

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

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

Bursa'daki Şehir-dışı Ticaret Yapıları

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

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

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

Resim:17

Resim: 17

Bursa Ticaret Bölgesi

Resim: 18

Özdilek Mağaza Binası.

Resim: 19

Alışveriş Merkezi.

kafeteryası.

Resim: 20

Mağaza yan cephesinden detay.



Resim:18



Resim:19



Resim: 20

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



Resim: 21



Resim: 22



Resim: 23

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

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



Resim: 24

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

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



Resim: 25



Resim: 26

Resim: 25

Kumluk Alışveriş Merkezi.

Resim: 26

Bursa Carrefour'dan detay.

Resim: 27

Bursa Real.



Resim: 27



Resim: 28



Resim: 29

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

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

kadar tasarımlarının her aşamasında standart bir çizgiyi yakaladıkları söylenebilir.

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

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



Resim: 30

Resim: 30

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

Resim: 31

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

Resim: 32

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



Resim: 31



Resim: 32



Resim: 33



Resim: 34



Resim: 35



Resim: 36

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

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

sıklıkla rastlanmaktadır.

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

Deri tekstil ürünlerinin satıldığı bir



Resim 38

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

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

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



Resim 37

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



Resim 39

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

Bir başka mobilya mağazasında ise (Resim



Resim 40

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



Resim 41



Resim 42

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



Resim 43

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






Resim 44

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

Sonuç

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

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

Resim: 45

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

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

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

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

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

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

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

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

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

KAYNAKÇA

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

RESİM KAYNAKLARI

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