörleri barındırmaktadır. Kent halkının gündelik hayatındaki ihtiyaçlarını karşılamaından ziyade özel gereksinimlere hitap eden bir yerleşke olmuştur.

İstanbul Manifaturacılar Çarşısı, modern mimarlık döneminin özelliklerini gösterir. Taşıyıcı sistemin betonarme olması, modüler sistemin kullanılması, beyaz rengin hâkim olması, bunun örnekleridir. Ünlü sanatçılara ait eserlerin yer alması ile dönemin sanatsal özelliklerini yansıtır. Çarşı tarihi çevreyle uyumludur. Tek kütle değildir; parçalı yapılardan oluşur. Avlulu yapısı ile hanlara benzeyerek, tarihi doku ile bağ kurar. Hanlar Bölgesi'ndeki gibi bloklar arasında dolaşılması olasıdır. Şekillenmesinde çevresindeki cami ve mezar alanı gibi unsurlar etkili olmuştur. Yapı yüksekliği belli sınırdan tutulmuştur. Yer ile bağlantı kuran başka özellikleri de vardır. Kompleksin ön cephesi, Atatürk Bulvarı'na bakmaktadır. Burada zemin katta dükkânlar yer alır. Otopark alanına ilaveten, bu alanda araç yolunun yanında park etme imkânı söz konusudur. Bu açılardan İstanbul Manifaturacılar Çarşısı yapıldığı dönemin özelliklerini yansıtmakta, ayrıca yer ve tarihi çevre ile uyum sağlamaktadır.

Historia Alışveriş Merkezi

Historia Alışveriş Merkezi, Tarihi Yarımada'daki tek alışveriş merkezidir. Yapı, Fatih'in en geniş caddesi olan yeni adıyla Adnan Menderes Bulvarı, eski adıyla Vatan Caddesi üzerinde yer alır. Yapı yoğun bir konut dokusu içindedir. Betonarme apartmanlar, çoğunlukla 5-6, yer yer 7-8 kat yüksekliğe sahiptir. Cadde üzerinde bazı yerlerde Doğu Roma ve Osmanlı dönemi yapıları yer alır. Tarihi yapılar, çevrelerinde yoğun ve yüksek katlı yapılaşma olduğu ve Tarihi Yarımada'nın trafiği yoğun olan ana caddelerinden biri üzerinde yer aldıkları için yeterince algılanmazlar. Historia Alışveriş Merkezi, Tarihi Yarımada'nın ortasından geçen iki ana cadde olan Adnan Menderes Bulvarları ve Turgut Özal Caddesi (eski adıyla Vatan ve Millet Caddeleri)'nin kesiştiği yere yakın noktadadır. Bu açıdan toplu taşımayla ulaşılabilen, merkezi bir konumdadır. Yapıya tramvay ve metro ile erişim sağlanabilmektedir. Önünde belediye otobüs durağı, yanında minibüslerin ilk durağı (park alanı) ve taksi durağı vardır. Yakın yerlere giden müşteri servislerine sahiptir (Özçakı, 2013, s.25, 28).

Dört bodrum ve dört normal kattan meydana gelen yapı toplam 51.540 m²'dir. Zemin, birinci ve ikinci katlarında mağazalar; üçüncü katında yemek birimleri; üst katında da sinemalar ve yönetim ofisleri bulunur. Yapının ortasında katlar arasında görsel bağlantıya imkân veren galeri boşluğu ve iki yanında yürüyen merdivenler yer alır. Galeri boşluğunun üstündeki cam ışıklık, yapının gün ışığı almasına imkân tanır. Galeri boşluğunun çevresinde yürüme yolu ve dükkânlar vardır. Yapının bodrum katlarında 650 araç kapasiteli otopark bulunmaktadır. Toplam sekiz adet sinema salonuna sahiptir ve üst katın büyük bölümünü salonlar kaplar (Özçakı, 2013, s.26-28, 30).

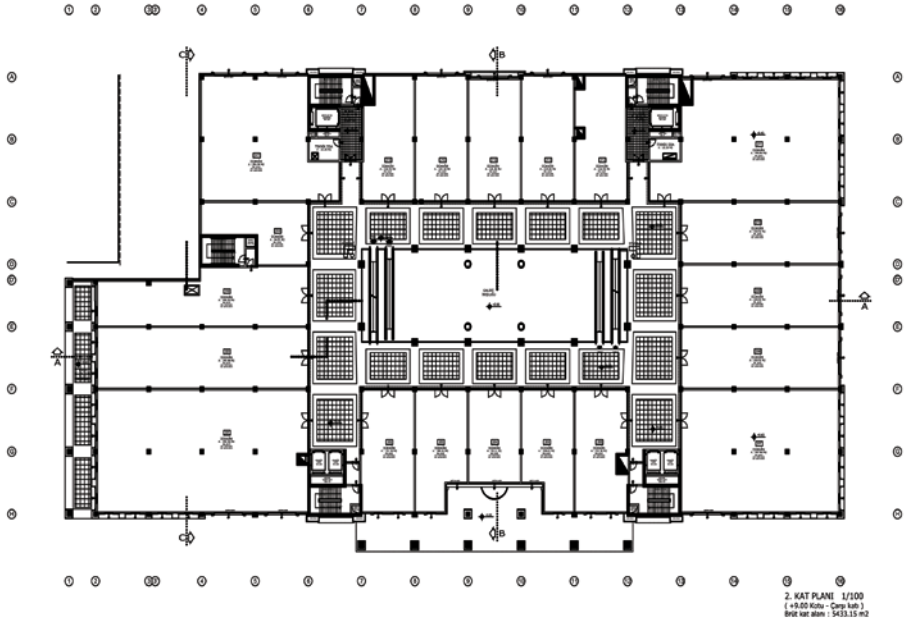
Tarihi Yarımada'da iş hanları, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Binası, Sultanahmet Adliyesi, Tıp Fakülteleri, oteller ve bazı kamu binaları gibi 19. Yüzyıl'da ya da Cumhuriyet Dönemi'nde inşa edilen büyük boyutlu az sayıda bina vardır. Historia Alışveriş Merkezi, Tarihi Yarımada'da az sayıdaki büyük boyutlu binalardan biridir (Özçakı, 2013, s.25). Yapı, çevresindeki apartmanlarla aynı yüksekliktedir; ancak zeminde kapladığı alan, bu yapılara oranla geniştir. Yapının çevresindeki kentsel doku, Tarihi Yarımada'nın korunmuş olan turistik bölgelerinden farklıdır. Historia Alışveriş Merkezi, kentsel kimliğin ve geleneksel kentsel ilişkilerin zayıfladığı bir yerde inşa edilmiştir. İlk örnekleri batı toplumlarında görülen alışveriş merkezi tipolojisindedir. Kentin en eski merkezinde yer almakla birlikte geleneksel alışveriş yapılarından farklıdır (Şekil 11-15).

Historia Alışveriş Merkezi güvenli olması; yapay aydınlatma ve havalandırma-ya sahip olması; iç mekânın sabit bir sıcaklıkta olması; markalı ürünlerin satılması; konfor sunması ile yeni tarz bir alışveriş ortamı yaratmaktadır. İç mekânında yürüyen merdiven, asansör gibi elemanların yer alması; çevresi dükkânlarla çevrelenmiş galerili kurgusu; yemek yeme ve sinema izleme gibi programların aynı yapıda yer alması gibi özelliklere sahiptir. Güvenlik önlemleri alınmış bir yapıdır. Yapının cephesinde tarihi çevre ile bağlantı kurmak amacıyla gelenekseli anımsatan elemanlara yer verilmiştir. Düzenlemeler yapının Tarihi Yarımada'da yer alması ve tarihi çevre ile ilişki kurmasına yeterince yanıt vermeyen, noktasal düzenlemelerdir.

İstanbul Tarihi Yarımada'daki Alışveriş Mekânlarının Üç Yapı Üzerinden İncelenmesi: Kapalıçarşı,
İstanbul Manifaturaclar Çarşısı ve Historia Alışveriş Merkezi



Şekil 11. Historia Alışveriş Merkezi girişi



Şekil 12. Historia Alışveriş Merkezi planı



Şekil 13. Historia AVM iç mekânı



Şekil 14. Historia AVM iç mekânı



Şekil 15. Historia Alışveriş Merkezi iç mekânı

Historia Alışveriş Merkezi yapısı, konumu, çevre ile ilişkisi, plan özellikleri itibariyle Tarihi Yarımada'daki geleneksel alışveriş dokusu ile bağlantılı değildir. Yerin özgün dinamiklerinden bağımsız olarak tarihi alanda yer almaktadır. Cephesinde yer verilen tarihsel çağrıştıran mimari elemanlar dışında, iç mekân kullanımı göz önünde bulundurulduğunda alışlagelmiş alışveriş merkezi şemasına sahiptir. Cephe özellikleri ve plan kurgusu açısından Tarihi Yarımada ile yeterince bağlantı kurmamaktadır.

Günümüz Alışveriş Mekânları olan Alışveriş Merkezleri

Tarih boyunca insanlar agora, forum, panayır, çarşı, han, kervansaray, bedesten, pazar alanları ve benzeri alışveriş yerlerini kullanmıştır (Aksel Gürün, 2005, s. 63). Alışveriş mekânları, insanların bir araya geldikleri, ihtiyaçlarına yönelik ürünler satın aldıkları, toplumsal hayatta önemli yeri olan ve zaman içinde kentsel bellekte yer edinen mekânlardır (Özçakı, 2013, s.34). Dünyanın farklı yerlerinde yaygınlık kazanmakta olan Alışveriş Merkezi olarak adlandırılan yapı tipi ise yakın tarihtir. İlk örnekleri 1950'li yıllarda Amerika'da inşa edilmiştir (Vural Aslan, 2009, s.81).

Alışveriş merkezleri çevreleriyle kurdukları ilişki ve iç mekân özellikleri açısından Koolhaas ve Mau (1995)'nin "Büyüklik Kuramı" ile ifade ettikleri yapılara örneklerdir. Kritik bir kütlede ötesinde büyük yapılardır. Onu meydana getiren parçalar, bağımsız olmakla birlikte bütüne tabidir. Katlar arasındaki ilişkilerin sağlanmasında asansör, yürüyen merdiven gibi mekanik buluşlardan yararlanır. Yürüyen merdivenler sayesinde her kat, zemin kat gibi kullanılabilir. Büyük yapılar oldukları için kompozisyon, ölçek, oran ve detay önemli değildir. Yapının çekirdeği ve kabuğu arasındaki mesafe fazla olduğundan, yapının cephesi iç mekânı yansıtmaz. Başka bir ifadeyle yapının iç ve dışı birbirinden bağımsızdır. Yapının içinde birçok program yer alır. Adeta kentin bir bölümünü içine almış gibidirler. Bu şekilde kentsel bağlamdan bağımsız olabilirler ve kendi kamusalıklarını yaratırlar (Koolhaas and Mau, 1995).

Alışveriş merkezleri kent dışında geniş otopark alanları ile çevrelenmiş ya da kent içinde, taşıt yollarının arasında, çevrelerinden kopuk ve tekil birimler şeklindedir (Vural Aslan, 2009, s.81). İçlerinde sokaklar, dükkânlar, bankalar, kafeler, çocuk oyun alanları, yemek yeme yerleri, yapay ya da gerçek bitkiler, havuzlar, meydan saatleri yer alabilir. İnsanların tüm günlerini geçirmelerine imkân verecek şekilde düzenlenirler. Kente ait elemanları barındırarak, küçük bir kenti çağrıştıırırlar (Yırtıcı, 2005, s.123; Vural ve Yücel, 2006, s.104). Baudrillard (1997, s.22) alışveriş merkezlerinin kent yaşamını anımsattığını ve gündelik hayattan görüntülerle dolu

olduğunu ifade eder. Kentlerde dağınık olarak bulunan, karmaşıklık yaratan ve kopuk olan emek, eğlence, doğa, kültür gibi etkinliklerin tümünün, bu şekilde aynı kesintisiz alışveriş gezisinde birleştiğini belirtir (Baudrillard, 1997, s.22). Yırtıcı (2005, s.123-124), bu mekânları her mevsim ve günün farklı saatlerinde kesintisiz tüketim imkânı sundukları için tüketim toplumunun ütopyası şeklinde ifade eder.

Alışveriş merkezleri, çevreleri ile ilişki kurmamaları, iç mekânsal kurguları ve dünyanın farklı yerlerinde benzer özellikler göstermeleri nedeniyle Auge (1997)'nin yok-mekân (non-lieu / non-places) şeklinde ifade ettiği mekânlara örnektir. Mekânlar tarih içinde değişime uğrayarak biçimlenir, diğer bir ifadeyle mekânla tarihsel bir bağ kurulabilir. Ancak yok-mekânlar bu özelliğe sahip değildir (Auge, 1997). Alışveriş merkezleri, kendi özgün iç mekân düzenlerine sahiptir. Tarihsel değildirler ve insanlar mekânla geçmişten gelen bir ilişkiye sahip olmaz (Auge, 1997; Vural Aslan, 2009, s.82; Tanyeli, 2004). Alışveriş merkezlerinde yaratılan zamansızlık ve mekânsızlık ile bir bakıma yer duygusu yok edilir (Yırtıcı, 2005, s.122-123). Mekânın düzenlenmesinde, yürüme mesafelerinin belirlenmesinde, düşey dolaşım elemanlarının konumlanmasında tüketime yönlendirme amacı etkilidir. Güvenlikten geçilerek yapıya girilir. Yazılı kurallar olmasa da yüksek sesle gülmek, konuşmak, bağırarak gibi aşırı davranışlarda bulunulmaz. Personellerin kılıplaşmış söz ve mimiklerle davranması gibi belli kurallar vardır (Vural ve Yücel, 2006, s.105). Bunlar Baudrillard'ın günümüzün kamusal mekânları olan alışveriş merkezlerinde kamusal ilişkinin doğallığını kaybetmiş ve tiplleşmiş olduğu yorumuna örnektir (Özçakı, 2013, s.36).

Alışveriş merkezlerinde insanlar mekânsal kurgu, yerden ve zamandan bağımsız ortamlar ile tüketime yönlendirilir (Vural ve Yücel, 2006; Aksel Gürün, 2005, s.64; Birol, 2005, s.424; Vural, 2005, s.190; Keskinok, 2009, s.76). Baudrillard'ın ifade ettiği gerçeğin aşıldığı, "hipergerçek" mekânlardır (Baudrillard, 2005; Yırtıcı, 2002, s.36-37). Benjamin büyük mağazaları, pasajları, tramvayları, trenleri, caddeleri, binaları; sergilenen mallar ve gezinen insanlarla birlikte "rüya âlemi" şeklinde tanımlamıştır. Ona göre Kapitalist ve Modernist yeniliklerle metaların sürekli yenilenmesi ve sergilenmesi rüya âlemini yaratır. Bu Marx'ın Kapital'indeki "meta fetişizmi" ile ilişkilidir (Featherstone, 2005, s.52-53, 126). Benjamin, büyük mağazaları ve kapalı çarşıları "tüketim kültürünün 'rüya âlemleri'" şeklinde ifade eder (Featherstone, 2005, s.126). Alışveriş merkezleri ile Benjamin'in "rüya âlemi" tanımı arasında ilişki kurulabilir (Benjamin, 2007; Tiedemann, 2007, s.15-16). Baudrillard (1997)'a göre alışveriş merkezleri, "tüketim toplumu"nda vazgeçilmezdir ve "tüketim toplumu" olmanın idealini yansıtır. Tüketim, gelişmekte olan ülkeler

için temel yaşamsal ihtiyaçları karşılamak iken, gelişmiş ülkelerde bu kültürel ve sosyal olanakları geliştirmek ve sürdürmek için belli bir yaşam biçimine dönüşmüştür (Tezcan, 2009, s. 46). Tüketim tercihlerde özgürleşme ve daha eşitlikçi bir ortam yaratılmakla birlikte, ideolojik olarak yönlendirilen ve toplumsal ilişkileri zayıflatan bir faaliyet olarak da değerlendirilebilir (Featherstone, 2005, s.36-37).

Alışveriş merkezlerinin tercih edilme nedenleri arasında “hayat tarzı”nın değişen anlamı ve tüketimin bir kimlik yaratma aracı olarak kullanılması da vardır. Bi-reylerin giyim, kuşam tarzları; ortak bir takım kültürel sembolleri paylaşmaları; kendilerini farklı kılmak istemeleri (Bacock, 1997, s.27), markalı ürünlere sahip olmak ve alışveriş merkezlerinde zaman geçirmek istemeleri bunda etkilidir (Özçakı, 2013, s.41). Küreselleşme, kapitalizm, neoliberalizm bağlamında tartışılan, güçlenen sermaye ve tüketime dayalı ekonomik sistem, yapıların mimarisini de etkiler. Yapılar, içinde yaşanan yerler olmanın ötesinde tüketim ve yatırım objesi olarak da görülür (Güzer, 2009, s.15-16; Öncü ve Weyland, 2007, s.9). Bu durum ofisler, oteller, gökdelenler gibi alışveriş merkezlerinin mimarisinde de gözlemlenir. Harvey (2008, s.81) yaşanan süreci, kapitalizmin bir coğrafyayı yıkıp kendi istekleri doğrultusunda yeniden inşa etmesi şeklinde tanımlar.

Türkiye’de alışveriş merkezleri 1980’li yıllardan itibaren inşa edilmeye başlamıştır. Galleria Türkiye’nin ve İstanbul’un ilk alışveriş merkezi olarak 1988 yılında açılmıştır (Galleria Alışveriş Merkezi). Türkiye’de alışveriş merkezlerinin sayısı ve kullanımı 2000’li yıllarda artış göstermiştir (Özçakı, 2013, s.36-37). Kent merkezinde yer alıp sonra boşalan üretim alanları, 1980’lerden itibaren sermaye açısından cazip olarak görülmüştür. Bu yerlerde alışveriş merkezleri açılmıştır. İstanbul’da eskiden fabrikaların yer aldığı Büyükdere Caddesi’nde, günümüzde alışveriş merkezlerinin olması bunun örneğidir. Yırtıcı (2005, s.109)’ya göre bir tüketim mekânı olan alışveriş merkezlerinin mekânsal düzenlemelerinde, sermayenin zaman ve mekân üzerindeki etkileri somut olarak görülür. Kentteki kamusal alanların değişiminde “kârlılık ve rant” faktörleri önemlidir. Alışveriş merkezleri tüketim odaklı dinlenme ve kültür etkinliğine sahiptir (Keskinok, 2009, s.75). Kentteki diğer dükkânlarla karşılaştırıldığında, rekabet ortamı yaratırlar (Vanlı, 2008). Kentlerdeki arsaların değer kazanması ile yapılarda fazla sayıda programa yer verilmesi yaygınlık kazanmıştır (Görgülü ve Görgülü, 2010, s.47). Serbest piyasa koşullarının artması, yurtdışı ile ilişkilerin gelişmesi, ithal ürünlerin piyasadaki varlığı, kredi kartı kullanımının yaygınlaşması (Bali, 2002; Özyayın ve Firidin Özgür, 2009,

s.85) alışveriş merkezlerinin benimsenmesinde etkili olmuştur. Tüketim etkinliğinin artması ile küresel düzeyde tanınan markaların yer aldığı alışveriş merkezleri de artmıştır.

“Hayat tarzı” tüketimle kurulan, ayrıştırıcı bir stilin ifadesidir. Türkiye’de alışveriş merkezleri Avrupalılık, “Avrupalı” mekânlar ve Çağdaşlık ile tanımlanmıştır (Ahıska ve Yenal, 2006, s.5, 75). Türkiye’de yeni seçkinler grubu kendini “modern”, “Batılı”, “dünyalı” olarak tanımlarken, bunların dışındakileri henüz bir hayat tarzı statüsü edinememiş şeklinde değerlendirmiştir (Ahıska ve Yenal, 2006, s. 5). Alışveriş merkezlerinde bulunmak, vakit geçirmek ve satılan ürünlere sahip olmak bir statü sembolü şeklinde değerlendirilir.

Alışveriş merkezleri, kendi kamusalıklarını yaratarak kentsel mekânda var olurlar. Geleneksel alışveriş mekânlarından mimari düzenleri, farklı programları barındırmaları, vb. sebeplerden ayrılırlar. Farklı yaş gruplarındaki bireylere hitap ederler. Sadece alışveriş değil; yeme - içme, kültür, eğlence gibi farklı aktiviteler söz konusudur. Kıyafet alma, yemek yeme, kafeye gitme, sinema seyretme, pastaneye gitmenin yanı sıra market alışverişi, kitap alma, elektronik ürün alma gibi etkinlikler de söz konusudur. Bazılarında kuaför, ayakkabı tamircisi, çiçekçi, çilingir, kuru temizleme, tiyatro, sanat galerisi, eğlence alanları, lunapark vb. mekânlar vardır. Konser gibi etkinlikler de gerçekleşebilir. Yeni bir kamusalılık biçimi tanımlarlar. Suni havalandırma ve aydınlatma imkânı ile insanları zamandan kopararak tüketime yönlendirirler. Günümüzde dünyanın birçok noktasında var olmaları ile alışıl gelmiş ve baskın tipolojideki alışveriş mekânları şeklinde tanımlanabilirler.

Tartışma ve Sonuç

Alışveriş merkezleri, günümüzün tüketim mekânları olarak kentsel mekânda yer alır. Yeni bir yapı tipolojine sahip olarak sermayeyi temsil ederler ve iç mekân özellikleri ile tüketime yönlendirirler. Boş zaman etkinliklerinin gerçekleştirilmesine imkân vererek, yeni bir kamusalılık tanımlarlar. İnsanların yemek yiyerek, sinema izleyerek, alışveriş yaparak, sergi gezerek, çocukların ayrıca oyun oynayarak tüm günlerini geçirebilecekleri ortamlar yaratırlar. Büyük boyutlu olmaları; otoparka sahip olmaları; dışarıya kapalı olmaları; kentsel doku ile ilişki kurmamaları; yapay iklimlendirme ve aydınlatma ile dış mekândan yalıtılmış olmaları; asansör ve özellikle yürüyen merdivenle üst katlara zemin gibi erişim kolaylığı sağlamaları; markalı ürünlerin satıldığı dükkânlara sahip olmaları; içlerinde sinema salonları, yemek mekânları, spor salonları, süpermarket gibi farklı kullanımları barındırmaları gibi

özelliklere sahiptirler. Alışveriş merkezleri, kent ile olan ilişkileri ve iç mekân kullanımları açısından geleneksel alışveriş mekânlarından farklıdır. İstanbul Tarihi Yarımada'daki tek alışveriş merkezi olan Historia Alışveriş Merkezi, geleneksel ticaret dokusundan farklıdır. Dünyanın ya da Türkiye'nin herhangi bir kentinde görülebilen bir alışveriş merkezi özelliklerine sahiptir. Alışveriş merkezleri sayıca artmış oldukları için artık kanıksanmışlardır.

Günümüzde alışveriş merkezlerinin değil; artık Kapalıçarşı, arasta ve pazarların “rüya âlemi” haline geldikleri ifade edilebilir. Tarihi alışveriş mekânlarının turizm eksenli dönüşümü ve otantik eşyaların satılması ile hayali ortamlar meydana gelir. İstanbul Tarihi Yarımada'daki üç yapı olan Kapalıçarşı, İstanbul Manifaturacılar Çarşısı ve Historia Alışveriş Merkezi bağlamında modern olan tartışılabilir. Osmanlı Dönemi'nde inşa edilen kentteki en eski ticaret yapılarından olan Kapalıçarşı'nın tüm kapılarında günümüzde detektörlü güvenlik görevlileri yer alır. Satılan mallar ile turistlere yönelik hizmet de sunulmaktadır. Liman-Kapan-Han-Çarşı ilişkisi ortadan kalktığı için Kapalıçarşı bazı alışveriş aksları ile olan bağlantısı dışında, tekil bir yapı haline gelmiştir. Kapalıçarşı eskiden kentin üretim ve tüketim ilişkilerinde kilit bir konumda bulunmaktaydı. Bu sistemin içinde halk, saray, üretim, araştırma ve geliştirme çalışmaları ve diğer kentler ve ülkeler arasındaki ticarete önemli role sahipti. Günümüzde turizm eksenli bir dönüşüm geçirmektedir. Tarihi mekânda yer alan alışveriş merkezinin mimari kurgusunda geleneksel doku etkili olmamışken, modern şeklinde tanımlanan durum geleneksel alışveriş mekânındaki gündelik hayat pratiklerinde etkili olmuştur.

Tarihi Yarımada'daki diğer bir alışveriş yapısı olan İstanbul Manifaturacılar Çarşısı ise modern mimarlık dönemine ait bir yapıdır. Bir dönem yapının yıkılması ve arsasına “Osmanlı Mahallesi” olarak ifade edilen bir projenin yapılması gündeme gelmiştir. Modern Mimarlık mirasına ait bir yapının yıkılıp yerine tarihiymiş gibi gözükken yapıların yapılmak istenmesi çelişkili bir durumdur. İstanbul Manifaturacılar Çarşısı'nın mekânsal kurgusunun geleneksel mimari ile ortak noktaları vardır. Avlulu yapısı ile hanları anımsatmaktadır.

Üç yapıda, modern olanın gelenekselleşmesinin, geleneksel olanın ise modernleşmesinin izleri görülür. Kapalıçarşı eski kentsel ilişkilerin azalması, turistik bir mekân haline dönüşmesi ile geleneksel kullanımdan uzaklaşmaktadır. İstanbul Manifaturacılar Çarşısı, inşaat teknolojisi, yapıldığı zaman dilimi, üslubu açısından modern mimarlık üslubundadır. Bununla birlikte geleneksel hanlara benzeyen mimari kurguya sahiptir. Çevresinde yer alan tarihi yapıların konumları, kompleksin biçimlenmesinde etkili olmuştur. Historia Alışveriş Merkezi küreselleşmenin etkisi

ile dünyanın farklı yerlerinde uygulanan, plan ve boyutsal özellikleri açısından alışılabilen alışveriş merkezi şemasına sahiptir. Cephesinde yer verilen tarihi unsurlarla tarihi çevre ile ilişki kurmaya çalışarak modern olanın gelenekselleşmesi ya da en azından gelenekselleşmiş gibi görünmesine örnektir.

Yere ait olma, kamusalılık gibi kavramlar bütün alışveriş merkezleri bağlamında ele alınıp tartışılabilir. Bununla birlikte Historia Alışveriş Merkezi, içinde yer aldığı Tarihi Yarımada'nın 8.000-8.500 yıllık tarihi ve geleneksel alışveriş dokusu düşünüldüğünde ilgi çekici hale gelir. Tarihi Yarımada'daki tek alışveriş merkezidir ve bölge açısından yeni bir yapı tipidir. Bununla birlikte dünya, Türkiye ve İstanbul genelindeki benzerleri bağlamında değerlendirildiğinde alışılabilmiş, hatta gelenekselleşmiş alışveriş merkezi tipolojisinin örneğidir. Yapı dış çevreden yalıtılmış olarak, iç mekân kurgusu ve konfor şartları açısından "modern alışveriş ortamını" tanımlar. İçinde küresel markalar yer almakla birlikte gündelik hayatta insanların gereksinimlerini karşılayan ürünlerin satıldığı bir yer konumundadır. Kent bir insan bedeni, yapı ise bir organ olarak düşünüldüğünde, Historia Alışveriş Merkezi, işlevini tam olarak yerine getiremeyen bir organın yerine yapay/ mekanik olanın eklenmesi ve vücut tarafından da benimsenmesinin örneğini oluşturur. Yoğun bir konut dokusu içinde yer almakta ve yabancı turistler tarafından da kullanılmaktadır. İçinde yer aldığı çevredeki kullanıcılar tarafından benimsenmiştir. Tarihi Yarımada gibi ticaret ve alışverişin tüm kentsel yapıya nüfuz ettiği bir alanda, kentsel dokudan farklılaşan bir yapı tipi olan alışveriş merkezi, kendi kuralları bağlamında alanda yer almaktadır. Meydana getirildiği yapı üretim teknolojisi ile ısıtma-soğutma ve havalandırma sistemi yapay/ mekanik olma durumunu vurgular.

Kaynakça

- Ahıska, M. ve Yenal, Z. (2006). *Aradığımız kişiye şu an ulaşamıyoruz: Türkiye'de hayat tarzı temsilleri 1980-2005*. İstanbul: Osmanlı Bankası Araştırma ve Arşiv Merkezi.
- Aksel Gürün, B. (2005). Alışveriş merkezlerine karşı kent merkezi. *Planlama*, 1, 63-74.
- Auge, M. (1997). *Yer-olmayanlar: Üstmodernliğin antropolojisine giriş*. (T. Ilgaz, Çev.). İstanbul: Kesit Yayıncılık.
- Bacock, B. (1997). *Tüketim*. (İ. Kutluk, Çev.), Ankara: Dost Kitapevi.
- Bali, R. N. (2002). *Tarz-ı hayat'tan life style'a: Yeni seçkinler, yeni mekânlar, yeni yaşamlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Baudrillard, J. (1997). *Tüketim toplumu*. (F. Keskin ve H. Deliceçaylı, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Baudrillard, J. (2005). *Simülaklar ve simülasyon*. (O. Adanır, Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- Benjamin, W. (2007). *Pasajlar*. (A. Cemal, Çev.). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

İstanbul Tarihi Yarımada'daki Alışveriş Mekânlarının Üç Yapı Üzerinden İncelenmesi: Kapalıçarşı,
İstanbul Manifaturacılar Çarşısı ve Historia Alışveriş Merkezi

- Biröl, G. (2005). Çağdaş alışveriş merkezlerinde kent dokusunun yeniden yorumlanması. *Gazi Üniversitesi, Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 20(4), 421-427.
- Çeker, A. (Edt.)(t.y). *Fatih rehberi*, İstanbul: T.C. Fatih Belediye Başkanlığı, Kültür A. Ş.
- Ellin, N. (1999). *Postmodern urbanism*. New York: Princeton Architectural Press.
- Featherstone, M. (2005). *Postmodernizm ve tüketim kültürü*. (M. Küçük, Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Frampton, K. (2002). *Modern architecture: A critical history*. London: Thames & Hudson.
- Freely, J. (2008). *Türkiye uygarlıklar rehberi*. 1. Cilt: *İstanbul*, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Galleria Alışveriş Merkezi. (t.y). *Kurumsal*. <https://www.galleria.com.tr/kurumsal/> adresinden erişilmiştir.
- Görgülü Z. ve Görgülü T. (2010).Türkiye'de planlama ve mimarlık alanının son 10 yılı. *Mimarlık*, 352, 46-48.
- Gülersoy, Ç. (2003). Kapalıçarşı. *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*. İçinde (Cilt. 4, s. 422-430). İstanbul: Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı.
- Güzer, C. A. (2009). Bir planlama anlayışı olarak kentsel dönüşüm. *Mimarlık Kültürü Dergisi*, 7, 15-17.
- Harvey, D. (2008). *Umut mekanları*. (Z. Gambetti, Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- İstanbul (1993-1994). Manifaturacılar Çarşısı. *Dünden Bugüne İstanbul Ansiklopedisi*. içinde (Cilt. 5, s. 296-297). İstanbul: Kültür Bakanlığı ve Tarih Vakfı.
- İstanbul Manifaturacılar Çarşısı.(t.y). *Anasayfa*. <http://www.imc.org.tr/> adresinden erişilmiştir.
- Keskinok, H. Ç. (2009). Kenti tüketmek üzerine. *Mimar.ist*, 33, 74-77.
- Koolhaas R. ve Mau, B. (1995). *S, M, L, XL*, Rotterdam: 010 Publishers.
- Kuban, D. (1996). *İstanbul bir kent tarihi: Bizantion, Konstantinopolis, İstanbul*. İstanbul: Tarih Vakfı.
- Küçükerman, Ö. ve Mortan, K. (2007). *Kapalıçarşı*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Smith, D. N. (Trans.), Oxford, Cambridge: Blackwell.
- Müller-Wiener, W. (2002). *İstanbul'un tarihsel topografyası*. (Ü. Sayın, Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Öncü, A. ve Weyland, P. (2007). Giriş: Küreselleşen kentlerde yaşam alanları ve kimlik mücadeleleri. A. Öncü ve P. Weyland (Der.), *Mekân, Kültür, İktidar, Küreselleşen Kentlerde Yeni Kimlikler* içinde (s. 9-39). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Özaydın, G. ve Firidin Özgür, E. (2009). Büyük kentsel projeler olarak alışveriş merkezlerinin İstanbul örneğinde değerlendirilmesi. *Mimarlık*, 347, 84-88.
- Özçakı, M. (2013). *Yirmibirinci yüzyılda İstanbul Tarihi Yarımada: Projeler üzerinden bir okuma*. Yayınlanmamış doktora tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Tanyeli, U. (2004). Kitle turizmi ve yok-mekân mimarlığı. *Arredamento Mimarlık*, 171, 74-77.
- Tezcan, A. (2009). Tüketim olgusunun anlamsal indirgenmesi ve mekân, artı ürün ve pazaryeri. *Mimar.ist*, 33, 46-52.
- Tiedemann, R. (2007). "Pasajlar yapıtı"na giriş. *Pasajlar* içinde (s. 9-36), W. Benjamin (Yaz.), A. Cemal (Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Toprak, Z., Eldem, E., Baydar, O., Koraltürk, M. ve Güvenç, M. (edt.) (2008). *İstanbul*. İstanbul: Tarih Vakfı (haz.), İstanbul Ticaret Odası.

- Vanlı, Ş. (2008). Babalarını yiyen çocuklar: Günümüz kentleri. *Mimarlık*, 341, 52-56.
- Vural Aslan, T. (2009). Yok-Mekânlar ve Kimliksiz: Alışveriş Merkezleri Örneğinde Yok – (Çok) – Mekân Olgusu. *Mimarlık*, 347, 80-83.
- Vural, T. (2005). *Değişen üretim - tüketim ilişkileri bağlamında alışveriş merkezlerinin anlamsal ve mekânsal dönüşümüne eleştirel bir bakış*. Yayımlanmamış doktora tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.
- Vural, T. ve Yücel, A. (2006). Çağımızın yeni kamusal mekânları olan alışveriş merkezlerine eleştirel bir bakış. *İTÜ Dergisi*, 5(2), 97-106.
- Yırtıcı, H. (2002). Tüketicinin mekânsal örgütlenmesinin ideolojisi. *Çağdaş Mimarlık Sorunları Dizisi: Mimarlık ve Tüketim* içinde (s. 9-38). İstanbul: Boyut Yayın Grubu.
- Yırtıcı, H. (2005). *Çağdaş kapitalizmin mekânsal örgütlenmesi*. İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.