



Ankara'daki Alışveriş Caddelerinde Ticari Mekanlar ve Sosyal Sürdürülebilirlik Araştırması

Social Sustainability of Shopping Streets in Ankara

Özge YALÇINER ERÇOŞKUN,¹ Burcu ÖZÜDURU¹

Kent merkezindeki kamusal alanlarla bütünleşmiş alışveriş caddeleri (AVC) sosyal etkileşimin yüksek olduğu mekânlardır. Öte yandan, çağdaş alışveriş mekânı olan alışveriş merkezleri (AVM) ise günümüz tüketim toplumunun gereksinimlerini karşılamayı amaçlayan merkezler olarak kabul edilmekte, inşa alanının büyüklüğü, sunduğu ticari ve sosyal faaliyet çeşitliliği, ekonomik yatırım değeri açısından geleneksel alışveriş mekânlarından farklılaştırmaktadır. Bu farklılaşma sosyal sürdürülebilirliğe olumsuz etki ederek, yerellik, kimlik vb. kavramları da yok etmektedir. Bu çalışmanın amacı Ankara'nın AVC'lerini sosyal sürdürülebilirlik açısından araştırmak ve alışveriş caddelerinde sosyal sürdürülebilirliği destekleyecek yerellik, kimlik, canlılık, ekonomik açıdan hayatta kalabilirlik, farklılık, mekan duygusu, anlam kavramlarını bu AVC'ler özelinde sorgulamaktır. Ankara'nın merkezi iş alanı içindeki önemli ana AVC'ler bu çalışmanın örnekleme olarak belirlenmiştir. AVC'lerde ticari envanter oluşturmak, işletme kategorilerini ve markaları sınıflamak amacıyla saha çalışması yapılmış, toplanan bilgiler Coğrafi Bilgi Sistemleri (CBS) aracılığıyla tematik haritalarda sunulmuştur. Ankara'da ilk kez merkezi iş alanında coğrafi tabanlı bir ticaret envanteri oluşturulmuştur. Ayrıca sosyal ve işlevsel tespit yapılarak bu mekanlardaki aktiviteler ve kullanımlar gözlemlenerek sosyal sürdürülebilirlik haritaları hazırlanmıştır. Elde edilen sonuçlar, kent merkezlerinin görece olarak yeni bir kavram olan sosyal sürdürülebilirlik çerçevesinde stratejiler kurgulanmasında yardımcı olacaktır.

Shopping streets are integral parts of public spaces in traditional shopping areas of Central Business Districts (CBD). Furthermore, as modern shopping venues, shopping centers offer advantages for modern lifestyles with spacious shopping areas, variety of commercial and social activities, and economic value of their investments. These advantages act in favor of shopping centers and improve the level of shopping street social sustainability and its relevant concepts. The aim of this study is to analyze the main shopping streets of Ankara, using the concepts of social sustainability. In this study, these concepts, such as locality, identity, vitality, viability, sense of place, conviviality, meaning and local characteristics of the shopping streets are investigated. For the first time, the retail unit locations in Ankara, their brands and their business types, are illustrated on thematic land use maps using Geographical Information Systems (GIS) software. Next, population activities and consumer spatial behavior are observed and marked on maps that are also referred to as social sustainability maps. The results of the study can be useful in formulating strategies within the framework of social sustainability, which is a relatively new concept.

¹Gazi Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Şehir ve Bölge Planlama Bölümü, Ankara; ¹Department of City and Regional Planning, Gazi University Faculty of Architecture, Ankara, Turkey.

Başvuru tarihi: 20 Ocak 2012 (Article arrival date: January 20, 2012) - Kabul tarihi: 25 Haziran 2013 (Accepted for publication: June 25, 2013)

İletişim (Correspondence): Özge YALÇINER ERÇOŞKUN. **e-posta (e-mail):** ozgeyal@gazi.edu.tr

© 2013 Yıldız Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi - © 2013 Yıldız Technical University, Faculty of Architecture

Giriş

Sanayileşme, araba öncelikli yaşam, banliyöleşme, mimaride modern hareket, AVM'ler ve kentsel yayılma, kamusal hayatın, toplum ruhunun çöküşüne, sosyal kapitalin¹ azalmasını yol açmıştır. Oldenburg'a göre² kamusal hayatın geçtiği mekanlar farklıdır. Birinci mekan ev, ikinci mekan okul veya iş ise üçüncü mekanlar barlar, tavernalar, güzellik salonları, havuzlar, kafelerdir. Üçüncü mekanlar kentlinin bir araya gelebileceği kamusal etkileşim mekanlarıdır. Ev ve iş dışında ana caddeler, postaneler, kafeler ve diğer mekanlar toplumun sosyal canlılığını ve demokratik yaşamı destekleyen yerlerdir. Bu mekanlar, ziyaretçilerinin profiline göre sosyal eşitliği sağlar; kamusal ve kentsel politikalara temel oluşturur; mekan duygusunu güçlendirir; toplum alışkanlıklarını ortaya koyar ve topluma psikolojik destek sağlar.⁴ Caddelerdeki bu yerel mekanlar canlılığın, kentsel atmosferin ve eğlencenin parçası olarak AVM'lere göre özgün ve üstündür. Bugün bu mekanların yerini Starbucks, Barnes&Noble, McDonalds gibi perakende zincirleri almıştır.³

Son yirmi yılda özellikle yeni uydu kentlerin oluşumu ile birlikte kent dışına yapılan büyük AVM'ler, pek çok kişinin kent merkezi dışında hayatını idame ettirebilmesine neden olmuş; yerel, bağımsız işletmelerin kapanmasına ve kent merkezlerindeki yaşam kalitesinin düşmesine neden olmuştur. Bir zamanlar bağımsız çalışan kasap, gazete bayii, kafe, kitapçı, manav ve aile işletmelerinin yerini organize perakendecilik, diğer bir deyişle süpermarketler, fast-food zincirleri ve uluslararası outletler almıştır. İngiltere'de 1997 ile 2002 yılları arasındaki beş yıllık dönemde kasap, fırın, balıkçı gibi özelleşmiş perakendecilerin sayısı yarı yarıya azalmıştır (Simms vd. 2005).⁴

Bu şekildeki bir değişim klon kent (clone town) kavramını da beraberinde getirmiştir. Giderek alışveriş caddelerinde yerel yapı malzemeleriyle inşa edilmiş farklı tasarımları olan küçük dükkanlar, cam, çelik gibi vitrinlere sahip aynı tip büyük mağazalara çevirilmekte, kentlerin birer klon kent (clone town) haline dönüşürülmesine neden olmaktadır.⁴ Bir zamanların yerel aile işletmelerinden oluşan küçük dükkanları, küresel düzeyde süpermarket zincirlerine, fast-food veya her yerde aynı küresel moda markalarına dönüşmektedir. Perakende arzındaki bu değişim nedeniyle, canlı ve nitelikli AVC'ler karanlık ve ıssız alanlar haline gelmektedir. Sadece ticari çeşitliliğinin kaybı değil, büyük perakende zincirlerin büyümesi de klon kentleri yaratmaktadır. Kent merkezlerindeki ana caddelerin karakteri değişmektedir. Bu caddeler büyük, aynı ürünleri en ucuz şekilde sunmaya çalışan uluslararası marka

outletler, medya marketler, fast-food zincirleri gibi mağazaların yoğunlaştığı yerler haline gelmektedir. Bu homojenlik, yerel farklılıkları da yok etmektedir. Estetik, mimari, doğal ve kamusal çeşitlilik yok olmakta, dünya küresel tek bir kültüre itilmektedir. Oysa AVC'ler 'özel' bir alışveriş deneyimi yaşatmakta ve bunu da ticari çeşitlilik ile sağlamaktadır.⁵

Literatürde ana cadde (main street) olarak da tanımlanan AVC'lerin en önemli özellikleri bir büyük cadde boyunca zaman içinde gelişmiş olmaları ve bu caddelerde daha çok zincir olmayan, yerel ticari işletmelerin yer seçmeleridir. Southworth (2005),⁶ ana caddeleri, yürünebilir, az katlı binalardan oluşan ve zemin katlarında ticari birimlerin olduğu, kentsel çevre ile ilişkili, yaya trafiğinin yüksek olduğu, kontrol edilmeyen kamusal ve sosyal aktivitelerin gerçekleştiği alanlar olarak tanımlamaktadır. Ona göre bu mekanlarda yaşam hissi bu aktivitelerle desteklenmekte, insanların bu mekanları kullanmaları sağlanmakta ve ana caddedeki bu yaşam hissini, çevredeki yaşayanların ve bu mekanı kullananların, bir araya geldiklerinde sosyal sürdürülebilirlik kapsamında da bahsi geçen 'mahalleli ruhu'nu hissetmelerine neden olmaktadır. AVM'lere karşı geleneksel AVC'lerin üstünlüğü de buradadır ve bu AVC'lerin yenilenmesi çağdaş planlamanın bir aracı olarak kent merkezlerindeki kaliteyi arttırmak için önemlidir. Bugün pek çok kentte ana caddeler ya yenilenmektedir, ya da marka ana caddeler oluşturularak, ekonomik sürdürülebilirlikleri sağlanmaya ve farklı nitelikte bir kent merkezi oluşturulmaya çalışılmaktadır. AVC'lerdeki işletme çeşitliliği, demokrasinin varlığını, mekan hissini ve aidiyet duygusunu güçlendirir; ayrıca AVC'lerdeki ekonomik canlılığın ve tüketici seçeneklerindeki artışın da göstergesidir.¹ Dünyadaki önemli AVC'lere örnek olarak New York'ta 5. Cadde, Londra'da Oxford, Tokyo'da Ginza, Barselona'da Las Ramblas, Atina'da Ermou. İstanbul'da ise İstiklal Caddesi ve Abdi İpekçi Caddesi gösterilebilir.

4. bölümde ayrıntılı şekilde anlatılan sosyal sürdürülebilirlik ise güçlü ve dinamik, birbirine bağlı toplumların oluşturulması, gelenek ve eylemlerin devam ettirilmesi, teknolojiyle gelen bireyselleşme tehditine karşı toplum ruhunu oluşturabilme olarak tanımlanmaktadır. AVC'ler, toplumu bir araya getirebilecek sokak festivalleri, panayır gibi etkinliklerin de düzenlenebileceği açık kamusal alanlardır. Bu nedenle de toplumsal yaşamın odağında önemli rol üstlenirler. AVC'lerde

¹ Jacobs, 1961.

² Oldenburg, 1989.

³ Banerjee, 2001.

⁴ Simms vd., 2005.

⁵ Pendola ve Sheldon, 2001.

⁶ Southworth, 2005.

kamusal ve sosyal aktiviteler, kentlileri bu mekanlara çekmekte, toplum ruhu oluşmasına, aidiyet hissini pekişmesine olanak vermektedir. AVC'lerin bir önemli özelliği de çeşitli finans ve kamu kurum binalarının genellikle buralarda yer seçmesidir. Böylece bu alanlar önemli hizmet merkezleri olarak da farklı bir nitelik kazanırlar.

Bu çalışmanın amacı, Ankara'nın AVC'lerinin sosyal sürdürülebilirlik açısından değerlendirilmesi ve bu AVC'lerde sosyal sürdürülebilirliği destekleyecek yerellik, kimlik, canlılık, ekonomik açıdan hayatta kalabilirlik, farklılık, mekan duygusu, anlam kavramlarının sorgulanmasıdır. Bu amaçla, çeşitlilik ve yerellik kavramları AVC'lerdeki ticari birimlerin analizi ile, kimlik kavramı ise klon kent değerlendirmesi ile sorgulanmıştır. Sosyal sürdürülebilirliği destekleyen mekan duygusu, anlam, canlılık, farklılık gibi kavramları tartışmak hedefiyle kamusal mekanlar ve öğeleri, üçüncü mekanlar, ulaşım bağlantıları haritalanmıştır.

Yöntem

Saha çalışması 2010 yılında Ankara kent merkezinde seçilen AVC'lerde yapılmış (Şekil 1) ve zemin kattaki tüm ticaret birimlerinin markaları ve ticaret tipleri, caddelerdeki tüm ticari kullanımındaki binalar ve pasajlar için saptanmıştır. Burada birim olarak zemin katlardaki dükkanlar kullanılmıştır. 1/25.000 ölçekli "2023 Baş-

kent Ankara Nazım İmar Planı" esas alınarak, bu planda "Merkezi İş Alanı" olarak belirlenmiş caddeler arasından perakende ticaret birimlerinin yoğunlaştığı caddeler seçilmiştir. Seçilen caddeler bugün Ankara'nın tüm kent merkezinin omurgasını oluşturmaktadır. Oluşturulan ticaret envanteri mevcut binalar ile eşleştirilerek CBS programı yardımıyla kodlanmıştır. Tüm binalardaki ticaret türleri ve kullanımları ticaret birimlerinin marka ve tiplerinin sınıflamasına göre haritalanmıştır. Böylece Ankara'da ilk kez kent merkezinde coğrafi tabanlı bir ticaret envanteri oluşturulmuştur. Çalışmada birimlerin türü ticari olarak 15 ayrı sektöre göre sınıflanmıştır (Tablo 1).

İkinci olarak saha çalışmasında, ticari birimlerinin markaları, uluslararası, ulusal ve yerel perakendeciler olmak üzere 3 ayrı grupta sınıflanmıştır (Tablo 1). Uluslararası zincir perakendeciler, McDonalds, Zara, Marks&Spencer, Vodaphone, Starbucks, Real gibi markalar olarak tespit edilmiş, ulusal zincir perakendeciler ise Kiğılı, Sarar, LC Waikiki gibi kurumsal bir yapıya sahip perakendeciler olarak belirlenmiştir. Yerel perakendeciler ise bilinen bir marka olarak anılmayan perakendecilerdir ve genelde başka yerde şubeleri bulunmamaktadır. Bu perakendeciler herhangi bir zincirin parçası olmayan aile işletmeleri ya da bireysel girişimlerdir. Ancak, AVC'lerdeki yerel kimliğin oluşmasında bu yerel perakendecilerin rolü büyüktür.

Tablo 1. Çalışmanın aşamaları

1. Aşama Ticaret türü tespiti	2. Aşama Ticaret türlerine göre marka tespiti	3. Aşama Klon kent araştırması	4. Aşama Sos. Sür. için mekansal unsurların tespiti
1. Giyim/ayakkabı, 2. Teknolojik ürünler, 3. Kafe/lokanta/pastane, 4. Kitap/dergi/kırtasiye, 5. Tiyatro/sinema/eğlence, 6. Mobilya/mutfak eşyaları/dekorasyon, 7. Altın/döviz, 8. Market, 9. Gıda, 10. Fotoğraf, 11. Eczane, 12. Aksesuar/kozmetik, 13. Seyahat acentesi, 14. Güzellik bakım hizmetleri, 15. Diğer	Yerel Ulusal Uluslararası	Klonlanmış kent Sınırdaki kent Kimlikli kent	Ticari mekanlar, yaya bölgeleri, meydan, önemli yeşil alanlar, oturma birimleri, sosyal etkileşim alanları, sokak müzisyenleri, 3. Mekanlar-kafeler buluşma noktaları vb.
5. Aşama Sosyal sürdürülebilirliği destekleyecek öğelerin yorumlanması			
Yerellik, kimlik, ekonomik açıdan hayatta kalabilirlik, anlam, mekan duygusu, canlılık			



Şekil 1. Ankara kent merkezindeki araştırma yapılan caddelerin konumu.

Çalışmanın son aşamasında arazi kullanım çalışması yapıp kamusal alanlardaki canlılık, çeşitlilik, toplanma gibi unsurlara göre sosyal sürdürülebilirlik analizi yapılmış ve CBS programı yardımıyla tematik haritalar hazırlanmış, sosyal etkileşim alanları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır (Tablo 1). Kızılay'da 8 ayrı cadde ile Tunalı Hilmi, Arjantin ve Anafartalar Caddeleri'nde gerçekleştirilen analizde AVC'lerde yer alan kamusal mekanların sosyal ve fonksiyonel tespiti yapılarak bu mekanlardaki canlılık ve kullanımlar gözlemlenmiştir. Böylece, AVC'lerin sosyal sürdürülebilirlik açısından yapısı ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu bölgelerde fiziksel mekana yönelik gözlemler de CBS yardımıyla haritalara dökülmüştür. Analizlerde, caddelerdeki yaya yolu, taşıt yolu güzergahları, başlıca ticaret türleri, insanların yoğunlaştığı yerler, parklar, oturma birimleri, mağazaların sokak ile bütünleştiği alanlar, üçüncü mekanlar, buluşma noktaları gibi sosyal sürdürülebilirlik seviyesinde etkili mekansal unsurlar tespit edilmiştir. Bu tespitlere göre, yerellik, kimlik, ekonomik açıdan hayatta kalabilirlik, anlam, mekan duygusu, canlılık gibi sosyal sürdürülebilirliği destekleyen özellikler saptanmıştır.

Ticari Birimlerdeki Çeşitlilik

Bu bölümde AVC'lerdeki ticari birimlerin çeşitliliği ortaya konulmaktadır. Ticari işletme çeşitliliği ve yerel dükkanların varlığı, kimlikli mekanlar yaratma ve aidi-

yet duygusunu güçlendirir, AVC'lerdeki ekonomik canlılığın ve tüketici seçeneklerindeki artışın da göstergesidir; ayrıca üçüncü mekanlar, sosyal sürdürülebilirliği destekler.

Ankara, başkent oluşunun ardından hızlı bir kentsel dönüşüme sahne olmuştur. Bu dönüşümün en doğru algılanabileceği yer kent merkezinin ana parçaları olan Kızılay ve Kızılay'ın ana aksı olan Atatürk Bulvarı'dır. 1924'te Lörcher Planı'nda yeni başkent bulvarları ve meydanları ile düşünülmüştür. Atatürk Bulvarı ilk imar planında Ankara'nın tek ve en önemli ulaşım kanalı olarak planlanmış, İstasyon- meclis- kale aksında Ulus ve Kızılay'ı birleştirmiştir. Ulus kent merkezi olmuş, Bulvar bu merkezi Atatürk'ün yerleşim yeri olarak seçtiği Çankaya'ya bağlamış, böylece kentin en önemli gelişme yönü tariflenmiştir.⁷ Kentsel gelişme sürecinde bu gelişme yönünde yeni yapılaşmanın izlenebildiği Atatürk Bulvarı Ankara için tarihsel önemi ve özgünlüğü nedeniyle bu çalışmada örnek alanlardan biri olarak seçilmiştir. Plan kabul görmese de plandaki Cumhuriyet Meydanı Kızılay Meydanı olarak korunmuş ve kent merkezinin ana tasarım ögesi olmuştur.⁸ Dolayısıyla Kızılay Bölgesi'nde meydanın parçası olan Atatürk Bulva-

⁷ Bayraktar vd., 2008.

⁸ Sargın, 2009.

rı başta olmak üzere ona bağlanan tüm bulvar ve caddeler (GMK Bulvarı, Ziya Gökalp Caddesi, Meşrutiyet, İzmir Caddesi, Sakarya Caddesi ve Necatibey Caddeleri) pek çok dükkan ve ofisin konumlandığı kent merkezi işlevlerini barındıran ana akslar olarak bu araştırmanın mekansal çerçevesini oluşturmuştur.

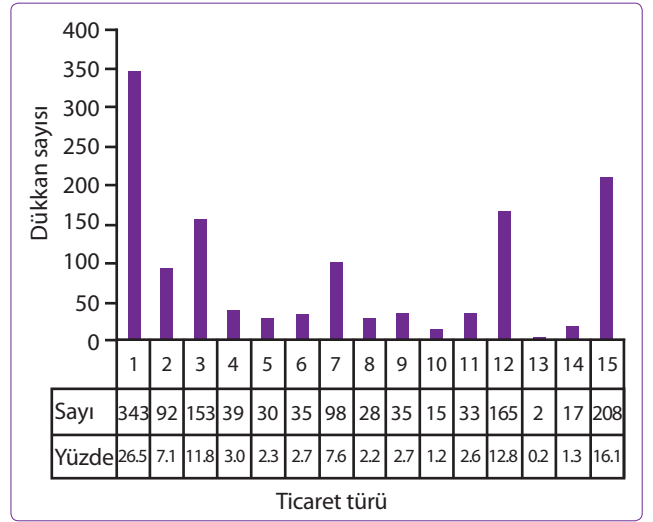
Anafartalar Caddesi ise, Ulus'taki tarihi ticaret merkezinin kalbidir. Kent merkezinin Sıhhiye, Kızılay ve Kavaklıdere'ye kaymasıyla, Anafartalar Caddesi, bugün yıpranan eski kent merkezi Ulus'ta önemini korumaktadır. Hala belli kesimin alışveriş ettiği, önemli kuyumcu çarşıları, ev dekorasyon eşyaları ve cep telefonu vb. elektronik eşya satan mağazaların konumlandığı bir caddedir. Bu caddede, özellikle son yıllarda Altındağ Belediyesi'nin kentsel canlandırma plan ve projeleri devam etmektedir.

Tunalı Hilmi Caddesi ise, Ankara'nın Çankaya ilçesine bağlı Kavaklıdere semtinde konumlanmakta, prestij sahibi ünlü markalar burada yer seçmektedir. Bu nedenle de Ankara'daki sosyal yaşamın önemli merkezlerinden biri sayılmaktadır. Ankara'nın en eski parklarından biri olan Kuğulu Park da bu cadededir. Caddenin yaya ve taşıt trafiği günün tüm saatlerinde yoğunudur. Her yaş ve cinsiyetten kentlinin burada konumlanan dükkan, kafe, restoran, güzellik/bakım merkezlerini kullandığı popüler bir caddedir. Arjantin Caddesi ise, Ankara'nın Çankaya ilçesinde Kavaklıdere semtinde bulunan Tunalı Hilmi Caddesi'nin devamı olan prestijli ünlü ticari birimlerin konumlandığı bir caddedir.

Kızılay'daki Ana AVC'lerde Ticaret Türlerinin Analizi

Kızılay'da 8 ayrı alışveriş caddesinde (Atatürk ve GMK Bulvarları ile Ziya Gökalp, İzmir, Meşrutiyet, Sakarya, Mithatpaşa, Necatibey Caddeleri) caddeye cephe veren zemin katlardaki ticaret birimlerinin türü, marka sınıflaması belirlenmiştir. Kızılay'da zemin katta toplam 1402 birim yer almaktadır. Bunların 1293 (%92,2) tanesi ticari amaçla, geriye kalan 109 tanesi ticaret dışı faaliyetlerde (konut, kamu binası, boş dükkan, yıkık) kullanılmaktadır. Ticari amaçla kullanılanların ticaret türlerine göre sınıflandırması yapıldığında Kızılay'da öne çıkan en önemli ticaret türü giyim/ayakkabı (%26,5) olmuştur. Diğer öne çıkan işlevler ise aksesuar/kozmetik (%12,8), kafe/lokanta/pastane (%11,8), altın/döviz (%7,6), teknoloji ürünleridir (%7,1) (Şekil 2).

Kızılay'daki sekiz AVC'nin ticaret türü açısından özellikleri incelendiğinde; Giyim/Aykkabı mağazalarının %41,4'ünün Kızılay'ın ve Ankara kent merkezinin omurgasını oluşturan, ulusal ve uluslararası markaların genelde yer seçtiği Atatürk Bulvarı'nda, teknoloji ürünleri (elektronik ve telefon satış) mağazalarının %32,6'sının

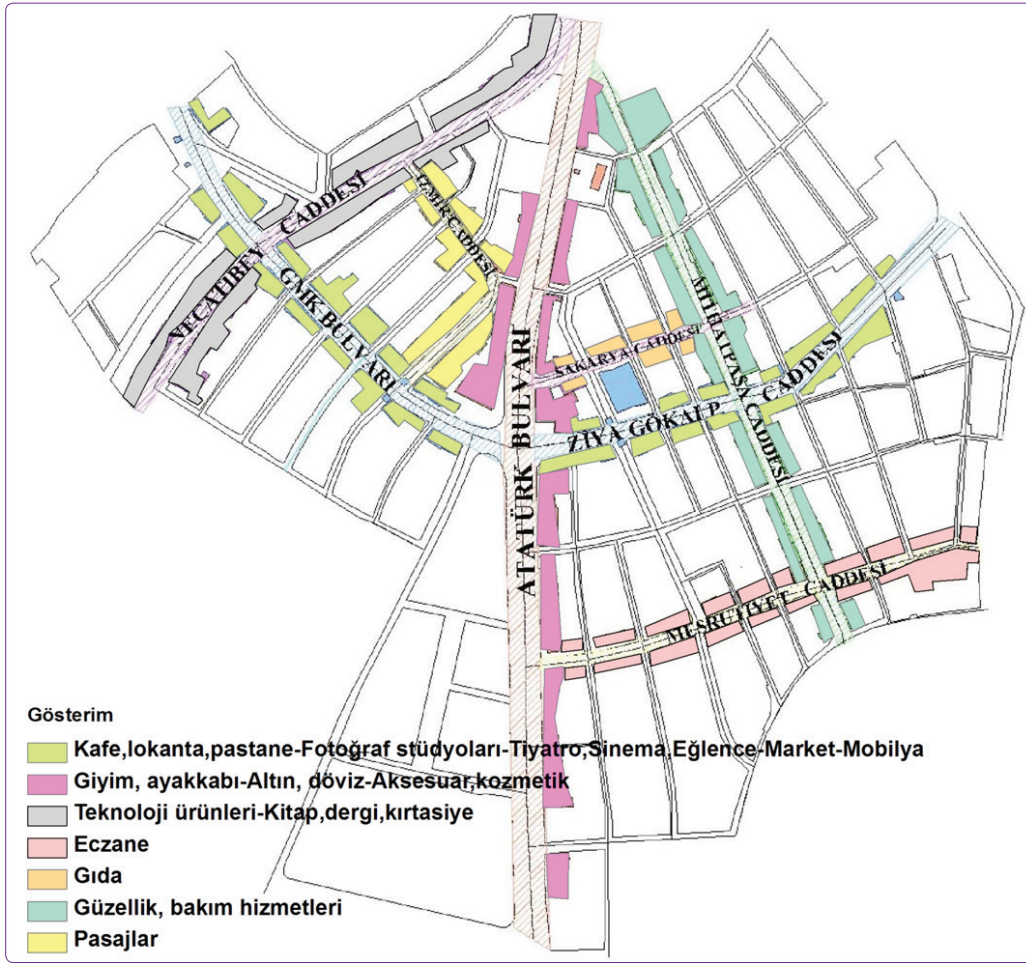


Şekil 2. Kızılay'da Ticaret Türleri Sınıflaması.

1. Giyim/ayakkabı, 2. Teknolojik ürünler, 3. Kafe/lokanta/pastane, 4. Kitap/dergi/kırtasiye, 5. Tiyatro/sinema/eğlence, 6. Mobilya/mutfak eşyaları/dekorasyon, 7. Altın/döviz, 8. Market, 9. Gıda, 10. Fotoğraf, 11. Eczane, 12. Aksesuar/kozmetik, 13. Seyahat acentesi, 14. Güzellik bakım hizmetleri, 15. Diğer.

Necatibey Caddesi'nde, Kafe/Lokanta/Pastanelerin %24,2'sinin GMK-Ziya Gökalp Caddesi, Kitap/Dergi/Kırtasiyelerin %23,1'inin GMK-Ziya Gökalp Caddesi ve Necatibey Caddesi'nde kümelendiği bulunmuştur. Tiyatro/Sinema/Eğlence mekanlarının %40,0'ü GMK-Ziya Gökalp Caddesi, Mobilya/Mutfak eşyaları/Dekorasyon mağazalarının %31,4'ü GMK-Ziya Gökalp Caddesi, Altın/Döviz mağazalarının %75,5'inin kuyumcu çarşılarının yer aldığı Atatürk Bulvarı, marketlerin %32,1'inin GMK-Ziya Gökalp Caddesi, gıda dükkanlarının %34,3'ünün Sakarya Caddesi'nde toplandığı tespit edilmiştir (Şekil 3). Fotoğraf stüdyolarının %40,0'ünün GMK-Ziya Gökalp Caddesi ve Necatibey Caddesi'nde, eczanelerin %36,4'ünün Mithatpaşa Caddesi, Aksesuar/Kozmetik mağazalarının %49,1'inin Atatürk Bulvarı, Güzellik/Bakım hizmetlerinin %29,4'ünün Mithatpaşa Caddesi'nde kümelendiği görülmektedir. Pasajlar ise en çok Atatürk Bulvarı ve İzmir Caddesi'nde bulunmaktadır.

Kızılay'da AVC'lerdeki ticaret birimlerinin marka sınıflandırması yapıldığında %76,0'sının yerel, %14,0'ünün ulusal ve %10,0'unun uluslararası markalar olduğu görülmektedir. Yerel markaların yüksek oranda olması, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik adına olumludur. En fazla uluslararası marka Atatürk Bulvarı'nda (%11,0), en fazla ulusal marka ise İzmir Caddesi'ndedir (%19,0). Marka sınıflamasına göre ise, en fazla oranda Giyim/Aykkabı mağazaları, yerel markalar olarak, İzmir Caddesi ile Atatürk ve GMK Bulvarları'nda bulunmaktadır. Ulusal ve uluslararası Giyim/Aykkabı marka-



Şekil 3. Kızılay - Öne Çıkan Ticaret Türüne Göre Mekansal Dağılım (en fazla yüzelere göre).

ları ise çoğunlukla Atatürk Bulvarı, İzmir ve Meşrutiyet Caddeleri'ndedir (Şekil 4).

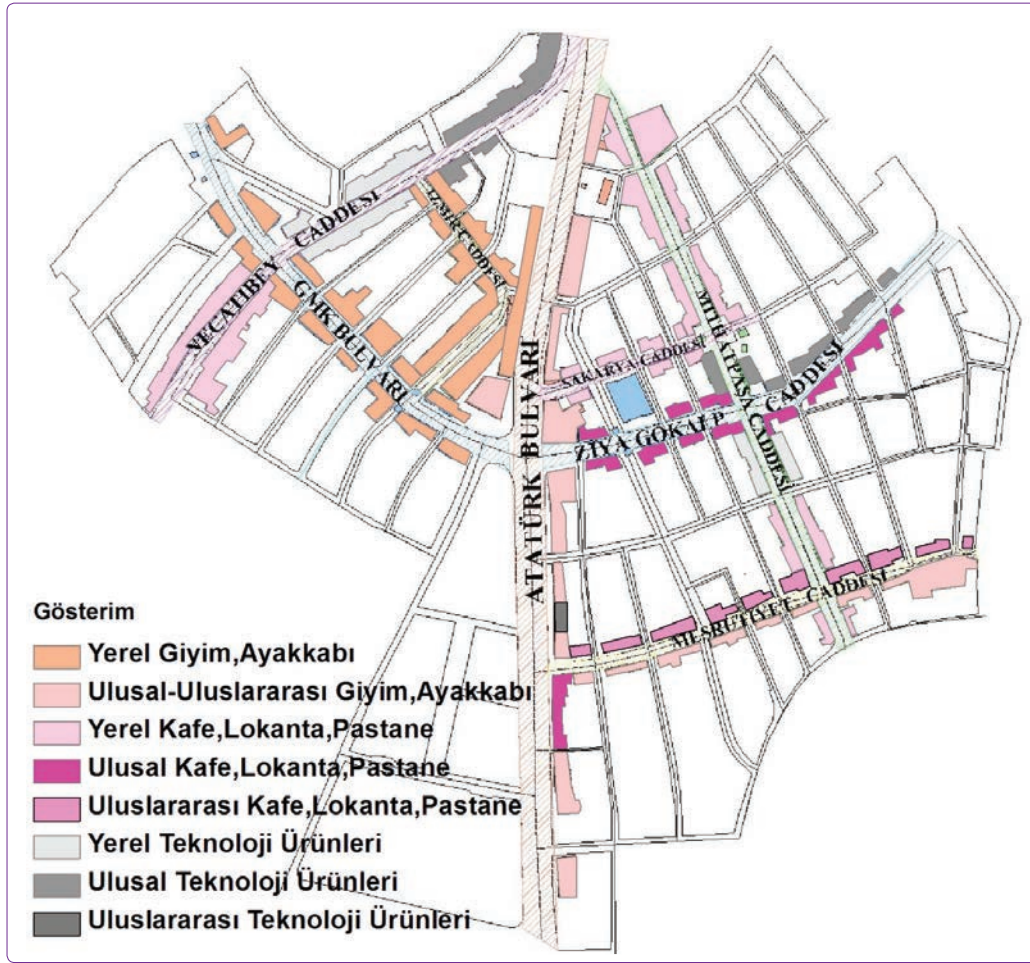
İkinci olarak sayısı en fazla olan ticaret türü Kafe/Lokanta/Pastaneler'dir. Bu türde yerel markalar Necatibey, Mithatpaşa ve Sakarya Caddeleri'nde bulunmaktadır. Ulusal markalar Atatürk Bulvarı, Sakarya ve Ziya Gökalp Caddeleri'nde, uluslararası markalar ise Meşrutiyet Caddesi'nde görülmektedir. Teknoloji ürünleri türünde Necatibey ve Mithatpaşa Caddeleri'nde yerel markalar, aynı caddeler ve Ziya Gökalp Caddesi'nde ulusal markalar, Atatürk Bulvarı'nda ise uluslararası markalar olarak yer almaktadır.

Kavaklıdere'deki Ana AVC'lerde Ticaret Türlerinin Analizi

Kavaklıdere'de Tunalı Hilmi ve Arjantin Caddeleri olmak üzere iki ayrı AVC'de zemin katlarda ticaretin türü, marka sınıflaması, her bir ticaretin türünün marka sınıflamasına göre yapılmıştır. Kavaklıdere'de zemin kata göre yapılan analiz sonucunda toplam 462 dükkan bu-

lunduğu görülmüştür. Bunların 427 (%92,4) tanesi ticari amaçla, 35 (%7,6) tanesi ise ticaret dışı faaliyetlerde kullanılmaktadır. Ticaret türlerine göre sınıflandırma yapıldığında (en çoktan en aza); %29,3'ünün giyim/ayakkabı, %15,0'inin aksesuar/kozmetik, %12,4'ünün kafe/lokanta/pastane, %9,1'inin altın/döviz, %14,8'inin diğer ticaret türlerinden (banka, oyuncakçı vb.) oluştuğu görülmektedir (Şekil 5). Kavaklıdere'de analiz edilen iki cadde de ticaret türlerinin daha çok Tunalı Hilmi Caddesi üzerinde çeşitlendiği ve yoğunlaştığı görülmektedir. Tunalı Hilmi Caddesi üzerinde pasajlar da bulunmaktadır.

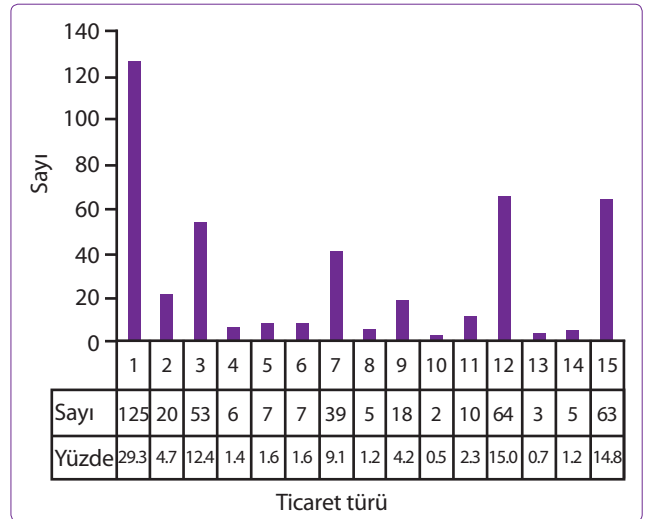
Giyim/Aykkabı mağazalarının Tunalı Hilmi ve Arjantin Caddeleri'nde konumlandığı, ancak Bülten Sokak - Kuşulu Park arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Aksesuar/Kozmetik mağazalarının dağılımına bakıldığında dükkanların tamamının Tunalı Hilmi Caddesi'nde yer aldığı görülmektedir. Kafe/Lokanta/Pastaneler Tunalı Hilmi Caddesi boyunca homojen olarak dağılmıştır. Tunalı Hilmi Caddesi'nde Kuşulu Park - Bülten Sokak



Şekil 4. Kızılay - Öne Çıkan Ticaret Türlerinin Marka Sınıflamasına Göre Mekansal Dağılımı.

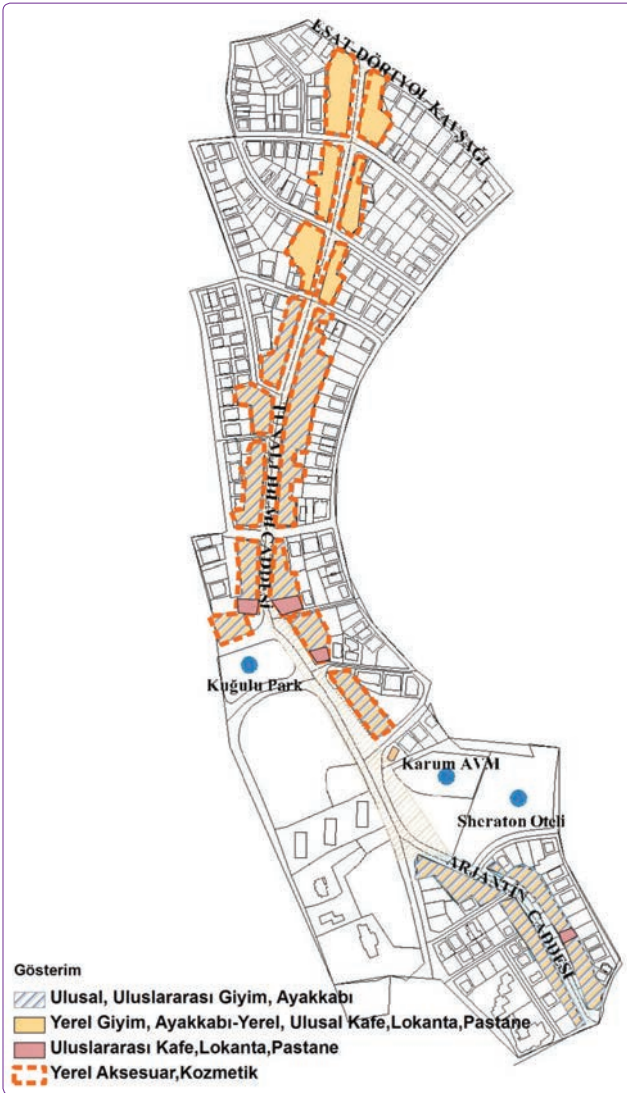
arasında kuyumcu, aksesuar, optik, saat, fotoğrafçı, kafe, pastane ve giyim mağazaları gibi çeşitli dükkanlar bulunurken ünlü markalar da bu kesimde yer almaktadır. Bülten Sokak'tan Esat Caddesi'ne kadar olan ikinci kısımda ise seyahat acenteleri, marketler, güzellik/bakım hizmetleri gibi daha küçük yerel dükkanlar yer almaktadır. Arjantin Caddesi'nde ise daha çok Giyim/Ayakkabı mağazaları bulunmakta bunların da bir kısmının uluslararası markalar olduğu görülmektedir.

Dükkanların marka sınıflaması yapıldığında; %77,8'inin yerel, %12,9'unun ulusal, %9,4'ünün uluslararası markalardan oluştuğu görülmektedir. Kavaklıdere'de yer alan dükkanların belli ticaret türlerinde marka sınıflamasına göre mekansal dağılımı incelendiğinde; yerel Giyim/Ayakkabı mağazalarının Tunalı Hilmi ve Arjantin Caddeleri'nde, ulusal mağazaların Tunalı Hilmi Caddesi'nde Bülten Sokak - Kuğulu Park arasında toplandığı bulunmuştur. Arjantin Caddesi'nde ulusal markaların yer almadığı, uluslararası mağazaların da tamamının Bülten Sokak - Kuğulu Park arasında



Şekil 5. Kavaklıdere Ticaret Türleri Sınıflaması.

1. Giyim/ayakkabı, 2. Teknolojik ürünler, 3. Kafe/lokanta/pastane, 4. Kitap/dergi/kırtasiye, 5. Tiyatro/sinema/eğlence, 6. Mobilya/mutfak eşyaları/dekorasyon, 7. Altın/döviz, 8. Market, 9. Gıda, 10. Fotoğraf, 11. Eczane, 12. Aksesuar/kozmetik, 13. Seyahat acentesi, 14. Güzellik bakım hizmetleri, 15. Diğer.



Şekil 6. Kavaklıdere-Öne Çıkan Ticaret Türlerinin Marka Sınıflamasına Göre Mekansal Dağılımı.

yer aldığı bir kısmının da Arjantin Caddesi'nde olduğu görülmektedir. Tunalı Hilmi Caddesi'nde Giyim/Ayakkabı türünde yerel 92 (%29) , ulusal 17 (%33) ve uluslararası 16 adet işletme bulunmaktadır (%50). Ünlü ulusal markalardan Atalar, Tüzün, Koton gibi markalar, uluslararası markalardan Marks&Spencer, Mango, United Colors of Benetton burada yer seçmiştir.

Kavaklıdere'de en fazla bulunan Aksesuar/Kozmetik mağazalarının marka sınıflamasına göre mekandaki dağılımına bakıldığında; yerel ve ulusal markaların Tunalı Hilmi Caddesi boyunca Giyim/Ayakkabı türünün mekansal dağılımına benzer bir dağılım gösterdiği görülmektedir. Aksesuar/kozmetik türünde yerel 53 (%17), ulusal 7 (%13) ve uluslararası 3 adet işletme (%9) bulunmaktadır. Sephora, M.A.C gibi uluslararası markalar, Tekin Acar Kozmetik, Sevil Parfümeri gibi

ulusal markalar, Pino Parfümeri gibi yerel markalar bu caddede yer almaktadır. Arjantin Caddesi'nde Giyim/Ayakkabı olarak yerel 9 adet dükkan (%45), uluslararası 5 adet dükkan bulunmaktadır (%63). Ünlü ulusal markalardan Vakko, Beymen Club gibi markalar burada yer seçmiştir.

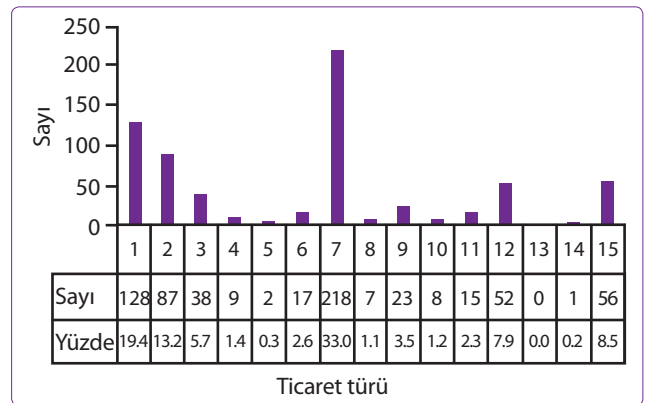
Kafe/lokanta kategorisinde ise yerel 4 adet (%20), uluslararası 1 adet işletme bulunmaktadır (%12). Starbucks gibi uluslararası kahve zinciri de burada yer seçmiştir. Kafe/Lokanta/Pastanelerin marka sınıflamasına göre dağılımlarına bakıldığında; yerel markalar, Tunalı Hilmi ve Arjantin Caddeleri'nde yer almış, ulusal markalar Kuşulu Park - Esat Dört Yol Kavşağı arasında bir dağılım göstermiştir. Uluslararası markalar Kuşulu Park civarındadır (Şekil 6).

Kafe/Lokanta/Pastane kategorisinde ise McDonalds, Burger King gibi uluslararası fastfood işletmeler, ünlü ulusal markalardan Özüt, Mado, yerel markalardan Cafe des Cafes, C'viz Cafe ve Cambo Köfte, Capari Restoran gibi lokantalar yer almaktadır.

Ulus'taki Ana AVC'lerde Ticaret Analizi

Ulus'ta Anafartalar Caddesi'nde zemin katta toplam 696 dükkan bulunmaktadır. Bunların 661'i (%95,0) ticari amaçla, 35'i (%5,0) ise ticaret dışı faaliyetlerde kullanılmaktadır. Anafartalar Caddesi'nde bulunan işletmeler ticaret türlerine göre; %33'ünün altın/döviz, %19,4'ünün giyim/ayakkabı, %13,2'sinin teknoloji ürünleri, %7,9'unun aksesuar/kozmetik, %5,7'sinin kafe/lokanta/pastane, %8,5'inin diğer ticaret türleri olarak sınıflandırılmaktadır (Şekil 7).

Anafartalar Caddesi'nde Giyim/Ayakkabı mağazalarının daha çok Ulus Meydanı ve çevresindeki Ulus



Şekil 7. Anafartalar Caddesi Ticaret Türleri.

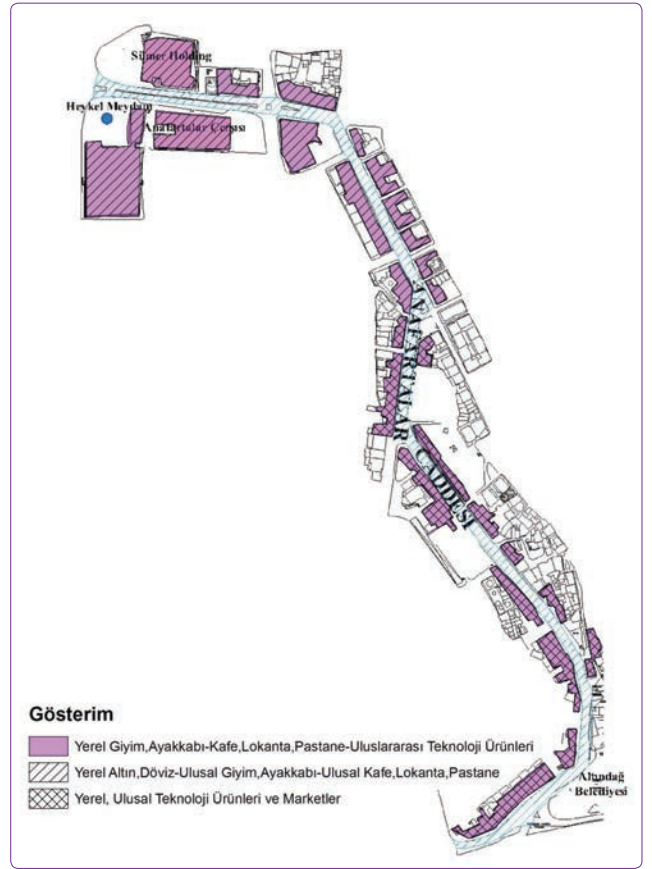
1. Giyim/ayakkabı, 2. Teknolojik ürünler, 3. Kafe/lokanta/pastane, 4. Kitap/dergi/kırtasiye, 5. Tiyatro/sinema/eğlence, 6. Mobilya/mutfak eşyaları/dekorasyon, 7. Altın/döviz, 8. Market, 9. Gıda, 10. Fotoğraf, 11. Eczane, 12. Aksesuar/kozmetik, 13. Seyahat acentesi, 14. Güzellik bakım hizmetleri, 15. Diğer.

Çarşısı, Anafartalar Çarşısı gibi Ankara'nın eski çarşılarının içinde yer aldığı, bir kısmının da caddenin güneybatıya olan kıvrımından sonra bulunduğu görülmektedir. Giyim/Ayakkabı mağazalarında ulusal markaların büyük bir kısmının Ulus Meydanı civarında yer aldığı, yerel dükkanların da caddenin güneybatıya olan kıvrımından sonra yer aldıkları görülmektedir. Anafartalar Caddesi'nde en fazla bulunan ticaret türü olan altın/döviz mağazaları caddenin kuzeyinde kümelenmiş ve yerel nitelikli olduğu görülmektedir (Şekil 8). Aksesuar/Kozmetik mağazalarının dağılımına bakıldığında büyük bir kısmının Ulus Meydanı çevresinde yer alan çarşılarda bulunduğu, diğer kısmının da caddenin ortasında toplandığı görülmektedir. Anafartalar Caddesi'nde bulunan kafe/lokanta/pastaneler, caddenin kuzeyinde ve Altındağ Belediyesi civarında yoğunlaştığı görülmektedir (Şekil 8). Caddenin Ulus Meydanı'na yakın kısımda 20 tane pasaj-çarşı bulunmaktadır. Ulus Çarşısı, Anafartalar Çarşısı, Anafartalar Belediye Çarşısı burada yer alan en eski ve en önemli çarşılardır. Pasajlar içinde toplam 470 adet dükkan bulunmaktadır. %42'si altın/döviz mağazaları, %14'ü ise teknoloji ürünleri mağazalarıdır. Pasajlardaki dükkanların %3'ü boştur.

Anafartalar Caddesi'nde yer alan dükkanların marka sınıflaması yapıldığında; %89,4'ünün yerel, %5,7'sinin ulusal, %4,8'inin uluslararası markalardan oluştuğu görülmektedir. Anafartalar Caddesi'nde yerel Giyim/Ayakkabı mağazalarının Ulus Meydanı çevresi ve caddenin güneybatıya olan kıvrımından sonra yer aldığı, Ayakkabı Dünyası, Rodi Mood gibi ulusal markalarında Ulus Meydanı çevresinde yer alan büyük çarşılarda bulunduğu görülmektedir (Şekil 8).

Kafe/Lokanta/Pastanelerin marka sınıflamasına göre dağılımına bakıldığında; yerel markaların caddenin kuzeyi ve Altındağ Belediyesi çevresinde yer aldığı, Mado, Simit Sarayı gibi ulusal markaların da Ulus Çarşısı'nda yer aldığı görülmektedir. Caddede yer alan yerel ve ulusal markalı teknoloji-iletişim dükkanlarının caddenin güneydoğu ve güneybatı kıvrımında yoğunlaştığı, uluslararası markalarında tüm cadde boyunca bir dağılım gösterdiği görülmektedir. Buradaki yerel ve ulusal marketlerin Altındağ Belediyesi civarında yer aldığı görülmektedir (Şekil 8).

Araştırma sahasındaki üç bölge fiziksel açıdan tamamen farklıdır. Ulus'taki Anafartalar Caddesi tarihi yapılar içermektedir ve çok uzun bir caddedir. Ekonomik olarak yerel küçük esnafın çokluğu göze çarpmakta, sosyal açıdan orta ve alt kesim kullanıcılarına hitap etmektedir. Altın dükkanlarının ve pasajların varlığı önemlidir. Kent merkezi Kızılay'daki AVC'lerin kullanıcıları her yaş ve kesimdedir. Giyim dükkanları çoğun-



Şekil 8. Anafartalar Caddesi-Öne Çıkan Ticaret Türlerinin Marka Sınıflamasına Göre Mekansal Dağılımı.

luğu oluşturur. Burada tarihi yapılar azınlıkta kalmıştır. Önemli bazı yapılar boştur. Yaya kaldırımları geniştir ancak taşıt önceliği bulunmaktadır. Metro, otobüs gibi toplu taşıma hatlarından dolayı kalabalık fazladır. Güven Park'ın tarihi önemi büyüktür, toplanma mekanıdır. Kavaklıdere'deki Tunalı Hilmi ve Arjantin Caddeleri ise popüler olarak gençlerin başta olmak üzere orta ve orta üst kesimin kullandığı, yaya potansiyeli büyük, yeşil alanlarıyla ve kafeleriyle kentnin sosyal hayatına zenginlik katan AVC'lerdir. Sonuçta kent merkezinin tümünü oluşturan bu üç bölge fiziksel ve sosyal açıdan farklı bölgelerdir.

Ankara'da Klon Kent Çalışması

Sağlıklı yerel ekonominin göstergesi olan klon kent analizi aşağıda anlatılmıştır. Eğer bir kentte yerel ticari birimler azalıyor tehlike başlamıştır. Yerel ekonomi içinde daha az para dolaşıyorsa, ekonomiyi bir arada tutan sosyal kenetlenme zayıflamakta, ekonomik dayanıklılığı destekleyen yerel işletmeler ve altyapı çökmeye başlamaktadır. Ekonomik kriz ve şoklara karşı duramayan işletmeler kapandıkça kent merkezleri köhneleşmektedir.

The New Economics Foundation'ın ürettiği The Clo-
ne Town Britain Survey çalışmasından yararlanılarak
Ankara için aşağıdaki yöntem kullanılmıştır:¹ Ana cad-
dede dükkanların işlevleri ve markaları tespit edilmiş-
tir. Postane, banka, işyeri, sağlık hizmetleri ve kamu
binaları tespit dışı bırakılmıştır. Puan olarak caddedeki
her bir değişik işleve 5 puan, her bir yerel dükkana 50
puan, her bir ulusal veya uluslararası zincir mağazaya 5
puan verilmiş ve tüm puanlar toplanarak toplam dük-
kan sayısına bölünmüştür. Örneğin, A isimli AVC'de 18
ayrı çeşit dükkan bulunmaktadır. Toplam 50 dükkan-
dan 10'u yerel diğer 40'ı zincir mağazadır, o zaman A
caddesi şu puanı alır:

$$(18 \times 5) + (10 \times 50) + (40 \times 5) = 790$$

$$790 / 50 = 15,8$$

15,8 puanı alan A caddesi aşağıdaki değerlendirmeye
'klonlanmış kent' sınıfına girer:

Klonlanmış Kent	Sınırdaki Kent	Kimlikli Kent
5 10 15 20 25	30 35	40 45 50 55 60 65 70 75 80 85

Buna göre Ankara geneli, Kızılay'daki AVC'ler, Tuna-
lı Hilmi-Arjantin Caddeleri ve Anafartalar Caddesi'nin
tümü kimlikli kent sınıfındadır, küreselleşmeyle gelen
tek tip standart klon kentler durumunda olmaması umut
vericidir. Çalışılan AVC'ler içinde en az Kızılay, en fazla
Anafartalar Caddesi'nin kimlikli cadde sınıfında olduğu
bulunmuştur (Tablo 2). Sonuçta Kızılay'daki AVC'lerde
yerel markaların oranı %75,0, Tunalı Hilmi-Arjantin
Caddeleri'nde %77,0, Anafartalar Caddesi'nde %89,0'dur.

Sosyal Sürdürülebilirlik Analizi

Sosyal sürdürülebilirlik, Dünya Çevre ve Gelişim

Komyonu'nun hazırladığı Brundtland raporunda⁹ uzun
vadeli, güçlü ve dinamik toplumların oluşturulması,
bu toplumlarda temel insani ihtiyaçların giderilmesi,
geleneklerin ve eylemlerin sürdürülmesi olarak tanımlanmıştır.
Teknolojinin hızlı gelişimi sosyal ve kültürel
anlamda güçlü bir toplum oluşturma fikrini tehdit eder
gibi gözükmekte, toplum ruhu yerine bireyselleşmenin
ön plana çıkması belirgin olarak hissedilmektedir. Oysa
sosyal olarak sürdürülebilir toplumlar, toplum ruhunu
benimsemiştir ve eşitlikçi, çeşitli, bağlı, demokratik ve
yüksek yaşam kalitesine sahiptir.¹⁰ Sosyal sürdürülebilirlik,
sosyal etkileşimi, kültürel zenginliği arttıracak program
ve süreçlerin geliştirilmesi üzerine odaklanmıştır.¹¹

Bu konunun mekana yansımaları çok kolay olmamakla
birlikte, sosyal etkileşimlerin olduğu, insanların birbir-
leri ile kuvvetli bağlar kurabildiği kamusal mekanlarda
sosyal sürdürülebilirliği tanımlayabilmek mümkündür.
Bu konudaki değerlendirmeler gözleme dayalı, göz-
lemcinin yaptığı çevresel ve görsel değerlerin analiz
edilmesidir. Bu analizler yapılırken önem verilen de-
ğerler ise aşağıda açıklanmıştır. Bu bölüme kadar kimlik
ve yerellik konuları tartışılmıştır. Bu bölümden sonra
ise sosyal sürdürülebilirliği destekleyecek diğer öğeler
analiz edilecektir.

Canlılık (vitality): Ana caddedeki aktivite düzeyinin
yüksek olması, caddenin yoğun olması, ziyaretçiler için
cazibe alanı oluşturmalarıdır.¹² Caddeler ve kaldırımlar, bir
kent ana kamusal alanları olarak sosyal açıdan en canlı
organlarıdır. Bir kent düşünüldüğünde öncelikle cadde-
leri aklı gelir. Eğer caddeler çekici ise kent çekici, eğer
caddeler boşa, kent ölü olarak nitelendirilir.² Sadece
sosyal boyut değil ekonomik boyut da çok önemlidir.

Hayatta kalabilirlik (viability): Ana caddenin karlılığını
sürdürebilme, yatırımı destekleme kapasitesidir. Yeni

Tablo 2. Ticaret alanlarının aldıkları puanlar

	Bölge		Puan
Kızılay	Toplam dükkan sayısı	1293	72
	Yerel markalar	978	
	Ticaret sınıfı	15	
Tunalı Hilmi -Arjantin Caddesi	Toplam dükkan sayısı	427	73
	Yerel markalar	332	
	Ticaret sınıfı	15	
Anafartalar Caddesi	Toplam dükkan sayısı	661	81
	Yerel markalar	591	
	Ticaret sınıfı	14	
Ankara Geneli	Toplam dükkan sayısı	2381	75
	Yerel markalar	1901	
	Ticaret sınıfı	15	

Tablo 3. Caddelerin ulaşım analizi

Alışveriş caddesi adı	Uzunluk (km)	Yol kademelenmesindeki durumu (derece)	Cadde genişliği (m)
Anafartalar Caddesi	1.30	2	14-24
İzmir Caddesi	0.47	3.derece (kısmen yaya yolu)	5-15
Atatürk Bulvarı	1.46	1	30
Gazi Mustafa Kemal Bulvarı	0.75	1	16
Ziya Gökalp Caddesi	0.77	1	16
Sakarya Caddesi	0.30	3. derece yaya yolu	20
Mithatpaşa Caddesi	0.74	2	14
Necatibey Caddesi	0.89	2	14
Tunalı Hilmi Caddesi	1.24	2	10
Arjantin Caddesi	0.39	2	10
Meşrutiyet Caddesi	0.74	2	12

Ankara Büyükşehir Bld. Trafik Pl. Daire Bşk. verileri

yatırım kararları ile yeni mağazalar açma, hayatta kalabilirliği sağlama ekonomik açıdan en önemli ölçüttür.¹⁴

Farklılık (distinctiveness): Özgün, farklı, tarihsel kökleri olan, otantik, iyi hissettiren, aidiyet ve sorumluluk duyguları uyandıran yerler ve ürünler ana caddeleri diğerlerinden ayırt ettirecek, farkına vardıracaktır.¹

Mekan duygusu (sense of place): Mekan duygusu, bir yere bağlanma, insanlar ve o mekanlar arasında bir ilişki, zaman ve mekandaki değişimleri takdir etme, kültürünü, tarihini benimseme, kendini evinde gibi rahat hissetme anlamına gelmektedir. Dolayısıyla doğal ve kültürel mirasın önemli bileşenlerini korumak, okunurluğu arttırmak mekan hissini de arttıracaktır.¹³ Ekonomik yönden küreselleşme, standart ürünler, yerel peyzajla, ekosistemle, tarihle, kültür ve toplumla bağlantısı olmayan kentsel çevre ve mekan duygusunu zayıflatmaktadır.¹⁴

Eğlence, keyif (conviviality): İnsanlar ve çevreleri arasında özerk ve yaratıcı ilişkiler amaçlı aktiviteler de sosyal memnuniyetler olarak tanımlanabilir. Sokak gösterileri, partiler, danslar, küçük grup gösterileri, toplu bir eylem için sosyal kenetlenme bunun içinde sayılabilir. Bu aktiviteler kamusal mekanlarda, ana caddede, meydanda, parklarda, halk eğitim merkezlerinde vb. yerlerde yapılmaktadır. Bu tip eylemlerde insanlar daha çok kaynaşmaktadır.¹⁵

Anlam (meaning): Lynch'in The Image of The City kitabının ilk sayfasında (1960)¹⁶ 'her kentlinin zihninde kenti oluşturan parçalarla ilgili imgeleri vardır ve bunlar anı ve anlam taşıyır' yazmaktadır. Rapoport (1982)¹⁷ 'kişilerin değişik amaçlarla gittikleri mekanlardan değişik anlamlar çıkarırlar' tespitini yapmıştır. Anlam, ina-

nış, kültürel yapı, dünya görüşü, felsefe, din vb. faktörlerden etkilenmektedir. Anlam, kimliği destekler. Belli yapılar belli nirengiler olarak değişik kültürlerle değişik şeyler ifade eder. Tarihi, kültürel mirasın, geleneksel dokunun kentliyi olumlu etkilediğini söylemek mümkündür.¹⁸

Ana caddelerdeki alışveriş aktiviteleri ve bunun getirdiği kalabalık sosyal etkileşimi tetiklemede, bu canlılık akşamları devam etmekte, ana caddeler mekan duygusuna katkıda bulunmaktadır.

Kızılay

Kızılay bölgesinde gündüz 3 milyonluk bir nüfus bulunmaktadır. Burada taşıt alanlarının çoğunlukta olduğu ve ana caddelerde yayalar için sosyal mekanların sınırlı olduğu söylenebilir (Tablo 3). Bu nedenle de Kızılay daha çok insanın geçiş noktası olarak ya da alışveriş amaçlı kullandığı bir mekandır. Ancak Kızılay'daki en önemli yapılardan olan Ankara'nın ilk gökdelenlerinden Emek Büro İşhanı kullanılmamaktadır. Bu da kent merkezinin canlılığını azaltmaktadır. Ankara'nın kent merkezinde yayaların kullanımına sunulmuş ve sosyal sürdürülebilirliğin en önemli mekansal unsurlarından olan tanımlı bir yaya meydanı bulunmamakta, onun yerine taşıtların kullandığı bir kavşak yer almaktadır. Bu kavşak, trafik odaklı olsa da, çevresinde yer alan YKM Binası, bankalar ve Soysal Pasajı gibi yaya trafiğini

⁹ The Report of the Brundtland Com., 1987.

¹⁰ Assefa ve Frostell, 2007.

¹¹ Nahapiet ve Ghoshal, 1998.

¹² Baker ve Wood, 2010.

¹³ Newman ve Jennings, 2008.

¹⁴ Wheeler, 2004.

¹⁵ Banerjee, 2001.

¹⁶ Lynch, 1960.

¹⁷ Rapoport, 1982.

¹⁸ Tweed ve Sutherland, 2007.

arttıran binalar nedeniyle de canlılığın yüksek olduğu gözlemlenmektedir. Bu binalar buluşma noktası olarak kullanılmaktadır. Metro çıkışları hem insanların dağılım noktaları olmaları, hem de buluşma noktaları olarak kullanılmalrı nedeni ile hareketliliği arttırmaktadır. Güven Park'ın da bu hareketliliğe Kızılay'ın yeşil alan olarak katkıda bulunduğu söylenebilir.

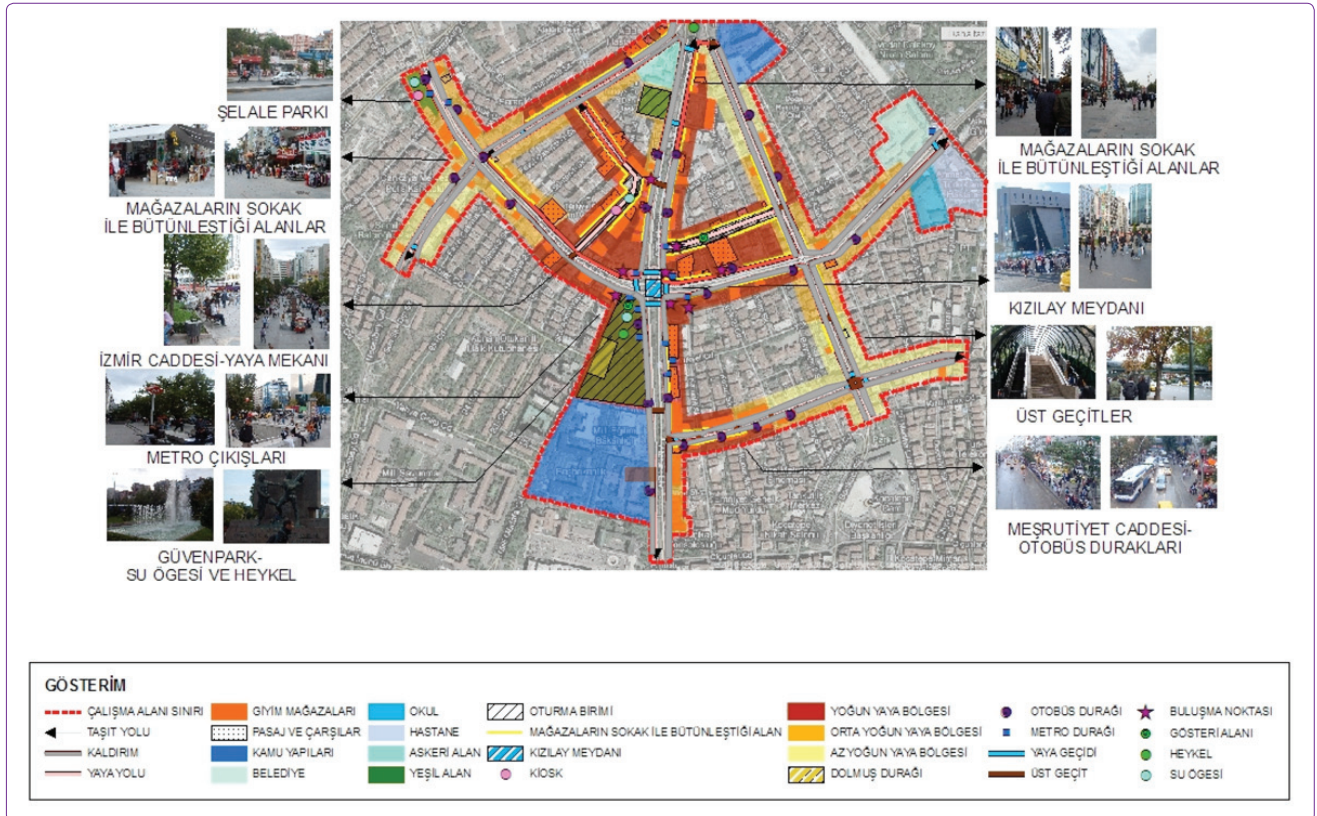
Kızılay'da 7 cadde tek tek incelendiğinde (Şekil 8); Atatürk Bulvarı ve GMK Bulvarı-Ziya Gökalp Caddesi ana cadde olmaları ve giyim mağazalarının daha çok buralarda konumlanması nedeniyle kalabalıktır. Necatibey Caddesi daha çok teknolojik ürün alışverişi yapanların tercih ettiği bir caddedir. Mithatpaşa Caddesi daha çok ulaşım amaçlı kullanılan bir caddedir. Meşrutiyet Caddesi ise otobüs duraklarının konumlandığı yaya trafiğinin oldukça yüksek olduğu bir caddedir. İzmir ve Sakarya Caddeleri yaya caddeleridir (Tablo 3). İzmir Caddesi daha çok giyim mağazalarının yer aldığı canlı bir cadde olup, daha çok açık mekanlarda oturmak/vakit geçirmek amacıyla kullanılmaktadır. Sakarya Caddesi ve civarında pek çok eğlence mekanı bulunmaktadır. Bu nedenle, burada üçüncü mekanların sayısı diğer caddelere göre fazladır. Ayrıca balık satış birimleri de caddeye hareketlilik getirmektedir. Caddedeki metro çıkışı para-

lelindeki anıt etrafında da zaman zaman çeşitli gruplar gösteriler yapmaktadır. Kızılay'da Sakarya Caddesi'nde ve Güven Park arkasında bulunan çiçekçiler de yaya trafiğini arttıran önemli ticari birimlerdir.

Güven Park ise Güvenlik Anıtı ve büyük havuz çevresinde toplanma alanı barındırmaktadır. Burası aynı zamanda gösteri yapan grupların da toplanma yeridir. Parkta aynı zamanda, dinlenme alanları, dolmuş durakları ve yaya yolları bulunmaktadır. Atatürk Bulvarı'nda konumlanan Zafer Parkı da Güvenpark kadar canlı olmamasına rağmen yakın çevresinde bulunan kahvehaneler nedeni ile daha çok emeklilerin dinlenmek amaçlı kullandıkları bir parktır (Şekil 9).

Kavaklıdere

Ankara'nın yaya açısından en işlek ve canlı caddelerinden biri olan Tunalı Hilmi Caddesi, diğer AVC'lere göre yaya profili açısından farklılık göstermektedir. Tunalı Hilmi Caddesi'ndeki yayalar buraya daha çok gezinti amaçlı gelmektedir. Cadde boyunca yer alan mağazalardan alışveriş yapmakta aynı zamanda da cadde de yer alan kafelerde vakit geçirmektedir. Dolayısı ile buradaki yayalar daha yavaştır ve caddede daha çok zaman harcamaktadır (Tablo 3). Yayalar dışında taşıt



Şekil 9. Sosyal Sürdürülebilirlik Analizi-Kızılay.

trafiği açısından da hareketlidir. Cadde üzerinde üçüncü mekanlar fazladır. Kafelerin yanısıra cadde üzerinde bulunan mağazaları alışveriş amaçlı ziyaret eden yaya ve kaldırım üzerinde bazı alanlardaki sokak müzisyenleri de caddenin canlılık kazanmasını sağlamaktadır.

Kuğulu Park, Tunalı Hilmi Caddesi'nin sosyal yaşamına önemli katkıda bulunmaktadır. Küçük bir alan kaplamasına rağmen (0,2 ha) anıt ağaçları, Tunalı Hilmi Bey Heykeli, kuğuların yüzdüğü havuz ve etrafındaki oturma birimleriyle çekici bir dinlenme alanıdır. Belediye'nin ve çeşitli derneklerin önemli günlerde yaptıkları etkinliklerle süslenen ve daha canlı bir yapıya bürünen Kuğulu Park her ne kadar etrafında hızlı bir trafik olsa da Tunalı Hilmi Caddesi'ne canlılık veren önemli bir etkinlik- eğlence alanı ve dinlenme mekanı olarak hizmet vermeye devam etmektedir (Şekil 10).

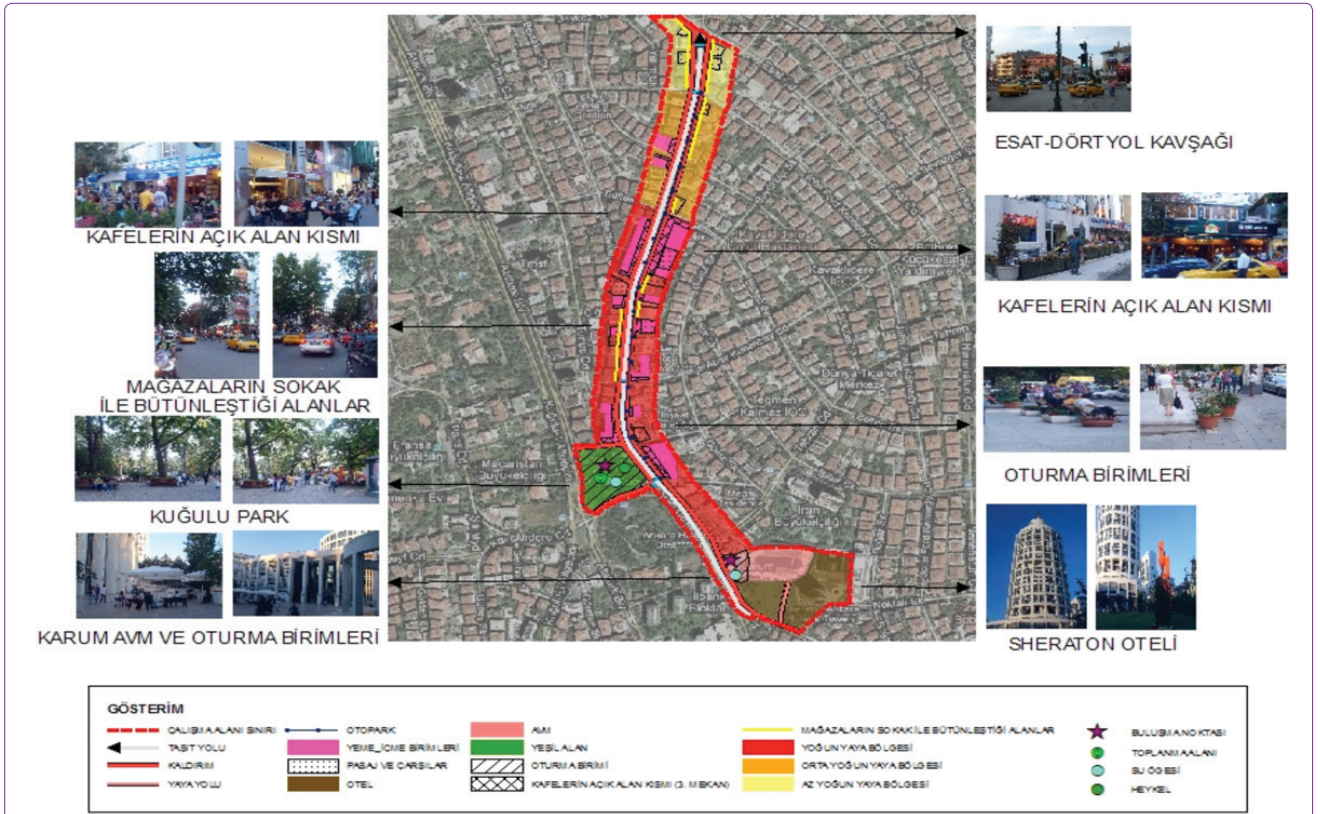
Tunalı Hilmi Caddesi'nin bir devamı niteliğinde olan ve çevresinde genelde yüksek gelir grubundaki kişilerin oturduğu Arjantin Caddesi ise daha çok prestijli giyim mağazalarının ve kafelerin bulunduğu bir caddedir. Burası da hem taşıt hem de yayalar tarafından kullanılmaktadır. Üçüncü mekan sayısı burada da fazladır. Arjantin Caddesi'nin Tunalı Hilmi Caddesi ile kesiştiği alanda bulunan Karum Alışveriş Merkezi de caddenin

canlılığını arttırıcı bir unsurdur (Şekil 11). Sheraton Otelinin önündeki peyzaj düzenlemesi ve Karum Alışveriş Merkezi'nden çıkanların kullandığı yaya yolu estetik bir görüntü sergilemektedir. Cadde diğer caddelere göre daha eğimlidir. Kafelerin geniş bahçeleri ayrı bir atmosfer yaratmaktadır.

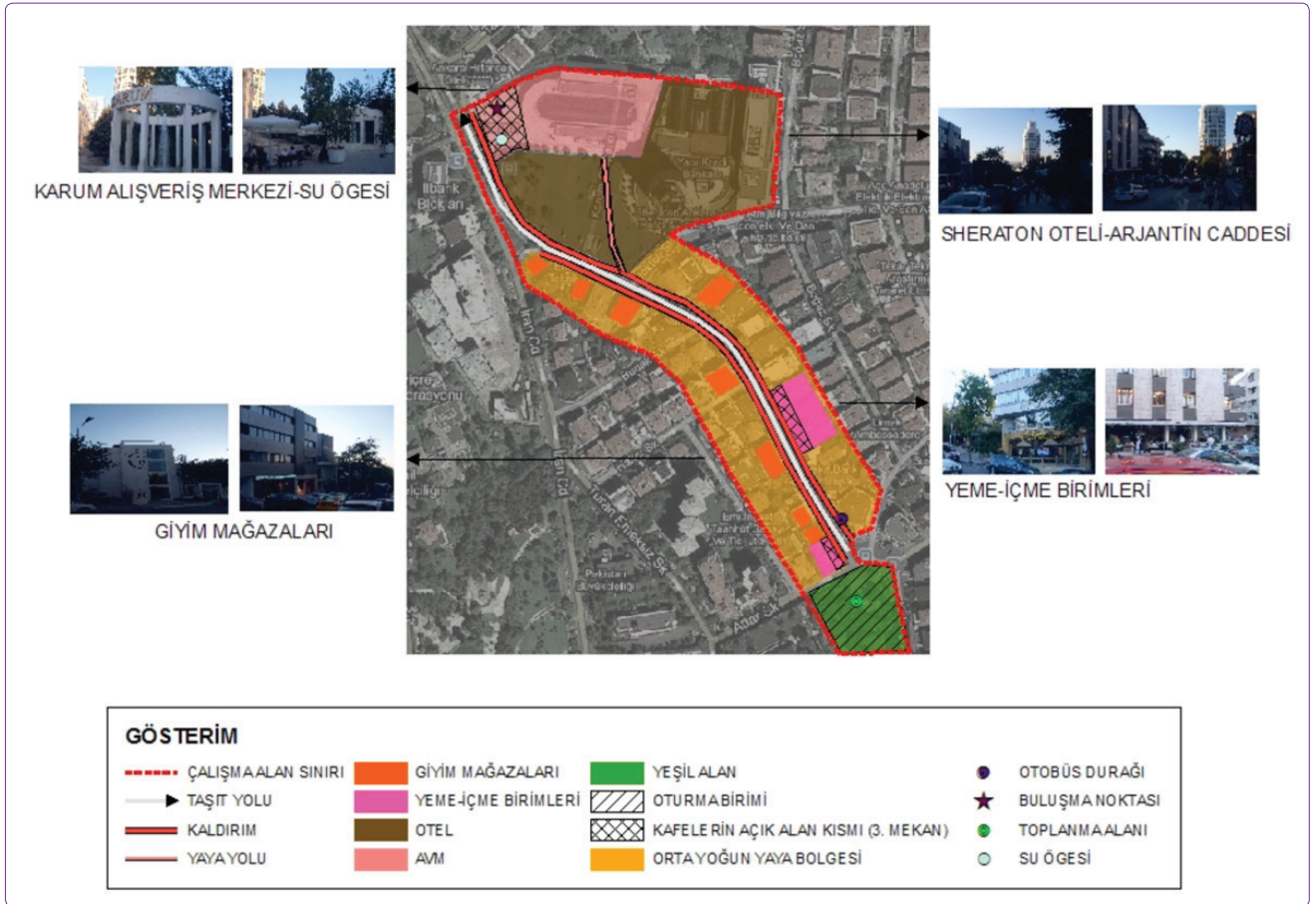
Ulus

Ankara'nın eski kent merkezi olan Ulus'un ana caddelerinden biri olan Anafartalar Caddesi Atatürk Bulvarı gibi daha çok taşıt ağırlıklı bir caddedir (Tablo 3). Buradaki yayalar da Kızılay'daki gibi daha çok bu alanı geçiş alanı olarak kullanmaktadır. Anafartalar Caddesi'nde yayaların fazla olduğu Ulus Meydanı yer almaktadır. Çevresinde meydanı tanımlayan çeşitli mağazalar yer almaktadır. Meydandaki Atatürk Heykeli Ankara'nın başkent ilan edilmesinden bu yana kentin en önemli simgelerindedir. Heykel etrafında insanlar vakit geçirmektedir. Ulus ve çevresindeki mahallelerde yaşayanların muhafazakar sosyo-kültürel yapısı nedeniyle bu meydanda vakit geçiren erkeklerin sayısı kadınlara oranla daha yüksektir.

Anafartalar Caddesi boyunca daha çok giyim mağazaları yer seçmiştir. Caddede Ulus Meydanı'nın ortası



Şekil 10. Sosyal Sürdürülebilirlik Analizi- Tunalı Hilmi Caddesi-Kavaklıdere.



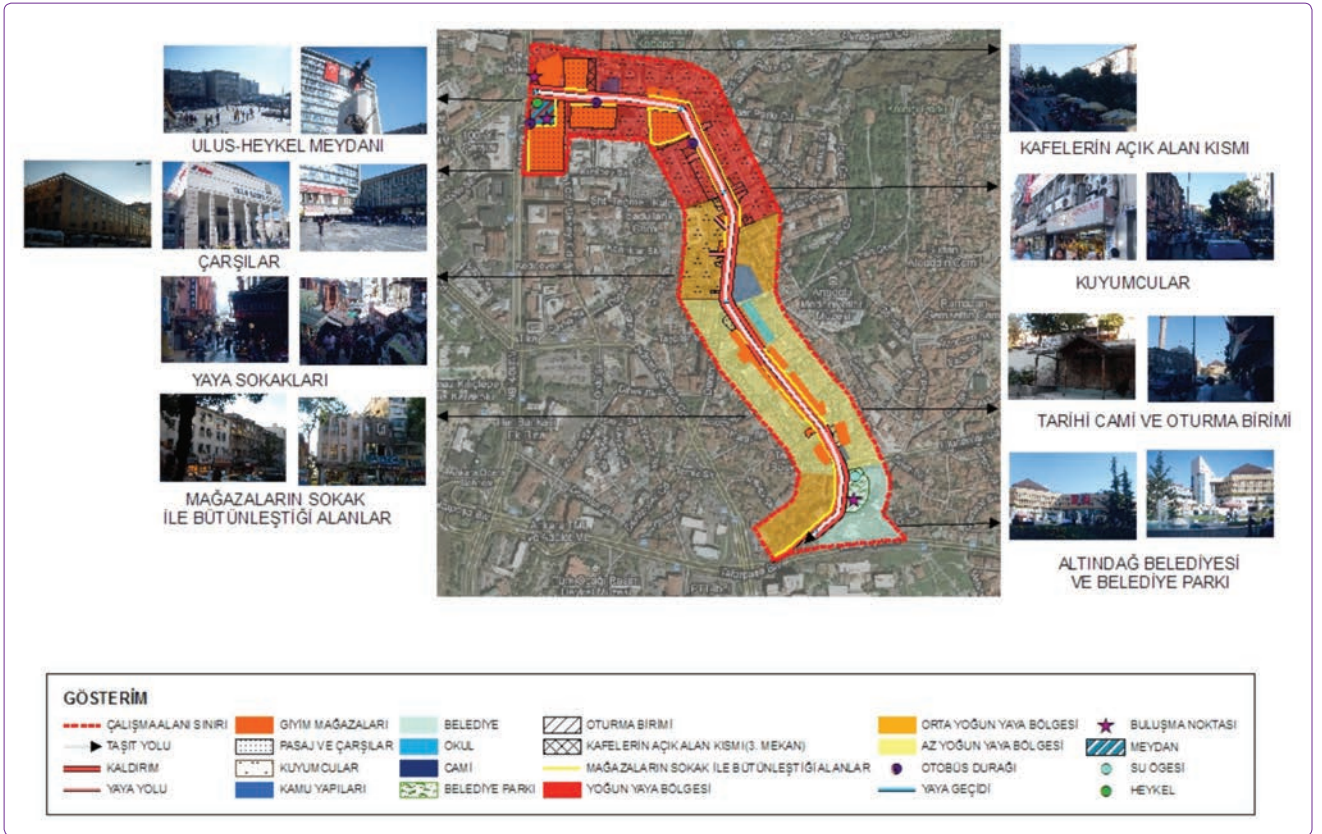
Şekil 11. Sosyal Sürdürülebilirlik Analizi- Arjantin Caddesi-Kavaklıdere.

na kadar kuyumcular bulunmaktadır. Caddenin başlangıcında yer alan Ulus Meydanı ile caddenin sonundaki Altındağ Belediye Parkı insanların çok kullandığı kamusal alanlardır. Bu alanların yanı sıra meydan civarında bulunan çarşılar ve bazı yaya sokakları da canlı mekanlardır. Cumhuriyet'le özdeşleştirilen Ulus ve Anafartalar Caddesi üzerinde Cumhuriyet dönemi önemli yapıları olarak bu alanın tarihi-estetik değerini artıran mimari yapılar bulunmaktadır. Anafartalar Caddesi daha çok taşıt ağırlıklı bir cadde olup daha çok altın, döviz, giyim ve cep telefonu gibi ihtiyaçlarını karşılamak, hesaplı alışveriş yapmak için gittikleri ya da geçiş noktası olarak kullandıkları bir cadedir (Şekil 12).

Sonuç

Bu çalışma daha önce üzerine araştırma yapılmamış, Ankara kent merkezinde yapılan 15 işkoluna göre ayrıntılı ticaret sektör analizi ile marka tespit ve sınıflandırmasını kapsamaktadır. Çalışmada kullanılan tematik haritalar CBS yazılımı yardımıyla yapılmıştır. Bulgular, sosyal sürdürülebilirliğin ana kavramlarını destekler niteliktedir.

Yerellik özellikle marka sınıflaması ile ölçülebilmektedir. Buna göre AVC'lerin ticaret türü dağılımları grafik ve haritalarda gösterilmiştir. Ankara AVC'lerinde yerel işletmelerin çoğunlukta olduğu görülmüştür. Bu durum sosyal sürdürülebilirliği desteklemekte ve bireysel girişimlerin ve aile işletmelerinin sosyal sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla yerel ve merkezi yönetimler tarafından desteklenmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Ulusal markaların ana bulvarlarda yer alması ise kent merkezinin çekiciliğini arttırmaktadır. Yabancı markaların AVC'lerdeki varlığı diğer dünya metropollerindeki kadar fazla değildir. Uluslararası kahve zincirleri ve fastfood markaları gençler ve çocuklar arasında popüler olsa da geleneksel Türk mutfağının zenginliği ve fiyat açısından uygun olması tercihlerin zincir olmayan işletmeler yönünde olmasına neden olmaktadır. Kimlik açısından ise ilk defa yapılan klon kent analizi sonucunda, çalışma kapsamındaki AVC'ler içinde, en az Kızılay en fazla Anafartalar Caddesi'nin kimlikli cadde sınıfında olduğu bulunmuştur. Genel olarak Ankara'daki AVC'lerin küreselleşmeyle gelen tek tip standart klon kentler durumunda olmaması umut vericidir.



Şekil 12. Sosyal Sürdürülebilirlik Analizi- Anafartalar Caddesi-Ulus.

Canlılık incelendiğinde ise Ankara'daki tüm AVC'lerin eski önemlerini yitirmelerine ve fiziksel olarak köhneleşmiş olmalarına rağmen ticaret türlerindeki çeşitlilik de göz önünde bulundurulduğunda, eski canlılıklarını korudukları söylenebilir. Ancak, Kızılay'daki en önemli yapıların boş kalmış ya da etkin olarak kullanılmadığı da bir gerçektir. Bu durum kent merkezinin canlılığını azaltan unsurlardandır. Kentsel politika hedefleri bu tür yapıların etkin şekilde kullanılması yönünde olmalıdır. Ekonomik açıdan hayatta kalabilirlik AVC'lerdeki çeşitlilik ve ticaret türlerinin fazlalığı da buralardaki esnafın piyasada kalabilmesini sağladığı görülmektedir. Esnafın piyasada kalabilmesi sosyal sürdürülebilirliği destekler niteliktedir; böylece, AVC'lerin benimsenmesi de sağlanabilmektedir. Farklılık, mekan duygusu ve anlam kentsel tasarım uygulamalarında olması istenen bir özelliktir. Kızılay'daki taşıt fazlalığı, tanımlı bir yaya meydanı olmaması, kullanıcıların AVC'lerde sosyalleşmesini zayıflatmaktadır. Bu nedenle, Kızılay sadece bir aktarma noktası olmaktadır. Trafiğin olmadığı, güvenli, kaliteli, kullanılabilir yaya mekanları sağlandığında sosyal sürdürülebilirliğin de arttığı görülecektir. Kızılay Meydanı ve Güven Park bu amaçla kullanılacak önemli alanlardır. AVC tasarımında rahat yaya erişimi

mi sağlamak için caddede kullanılan bitkiler, ışıklandırma ve kaliteli kaldırımlar önemlidir. Kent merkezleri tasarımının en önemli prensipleri engelliler başta olmak üzere, gençlerin, çocukların, kadınların ve yaşlıların rahatça dolaşabileceği mekanlar oluşturmak ve onları bu caddelerde daha uzun süre tutmaktır. Yayaların rahat dolaşımı için trafiğin de özel olarak tasarlanması gereklidir. AVC'lerin sosyal canlılıklarını yitirmemeleri ve sürdürülebilirliklerini sağlayabilmeleri için kentlerin en önemli açık kamusal alanları olarak yaya trafiğinin canlı tutulması ve böylece bu alanların sosyal ve kültürel etkileşimi desteklemesi gerekmektedir.

Ankara'nın eski kent merkezi olan Ulus'un kimlikli ana caddelerinden biri olan Anafartalar Caddesi Atatürk Bulvarı gibi daha çok taşıt ağırlıklı bir caddedir. Kızılay'dan farklı olarak, burada yaya mekanı olan Ulus Meydanı yer almaktadır. İnsanlar Atatürk heykeli etrafında vakit geçirmektedir. Bu caddedeki Cumhuriyet dönemi önemli yapılar onarılmalı, çarşılar yenilenmeli, alanın turistik potansiyeli değerlendirilmelidir. Eğlence ve daha fazla zaman geçirme yeri olan Tunalı Hilmi Caddesi'nde üçüncü mekanlar artırılmalı, sokak aktiviteleri ile desteklenmelidir. Yayaların Arjantin Caddesi'ne de geçişi kolaylaştırılmalı, bu iki cadde yeşil

alanlarla güzelleştirilmelidir. Belediyelerin, esnaf birliklerinin, üniversitelerin ve diğer STK'ların işbirliği içinde bu önerileri dikkate alarak Ankara kent merkezini ve AVC'leri yeniden canlandırma çalışması yapmaları gerekmektedir.

Teşekkür

Bu makale TÜBİTAK 109K325 nolu 'Alışveriş Mekanlarındaki Değişimin Sosyal Sürdürülebilirliğe Etkisi: Ankara Örneği' isimli proje kapsamında yapılan çalışmalardan oluşturulmuştur.

Kaynaklar

- Assefa, G., ve Frostell, B., (2007) "Social Sustainability and Social Acceptance in Technology Assessment: A Case Study of Energy Technologies", *Technology in Society*, Cilt 29, Sayı 1, s. 63-78.
- Baker, R.G.V., ve Wood S., (2010) "Towards Robust Development of Retail Planning Policy: Maintaining the Viability and Vitality of Main Street Shopping Precincts", *Geographical Research*, Cilt 48, Sayı 1, s. 65-74.
- Banerjee, T., (2001) "The Future of Public Space Beyond Invented Streets and Reinvented Places", *APA Journal*, Cilt 67, No 1, s.9-24.
- Bayraktar, N., Tekel, A. ve Ercoşkun, Ö.Y., (2008) "Ankara Atatürk Bulvarı Üzerinde Yer Alan Kentsel Donatı Elemanlarının Sınıflandırılması, Değerlendirilmesi ve Kent Kimliği İlişkisi", *Gazi Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Dergisi*, Cilt 23, Sayı 1, s. 105-18.
- Jacobs, J., (1961) *The Death and Life of Great American Cities*, New York, Vintage Books.
- Lynch, K., (1960) *The Image of The City*, Cambridge, The MIT Press.
- Nahapiet, J. ve Ghoshal S., (1998) "Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage", *Academy of Management Review*, Cilt 23, No 2, s. 242-66.
- Newman, P., ve Jennings, I., (2008) *Cities as Sustainable Ecosystems Principles and Practices*, Washington D.C., Island Press.
- Pendola, R., ve Sheldon, G., (2008) "Does 'Main Street' Promote Sense of Community? A Comparison of San Francisco Neighborhoods", *Environment and Behavior*, Sayı 40, 545-74.
- Rapoport, A., (1982) *The Meaning of the Built Environment: A Nonverbal Communication Approach*, Tuscon, The University of Arizona Press.
- Oldenburg, R., (1989) *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts and How They Get Through The Day*, New York, Paragon House.
- Sargın, G.A., (2009) "Öncül kamusal mekanları tasarlamak: başkent Ankara üzerine kısa notlar", *Mülkiye Dergisi*, Sayı 241, 1923-46.
- Simms, A., Kjell, P. ve Potts, R., (2005) *Clone Town Britain*, London, New Economics Foundation Publications.
- Southworth, M., (2005) "Reinventing Main Street: From Mall to Townscape Mall", *Journal of Urban Design*, Cilt 10, No 2, s. 151-70.
- The Report of the Brundtland Commission (1987) *Our Common Future*, Oxford University Press.
- Tweed, C., ve Sutherland M., (2007) "Built Cultural Heritage and Sustainable Urban Development", *Landscape and Urban Planning*, Sayı 83, 62-9.
- Wheeler, S.M., (2004) *Planning For Sustainability: Creating Livable, Equitable, And Ecological Communities*, New York, Routledge.

Anahtar sözcükler: Alışveriş caddeleri; marka sınıflandırması; konumsal ticari envanter; sosyal sürdürülebilirlik analizleri.

Key words: *Shopping streets; brand classification; retail location inventory; social sustainability analyses.*