

Ankara'nın Kentsel Yaşamına İz Bırakmış Bir Mekân: Vakko Kızılay Mağazası

A Place that Left its Mark on Ankara's Urban Life: The Kızılay Store of Vakko

Umut ŞUMNU

Dr., Öğretim Üyesi, Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, Ankara
usumnu@gmail.com
ORCID ID: 0000-0003-1172-0532

Begüm ULUYURT

Yüksek Lisans Öğrencisi, Başkent Üniversitesi Güzel Sanatlar Tasarım ve Mimarlık Fakültesi, İç Mimarlık ve Çevre Tasarımı Bölümü, Ankara
begum_uluyurt@hotmail.com
ORCID ID: 0000-0001-7349-9170

DOI: 10.5505/jas.2019.43434

Öz

Vakko, erken cumhuriyet döneminden günümüze, Türkiye'de giyim kuşam alanında ilkleri gerçekleştiren öncü bir moda markasıdır. Vakko, kılık kıyafet devriminin getirdiği değişim sonucunda ortaya çıkan Şen Şapka'dan başlayarak, Türkiye'de kadın, erkek, genç ve çocuk giyiminde - giysiden kumaşa, ayakkabıdan aksesuara- Batılı anlamda giyim tarzını ülkemize getiren ve ülkemiz insanıyla tanıştıran önemli bir marka olmuştur.

Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrası dünyada ve Türkiye'de değişen siyasal ve toplumsal ortam, yetinen toplumdan tüketen topluma geçiş, Vakko'nun mağazacılık alanında da önemli atılımlar yapmasına yol açmıştır. 1962 yılında hizmete açılan İstanbul Beyoğlu mağazasından başlayarak, Türkiye'nin büyük şehirlerinde açtığı mağazalarla Vakko, Türkiye'nin Batılı anlamda ilk büyük moda merkezlerinin kurulmasına da ön ayak olmuştur. Dönemin departmanlı mağazacılık anlayışının önemli temsilcileri arasında sayılabilecek bu mağazalar sadece satış ve satış sonrasına ilişkin getirdiği yeniliklerle değil aynı zamanda mekânsal anlamda sunduğu yaşam kültürüyle de öne çıkmıştır. Çoğunluğu mimar Abdurrahman Hancı tarafından tasarlanan Vakko mağazaları basit birer alışveriş merkezi olmanın yanında barındırdığı sanat galerisi, çay salonu, bahçesi gibi sosyal mekânlar ve bu mekânlarda düzenlenen etkinliklerle doğrudan kent yaşamının önemli bir parçası haline gelmiştir.

Bu kapsamda çalışmada, Vakko'nun kurumsal tarihi ve mağaza ya da üretim mekânlarına ilişkin belgelemenin ardından özellikle Ankara Kızılay'da bulunan mağazasına odaklanılmış ve mimari çizimler, fotoğraflar, sözlü anlatımlar ve dönemin filmlerindeki sahneler üzerinden Ankara'nın kentsel yaşamında önemli bir yeri olan ve moda, sanat ve mimarlığın özenli bir şekilde bir araya getirildiği bu mekân yeniden hatırlanmaya çalışılmıştır.

Anahtar sözcükler: Vakko, Modern mağazacılık, Abdurrahman Hancı, Mimarlık, Sanat, Moda, Ankara

Abstract

Established in the early years of the Republic, Vakko has been a pioneering clothing brand in the field of textiles and readymade clothes industry in Turkey. Beginning with Şen Şapka, which found its origin in the Hat and Dress Revolution (a major revolution that was part of Turkey's modernization and adoption of Western aesthetics, values and changes), Vakko has been an important brand that introduced western way of dressing to Turkish women, men, young people and children.

Especially after World War II, the changing political and social environment in the world and in Turkey that produced a consumer society has led Vakko to make significant breakthroughs also in retail. Starting from Vakko's first store in Beyoğlu, Istanbul in 1962, the brand established several stores in various large cities in Turkey, thereby paving the path of the first big fashion centers in the western sense. These stores can be regarded as the early representations of department stores of the period; and besides being mere shopping spaces, they also serve as social spaces. In addition to its retail and shopping areas, these stores, most of which were designed by the architect Abdurrahman Hancı, generally accommodate art galleries and cafes. Activities in these social spaces, like art exhibitions and fashion shows, made Vakko stores an important part of everyday urban life.

In this context, this study will primarily give information about the brand's history as well as its stores and production spaces, focusing particularly on Vakko's store in Kızılay, Ankara. Through architectural drawings, old photographs, oral history and scenes from Turkish films of that era, this article aims to re-remember Vakko, where fashion, art and architecture were joined in harmony.

Keywords: Vakko, Modern retail, Abdurrahman Hancı, Architecture, Art, Fashion, Ankara

Giriş

Ankara'nın kentsel yaşamında kalıcı bir yeri olan Vakko Kızılay mağazası, Vakko markasının erken cumhuriyet döneminden başlayan ve günümüze kadar gelen uzun soluklu hikâyesinin bir parçasıdır. Vakko'nun hikâyesi, erken cumhuriyet döneminde kılık kıyafete ilişkin yapılan reformlar kapsamında, İstanbul'da açılan küçük bir şapka dükkânıyla başlar. Markanın tanınırlığı, üretimini eşarba ve emprimeye yoğunlaştırmasıyla iyice artar. Özellikle İkinci Dünya Savaşı'nın ardından kendi üretimini yapar hale gelmesi ve ürün yelpazesini genişletmesiyle marka iyice büyür ve Vakko, Türkiye'de kadın, erkek, genç ve çocuk giyiminde - giysiden, kumaşa, ayakkabıdan aksesuara- Batılı hazır giyim tarzını Türkiye'ye getiren ve ülke insanıyla tanıştıran önemli bir marka haline gelir.

Vakko markası, sunduğu Batılı ve modern moda tasarımlarının yanında, Türkiye'de modern mağazacılığın oluşmasında ve gelişmesinde de öncü bir rol üstlenir. Pazarlıksız satış, indirim günleri, ürün garantisi, iade ve değişim gibi satışa ve satış sonrasında ilişkin pek çok Batılı uygulama ilk kez Vakko mağazalarında deneyimlenir (Hakko, 1988) (Şekil 1).

Türkiye'nin büyük şehirlerinde açılan Vakko mağazaları, sundukları mekânsal deneyimle de öne çıkarlar. Mağazalar, sadece firma tarafından üretilen ürünlerin sergilendiği ve satıldığı bir alışveriş mekânı olmalarının ötesinde, barındırdıkları sanat galerisi, çay salonu, bahçesi gibi sosyal mekânlar ve düzenledikleri sergi, defile gibi etkinliklerle de kent yaşamının önemli bir parçası haline gelirler.

Bu noktada çalışmada, Vakko mağazalarına ve özellikle de 1973 yılında Abdurrahman Hancı tarafından tasarlanan Vakko Kızılay mağazasına yeniden bakılması amaçlanmaktadır. Bunu yaparken çalışmada, ilk olarak, Vakko markasının oluşum ve gelişim sürecine bakılacaktır. Vitali Hakko'nun biyografik anlatımları ve dönemin dergi ve gazetelerinde yayımlanan Vakko reklamları üzerinden geliştirilecek olan bu tartışma Vakko markasının üstlendiği öncü konumun anlaşılmasına yardımcı olacaktır. Çalışmada, daha sonra



Şekil 1. Vakko garanti fişi.

Kaynak: Umur Şumnu Koleksiyonu.



Vakko'nun üretim mekânları ve mağazalarının analizi üzerinden markanın moda tasarımına ilişkin yaklaşımının nasıl mekânsallaştığı sorgulanacaktır. Bu tartışma çoğunlukla mimari projeler, fotoğraflar ve Vakko mağazalarında çekilmiş Türk filmleri üzerinden aktarılmaya çalışılmaktadır. Mimarlık, sanat ve modanın tutarlı bir şekilde bir araya getirildiği bu üretim ve sergileme ve satış mekânları, Vakko Kızılay mağazasını daha iyi anlamamıza ve Ankara'nın kentsel yaşamında önemli bir yeri olan bu mekânın hem Ankara'nın mağazacılık ortamına hem de sosyal ve kültürel hayatına getirdiği yenilikleri daha iyi kavramamıza yardımcı olur.

Vakko'nun Tarihi

Türkiye'de modern mağazacılığın öncülerinden biri olan Vakko markasının temeli, 1934 yılında Vitali Hakko tarafından Şen Şapka adıyla kurulan küçük bir şapkacı dükkânına dayanır. Erken cumhuriyet döneminde modernleşme ve batılılaşma amacıyla gerçekleştirilen bir dizi reform içinde, giyim alanında yapılan reformların önemli bir yeri olmuş ve 1925 yılındaki şapka ve kıyafet devrimiyle giyim alanında radikal bir değişim öngörülmüştür. Vitali Hakko'nun aktardığına göre Şen Şapka, modern giyim alanında hiçbir geçmişi, hazırlığı ve altyapısı olmayan ve "erkeklerin bile şapka giymediği" bir ülkede kadına şapka giydirmeyi ve özellikle büyük şehirlerde bunu moda haline getirip yaygınlaştırmayı başaran bir kuruluş olur (Hakko, 1997, ss. 69-70).¹

Kısa bir süre sonra eşarabın şapkanın yerini alacağını ve daha da önemlisi eşarabın, belirli bir seçkin sınıftan daha geniş kitlelerce kullanılabilceğini fark eden Vitali Hakko, Mısır Çarşısı'nın karşısında, Yeni Cami Caddesi No: 46'da açtığı bir mağazayla, şapkanın yanında Vakko markasıyla eşarp ve emprime satışına da başlar.² Kısa bir süre Şen Şapka adıyla faaliyet gösteren bu mağaza çok geçmeden, eşarp satışlarının beklenenin üzerinde olması sebebiyle, Vakko adını öne çıkarır (Şekil 2). Vitali Hakko eşarba ilişkin yaklaşımını şu sözlerle aktarır:

...mağazada çanta, kemer ve eşarp satıyorduk. Eşarabın şapkanın yerini alacağı, hatta daha geniş halk kitleleri tarafından kullanılacağı ortadaydı. Türk kadını, köyde, kentte bunu başörtüsü, yemeni

gibi değişik adlarla ve değişik bağlayış biçimleriyle zaten kullanıyordu... Biz alafrağa adını kullanarak eşarp dedik. Çok geçmeden nasıl Şen Şapka kadın şapkasıyla özdeşleşmişse, eşarp da Vakko markasıyla özdeşleşti (Hakko, 1997, s.103).

Hakko'nun sözlerinden şapkadan farklı olarak eşarabın hem modern, Batılı kesimler hem de muhafazakâr kesimler tarafından benimsenen bir aksesuar olduğunun altı çizilebilir. Vakko firmasının *Milliyet* gazetesindeki "tek



Şekil 2. Şen Şapka ilanı.

Kaynak: Şen Şapka, 1950.

1 Şen Şapka çok tanınırlığını kısa bir sürede artırmış ve Vitali Hakko'nun aktardığına göre "Mustafa Kemal Atatürk'ün hemşiresi Makbule (Atadan) Hanımefendi de şapka almak için mağazayı onurlandırmıştır" (Hakko, 1997, s.72).

2 Vitali Hakko, Vakko adının nasıl oluştuğunu şöyle anlatır: Şen Şapkayı unutup, Vitali'nin V'sini ve Albert'in A'sını alıp VA yaptık. Bunu soyadımızla birleştirip Vakko yaptık (Hakko, 1997, s.101).

pliseli Vakko eşarbnızı 4 farklı şekilde kullanabilirsiniz” başlığıyla yayımlanan reklamında bu yaklaşımın yansıması görülebilir. İlandaki tanıtımda eşarp hem başı hem de boynu örtmek üzere temsil edilmiştir (Şekil 3).

Kısa zamanda çok büyük bir kesimin ilgisini çekmeyi başaran Vakko firması, eşarpların üzerinde ürettiği özgün desenlerle de adından söz ettirir.³ Yerli ve yabancı desinatörler tarafından üretilen ve sürekli yenilenen desenlerle Vakko zengin bir eşarp koleksiyonu oluşturur. Bu eşarplarda firma, bir taraftan çağdaş ve Batılı çizgiyi yanıttırmaya çalışırken, diğer taraftan da memleketimizin tuğra, hat gibi tarihi sanatlarından esinlenen desenler üretir. Vakko'nun Bedri Rahmi Eyüboğlu ile Vitali Hakko'nun deyimiyle “ölene kadar süren,” dostlukları bu tip eşarp ve emprimelerin üretilmesi sürecinde başlar.⁴ Eyüboğlu ile kurulan dostluk aslında Vakko'nun Türkiye'nin önde gelen sanatçılarıyla daha sonradan gerçekleştireceği yoğun işbirliğinin ilk adımlarından biridir.

İlk başlarda sattığı eşarpları ve emprimelerini fason olarak dışarıda yaptıran ve dolayısıyla müşterilerine bu ürünler için herhangi bir garanti veremeyen Vakko, markanın tanınırlığının ve satışlarının artmasıyla, kendi üretim yerini açmaya karar verir. İkinci Dünya Savaşı'nın bitmesiyle, ülkede oluşan olumlu havanın da etkisiyle, Vakko, 1948 yılında İstanbul'un Kurtuluş semtinde, markanın ilk üretim yeri olan, küçük bir baskı (emprime) atölyesi kurar (Hakko, 1997, s.108). Bu sayede Vakko eşarpları ve emprimeleri yalnız İstanbul'da değil, Anadolu'daki tüm büyük kentlerin önemli tuhafiyecilerinde satılır hale gelir (Hakko, 1997, s.114).

Vakko'nun kendi üretimini yapar hale geldiği bu yıllar aynı zamanda Türkiye'de çok partili sisteme geçildiği, Demokrat Parti'nin seçimleri kazandığı ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri'yle artan ilişkiler sonucunda iktisadi devletçilik modelinin yerini özel sektörün desteklenmesini savunan liberalleşme politikalarının



Şekil 3. Vakko'nun iki farklı kesim için eşarp kullanımını gösteren ilanı.

Kaynak: Tek pliseli Vakko, 1951.

3 Vitali Hakko, eşarpların üzerindeki desenlerin öyküsünü şu şekilde aktarır: “Çok iyi hatırlarım. Champs Elyseé'deki Lido pasajında çok orijinal eşarplar satan bir mağaza vardı. Burada satılan eşarplardan bazılarının üzerinde Paris manzaraları yer alır, ama hiçbiri bir diğerine benzemezdi. Kalıp işi değildi. Ama kalem işi de değildi. Kendine özgü bir tekniği vardı... Bu eşarplardan birkaç tane alıp getirmiştim. Ama buradaki desinatör arkadaşlarımız bu tekniğin sırrını çözmemişlerdi... Bu eşarpların yaratıcısı kadını Paris'te buldum. Bir ay sonra kadın İstanbul'a geldi. Gezdi, gördü ve bir dizi orijinal İstanbul eşarbi yaratıp Paris'teki hayatına döndü. Uzun yıllar bu kadının fırçasından çıkan Kızkulesi, Boğaziçi, Adalar eşarpları hanımlarımızın başında, boynunda yer aldı (Hakko, 1997, s.105).

4 Abdurrahman Hancı'nın aktardığına göre Vitali Hakko 1950 senesinde Bedri Rahmi ile kendisinin Büyükağaç'taki Rifat Yalman Evi'nin perdeleri üzerine çalışırken tanışmış ve dost olmuşlardır. Hancı'ya göre, Vitali Hakko, Bedri Rahmi'den sadece Vakko eşarp ve emprimeleri için desenler üretmesini değil aynı zamanda tüm Anadolu'yu gezerek, köylünün yaptığı çorap, eldiven, cepken, şalvar gibi değişik dokumalardan oluşan, ve Vakko tasarımları için de faydalanılacak bir desen arşivi oluşturmasını da ister. Hancı bu projenin gerçekleşmediğini ama bunun Vakko firmasının sanatla kurduğu ilişkinin önemli bir göstergesi olduğunu söyler (Hancı, 2008, s.105).



aldığı bir döneme denk gelir. “Yetinen toplumdan tüketen topluma” geçildiği bu dönemde her sektörde olduğu gibi giyim sektöründe de ciddi değişiklikler yaşanır (Aydemir, 2006). O zamana kadar büyük ölçüde devlet eliyle yapılan ve bir anlamda Sümerbank kuruluşu etrafında toplanan giyim sektörü zaman içinde özel sektöre kayar ve ihtiyaç üzerinden tanımlanan giyinme kültürü tüketim, moda ve arzu gibi kavramlar üzerinden tanımlamaya başlar. Vitali Hakko bu süreçteki en önemli değişimin *haute couture*’ün yerini *pret-a-porter*, yani hazır giyimin alması olduğunu söyler (Hakko, 1997, s. 144). Hakko’ya göre, o dönemde çalışan kadınların (ya da erkeklerin) terziye gidip model seçmeye, sonra kumaş almaya, sonra provaya gitmeye vakitleri yoktu ve Avrupa’dan ve Amerika’dan yayılan bu hazır giyim modası kaçınılmaz ve karşı koyulamazdı.

Böylesi bir öngörüyle, Vakko firması hazır giyim alanında da öncü olur. Bir zamanlar şapka, sonra eşarp, sonra giysiler için emprime sunan firma şimdi de kadın, erkek ve çocuk alanında ilk hazır giyim üretimlerini gerçekleştirmeye başlar. Vakko Avrupa ve Amerika’daki

günün modasını adım adım izleyerek, yılda iki kez moda alanındaki bu yenilikleri uygulayıp müşterileri buluşturur. Artık dönemin *Hayat*, *Ses* ve *Hey* gibi dergilerinde özendirilen ya da özenilen kıyafetler ve aksesuarlar, Vakko’nun tasarımları sayesinde erişilebilir olmuştur. Dönemin Vakko reklamları sürekli bir şekilde Paris ve New York gibi başkentlerde yaşayan gençlerden bahseder ve bu gençlerin arasında Op-Art küpe, broş ve bilezikleri, Lee gömlekleri, Klok pardesü ve mantoları, Brandafin pardesüleri, Yupi pantolon ve mini etekleri, Leonard tipi jarse elbise ve bluzleri, Şömizye bluzleri gibi pek çok moda olan ürünün sonunda ülkemizde de bulunabileceğini duyurur (Şekil 4A, 4B ve 4C).

Vakko giysiden, kumaşa, ayakkabıdan aksesuara artık bir bütün olarak ele aldığı üretimlerini ve oluşturduğu hazır giyim koleksiyonları düzenlediği defilelerle İstanbullulara sunmaya başlar. Vakko ilk defilesini 1950’li yılların sonunda gerçekleştirir. Vitali Hakko’ya göre Taksim Belediye Gazinosunda yapılan bu defile Türkiye’de Batılı anlamdaki ilk moda gösterisidir.⁵ Vakko, ilerleyen



Şekil 4A, B ve C. Paris modasını müşterilerine sunan Vakko ilanları.

Kaynaklar: A.Vakko yupi mini, 1966; B.Vakko şömizye bluz, 1965; C.Vakko kloke pardesü ve manto, 1965.

5 Vitali Hakko, 1950li yılların sonunda bir defile düzenlemek için gereken altyapının ülkemizde bulunmadığını dile getirir; defile yapmak için koreograf, manken gibi teknik elemanların bulunmamasının yanı sıra bu tür bir sosyal faaliyet için sadece Taksim Belediye Gazinosunun var olduğunu söyler. Vakko firması bu eksiklikten hareketle bir manken okulu açma projesi gündeme getirir; bu kapsamda İsviçre'nin ünlü manken okullarından biriyle anlaşır ve Oğuz Aral, Bedrettin Dalan, Altan Erbulak, Halit Kıvanç, Gönül Yazar, Ahmet Çapa, Yıldız Kenter ve Kemal Kamburoğlu gibi isimlerin de yardımıyla ilerleyen yıllarda düzenlediği defilelerin kalitesini artırır (Hakko, 1997, s.148). Vakko'nun zaman içinde düzenlediği defilelerden en önemlisi 1981 yılında yapılan Anadolu Güneşi defilesidir. UNESCO 1981 yılını Atatürk yılı ilan etmiş ve düzenlenen çeşitli etkinliklerden biri de Vakko'nun Anadolu Güneşi adıyla sunduğu defile olmuştur. Defilenin sanat danışmanı Ferit Edgü'nün Mustafa Kemal'in "Bizler bu topraklar üzerindeki tüm uygarlıkların tabii mirasçarıyız" sözünden hareketle bir koleksiyon oluşturulmuş ve Necla Seyhun'un yedi episodda Hitit, Grek, Roma, Bizans, Selçuklu, Osmanlı ve Çağdaş Türkiye'yi sembolize eden kıyafet tasarımlarıyla izleyiciye sunulmuştur. Bu defilenin ilk gösterimi Ankarada Türk Ocağı yapısında yapılmış da sonra defile Roma, Viyana, Brüksel, Paris gibi dünya merkezlerinde de sergilenmiştir.

yıllarda, kadın, erkek ve çocuk giyiminde geniş bir çeşitlilikte ürettiği kıyafet ve aksesuarlarını, yaptığı defilelerin yanında, bir mağazada da kalıcı olarak sunma arayışına girer.

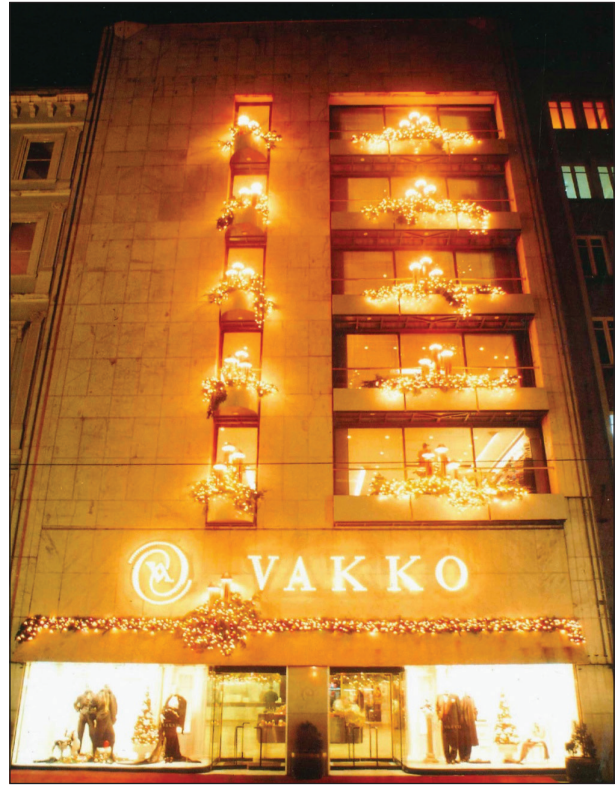
Mağaza Tasarımında İlkler: Vakko Beyoğlu Mağazası

Vakko, 1962 yılında İstanbul'da - İstiklal Caddesi no:123'te- ilk mağazasını açar. Vitali Hakko'ya göre "Beyoğlu mağazası öncü moda yaratılarını Batı'nın moda merkezleriyle aynı günde sunabilen [...] ilk Türk moda merkezi" olmuştur (Hakko, 1988). Mağaza sadece Batılı anlamda modayı Türkiye'ye getirmesiyle değil aynı zamanda satış ve satış sonrası ilişkilerin sunduğu hizmetlerle de öncü bir rol üstlenir; pazarlıksız satış, mevsim sonu indirim günleri, satın alınan malın değiştirilmesi ve geri alınması, garantili ürün kavramları Türkiye'de ilk kez bu mağazada hayata geçer.

Vakko Beyoğlu mağazası, sunduğu mekânsal yaklaşımla da Türkiye'de öncü bir uygulama ortaya koyar. Mimari ve dekorasyon proje ve uygulamasını mimar Ercüment Rıza Tarcan'ın yaptığı mağazanın inşaatı, 15 ay gibi kısa sayılabilecek bir sürede tamamlanır (Şekil 5). Dönemin departmanlı mağazalarının⁶ öncüsü sayılabilecek bu mağaza, yedi katlı ve her katında ayrı bir işleve hizmet eden yapısıyla, dönemin en ses getiren mağazalarından biri olur. Vitali Hakko proje aşamasından itibaren bu büyüklükte bir mağaza tasarımına "bunca katı müşteri nasıl çıkacak?", "alışkanlıkları değiştiremezsiniz", "müşteri vitrine bakar içeri girer, merdivenden bile çıkmaz" şeklinde birçok eleştiri yapıldığını ama ısrarla "Avrupa'daki gibi gerçek bir mağazaya" sahip olmak istediklerini söyler (Hakko, 1997, s. 137).

Dönemin dergi ve gazetelerinde Vakko Beyoğlu mağazasının açılışı büyük ilanlarla duyurulur. Milliyet gaze-

tesinde 1962 yılında yayımlanan *Şimdi Beyoğlu Eski-sinden Farklı* (1962) başlıklı ilanında mağaza "gündüz pırıl pırıl parıldayan, gece ışığında göz kamaştırıcı bir cazibeye bürünen, kristal ve alüminyumdan inşa edilmiş bu cephenin ardında bir zevk, zarafet, yenilik abidesi yükseliyor" şeklinde tanımlanır. Aynı ilanda mağazanın mimari çizimlerine yer verilerek, okuyucuya katları tanı-tılır ve zemin katının seri harici ve defolu mallar, asma katının eşarp, ikinci katının emprimeler, üçüncü katı-



Şekil 5. Vakko Beyoğlu mağazası cephe görünümü.
Kaynak: Hancı, 2008, s.104.

6 Departmanlı mağaza, ya da 'büyük mağaza' kavramının ortaya çıkışı modernleşme ve endüstrileşme sürecinin ve kapitalist üretim mantığının bir parçasıdır (Koparal, 1986). 19. yüzyıl sonunda malların seri üretiminin iyice artması, dolaşımının yaygınlaşması ve tüketim alışkanlıklarının değişmesi geleneksel mağaza tipolojisinde de bir kırılma yaratmıştır. O zamana kadar sadece belirli ürünlerin satışı yapan herhangi bir vitrinleri olmayan tek katlı küçük mağazaların yerini içerisinde birden fazla ürünün bulunabildiği çok katlı ve vitrin tasarımlarıyla dikkat çeken mağazalar almıştır. Osmanlı'da da 19. yüzyıl sonunda bu tip mağazaları görmek mümkündür. 18.yüzyılın başlarından itibaren daha önce 'yabancı veya öteki' olarak görülen batı ve batılı olana karşı düşünceler değişmeye başlamış ve askeri, siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik alanlarda Avrupa'nın örnek alındığı birçok reform gerçekleştirilmiştir. Okunan kitap ve dergilerden ev ve bahçe tasarımlarına, evlerin içerisindeki mobilyalardan gündelik hayat nesnelere, giyim kuşamdan adabı muaseret kurallarına kadar büyük bir değişimin yaşandığı bu süreçte İstanbul'da açılan modern ve büyük mağazalar bu dönüşümün aktarıcıları olmuşlardır. 19. yüzyıl sonunda açılan *Bon Marche*, *Au Louvre*, *Tiring*, *Karlman*, *Stein*, *Brad*, *Mayer*, *Au Lion*, *Au Camelia* ve *Au Rose de Bec* (*Orozdibak*) gibi mağazalar gerek vitrin tasarımları gerek birden fazla ürünün sergilendiği ve satıldığı iç mekânlarıyla daha sonra açılacak birçok mağaza için model oluşturmuşlardır. 1960'lı yıllarda açılan departmanlı mağazaların erken modern dönemdeki büyük mağazalardan farkı sadece ürün tüketimine değil aynı zamanda boş zaman tüketimine de odaklanmaları ve ürünlerin sergi ve satış mekânlarının yanında birçok sosyal mekânı da barındırmalarıdır.

Birçok alanda ve birçok kesim için bir cazibe merkezi haline gelen Beyoğlu mağazası dönemin sinema filmlerine de konu olur. Yönetmenliğini Orhan Aksoy'un yaptığı, başrollerini Tarık Akan ve Gülşen Bubikoğlu'nun paylaştığı, 1975 yapımı *Ah Nerede* filmi, Vakko Beyoğlu mağazasının iç mekânlarını ve sergileme ünitelerini sunması bakımından önemli bir belge niteliğindedir. Filmden sahneler bakıldığında ilk dikkat çeken unsur mağaza içerisindeki bütüncül tasarım yaklaşımıdır. Mağazanın değişik bölümlerinde yer alan altıgen tasarım elemanlarıyla mağazanın katları arasında bir dil bütünlüğü sağlanmaya çalışılmıştır (Şekil 8). Tavandaki aydınlatma elemanlarından, izdüşümünde yer alan ve satış danışmanı ile müşteri arasında bir önleç işlevi gören satış ünitelerine ve çay salonunda yer alan snack bar'a bu altıgen geometrinin çeşitlemeleri görülebilir. Filmdeki sahnelerde altı çizilmesi gereken diğer bir nokta da ürüne özel sergileme yaklaşımlarıdır. Mağazanın giriş katında yer alan vitrinlerdeki ürünlerden başlayarak katlardaki ürünler niteliğine göre ayrı bir sergileme yöntemiyle ele alınmıştır.

Sözü geçen özellikleriyle Vakko Beyoğlu mağazası, modern mağazacılık anlamında Türkiye'de o zamana kadar görülmemiş bir yaklaşım sunar. Beyoğlu mağazasından sonra Vakko'nun üretimi ciddi bir şekilde artar,



Şekil 7. Cici Kızlar Vakko albüm kapağı.

Kaynak: Umur Şumnu Koleksiyonu.

firmanın Kurtuluş'taki fabrikası talebi karşılayamaz hale gelir ve yeni bir üretim yeri ihtiyacı doğar.

Vakko Turistik Elişi, Eşarp ve Konfeksiyon Fabrikası

Vakko var olan üretimini artırmak ve artan talebi karşılamak için İstanbul Merter'de, Vitali Hakk'o'nun tarifıyla "Londra Asfaltı yanındaki Çırpıcı Çayırı" denen yerde, satın aldığı arsada yeni bir fabrika binası yapmaya karar verir (Hakko, 1997, s. 160). 1969 yılında mimar Haluk Baysal tarafından tasarlanan bu yapı basit bir üretim yapısı olmanın ötesinde çok işlevli bir endüstriyel yapı kompleksidir. Yaklaşık 62.500 m²'lik geniş bir arazi içerisinde 24.000 m²'lik bir inşaat alanına sahip yapının programı dört bölümde geliştirilmiştir: teşhir, satış üniteleri, park, gezi, havuz, Türk kahvesi, gazino ve lokanta, açık-kapalı teşhir, defile alanı için gerekli bölümler; idare, eğitim ve yapım için gerekli bölümler; park, spor sahaları, yüzme havuzu ve kulübünü barındıran çeşitli setler ve her biri üç, dört katlı olan ve iç avlulu şekilde tasarlanmış dört adet lojman bloğu bir bölümde toplanmıştır. Bu haliyle yapı kompleksinin sadece müşteri ve satış odaklı bir anlayışla değil, aynı zamanda çalışanlarının mutluluğunu artıracak bir yaklaşımla da tasarlandığı söylenmelidir. Sunduğu geniş açıklıklı, giydirme cam cepheler, bina kütleleri saran su öğeleri ve iç mekânlarda yer alan avlular ve Japon bahçeleriyle fabrika yapısı çalışanlarının çevre ile olan etkileşimini artıran bir özelliğe sahiptir (Şekil 9).



Şekil 8. Vakko Beyoğlu mağazasında kullanılan altıgen elemanlar.

Kaynak: Ah Nerede, 1975.



Yapının doğal unsurlarla buluşması gibi, diğer önemli bir özelliği de barındırdığı sanat eserleridir. Vakko Fabrikası'nın inşa edilmesinden hemen sonra, dönemin mimarlık alanında en etkin yayın organı olan, *Arkitekt* dergisinde yapıyla ilgili bir yazı yayımlanmış ve derginin editörü Zeki Sayar bu yazıda şöyle demiştir:

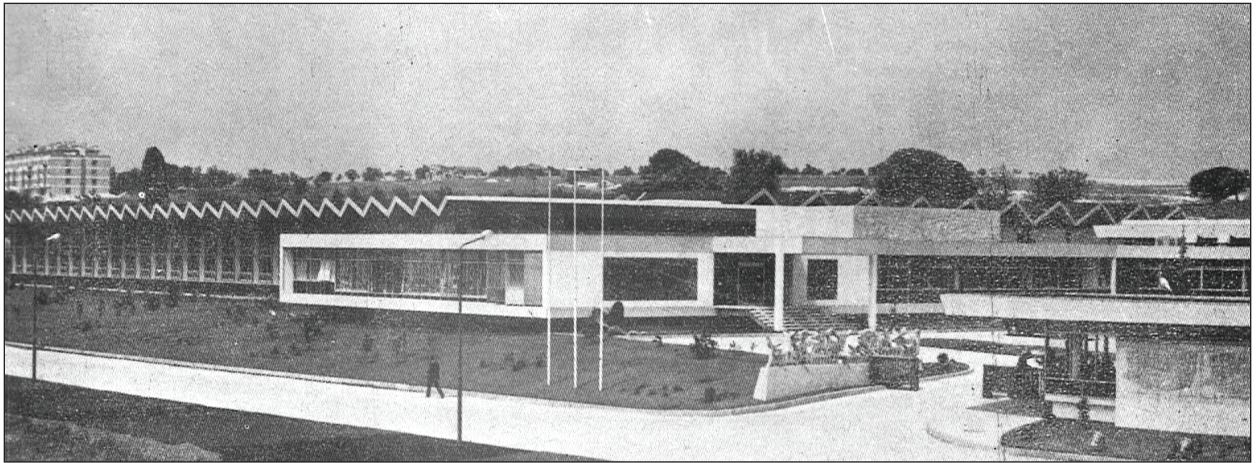
Birkaç ay önce Londra asfaltı üzerinde yeni inşa edilen Vakko turistik eşarp, kumaş fabrikasının açılışı yapıldı. Son yıllarda yurdumuzda pek çok fabrika, endüstri binası inşa edilmiştir. Ama, hiçbiri, mimarlık ve plastik sanatlar yönünden, Vakko Fabrikası gibi bir özellik taşımamaktadır. Vakko Fabrikası, diğerleri gibi teknik bakımdan ileri bir eser olabilir, mimarları ve bilhassa sahipleri de bununla yetinebilirlerdi. Halbuki bu bina mimarların isteklerine mal sahibinin gösterdiği anlayış sayesinde, bütün plastik sanatları kapsayan geniş bir kollaborasyonu yansıtan bir eser meydana çıkmıştır. Turistik eşya imal edecek bir kompleks olan fabrikada güzel bir planlama ve ileri bir teknik uygulamadan sonra, dekoratör, ressam ve iç mimari tanzimi yaratan bir sanatkar ekibin çalışması göze çarpmaktadır (Cengizkan, 2015'te aktarıldığı gibi).

Müge Cengizkan'ın (2015) altını çizdiği gibi derginin editörü Zeki Sayar, mimari eleştiri ya da değerlendirme

yapmadan yapıları sadece tanıtan alışılmış geleneğini kırarak, Vakko Fabrikası için övgü dolu sözler yazmıştır. Gerçekten de Vakko Fabrikası moda, mimarlık ve sanatın büyük bir uyumla buluştuğu özgün bir yapıdır. Yapıda çeşitli plastik sanat alanlarını temsil eden toplam 14 sanatçının kalıcı çalışmaları bulunmaktadır. Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun beton, mozaik panoları, Metin Şahinoğlu ve Nevzat Yüzbaşıoğlu'nun beton rölyef pano ve vitray çalışmaları, Jale Yılmabaşar Ertuga'nın seramik panoları, Haluk Tezonar ve Tankut Öktem'in Atatürk kompozisyonları, Şadi Çalık'ın metal plastik çalışmaları, Eren Eyüboğlu, Hasan Kavruk, Mustafa Plevneli'nin duvar resimleri ve Teoman Madra'nın duvar fotoğrafları, bu fabrika yapısını diğerlerinden ayırmakta ve Vakko'nun mimarlık, iç mimarlık, dekorasyon⁸ ve sanatı buluşturmaya çalışan bütüncül mekânsal yaklaşımını ortaya koymaktadır. Gerek Vakko'nun ilk mağazası olan Beyoğlu mağazasında, gerek firmanın fabrika yapısında ortaya koyulan bu anlayışın izleri ilerleyen yıllarda açılan mağazalarda da görülür.

Vakko Mağazalarının Yayılması ve Çeşitlenmesi

Vakko, İstanbul mağazasından sonra 1973 yılında Ankara, 1978 yılında da İzmir mağazasını açar.⁹ İstanbul mağazasının açılış tarihi ile karşılaştırıldığında Ankara ve İzmir Vakko markasıyla görece daha geç tanışılır. Fakat



Şekil 9. Vakko Merter Fabrikası genel görünüm (Fotoğraf: Gültekin Çizgen).

Kaynak: Vakko turistik elişi, 1970.

8 Fabrikanın dekorasyon ve mobilya işlerinin bir bölümü tasarımcı Yılmaz Zenger tarafından yapılmıştır.

9 Vitali Hakko ve Abdurrahman Hancı, kitaplarında, Ankara mağazasının 1976, İzmir mağazasının 1979 yılında açıldığını aktarır. Fakat bu araştırmadaki tarihler Milliyet gazetesine göre aktarılmıştır.

İstanbul'daki mağazaya benzer şekilde, bu şehirlerde açılan Vakko mağazaları da hem şehrin alışveriş hem de sosyal ve kültürel yaşantısında önemli bir hareketlilik kazandırır.

Ankara mağazasının açılış haberi Milliyet gazetesinde Ümit Deniz'in bir yazısıyla duyurulur. *Ankara On Katlı Bir Mağaza Kazandı* (1973) başlıklı yazıda mağazanın görkemli açılış ve açılışa katılan ünlüler aktarılır:

Yenişehir Atatürk Bulvarı'nda 8700 ampulün parlattığı on katlı binanın önünde bekleyen iki sıralı polisleri gören Ankara'lılar, dün gece şaşırıldılar ve trafiği taşırdılar. Güzel giysili hanımların, şık erkeklerin girdiği mağazanın önü taştıkça taşıtı. Her ağızdan bir ses çıkıyordu. Aa! Ayhan Işık değil mi o? Bak bak, İzzet Günay da burada. Kız, bu Göksel Arsoy değil mi? Şuraya bak...Bedia Muvahhit... Bu da Vasfi Rıza...Aaaa, Erol Büyükburç da burada...Ondan sonra her kuşak kendi tanıdıklarının isimlerini saymaya başlıyordu. Ondan sonra birbirinden güzel iki mankenin geçtiği polisli koridor daha da sıkıştıyordu. Türk Hava Yolları uçakları dün ardı ardına İstanbul'dan Ankara'ya yüzlerce misafiri Vakko'nun yeni açılan Ankara binasının açılış galası için taşıdılar. Bu Avrupalı çapta yapılan bir törendi. On katlı binada yüzlerce genç kız, yüz binlerce liralık eşyaları hem teşhir ettiler, hem de gelen misafirlere

hoş geldiniz dediler. Her katta ayrı büfe kurulmuştu. Her katta ayrı bir gösteri vardı.

Anadolu Ajansı da Vakko Ankara mağazasının açılışına ilişkin zengin bir kaynak sunar, yayımladığı fotoğraflarda mağazanın açılışına katılan ünlüler yer alır (Şekil 10). Vakko mağazasının kent yaşamında açılışıyla yarattığı hareketlilik zaman içerisinde artarak devam eder. Daha sonra da vurgulanacağı gibi, Vakko Ankara zaman geçtikçe Ankara'nın kentsel yaşamında sadece bir alışveriş mekânı olarak değil sosyal ve kültürel bir mekân olarak da önemli izler bırakır.

Ankara mağazası gibi İzmir mağazasının açılış da dönemin gazetelerinde büyük yer bulur. Vakko firması, Milliyet gazetesinde 3 Kasım 1978 tarihinde yayımlanan tam sayfa ilanında İzmir mağazasının açıldığını duyurur (Şekil 11A). "Sanatla, sanatçılarla ve görkemle" açıldığı söylenen Vakko İzmir mağazasının, İstanbul ve Ankara mağazalarına benzer şekilde, en güzel bölümü bir sanat galerisine ayrılır (Şekil 11B). Ek olarak, mağazanın çeşitli yerlerinde Vakko'nun modern Türk resim sanatına ilişkin oluşturduğu koleksiyondan eserler de kalıcı bir şekilde sergilenir. Aynı ilanda, Vakko firması tarafından, Ankara mağazasıyla beraber bu yapının da mimarı olan Abdurrahman Hancı ve ekibine şükranla teşekkür edilir.¹⁰ Bu yaklaşım Vakko firmasının mimariye verdiği önemi ve markalaşmayla mekânsallaşmayı birlikte



Şekil 10. Ankara Kızılay Mağazası'nın açılış fotoğrafları, 1973.

Kaynak: Anadolu Ajansı Arşivi, ID 14328 ve ID 14326.

10 İlanda Abdurrahman Hancı dışında proje ekibi içinde yer alan Yalçın Çukuroğlu, Yüksel Karapınar, Bedri Kökten, Cengiz Onaran ve Raşit Beşerlerin de adına yer verilir.



düşünme eğilimini yansıtması bakımından ayrıca önemlidir. Dolayısıyla Vakko, en başından beri, Beyoğlu mağazasından bu yana sürdürmeye çalıştığı moda, sanat ve mimarlık birlikteliğini ve sadece ürün değil boş zaman tüketimini de önemseyen eğilimini bu mağazalarda da yansıtmaya çalışmıştır.

İstanbul, Ankara ve İzmir mağazaları mimari açıdan kendi içlerinde farklılaşsalar da, bu mağazaların işlevsel ve biçimsel olarak birçok ortak yönü bulunmaktadır. Örneğin, ilerleyen bölümde daha detaylı anlatılacağı gibi, her üç yapıda da kontrollü aydınlatma sağlamak için büyük sağır cepheler kullanılmış ve bina yüksekliğinde bir galeri boşluğu ile katların karanlıkta kalmaması ve tüm katların birbirini görmesi sağlanmıştır. Tüm mağazalarda yer alan bu galeri boşlukları değişik heykelsi aydınlatma elemanlarıyla ya da Ankara mağazasında olduğu gibi dikeyde sicimler üzerinden akan su ile desteklenmiştir. Özellikle Vakko İzmir mağazasındaki galeri boşluğunun ortasında yer alan, zemin katındaki havuza kadar inen ve küresel camlardan yapılmış olan yirmi dört metre boyundaki avize aydınlatma elemanı tüm mağazalar içinde en görkemli olanıdır (Şekil 12).

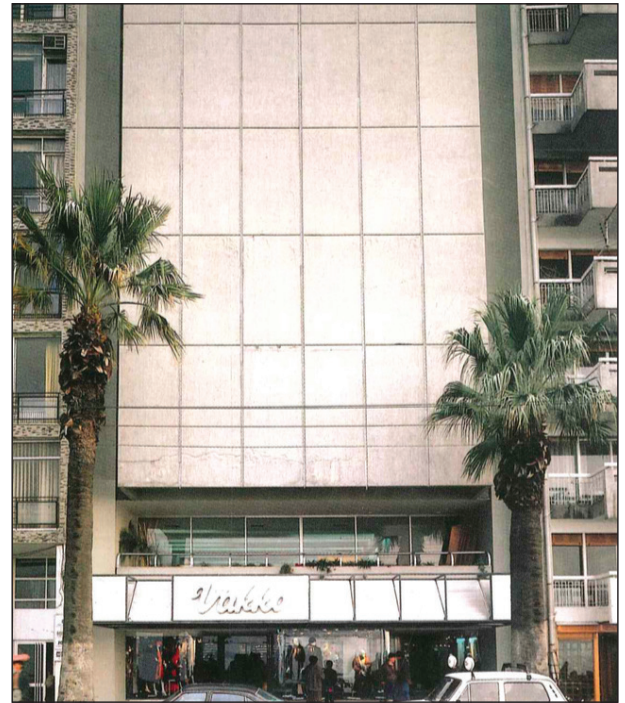
Moda, sanat ve mimarlığın buluştuğu Vakko Mağazalarına ilerleyen yıllarda yenileri de eklenir. Vakko, 1980'li yıllarda, üç büyük şehir dışında, Antalya ve Bursa gibi önemli şehirlere de şubeler açmaya başlar. Yine 1980'li yıllarda Vakko, Viyana, Londra, Frankfurt ve Hamburg gibi önemli Avrupa şehirlerine de butik mağazalar açar ya da açmak için girişimde bulunur.

1980'li yıllar aynı zamanda Vakko'nun gençlere yönelik tasarımlarını Vakkorama adıyla farklı bir marka ve mekân altında toplamasına da tanıklık eder. 1982 yılında Taksim'de açılan ilk Vakkorama mağazasının ardından 1983 yılında Ankara'da ve 1984 yılında İzmir'de de markanın mağazaları açılır. Vakko mağazaları gibi, Vakkorama mağazaları da mimarisıyla ve bir alışveriş mekânı olmaktan daha çok bir kentsel mekân olma fikriyle öne çıkmaktadır. Tüm Vakkorama mağazaları moda, müzik, sanat ve spor gibi farklı etkinlikleri bir araya getiren yaklaşımıyla bir mağazadan çok bir "gençlik merkezi" haline gelir.

Vakko mağazaları gibi Vakkorama mağazalarının tasarımlarını da çoğunlukla Abdurrahman Hancı yapar.



Şekil 11A. Vakko İzmir açılış ilanı.
Kaynak: Vakko İzmir Açıldı, 1978.



Şekil 11B. Vakko İzmir cephe fotoğrafı.
Kaynak: Hancı, 1978, s.109.

Taksim'de açılan ilk Vakkorama mağazası Hancı'nın daha önce Antikacılar Çarşısı olarak tasarladığı bir yapının yeniden işlevlendirilmesiyle oluşmuştur (Şekil 13). Hancı'nın Taksim Vakkorama mağazasının tasarımı



Şekil 12. Vakko İzmir'de küresel camlardan oluşan ödüllü avize.

Kaynak: Hancı, 2008, s.110.

orta avlulu bir mekân fikriyle şekillenmiştir. Mekânın ortasına sergilerin, konserlerin, söyleşilerin ve bunun gibi sosyal ve kültürel etkinliklerin yapılabileceği bir ortak alan konumlandırılmış ve teşhir ve satış işlevi gören mağaza hacimleri bu ortak alanın etrafında kurgulanmıştır. Vitali Hakko'nun söylediği gibi "her şeyiyle gençlere dönük bir faaliyet" alanı oluşturma amacıyla kurulan Vakkorama'ların diğer önemli bir mekânı da spor ve aerobik salonudur. Taksim Vakko'nun açılışından bir yıl sonra, 1983 yılında, bu mağazanın bir bölümünde Vakko Gym adıyla bir spor, aerobik salonu açılır. Gerek konser ve söyleşilere ayrılan mekânlar gerek spor mekânları Vakkorama mağazalarının da sadece birer alışveriş mekânı olarak değil yaşamın her anıyla ilişkili mekânlar olarak düşünüldüğünü gösterir.

Hancı tarafından tasarlanan Vakko, Vakkorama mağazaları içerisinde Vakko Ankara mağazasının ayrı bir yeri vardır. Abdurrahman Hancı sadece bu mağazanın mimarı değil aynı zamanda, Ferit Edgü ve Mustafa Pilevneli ile birlikte mağazanın sanat direktörlüğünü de yapar. Dolayısıyla Hancı hem mimari hem de yaşam kültürü anlamında Ankara'nın kentsel yaşamında önemli bir yeri olan bu mağazanın ortaya çıkmasına büyük katkılar sağlar. Hancı'nın Vakko Ankara mağazasında önerdiği mekânsal yaklaşımlara geçmeden önce, mağazanın açıldığı yılın dinamiklerini anlamak önemli olacaktır.



Şekil 13. Vakkorama mağazası sosyalleşme alanında bulunan sabit mobilya.

Kaynak: Hakko, 1988.



Vakko'nun Ankara Kızılay'daki Mağazası

Geç Osmanlı döneminde İstanbul'da Bon Marché, Au Louvre, Tiring, Karlman, Stein, Brad, Mayer, Au Lion, Au Camelia ve Au Rose de Bec (Orozdibak) gibi büyük mağazaların açıldığı dönemde Ankara'nın bu tip bir tüketim kültürüne ve modern mağazacılık anlayışına sahip olduğunu söylemek güçtür (Toprak, 1995). 19. yüzyıl sonunda şehirde hâlâ Taşhan, Suluhan, Pirinçhan gibi hanlarda ya da Çıkırkçılar Yokuşu, Saraçlar, Atpazarı, Samanpazarı, Koyunpazarı gibi caddelerde geleneksel çarşı alışkanlıklarının devam ettiği ve daha çok çiftçiler, nalıncılar, dokumacılar, sandıkçılar, demirciler, aktarlar, bıçakçılar, keresteciler yorgancılar gibi zanaatlar üzerinden işleyen dar bir ticaret anlayışı olduğunun altı çizilebilir (Tunçer, 2012).

Cumhuriyetin kurulması ve Ankara'nın tüm yurt için sembol bir şehir konumuna gelmesiyle şehrin ticaret alanındaki kaderi de büyük ölçüde değişmiştir. Lörcher'in 1924-1925 planıyla özellikle Gar ve Kale arasındaki aks daha da kuvvetlendirilmiş ve bu aksın özellikle Karaoğlan Caddesi (şimdiki Anafartalar Caddesi) bölümünde otel, pastane, meyhane, restoran gibi modern işlevlere ek olarak birçok modern mağaza da açılmıştır. 1928-1932 yılları arasında gerçekleştirilen Jansen planı, Gar ve Kale arasındaki aksı korumasına rağmen, Sıhhiye ve Kızılay arasında yeni bir ticari aks daha yaratmıştır. Uzun yıllar Ankara'nın modern mağazaları bu iki aks üzerinde bulunan mekânlarda sürdürülmüştür. Anafartalar Caddesi üzerinde yer alan Üçer, Ortaç, Sümerler, Büyük Mağaza, Tezkan, 19 Mayıs gibi mağazalar ve Bulvar üzerindeki ABC, Ayhan, Derya, Markiz, Şen Triko, 3 AS, Şafak gibi mağazalar uzun yıllar Ankaralıların batılı anlamda tüketim ürünlerini bulabileceği uğrak mekânları olmuştur.

Erken cumhuriyet döneminden başlayarak modern mağazacılık alanında öne çıkan diğer önemli bir üretim de Sümerbank mağazalarıdır. 1933 yılında yerli ve milli üretimin desteklenmesi hedefiyle kurulan Sümerbank zamanla yurt genelinde kumaştan halıya, ayakkabıdan porselene birçok ürünün bulunabildiği toplam 466 tane mağaza açmıştır. Çoğunluğunu içmimar Gözen Küçükerman'ın tasarladığı bu mağazalar içerisinde Ankara'da da Yenidoğan, Yenimahalle, Bahçelievler, Cebeci, Çubuk, Haymana, Bakanlıklar, Ulus, Yenışehir,

Mithatpaşa gibi bölgelerde aynı tip proje üzerinden üretilen birçok mağaza yapılmıştır. İlk başlarda tek katlı, metrekare bakımından küçük sayılabilecek ve sınırlı ürün yelpazesine sahip bu mağazalar, özellikle 1960'lı yıllardan itibaren dönemin departmanlı mağazalarını model alarak çok katlı ve her katında ayrı ürünün sergilendiği mağazalara dönüşmüşlerdir. Bu kapsamda 1968 yılında açılan Bakanlıklar mağazası ve 1969 yılında açılan Ulus II mağazası dönemin değişen tüketim alışkanlıklarını ve departmanlı mağaza mantığını yansıtan önemli örneklerdir (Sümerbank Satış Mağazaları, 1985).¹¹

1960'lı yılların ikinci yarısı, Sümerbank mağazaları özelindeki dönüşüme benzer şekilde, kentsel ölçekte de mağazacılık anlamında büyük değişimlerin yaşandığı bir dönemdir. Günümüz alışveriş merkezlerinin önceli sayılabilecek çarşı tipolojisi bu dönemde yaygınlaşmış ve içinde yürüyen merdiveni olan çarşılar ilk kez bu tarihlerde ortaya çıkmıştır. Anafartalar Çarşısı'nın 1967 yılında açılması ticaret alanındaki popülerliğini Kızılay'a kaptıran Ulus bölgesine yeniden bir hareketlilik ve canlılık getirmiştir. Rekor Manifatura Mağazası gibi mekânlar bu çarşı yapısının yapıldığı günden bugüne hâlâ orijinal haliyle ayakta durmaktadır. Anafartalar Çarşısı'nın yapıldığı dönemlerde Kızılay bölgesinde de birçok çarşı ve iş hanı projesi gerçekleştirilmiştir. Çoğunluğunu Demirtaş Kamçıl ve Rahmi Bediz'in gerçekleştirdiği bu yeni mekânlar arasında, Onur İş Hanı ve Çarşısı, Rumeli Han, Soysal İş Hanı ve Çarşısı, Yeni Konak Mağazası, Moda Çarşısı, And İş Hanı ve Çarşısı, Kalabalık İş Hanı ve Çarşısı ilk akla gelenlerdir (Altan, 2011).

Mimar Enver Tokay tarafından 1959 yılında projelendirilen ve yapımı 1965 yılında tamamlanan Türkiye'nin ilk gökdeleni Emek İş Hanı yapısı yine bu dönemin sembol yapılarından biri olarak öne çıkmaktadır. Türkiye'de 1950'li yıllar sonrası siyasal, sosyal, kültürel ve ekonomik yapıdaki değişimi, merkezi otorite tarafından yönetilen ve yönlendirilen ekonomi-politiğin özel sektöre kayması anlayışını ortaya koymanın yanında Emek İş Hanı, aynı zamanda zemin katında barındırdığı ve Türkiye'nin bu dönemdeki öncü departmanlı mağazası sayılan Gima mağazasıyla da kentsel yaşamda önemli bir yer edinmiştir. Mimar Utarit İzgi ve İçmimar Önder Küçükerman tarafından tasarlanan ve açılışı 1967 yılının Ocak ayında

11 Gözen Küçükerman'ın aktardığına göre 1960'lı yıllarda inşa edilen çok katlı/departmanlı Sümerbank mağazaları, Amerikan SEARS mağazaları incelenerek tasarlanmıştır. Tasarlanan bu mağazalarla ilgili daha fazla bilgi için bkz.: Sümerbank Satış Mağazaları Yıllığı, 1985.

yapılan mağaza, sadece ürün değil aynı zamanda boş zaman tüketiminde de mağazacılık alanında öncü bir rol üstlenmiştir (Usal, 2014). Toplam 5 katlı olan mağaza parfümeriden, bijuteriye, gıda maddelerinden kadın, erkek ve çocuk konfeksiyonuna, mobilyadan beyaz eşyaya, halıdan oyuncuğa kadar çok geniş bir ürün çeşitliliğine sahiptir (İzgi ve Küçükerman, 1967). Ek olarak mağaza, teras katındaki kafeteryası ve gerek bu mekânda gerek mağaza içerisinde düzenlediği defile, müzik gösterisi gibi etkinliklerle dönemin Ankarasında sosyal yaşamının önemli bir parçası olmuştur. Sevgi Soysal'ın 1973 yılında kaleme aldığı *Yenişehir'de Bir Öğle Vakti* romanı Gima Mağazasından “büyük mağaza” diye bahsetmekte ve mağazanın ürün ve boş zaman tüketimine atıfta bulunmaktadır (Soysal, 2007).¹²

Gima mağazasından 2 yıl sonra, 1969 yılında, Gima mağazasına çok yakın bir yerde Yeni Karamürsel adıyla bir başka büyük departmanlı mağaza daha açılır (Şekil 14A ve 14B). Milliyet gazetesinde yayımlanan ilanda 3 Aralık 1969 tarihinde açılacak olan mağazanın Türkiye'deki en modern satış galerisi olduğuna ve “artık Ankaralıların Avrupa ve Amerika'da olduğu gibi bütün ihtiyaçlarını bir mağazadan temin edebileceğine” vurgu yapılır (Yeni Karamürsel, 1969, 30 Kasım). Aynı ilanda, çeşitli tanınmış markaların triko, hazır giyim ve kumaş koleksiyonlarının yanında “radyo, televizyon, saat, ayakkabı, çanta, parfümeri, iç çamaşırı ve tuhafiyeye ihtiyaçlarının Yeni Karamürsel Kızılay mağazasındaki modern reyonlardan temin edilebileceği” vurgusu yapılır. Yeni Karamürsel (YKM) gerçekten de tek mağaza ile müşterilerinin tüm ihtiyaçlarına cevap veren ve bu

sayede zaman kazanmalarını sağlayan bir mağaza olarak o dönem önemli bir çekim merkezi olmuştur.

Vakko Kızılay, Gima ve YKM'nin ardından müşterilerine ürün çeşitliliği sunması bakımından benzer bir anlayışla hayata geçmiş, dönemin diğer önemli bir departmanlı mağazasıdır. Gima ve YKM mağazalarıyla karşılaştırıldığında, görece daha lüks tüketime odaklanan ürünleri ve iç mekânlarında sunduğu yaşam kültürüyle Vakko Kızılay mağazası dönemin diğer mağazalarından farklıdır.

Abdurrahman Hancı¹³ tarafından tasarlanan mağaza toplam 12 (2 bodrum, 1 zemin, 9 kat) kattır. Diğer Vakko mağazaları gibi, Kızılay Vakko mağazasının da cephe-leri neredeyse hiçbir açıklık sunmayan tamamen sağır bir cephe anlayışıyla tasarlanmıştır. Yapının dışarıdan bakıldığında en karakteristik mimari elemanı, cepheyi üçe bölen düşey sağır beton kütleleri ve bu kütlelerin biri üzerinde yer alan metal Vakko amblemidir (Şekil 15). Abdurrahman Hancı, tüm Vakko mağazalarında yer alan sağır cephelere ilişkin görüşlerini şu sözlerle tanımlar:

Bütün Vakko binalarında olduğu gibi, bu binanın da dış cephe-lerini sağır tasarlayıp yapay ışıklarla aydınlatmayı tercih ettik. Bu sayede mallar üzerinde dengeli bir aydınlatma sağlayıp, klima tesisatında da büyük bir ekonomi elde ettik. Sadece her iki cephede ikişer ince yarıklı gün ışığı içeri girmekte, bu müşterilere kumaş renklerini doğal ışıkta görme imkânı sağlamaktadır (Hancı, 2008, s. 109).

Vakko Kızılay'ın ön, giriş cephesinde yer alan diğer önemli bir unsur da giriş kotunda yer alan vitrinlerdir (Şekil 16A). Vitrinleri oluşturan cam kütlelerin sağır

12 Gima'nın en prestijli mağazası olan Kızılay mağazası dışında Ulus ve Bahçelievler semtlerinde de benzer anlayışta tasarlanmış mağazaları bulunmaktadır.

13 Abdurrahman Hancı, çağdaş mimarimizin büyük ustalarından biridir. Turgut Cansever, Utarit İzgi, Maruf Önal, Reha Ortaçlı, Melih Birsell, Haluk Baysal gibi Türkiye'de çağdaş mimarlık ortamına önemli yapılar armağan etmiş kişilerle aynı kuşaktadır. Devlet Güzel Sanatlar Akademisi Mimarlık Bölümünü bitirdikten sonra Fransada dönemin önemli mimarlarından Auguste Perret'in yanında çalışır ve bu süreçte muhtelif projeler yapar. Türkiye'ye döndükten sonra Turgut Cansever'le ortaklık kurar ve ilk proje yarışmasında, Büyükkada Anadolu Kulübü yarışmasında, birincilik ödülü alır. Anadolu Kulübü yapılırken ortaklığa Maruf Önal, sonra da Şahap Aran ve Süha Tokar de katılır ve Türkiye'de serbest mimarlık ofislerinin öncüsü sayılan IMA (İnşaat Mimarlık Atölyesi) kurulur. Daha sonra bu ortaklığa Melih Birsell ve Haluk Baysal da katılır ve Türkiye mimarlık ortamında büyük bir düşünce ve üretim ortamı yaratılmış olunur. Hancı, 1955 yılında ofisten ayrılarak NATO Genel Merkezi'nde çalışmak için Fransa'ya gider. 5-6 yıl boyunca bu projede çalışır ve iç mimarlık ve mobilya tasarımı alanında uzmanlaşır. Bedri Rahmi Eyüboğlu'yla NATO binasının uygulamasında tanışır. NATO binası bitip açıldıktan sonra serbest olarak çalışmaya başlar ve bu süreçte Brunswick Bowling Salonları, Nice'teki Belle mağazası ve madam Schubert evi gibi projeler gerçekleştirir. Hancı, 1966 yılında Türkiye'ye döner ve MİMAT adıyla bir ofis kurar. Bu ofis zaman içerisinde başta Divan Otel projeleri ve Vakko mağazaları olmak üzere pek çok otel (Talya Otel, Tepebaşı Etap Otel, Taksim Intercontinental, Adana Büyük Sürmeli Otel, vb.), mağaza (İGS, KİP, Mahir ve Titiz mağazaları) ve konut projesi gerçekleştirir. Bu projelerde Abdurrahman Hancı'nın sanatla kurduğu ilişki de öne çıkar. Hancı, çağdaş Türk sanatından en çok yararlanan mimarların başında gelir ve çalıştığı birçok projede Bedri Rahmi Eyüboğlu, İlhan Koman (Divan Otel), Jale Yılmazbaşer (Divan Bar), Füreyya Koral (Divan Pastanesi), Mustafa Pilevneli (Divan Otel Ebru Bar ve Vitali Hakko'nun odası), Erol Akyavaş (Divan Pub) gibi sanatçıların çalışmalarına yer verir. Abdurrahman Hancı yaptığı çalışmalarla 1996 yılında V. Ulusal Mimarlık Ödülleri seçici kurulu tarafından Büyük Ödüle (Sinan Ödülü'ne) layık görülür (Hancı, 1978).



Şekil 14A. Gima'nın açılış ilanı.

Kaynak: Oya İslimyeli Ulutin, Eski Ankara Fotoğrafları Facebook Grubu.



Şekil 14B. Yeni Karamürsel Ankara Kızılay açılış ilanı.

Kaynak: Yeni Karamürsel, 1969.

cephesinden içeri çekilmesi hem davetkâr bir etki yaratmış hem de oluşan üstü kapalı yarı-açık mekân, uzun yıllar Ankara'da önemli bir buluşma yeri olmuştur. Yönetmenliğini Ertem Eğilmez'in yaptığı, başrollerini Kemal Sunal, Zeki Alasya, Metin Akpınar ve Halit Akçatepe'nin paylaştığı, 1974 yapımı *Köyden İndim Şehire* filminde yer alan bir sahne Ankaralıların kentsel belleğinde hâlâ canlı bir yeri olan bu buluşma mekânını göstermesi bakımından önemli bir belge niteliğindedir (Şekil 16B). Filmin sahnelerinden de görebileğimiz gibi, davetkâr bir giriş tanımlı yapan bu yarı açık (buluşma) mekânı, tavanda yer alan dairesel oyuntular ve yer döşemesindeki desenli mozaik kaplamayla da ayrıca vurgulanmıştır.

Abdurrahman Hancı tarafından mağazanın plan şeması da cephesi gibi sade bir yaklaşımla ele alınmıştır. Mağazanın kat planlarında en dikkat çeken unsur katları düşeyde birleştiren ve zemin katta yer alan havuzla bütünleşen büyükçe galeri boşluğudur (Şekil 17A). Galerinin boşluğu her katta cepheye yakın bir konumda ve birbirine



Şekil 15. Vakko Ankara Kızılay mağazası cephe fotoğrafı.

Kaynak: Hancı, 2008.

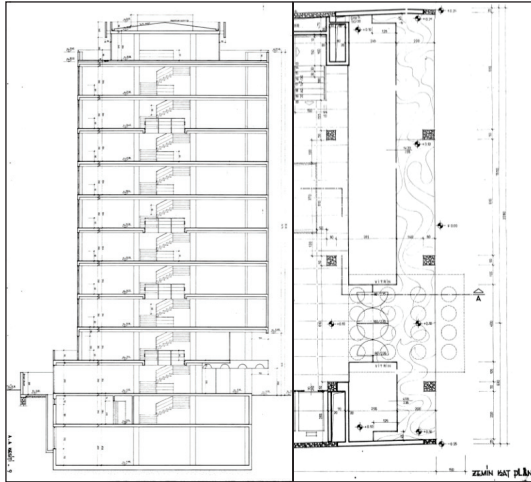
bakacak şekilde çözümlenen merdiven ve asansör aksının ortasında yer alır ve bu anlamda düşey sirkülasyona ilişkilendirir (Şekil 17B). Diğer Vakko mağazalarında olduğu gibi Vakko Kızılay mağazasında da galeri boşluğu, hem sağır cephe yüzünden karanlıkta kalan katların azami ölçüde ışıktan faydalanmasını sağlar hem de her katta ayrı bir amaca ya da ayrı bir kullanıcı grubuna ayrılmış katları görsel olarak birbirine bağlar. Galeri boşluğunun yarattığı etki, düşeyde bu boşlukla ilişkilenen zincirler ya da üzerinden su akan iplerle de kuvvetlendirilmiştir.

Mağazada galeri boşluğuyla yaratılmaya çalışılan düşey etki, kolonlarla da desteklenir. Mağazanın ortasında ve büyük bir kısmı galeri boşluğunun etrafında yer alan kolonlar, mimar Abdurrahman Hancı tarafından ayna ile kaplanır ve böylece hem bu büyük taşıyıcı elemanların kütsel etkisi hafifletilir hem de düşeyde diğer katların yansımalarından faydalanılır (Şekil 18). Mimar Abdurrahman Hancı, birçok tasarımında ve özellikle de Vakko mağazalarında sıklıkla kullandığı ayna malzemesi için düşüncelerini şöyle açıklar:

Ayna öyle bir malzeme ki, yerinde kullanıldığında takdirde mekânı çok güzelleştirdiği gibi, kötü kullanılırsa birçok şeyi katlayarak çirkinleştirir... Mesela olabildiğince aynanın üzerine direkt ışık gelmemesine dikkat ederiz. Ayrıca aynayı uzun yıllar sanat galerileri ve müzelerde olduğu gibi ışık kaynağını artırmak için gizli yansıtıcı eleman olarak kullandığımız da oldu... Mesela Divan Otel'i'nin zemin katında

aynanın imkanlarını azami şekilde kullandık. Bunların bir kısmı dekoratif öğeler halinde, bir kısmı da mekânı büyütme amacıyla kullanılmıştır... Bunun gibi uygulamaları Vakko Mağazaları gibi pek çok çalışmamızda yaptık (Hancı, 2008, s.78).

Abdurrahman Hancı'nın aynaya ilişkin duyarlılığı Kızılay mağazasında kullanılan diğer malzeme seçimlerinde de devam eder. Sağır cephelerinden dolayı gün ışığı alma şansı asgaride tutulmuş olan mekânda beyaz rengin hâkim olduğu ferah bir mekân yaratılmaya çalışılır. Bu kapsamda, Taksim'deki Vakkorama Mağazasında olduğu gibi, Vakko Kızılay Mağazasında da beyaz mermer kullanılması tercih edilir. Hancı'ya göre bu tip malzemeler "mekânın uzun ömürlü olması bakımından da fevkalade mühimdir" (Hancı, 2008, s. 21). Abdurrahman Hancı'nın Turgut Cansever'le beraber yaptığı İstanbul'daki Büyükkada Anadolu Kulübü yapısı ve bu yapının güney cephesini boydan boya kaplayan zarif ahşap kafesler düşünüldüğünde, Hancı'nın beyaz mermer kullanımını "yerine bağlı bir modernist mimarlık yaklaşımının" uzantısı olarak da okunabilir. Hancı, Vakko Kızılay mağazasının yer döşemesinde tercih ettiği bu malzeme-yi sabit oturma gruplarında da kullanmıştır (Şekil 19). Mekânlarında çoğunlukla kendi tasarladığı sabit mobilyaları kullanmayı tercih eden Hancı, bu oturma gruplarında beyaz mermerin yarattığı yalın havayı, yine Taksim Vakkorama mağazasında olduğu gibi renkli yastıklarla süslemiştir.



Şekil 16A. Vakko Ankara giriş kat plan ve giriş kat kesit çizimleri.

Kaynak: Hancı, 1973.



Şekil 16B. Köyden İndim Şehire filminde Vakko Kızılay Mağazası giriş alanını gösteren sahne.

Kaynak: Köyden İndim Şehire, 1975.



Renk kullanımı, ürüne ve müşteri grubuna göre ayrılan, mağaza katlarında da karşımıza çıkar. Abdurrahman Hancı yüksek katlı bu mağazada, müşterilerin yönelimini kolaylaştırmak ve mağazanın bütünlüğü içinde çeşitlilik üretmek adına her katta ayrı bir renk kullanmayı tercih etmiştir. Katlara göre farklılaşan renk kullanımı *Köyden İndim Şehire* filminde de fark edilir. Filmde yer alan sahneler üzerinden Kızılay mağazasında erkek kıyafetlerinin satıldığı katta mavi renk, kadın kıyafetlerinin satıldığı katta turuncu renk kullanıldığı görülür (Şekil 20A ve 20B). Bu sahnelerde dikkat çeken diğer bir unsur da sergileme ve satış elemanlarına ilişkin bütüncül tasarım yaklaşımıdır. Vakko'nun Beyoğlu mağazasında olduğu gibi, Ankara mağazasında da katlarda yer alan sergileme ve satış elemanları ortak bir dilde tasarlanmıştır. Vakko Beyoğlu mağazasında tekrar eden altıgen biçimli dilden farklı olarak Ankara mağazasında elemanların biçimlenişinde daha eğrisel ve organik bir dil tercih edilmiştir. Altı çizilmesi gereken diğer bir unsur da sergileme ve satışa ilişkin bu elemanların tavanda yer alan aydınlatma elemanlarıyla ve tavan tanımlarıyla da desteklenmesidir (Şekil 21).

Vakko Kızılay mağazası mimari tasarımı ve sunduğu iç mekân, atmosfer kararlarıyla açıldığı dönem Ankara'nın öne çıkan mekânlarından biri haline gelir. Bu zengin

biçimsel kararların yanında Vakko Kızılay mağazası, önerdiği yaşam kültürüyle de dönemin diğer mağazalarından farklıdır. Daha önce de belirtildiği gibi, diğer Vakko mağazaları gibi Kızılay mağazası da basit bir alışveriş mekânı olarak tanımlanamaz; mağazada yer alan çay bahçesi ve sanat galerisi gibi mekânlar, Vakko Kızılay mağazasını sosyal ve kültürel anlamda da Ankara'nın kentsel yaşamında önemli bir mekân haline getirir. Abdurrahman Hancı Vakko mağazalarında yer alan çay bahçelerinin, salonlarının (Şekil 22) markanın mekânsallaşmasındaki önemini şu şekilde dile getirir:

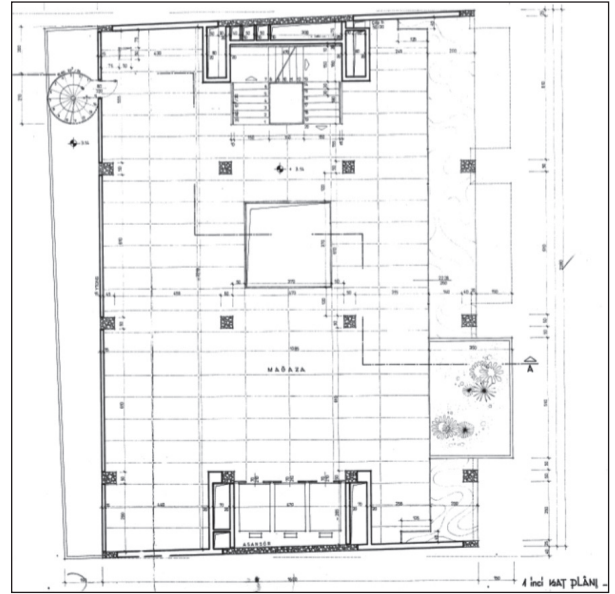
Vakko mağazalarını ele alalım. Bunlar büyük alışveriş merkezleri dolayısıyla oldukça yüksek binalar. Fakat bu binalar içinde insan faktörü kaybolmamalı. Orada çalışanlar ve müşteriler için tabiatla buluşacakları, oturup sohbet edecekleri mekânlar olsun dedik. Vakko çay bahçeleri hep böyle bir düşüncenin ürünüdür. O zaman rasyonel bir bina hümanist bir çizgi de kazanmış oluyor (Hancı, 2008, s.19).

Kızılay mağazasında önemli bir buluşma ve sosyalleşme haline gelen çay bahçeleri dışında diğer önemli bir mekân da sanat galerileridir. Vitali Hakko, Vakko mağazalarında, özellikle de Ankara mağazasında, sanat galerilerinin ortaya çıkışını şöyle aktarır:



Şekil 17A. Vakko Ankara galeri boşluğunda bulunan havuz.

Kaynak: Hancı, 2008.



Şekil 17B. Merdiven ve asansör aksının ortasında yer alan galeri boşluğu plan şeması.

Kaynak: Hancı, 1973.



Şekil 18. Vakko Kızılay mağazasında kolonlarda ayna kullanımı.

Kaynak: Hakko, 1988.



Şekil 19. Vakko Kızılay Mağazası mermer oturma grupları.
Kaynak: Hancı, 2008.



Şekil 20A ve 20B. Mağazanın kadın ve erkek satış bölümlerindeki renk kullanımı.
Kaynak: Köyden İndim Şehire, 1975.



Vakko mağazasında defile, sanat galerisi
The art gallery and a fashion show at the Vakko Store.

Şekil 21. Mağazanın satış alanındaki aydınlatma elemanları ve tavan tanımlamaları.

Kaynak: Köyden İndim Şehire, 1975.

Şekil 22. Vakko Mağazası sanat galerisi ve çay bahçesi.
Kaynak: Özel, 1992.



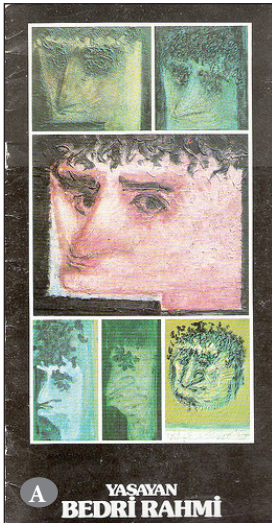
Ankara mağazamızı yaparken 500 metrekairelik tüm bir katın sanat galerisine ayrılması fikriyle karşılaştık. Abdurrahman Hancı ve arkadaşları benim sanata özellikle de resme zaafım olduğunu biliyorlardı. O yıllarda Ankara'da küçük, bodrum katlarına sığışmış iki özel galeri vardı. Eksik olmasınlar Hancı, Pilevneli ve Edgü bu işi karşılıksız yapmayı kabul ettiler. Böylece, Ankara, bir başkente layık bir sanat galerisine sahip oldu (Hakko, 1997, s. 223).

Gerçekten de Kızılay mağazasındaki galeri Ankara sanat hayatına büyük bir hareketlilik kazandırır, çok kısa zamanda birçok ünlü Türk sanatçının çalışmaları bu galeride paylaşılır. İlk sergi, Vitali Hakko ve Abdurrahman Hancı'nın yakın dostu olan ve yakın zamanda kaybettikleri, Bedri Rahmi Eyüboğlu için açılır (Şekil 23A). 11 Mart 1976 tarihinde *Yaşayan Bedri Rahmi* adıyla açılan sergi, sanatçının 300'den fazla tablo, desen, guaj ve seramik çalışmasından oluşan görkemli bir sergi olur. Dönemin gazeteleri bu sergiyi anlattıkları yazılarda Kızılay mağazasında yer alan bu galerinin "Batı ülkelerindeki benzerleri ile boy ölçüşebilecek nitelikte" olduğuna vurgu yapar (*Yaşayan Bedri Rahmi*, 1976) (Şekil 23B). Ek olarak bu galerinin orta yerindeki çay salonundan bahsedilir ve Ankaralı sanatseverlerin resimleri, heykelleri gördükten sonra burada çaylarını,

kahvelerini içerken sohbet edebilecekleri ve sergide yer alan eserler üzerine tartışabilecekleri dile getirilir.

Vakko Kızılay galerisinde Bedri Rahmi Eyüboğlu sergisinin ardından başta Fransa olmak üzere, İtalya, İsviçre, İngiltere ve Amerika'daki önemli koleksiyonlarda resimleri bulunan Fikret Mualla'nın Türkiye'deki ilk büyük retrospektif sergisi açılır. Ferit Edgü'nün çabalarıyla gerçekleşen Fikret Mualla sergisinin ardından galeride Eşref Üren, Avni Arbaş, Jale Yılmazbaşar, Abidin Dino, Kenan Özbel gibi birçok değerli Türk sanatçının sergisi açılır¹⁴ (Şekil 24).

Vakko, mağazalarındaki galerilerde açtığı sergilerin yanı sıra 1978 yılından başlayarak resim, geleneksel desen ve ödül yarışmalarıyla genç sanatçılara ödüller verir ve ödül alan sanatçıların eserlerini sergiler. Vakko, mağazalarında açılan sergilerden topladığı eserlerle büyük bir çağdaş Türk resim sanatı koleksiyonu oluşturur; bu koleksiyondan 19 ünlü Türk ressamının eserlerini 1996 yılında eşarplarında değerlendirir. Tüm bu etkinliklerle Vakko, Türkiye'de plastik sanatların gelişimine büyük önem veren ve bu alanda üretilmiş olan eserlerin kalıcı ya da geçici olarak sergilenebileceği mekânlar yaratan ve bu eserlerin tartışılacağı ortamlar sunan büyük bir kurum haline gelir.



Şekil 23A. Yaşayan Bedri Rahmi sergisi broşürü. Kaynak: Umut Şumnu Koleksiyonu.



Şekil 23B. Bedri Rahmi sergisinin haberi. Kaynak: Yaşayan Bedri Rahmi, 1976.

14 Abidin Dino'nun Paris'ten yolladığı resimlerle Vakko Ankara Sanat Galerisinde "Doksan Çiçek, Dokunsan Çiçek" isimli sergisi açılmıştır (Hakko, 1997, s.224). Kenan Özbel, Vakko'nun Ankara Sanat Galerisinde "Türk Yazma Sanatı Örnekleri" isimli bir sergi açmıştır (Bektaş, 1976).



Fikret Mualla

Resim Sergisini
onurlandırmanızı dileriz.



VAKKO

VAKKO ANKARA SANAT GALERİSİ
8-31 Aralık 1993
Açılış: 8 Aralık, Saat: 17.00-19.00
Atatürk Bulvarı 113, Yenişehir - Ankara Tel: 425 22 85

"Elmalı Natürmort", Guaj, 25,5 cm x 20,5 cm, 1954-1955

Şekil 24. Vakko'nun ilk büyük retrospektif sergisine özel Fikret Mualla davetiyesi.
Kaynak: Umur Şumnu Koleksiyonu.

Vakko mağazalarında açılan sergiler gibi, senede iki kere hazırlanan defileler de Ankara'nın kentsel yaşamında önemli etkinliklerdir. Düzenlenen tüm bu etkinlikler ve bu etkinliklerin paylaşıldığı sosyal ortamlar Vakko'nun modayı sadece bir giyinme eylemi olarak değil, bir yaşam kültürü olarak gördüğü anlayışının uzantısıdır. Bu yaklaşım Vakko'nun bir dönem *Vakko'yu Seçenler* (1973) başlığıyla yayımladığı reklamlarda da görülür:

Vakko'yu seçenler... spor arabaları severler. Bir otomobil sahibi olmasalar da. Antonioni, Fellini, Bertolucci, Lelouch gibi sanatçıların filmlerini beğenirler. Pek sık görme olasılığı bulmasalar da. Her mevsim değişen renklere, desenlere aşıkırlar. Ressam olmasalar da. Giyimde günün modasının çizgisini ararlar. Paris'e, Londra'ya ya da Roma'ya yolları düşmeseler de. Giydikleri bir ceketin, bir kostümün, bir pardesünün aynı kumaştan, aynı kuptan, herkesin sırtında görünmesinden hoşlanmazlar. Özel kumaş dokutacak kadar paraları ve terziye gidecek kadar vakitleri olmasa da kendilerine güvenleri ve hayal güçleri vardır. Ancak Vakko'da bulurlar aradıklarını.

Sonuç

Vakko, kılık kıyafet devriminin getirdiği değişim sonucunda ortaya çıkan Şen Şapka'dan başlayarak, Türkiye'de kadın, erkek, genç ve çocuk giyiminde Türkiye'nin en önemli markalarından biri olmuştur. Fakat Vakko markası sadece moda alanıyla sınırlı bir marka olarak değerlendirilmemelidir. Vakko, ürettiği kıyafet ve akse-

suarların dışında Türkiye'de mağazacılık alanında da öncü olmuş ve departmanlı mağazacılık anlayışında o zamana kadar ülkemizde olmayan yenilikler getirmiştir. Pazarlıksız satış, indirim günleri, ürün garantisi, iade ve değişim gibi satışa ve satış sonrasında ilişkin pek çok Batılı uygulama ilk kez Vakko mağazalarında deneyimlenir. Satış ve satış sonrasında ilişkin getirilen yenilikler yanında Vakko mağazalarının diğer bir öne çıkan özelliği de bu mekânların sadece bir alışveriş merkezi olmayıp sosyal ve kültürel mekânlar olmalarıdır.

Vakko, kurulduğundan bu yana moda, mimarlık, iç mimarlık ve sanat birlikteliği fikriyle yola çıkmış ve gerek Haluk Baysal'ın tasarladığı Merter'deki Vakko Turistik Elişi, Eşarp ve Konfeksiyon Fabrikası'nda, gerek mağazalarında bu anlayışı yansıtmaya çalışmıştır. 1962 yılında açılan Beyoğlu mağazasından başlayarak, 1973 yılında açılan Ankara, 1978 yılında açılan İzmir ve 1980'lerden sonra açılan diğer Vakko ve Vakkorama mağazalarında tasarlanan mekânların birer mağaza olduğu kadar sergi, defile gibi etkinliklere ev sahipliği yapan kültür-sanat mekânları ve insanları çay salonlarında, bahçelerinde bir araya getiren sosyal mekânlar olması arzu edilmiştir.

Çoğunluğunu Abdurrahman Hancı'nın yaptığı ve farklı zamanlarda ve yerlerde yapılmasına rağmen ortak bir biçimsel, işlevsel ve yaşamsal anlayışla ele alınan bu mağazaların büyük bir çoğunluğu yakın zamanda ciddi mimari müdahalelere maruz kalmış, moda uğruna yok edilmiş ya da tamamen işlev değiştirmiştir.



Bu noktadan hareketle çalışmada, Vakko mağazalarına özellikle de Vakko'nun Ankara'daki mağazasına odaklanılmaya çalışılmış ve 2002 yılında kapanan ve Ankara'nın kentsel yaşamında önemli bir yeri olan bu mağaza belgelenmeye çalışılmıştır. Vakko, 2003 yılında Armada Alışveriş Merkezinde, 2010 yılında Arjantin Caddesi'nde ve son olarak 2018 yılında Atakule Alışveriş Merkezinde yeni mağazalar açsa da, Kızılay Mağazası mimari biçimleniş kararları ve sunduğu yaşam kültürüyle Ankaralılar için hâlâ canlı olan izler sunmaktadır. Sonuç olarak Vakko Kızılay Mağazası sadece Ankara'nın modern mağazacılık ve mağaza mimarisi anlamında öncü olmuş ve dönemin departmanlı mağazaları içinde ayrıcalıklı bir yere sahip olan bir mekânı olarak değil, aynı zamanda Ankara'da zaman içerisinde değişen sosyal ve kültürel ortamı anlamak için de önemli bir örnektir.

Kaynakça

- Ah nerede [Film]. (1975). O. Aksoy (Yön.). İstanbul: Arzu Film.
- Ankara Kızılay Mağazası'nın açılışı [fotoğraf]. (1973, 19 Ekim). (ID 14326). Anadolu Ajansı Arşivi, Ankara.
- Ankara Kızılay Mağazası'nın açılışı [fotoğraf]. (1973, 19 Ekim). (ID 14328). Anadolu Ajansı Arşivi, Ankara.
- Ankara on katlı bir mağaza kazandı [ilan]. (1973, 21 Ekim). *Milliyet*, s.5.
- Altan, T. E. (2011). Anma: Rahmi Bediz'in Ardından. *Mimarlık*, 357, 44.
- Aydemir, M. A. (2006). Yetinen toplumdaki tüketen topluma; Türkiye'de modern tüketme kültürünün tarihsel ve toplumsal gelişim seyri. *Edebiyat Dergisi*, 16, 201-214.
- Bektaş, C. (1976). Şu Son üç dört ayda. *Mimarlık*, 147, 22-23.
- Cengizkan, M. (2007). Vakko fabrikası için hâlâ bir şans yaratılabilir mi?. *Mimarlık*, 337, 18-19.
- Hakko, V. (1988). *İlk 50 yıl Vakko*. İstanbul: Vakko Yayınları.
- Hakko, V. (1997). *Hayatım Vakko*. İstanbul: Şedele Matbaa.
- Hancı, A. (2008). *Abdurrahman Hancı: yapılar/projeler 1945-2000*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Hancı, A. (Çizen). (1973) Vakko Kızılay Mağazası projesi 1/50 [Plan ve Kesit Çizimleri]. (Dosya No: Atatürk Bulvarı 1084 ada, 5 parsel; no: 113). Büyükşehir Belediyesi Arşivi, Ankara.
- Sümerbank satış mağazaları yıllığı. (1985). İstanbul: Dünya Süper Veb Ofset.
- İzgi, U. ve Küçükerman, Ö. (1967). Ankara'da Gima mağazası. *Mimarlık*, 43, 19-23.
- Koparal, C. (1986). *Departmanlı mağazaların organizasyon yapıları ve Gima T.A.Ş.'deki inceleme*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Köyden İndim Şehire [Film]. (1974). E. Eğilmez (Yönetmen). İstanbul: Arzu Film.
- Milano'dan Tahran'a kadar eşi bulunmıyan mağaza [İlan]. (1965, 20 Aralık). *Milliyet*, s.7.
- Özel, M. (Ed.). (1992). *Ankara*. Ankara: Kültür Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü.
- Soysal, S. (2007). *Yenişehir'de bir öğle vakti*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Şen Şapka [İlan]. (1950, 3 Kasım). *Milliyet*, s.6.
- Şimdi Beyoğlu eskisinden farklı [İlan]. (1962, 29 Nisan). *Milliyet*, s.6.
- Tek pliseli Vakko eşarbını 4 ayrı şekilde kullanabilirsiniz [İlan]. (1951, 2 Haziran). *Milliyet*, s.4.
- Tunçer, M. (2012). Cumhuriyet'in ilk yıllarında Ankara'nın ticaret merkezi yapısı (1923-1933). F. Şenol Cantek (Ed.). *İcat edilmiş şehir: Ankara içinde* (ss.145-148). İstanbul: İletişim.
- Usal, S. Y. (2014). 1960'larda bir departmanlı mağaza tasarımının kadınların yaşam tarzı bağlamında incelenmesi: Kızılay Gima. *Mimarlık*, 378, 64-70.
- Vakko İzmir Mağazası açıldı [İlan]. (1978, 3 Kasım). *Milliyet*, s.8
- Vakko kloke pardesü ve manto [İlan]. (1965, 14 Kasım). *Milliyet*, s.7.
- Vakko şömizye bluz [İlan]. (1965, 31 Ekim). *Milliyet*, s.7.
- Vakko turistik elişe eşarp ve konfeksiyon fabrikası. (1970). *Arkitekt*, 340, 159-166.
- Vakko yupi mini etek [İlan]. (1966, 9 Ekim). *Milliyet*, s.6.
- Vakko'yu seçenler [İlan]. (1973, 22 Ekim). *Milliyet*, s.8.
- Yaşayan Bedri Rahmi sergisi [İlan]. (1976, 07 Mart). *Milliyet*, s.18.
- Yeni Karamürsel [Açılış] [İlan]. (1969, 30 Kasım). *Milliyet*, s.4.

